

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

**PLAN EXCEPCIONAL DE TITULACIÓN DE ANTIGUOS ESTUDIANTES NO GRADUADOS
PETAENG**



**ELEMENTOS COMUNICACIONALES EN EL USO DE PLATAFORMAS VIRTUALES COMO
APORTE A LA INFORMACIÓN, EDUCACIÓN Y CONCIENCIACIÓN EN TEMAS
DE SALUD, A TRAVÉS DE ZOÉ RADIO DIGITAL, EN LOS MESES DE ABRIL A
NOVIEMBRE DE 2020.**

**MEMORIA ACADÉMICA LABORAL
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO
DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

ESTUDIANTE: Karen Margareth Ramirez Andia

TUTOR: Lic. Óscar Meneses

**La Paz – Bolivia
2021**

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo y agradecer profundamente a mi familia

¡Por nunca soltar mi mano!

A mi mamá Marlene por siempre confiar en mí y estar en todo momento conmigo,
a mi papá Carlos por su apoyo, a mis hermanas Carla, Katherine y Katya por siempre estar

a mi lado y apoyarme en cada decisión,

a mis sobrinitos Fabrízio y Facundo por ser el motivo de mis mayores alegrías.

También va dedicado para Mandira y Maurício por ser mi motor día a día y a Luís
mi compañero de vida.

ÍNDICE DEL CONTENIDO

AREA I

<u>CAPÍTULO I</u>	1
<u>DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD LABORAL</u>	1

AREA II

<u>CAPÍTULO II</u>	12
<u>INTRODUCCIÓN</u>	12
<u>2.- FUNDAMENTACIÓN</u>	14
<u>FUNDAMENTACIÓN PRÁCTICA.</u> -.....	15
<u>FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.</u> -	16
<u>FUNDAMENTACIÓN SOCIAL.</u> -	16
<u>2.1.- SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA</u>	16
<u>2.1.1. ANTECEDENTES</u>	17
: <u>FACEBOOK EN BOLIVIA</u>	18
: <u>INSTAGRAM EN BOLIVIA</u>	19
: <u>TWITTER EN BOLIVIA</u>	20
<u>2.1.2. RADIO DIGITAL O CIBERRADIO</u>	21
<u>2.1.3. MARCO INSTITUCIONAL “ZOÉ RADIO DIGITAL”</u>	22
<u>2.1.4. PRODUCCIÓN PROGRAMA “SALUDABLEMENTE BOLIVIA”</u>	24
<u>2.1.5. PLANIFICACIÓN DE PROGRAMA “SALUDABLEMENTE BOLIVIA”</u>	25
<u>¿QUÉ ES UN PROGRAMA?</u>	25
<u>2.1.6. FORMATO PROGRAMA “SALUDABLEMENTE BOLIVIA”</u>	26
<u>2.1.7. TIEMPO, FRECUENCIA Y HORARIO DEL PROGRAMA “SALUDABLEMENTE BOLIVIA”</u>	26
<u>2.1.8. ESTRUCTURA Y ESCALETA DEL PROGRAMA “SALUDABLEMENTE BOLIVIA”</u>	26
<u>2.1.9. REGISTRO DE AUDIO E IMAGEN</u>	27
<u>2.2.- OBJETIVOS</u>	28

<u>2.2.1. OBJETIVO GENERAL</u>	28
<u>2.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u>	28
<u>2.3.- MARCO TEÓRICO</u>	28
<u>2.4.- MARCO CONCEPTUAL</u>	36
<u>2.4.1. COMUNICACIÓN</u>	36
<u>2.4.2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN</u>	37
<u>2.4.3. COMUNICACIÓN EN SALUD</u>	38
<u>2.4.4. COMUNICACIÓN HORIZONTAL</u>	38
<u>2.4.5. COMUNICACIÓN DIGITAL O VIRTUAL</u>	39
<u>2.4.6. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC)</u>	39
<u>2.4.7. PLATAFORMAS VIRTUALES O DIGITALES</u>	39
<u>2.4.8. REDES SOCIALES</u>	40
<u>2.4.9. TIPOS DE PLATAFORMAS DIGITALES</u>	40
<u>2.4.9.1. Facebook</u>	40
<u>2.4.9.2. Twitter</u>	42
<u>2.4.9.3. Instagram</u>	44
<u>2.4.9.4. YouTube</u>	45
<u>2.4.9.5. Sitio Web</u>	46
<u>2.4.9.6. APP Móvil</u>	48
<u>2.5 MARCO METODOLÓGICO</u>	50
<u>2.5.1. TIPO Y MÉTODO</u>	55
<u>2.5.1.1. MÉTODO DEDUCTIVO</u>	55
<u>2.5.1.2. MÉTODO ANALÍTICO</u>	50
<u>2.5.2.- TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</u>	50
<u>2.6 CONCLUSIONES</u>	52
AREA III	
<u>CAPÍTULO III</u>	54
<u>3. ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD LABORAL</u>	54

<u>3.1 BREVE BALANCE CON QUE SE CULMINÓ LA CARRERA</u>	54
<u>3.2 PROPUESTA AL NUEVO PENSUM DE LA CARRERA</u>	57
<u>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</u>	59
<u>WEBGRAFÍA</u>	61
<u>ANEXOS</u>	63

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1

<u>DETALLE DE LA ESCALETA DE PLANIFICACIÓN DEL PROGRAMA “SALUDABLEMENTE BOLIVIA”</u>	27
--	----

CUADRO N° 2

<u>ESQUEMA DE COMUNICACIÓN DE HAROLD LASWELL</u>	29
--	----

CUADRO N° 3

<u>ESQUEMA DE COMUNICACIÓN DE SHANNON Y WEAVER</u>	30
--	----

CUADRO N° 4

<u>INTERPRETACIÓN DEL ESQUEMA DE COMUNICACIÓN DE MARSHALL MCLUHAN</u>	32
---	----

CUADRO N° 5

<u>ESQUEMA DE LA TEORÍA DE APRENDIZAJE SOCIAL O COGNOSCITIVA</u>	34
--	----

CUADRO N° 6

<u>INTERPRETACIÓN DEL ESQUEMA DE PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN</u> ...	36
--	----

CUADRO N° 7

<u>CONCLUSIÓN E INTERPRETACIÓN DEL ESQUEMA DE ELEMENTOS COMUNICACIONALES EN EL USO DE PLATAFORMAS VIRTUALES</u>	53
---	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1	
MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE MÁS SE CONSUMEN POR SEMANA	18
GRÁFICO N° 2	
FACEBOOK EN BOLIVIA	19
GRÁFICO N° 3	
INSTAGRAM EN BOLIVIA	20
GRÁFICO N° 4	
TWITTER EN BOLIVIA	21

La presente Memoria Laboral, está dividida en tres áreas: El **ÁREA I**, en el cual se desarrolla la Descripción de la Actividad Laboral, donde se especifica los períodos y las instituciones del ejercicio de la Comunicación.

En el **ÁREA II**, se desarrolla la Sistematización de una experiencia, es el caso de estudio real de los elementos de la Comunicación con mayor relevancia en la implementación de un programa de salud a través de plataformas digitales, denominado: **“Elementos comunicacionales en el uso de plataformas virtuales como aporte a la información, educación y concienciación en temas de salud, a través de Zoé Radio Digital, en los meses de abril a noviembre de 2020”**, mediante el programa: **Saludablemente Bolivia** donde se abordan temas de Salud.

Cabe señalar que la presente memoria laboral tiene un Abordaje Teórico como se lo especifica a continuación: **1) Campo de Estudio:** Comunicación; **2) Área de Estudio:** Modelos y elementos de la Comunicación **3) Sub área de Estudio:** Comunicación en Salud implementado en el programa Saludablemente Bolivia a través de las Plataformas de Zoé Radio Digital.

Así mismo, dentro del análisis de los elementos de la comunicación se dio énfasis a los modelos comunicacionales de diferentes autores y teorías, como la de Harold Laswell, de Shannon y Weaver y las funciones de los mismos en las Plataformas revisando también la propuesta de Marshal MacLuhan, además de la Psicología de la Comunicación y la Teoría de aprendizaje social o cognoscitiva ligada a Comunicación y Salud.

Y el **ÁREA III** sugiere recomendaciones prácticas y útiles para la aplicación de este documento como herramienta flexible que se pueda actualizar al pasar del tiempo.

Se suma un análisis de la actividad laboral, con la realización de un breve balance del pensum con el cual culmine mis estudios en la carrera. Así, también se emiten sugerencias para complementar la formación del o la profesional en la carrera de Ciencias de Comunicación Social.

CAPÍTULO I

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD LABORAL

1.1 PROGRAMA DE TELEVISIÓN “RETO TV.” EMITIDO POR TVU CANAL 13 UNIVERSITARIO

Presentadora de Programa de Televisión

- **Período de la Actividad Laboral:** abril de 2008 a noviembre de 2008
- **Institución donde se realizó la actividad laboral:** TVU Canal 13
Universitario
- **Cargo Desempeñado:** Presentadora
- **Relaciones de Sub/ súper ordenación:** El cargo tenía como jefe superior a Enrique Miranda productor independiente.
- **Descripción de las principales actividades desarrolladas:**
 - Elaboración y propuesta de temáticas a ser abordadas en cada edición.
 - Colaboración con la coordinación de cronograma para la visita de Unidades Educativas al programa.
 - Sistematización de juegos, trivias y retos para la emisión de cada programa.
 - Presentación y Conducción del programa en directo.
- **Productos significativos y resultados:**
 - Producción de programas emitidos en directo los días lunes, miércoles y viernes.
 - Producción de un programa educativo y entretenido para estudiantes de secundaria.

1.2 PROGRAMA DE TELEVISIÓN “PROTAGONISTAS POR NATURALEZA”

EMITIDO POR BOLIVIA TV. CANAL 7

Presentadora de Programa de Televisión

- **Período de la Actividad Laboral:** 2009 -2010
- **Instituciones donde se realizó la actividad laboral:** CANAL 7 BOLIVIA TV.
- **Cargo Desempeñado:** Presentadora del programa “Protagonistas por Naturaleza”
- **Relaciones de Sub/ súper ordenación:** El cargo tenía como jefe superior al Gerente de Producción Sr. Gustavo Portocarrero, a su vez mi persona tenía a cargo a dos funcionarios, la coordinadora del programa y un camarógrafo editor, para poder realizar el trabajo de cada uno de los programas que se emitían una vez a la semana en estreno y la otra en repris.
- **Descripción de las principales actividades desarrolladas:**
 - Planificación de locaciones, tanto interiores como exteriores.
 - Planificación de viajes para grabaciones.
 - Guionización de contenido de programas para el rodaje semanal de los mismos.
 - Planificación de ciclos trimestrales con temáticas ligadas a medio ambiente
 - Elaboración y propuesta de temáticas a ser abordadas en cada edición.
 - Colaboración con la coordinación para la búsqueda de invitados según cronograma.

- Facilitación para la producción y logística de lugares y locaciones exteriores para grabación de cada programa, según la temática.
- Presentación y Conducción del programa grabado en diversas locaciones.
- **Productos significativos y resultados:**
 - Conducción y producción de programas emitidos los días sábados en estreno a las 19.00 hrs. y con repris Domingos 19:00 hrs.

1.3 PROGRAMA DE TELEVISIÓN “MADRE TIERRA” EMITIDO POR BOLIVIA TV. CANAL 7

Presentadora y guionista de Programa de Televisión

- **Período de la Actividad Laboral:** 2010 -2011
- **Instituciones donde se realizó la actividad laboral:** CANAL 7 BOLIVIA TV.
- **Cargo Desempeñado:** Presentadora, Guionista del programa “Madre Tierra”
- **Relaciones de Sub/ súper ordenación:** El cargo tenía como jefe superior al Gerente de Producción Sr. Gustavo Portocarrero, a su vez mi persona tenía a cargo a dos funcionarios, la coordinadora del programa y un camarógrafo editor, para poder realizar el trabajo de cada uno de los programas que se emitían una vez a la semana en estreno y la otra en repris.
- **Descripción de las principales actividades desarrolladas:** -
 - Presentadora del programa medio ambiental “Madre Tierra”
 - Guionista del programa “Madre Tierra”
 - Planificación de viajes para grabaciones.

- Planificación de locaciones, tanto interiores como exteriores para las grabaciones.
- **Productos significativos y resultados:**
 - Producción propia de programas a nivel nacional para la programación del medio.
 - Cobertura especial y participación en COP-16 Conferencia de Naciones Unidas sobre Cambio Climático 2010, en Cancún-México

1.4 CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DE ESTRATEGIA DE INCIDENCIA CBDHDD

Asesora de Estrategia de incidencia que permita contribuir a la inclusión de las propuestas de las Instituciones y Organizaciones respecto de la Ley de Trata y Tráfico y la Ley de Migración.

- **Período de la Actividad Laboral:** Noviembre de 2011
- **Institución donde se realizó la actividad laboral:** Capítulo Boliviano de Derechos Humanos, Democracia y Desarrollo (CBDHDD)
- **Cargo Desempeñado:**
- **Relaciones de Sub/ súper ordenación:** El cargo tenía como jefe superior al director ejecutivo del CBDHDD, Sr. Victor Vacaflores Pereira.
- **Descripción de las principales actividades desarrolladas:**
 - Reuniones con organizaciones sociales e instituciones que trabajan en políticas públicas.

- Sistematización de implementación de políticas ligadas a Trata y Tráfico y Migración.
- Elaboración de la Estrategia de incidencia con propuestas de Instituciones y Organizaciones respecto de la Ley de Trata y Tráfico y la Ley de Migración.
- **Productos significativos y resultados:**
- Elaboración de la Estrategia de incidencia que permita contribuir a la inclusión de las propuestas de las Instituciones y Organizaciones respecto de la Ley de Trata y Tráfico y la Ley de Migración.

1.5 PERIODISTA, COORDINADORA EN REVISTA INFORMATIVA “HOLA PAÍS”, PROGRAMA “DEL CIELO AL INFIERNO” Y ÁREA DE PRENSA

Periodista, Coordinadora Red PAT

- **Período de la Actividad Laboral:** 2012-2014
- **Instituciones donde se realizó la actividad laboral:** PAT
- **Cargo Desempeñado:** Periodista, Productora, Coordinadora
- **Relaciones de Sub/ súper ordenación:** El cargo tenía como jefe superior al Jefe de Prensa de la Empresa Sr. Edy Luis Franco, a su vez mi persona tenía a cargo a un funcionario, el camarógrafo editor, para poder realizar el trabajo de cada uno de los programas designados para su emisión y producción.
- **Descripción de las principales actividades desarrolladas:** -
- **En el área de producción:**
- Coordinadora de la revista “Hola País” 2012
- Periodista de Unidades Móviles de la revista “Hola País” 2012

- Reportera del programa “Del Cielo al Infierno” 2013
- Coordinadora del programa “Del Cielo al Infierno” 2013
- Responsable de Campañas Sociales para el programa “Del Cielo al Infierno” 2013
- **En el área de Prensa:**
 - Periodista de Espectáculos para Noticieros 2012
 - Periodista área económica 2013-2014
- **Productos significativos y resultados:**
 - Producción propia de programas a nivel nacional para la programación del medio.
 - Reconocimiento por Instituciones Nacionales por el trabajo realizado en el programa “Del Cielo al Infierno”
 - Posicionamiento de la imagen del medio de Comunicación

1.6 PERIODISTA, PRODUCTORA Y PRESENTADORA EN REVISTA “VAMOS BOLIVIA”, PROGRAMA “TIERRA VIVA”, ESPACIOS “DOCTOR ABYA YALA”, “NUESTRA SALUD” Y ÁREA DE PRENSA

Periodista, Presentadora, Productora Abya Yala Tv.

- **Período de la Actividad Laboral:** 2014 -2020
- **Instituciones donde se realizó la actividad laboral:** ABYA YALA TV.
- **Cargo Desempeñado:** Periodista, Presentadora, Productora
- **Relaciones de Sub/ súper ordenación:** El cargo tenía como jefe superior al Gerente General, de la Empresa Sr. Pablo Groux, a su vez mi persona tenía a

cargo a dos funcionarios, la coordinadora de programas y un camarógrafo editor, para poder realizar el trabajo de cada uno de los programas designados para su producción.

- **Descripción de las principales actividades desarrolladas: -**

- **En el área de producción:**

- Presentadora de la revista “Vamos Bolivia” 2014-2015
- Presentadora y Productora del programa “Tierra Viva” 2014-2015
- Presentadora del Programa “Abya Yala Reporta” 2015-2017
- Directora, productora y presentadora del programa “Doctor Abya Yala- Nuestra Salud” 2015-2020
- Presentadora de la revista “Despierta País” 2020
- Productora del programa “Nosotrans” 2020

- **En el área de Prensa:**

- Presentadora de noticieros “Edición Meridiana” 2015-2018
- Presentadora de noticieros “Edición Central” 2018-2020
- Elaboración de notas de Sala Prensa para noticieros 2017- 2020
- Periodista Unidades Móviles y Cobertura en diversas áreas. 2016-2019

- **Productos significativos y resultados:**

- Producción propia de programas a nivel nacional para la programación del medio.
- Reconocimiento por Instituciones Nacionales por el trabajo realizado en el programa “Doctor Abya Yala- Nuestra Salud”
- Posicionamiento de la imagen del medio de Comunicación.

1.7 DIRECTORA DE ZOÉ RADIO DIGITAL

Directora, Periodista, Presentadora, Productora Zoé Radio Digital

- **Período de la Actividad Laboral:** 2020 -Actualidad
- **Instituciones donde se realizó la actividad laboral:** ZOÉ RADIO DIGITAL
- **Cargo Desempeñado:** Directora, Periodista, Presentadora y Productora.
- **Relaciones de Sub/ súper ordenación:** A cargo a cinco funcionarios, un periodista, presentador y cuatro periodistas digitales, para poder realizar el contenido de las plataformas virtuales.
- **Descripción de las principales actividades desarrolladas:** -
 - Directora, productora y presentadora del programa “Saludablemente Bolivia” a partir de abril 2020
 - Directora de contenidos para la programación de Zoé Radio
 - Elaboración de notas para la Fan Page, Twitter y Portal web de Zoé Radio.
- **Productos significativos y resultados:**
 - Elaboración de un portal Web con información a nivel nacional e internacional.
 - Ejecución de Programas Educativos como “Saludablemente Bolivia”, “Aprendiendo y Emprendiendo”, “Radiografía” entre otros.
 - Posicionamiento de la imagen del medio de Comunicación.

1.8 DIRECTORA DE SALUDABLEMENTE BOLIVIA

Directora, Periodista, Presentadora, Productora Saludablemente Bolivia ;Tu

Salud en tus Manos!!

- **Período de la Actividad Laboral:** 2020 - Actualidad
- **Instituciones donde se realizó la actividad laboral:** ZOÉ RADIO DIGITAL
- **Cargo Desempeñado:** Directora, Periodista, Presentadora y Productora.
- **Relaciones de Sub/ súper ordenación:** A cargo a tres funcionarios, un diseñador, un periodista y un experto multimedia, para poder realizar el contenido del programa y su difusión en las diferentes plataformas virtuales de Zoé Radio.
- **Descripción de las principales actividades desarrolladas:** -
 - Presentadora del programa “Saludablemente Bolivia” a partir de abril 2020 a la actualidad.
 - Dirección y producción del espacio.
 - Edición de contenidos.
 - Elaboración de notas, imágenes de apoyo.
 - Elaboración de Agenda.
 - Coordinación de especialistas y temas para cada programa.
 - Editora de Fan Page y Canal de YouTube del programa.
- **Productos significativos y resultados:**
 - Difusión de cada programa.
 - Producción de un programa de salud, en buena calidad.
 - Posicionamiento del espacio en redes sociales.

1.9 ASESORA COMUNICACIONAL DE LA CONCEJALA MUNICIPAL DE LA PAZ MARTHA MOLLINEDO.

Asesora de Comunicación Concejo Municipal

- **Período de la Actividad Laboral:** Febrero 2021- abril 2021
- **Institución donde se realizó la actividad laboral:** GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE LA PAZ
- **Cargo Desempeñado:**
- **Relaciones de Sub/ súper ordenación:** El cargo tenía como jefe superior a la concejala por el MAS, Sr. Martha Dazuri Mollinedo Morales.
- **Descripción de las principales actividades desarrolladas:**
 - Manejo de Agenda de la concejala.
 - Coordinación con medios de comunicación, para conferencias de prensa y entrevistas.
 - Redacción de notas de prensa de actividades.
 - Atención en Plataforma ciudadana C-8. para la debida escucha de juntas vecinales y maestreros de mercados.
 - Monitoreo de medios e información diaria.
- **Productos significativos y resultados:**
 - Acompañamiento a diversas actividades y eventos, debido registro de las mismas.

1.10 ASESORA COMUNICACIONAL DEL DIPUTADO NACIONAL DE LA PAZ ING. RAMIRO VENEGAS CALDERÓN

Asesora de Comunicación Asamblea Legislativa Plurinacional de Bolivia

- **Período de la Actividad Laboral:** Mayo 2021- Septiembre 2021
- **Institución donde se realizó la actividad laboral:** ASAMBLEA LEGISLATIVA PLURINACIONAL DE BOLIVIA
- **Cargo Desempeñado:**
- **Relaciones de Sub/ súper ordenación:** El cargo tiene como jefe superior al diputado nacional por el MAS, Ing. Ramiro Venegas Calderón.
- **Descripción de las principales actividades desarrolladas:**
 - Manejo de Agenda del diputado.
 - Coordinación con medios de comunicación, para conferencias de prensa y entrevistas.
 - Redacción de notas de prensa de actividades.
 - Atención en Plataforma ciudadana C-9. para la debida escucha de juntas vecinales.
 - Manejo de Redes Sociales del diputado.
 - Monitoreo de medios e información diaria.
 - Maestra de ceremonias en los eventos organizados por el Diputado.
- **Productos significativos y resultados:**
 - Acompañamiento a diversas actividades y eventos, debido registro de las mismas.

CAPÍTULO II

INTRODUCCIÓN

El presente perfil de Memoria Académico Laboral, se realizará en el marco del Plan excepcional de titulación de antiguos estudiantes no graduados PETAENG, en la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Mayor de San Andrés, titulado:

ELEMENTOS COMUNICACIONALES EN EL USO DE PLATAFORMAS VIRTUALES COMO APOORTE A LA INFORMACIÓN, EDUCACIÓN Y CONCIENCIACIÓN EN TEMAS DE SALUD, A TRAVÉS DE ZOÉ RADIO DIGITAL, EN LOS MESES DE ABRIL A NOVIEMBRE DE 2020.

En la Guía Metodológica del PETAENG (2016), se define a la Memoria Académico Laboral como: “la sistematización del proceso de reflexión de una de las experiencias laborales más significativas del postulante que refleje la aplicación práctica de sus conocimientos teórico metodológicos, así como su idoneidad y solvencia en el desempeño de su actividad laboral...” (p.2).

Jara (1998), nos dice que “la sistematización de experiencias es menos común y más compleja: se trata de ir más allá, se trata de mirar las experiencias como procesos históricos, procesos complejos en los que intervienen diferentes actores, que se realizan en un contexto económico-social determinado...” (p.18). En ese entendido y habiendo desarrollado e implementado diversos procesos comunicacionales en AbyaYala TV. como periodista, productora, presentadora y después del análisis de los mismos, se realiza la propuesta de introducir contenidos de salud a través de Plataformas Virtuales, con el fin de informar, educar y concienciar a la población, identificando los elementos comunicacionales y su uso, al tiempo de cumplir la finalidad de la memoria Académico Laboral.

Durante la producción de un espacio dedicado a la Comunicación y Salud, uno de los principales aspectos identificados fue el alcance de las emisiones de cada edición, tomando en cuenta la falta de producción de programas con características específicas en temas de salud que no adquieren relación con contenidos de agenda o de cobertura que implica la coyuntura de salud pública a nivel nacional, aplicando así tanto la Teoría como la práctica de la comunicación en medios, elaboración de programas y guionización de espacios empleando una narrativa informativa y educativa de comunicación en salud, para la producción de notas audiovisuales en base a la investigación de documentación para la realización de entrevistas con una mirada y aplicación de comunicación horizontal.

Así mismo, el uso de Nuevas tecnologías de la información mediante la aplicación de Comunicación en Salud a través de Plataformas Virtuales, para un mayor alcance de contenidos dedicados exclusivamente a medicina.

El presente perfil expone los aspectos que se requieren para este tipo de modalidad de Graduación, cumpliendo la metodología académica, bajo una teorización de conceptos y categorías de la Comunicación Social y una sistematización del trabajo realizado.

La Paz, septiembre de 2021.

2.- FUNDAMENTACIÓN

La experiencia dentro de la carrera de Comunicación Social se ha forjado y se ha llevado a la práctica en el trabajo de Producción de programas dedicados exclusivamente a temas de Salud, iniciando con el programa “Doctor Abya Yala”, las características principales de ese espacio televisivo, eran las entrevistas a especialistas y la interacción con el público a través de llamadas telefónicas a la línea fija del canal y mensajes vía whatsapp, experiencia que más adelante es llevada a Zoé Radio Digital, basado en un mismo proceso tomando en cuenta los principales elementos de comunicación.

Otro aspecto importante, tomando en cuenta que Bolivia cada día se enfrenta a múltiples retos en salud, que van desde brotes de enfermedades ya conocidas (Hantavirus) o nuevas (COVID-19), según la OMS alrededor del 80 a 90% de los fallecimientos en todo el mundo se producen en países de ingresos bajos y medios como el de Bolivia debido a sus sistemas de salud frágiles, débiles, vulnerables y saturados; con falta de insumos, equipamiento e incluso de recursos humanos secundarios a crisis económicas, sociales y políticas que dejan a su gente sin acceso a la atención primaria de salud, generando la auto asistencia y la complicación de enfermedades que en su momento oportuno pudieron ser controladas y solucionadas a través de información precisa y veraz.

El transcurso del tiempo ha modernizado la comunicación a través del uso de las denominadas nuevas tecnologías, el uso de Plataformas virtuales y de redes sociales como medio de difusión e información, que permiten que los contenidos no se desvanezcan con el pasar del tiempo como lo que ocurre con los programas que se emiten en directo en medios tradicionales, lo cual lleva a identificar los elementos comunicacionales a ser aplicados en un proceso de comunicación que incluye plataformas digitales.

El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, ha transformado la manera de producir programas, noticias y está generando un cambio en el perfil sobre las formas de presentación de las mismas con difusión de contenidos hasta llegar a ser uno de los canales más rápidos y de mayor alcance. Plataformas como Facebook, Twitter, WhatsApp e Instagram se imponen ante un nuevo escenario digital.

Lo cual deriva en la planificación y producción de un programa dedicado a la Salud, a través de Plataformas Virtuales, haciendo uso de los estudios y el Sistema Moderno de Zoé Radio Digital, facilitando la participación de oyentes y seguidores, que pueden contemplar lo que pasa en el estudio por el uso de sus modernos dispositivos.

Por lo expuesto el problema de la presente investigación es:

¿Cuáles son los elementos comunicacionales relevantes que se identifican en el uso de plataformas virtuales, para informar, educar y concienciar en temas de salud, a través de Zoé Radio Digital, en los meses de abril a noviembre de 2020?

FUNDAMENTACIÓN PRÁCTICA. - Los resultados de la presente Memoria Académica aportarán en la complementación del pensum de la Carrera de Comunicación Social de la UMSA, será de mucha utilidad para la formación de profesionales en Ciencias de la Comunicación Social, tomando en cuenta las nuevas herramientas y medios tecnológicos que facilitan el alcance de contenidos a una mayor cantidad de público con una respuesta casi inmediata en el uso de plataformas virtuales como medio de Información, Educación y Concienciación en temas de salud.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA: La Memoria Académico Laboral se enmarca en el análisis y revisión del Proceso de Comunicación, dando énfasis a los modelos comunicacionales de diferentes autores y teorías, como la de Harold Lawell, de Shannon y Weaver y las funciones de los Elementos de la Comunicación en las Plataformas Digitales, tomando en cuenta las teorías de Marshal MacLuhan, y la teoría de aprendizaje social o cognoscitiva ligada a Comunicación y Salud.

FUNDAMENTACIÓN SOCIAL. - Los beneficiarios de la presente Memoria Académico Laboral son la comunidad estudiantil de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés, para la creación de medios digitales y/o plataformas virtuales con un enfoque informativo, pero principalmente educativo, tomando en cuenta temas sociales de vital importancia.

La población en general también serán beneficiarios ya que la sistematización y explicación de temas de salud, aportan en el conocimiento general para la prevención de patologías.

2.1.- SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA

2.1.1. ANTECEDENTES

En Bolivia, como parte de una nueva cultura digital, Según la Revista Forbes, entre las gestiones 2019 y 2020 se registró un mayor incremento de uso de redes sociales y plataformas Virtuales, llegando a un 13% más, es decir, 834.000 usuarios.

Con relación al uso de Internet, 7,5 millones de bolivianos, un 65% de la población, son usuarios de Internet. Unas 500.000 personas se insertaron en la red en el último año, lo que significa un incremento del 7,1% entre 2019 y 2020.

Según el informe Digital 2020 April Global Statshot Report, detectó un salto impresionante en la actividad digital en dicha gestión, especialmente en los países que tuvieron estrictas cuarentenas, debido a las medidas de restricción que se adoptaron con el fin de evitar se propague el coronavirus.

Otro dato llamativo es que el número de conexiones a teléfonos celulares alcanzó los 11,4 millones (99% de la población), con un incremento de 183.000 conexiones, un 1,6% más que 2019.

Por otra parte, según la Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación AGETIC 2020, Facebook es la red social más utilizada en Bolivia con un 94% de la población internauta.

Medios de comunicación que más se consumen durante la semana

De 1478 encuestas *online* realizada en el eje central (Santa Cruz, La Paz y Cochabamba) por Captura Consulting:

Medio de comunicación	Porcentaje
Internet	98
Televisión	75
Periódico	47
Radio	41

Gráfico N° 1



Gráfico 1: Fuente AGETIC

Los siguientes datos están representados por la **audiencia total de publicidad** en cada red social

- ***FACEBOOK EN BOLIVIA***

- **Total de usuarios:** 7 100 000 de usuarios.
- **Masculino:** 53.5 %.
- **Femenino:** 46.5 %.

Gráfico N° 2



Gráfico 2: Fuente AGETIC

- ***INSTAGRAM EN BOLIVIA***

- **Total de usuarios:** 1 100 000 de usuarios.
- **Masculino:** 46.3 %.
- **Femenino:** 53.7 %.

Gráfico N° 3

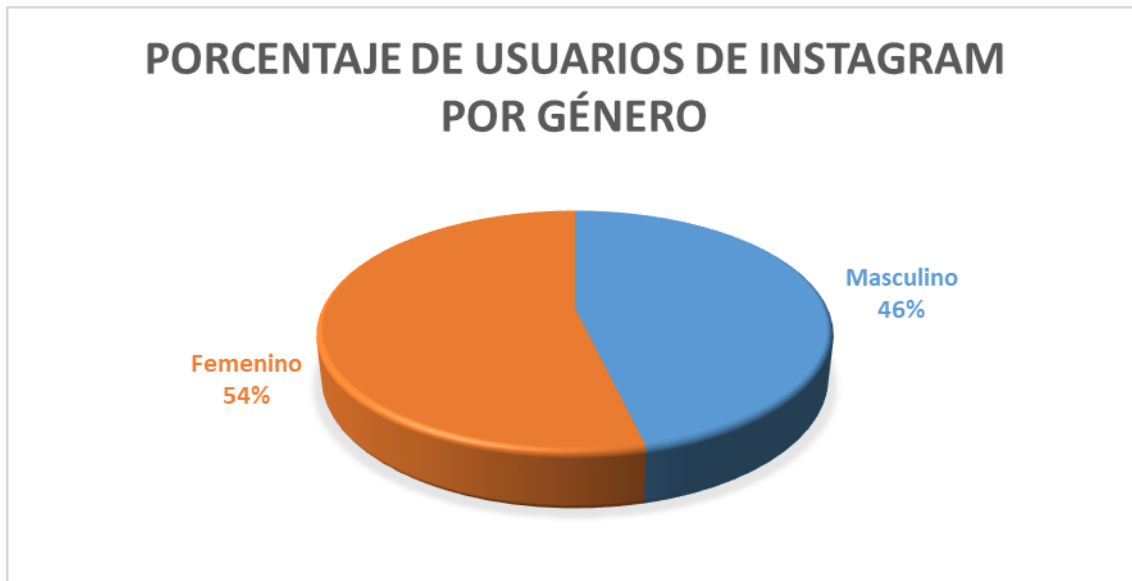


Gráfico 3: Fuente AGETIC

- ***TWITTER EN BOLIVIA***

- **Total de usuarios:** 380 000 usuarios.
- **Masculino:** 62.9 %.
- **Femenino:** 37.1 %.

Gráfico N° 4



Gráfico 4: Fuente AGETIC

Durante este último año, las plataformas y redes sociales se han convertido en el principal medio de la creatividad humana. En el contexto de la crisis sanitaria que ha generado la pandemia por Covid-19, su uso ha aumentado sustancialmente.

2.1.2. RADIO DIGITAL O CIBERRADIO

Con relación a una Radio digital o a la Ciberradio, Rodero (2002), menciona que la clasificación de medios de comunicación se ha extrapolado a la Internet, ya que utiliza los recursos tecnológicos de la Internet y de la telemática (con la telefonía celular inteligente), para transmitir su señal de forma digital y emitir sus contenidos. Todo aquello es posible mediante un servidor de audio que hace uso de la tecnología denominada streaming, por medio de ésta, la programación de una emisora puede ser emitida y escuchada prácticamente

en tiempo real (con retraso de muy pocos segundos o fracciones de segundos en el mejor de los casos) sin necesidad de que el audio sea descargado en su totalidad para ser escuchado como ocurre cuando se descarga otro tipo de audios como música o podcasts.

Con la radio en Internet se viabiliza y se acerca al proceso comunicativo de tipo horizontal en contraposición de la radio o los medios de información tradicionales de tipo vertical, teniendo la oportunidad de establecer vínculos con carácter de diálogo. Flores (2011), “Se tiene la posibilidad de hacer un trabajo más flexible y horizontal, ya que existen las herramientas necesarias para lograr cierto grado de participación directa de la audiencia” (p.14).

Al hablar de radio online o radio en Internet desde su concepción la radio da un salto para convertirse en ciberradio, caracterizandose por ser hipertextuales, multimediales e interactivas, sin embargo, se identifica por su materia prima, el sonido.

Al recurrir a los elementos esenciales de la radio convencional, los transforma en productos distintos, el rasgo particular en este nuevo proceso comunicativo, es la interactividad, Cebrián (2008), “toda ciberradio aspira a convertirse en un servicio multimedia” (p.21).

Utiliza la red como plataforma para ofrecer, no solamente su emisión secuencial (si la hubiese) vía “streaming”, sino también, complementos multimedia: fotografías, infografías, textos, fragmentaciones de la programación sincrónica y los recursos de interactividad

No se conoce el número exacto de radioemisoras o radios digitales con presencia en la red, sin embargo, para tener una idea, hasta inicios del año 2014, Bolivia tenía un número

aproximado de 37 emisoras presentes en la red, las cuales hasta la fecha no requieren de una licencia y sus costos de funcionamiento son mínimos.

2.1.3. MARCO INSTITUCIONAL “ZOÉ RADIO DIGITAL”

Partiendo de que la radio ha dado el gran salto digital y ya no viaja solo a través de las ondas, sino circula por Internet en los teléfonos móviles y tabletas electrónicas. Nieto (1998) nos dice que ya no se requieren concesiones administrativas ni desplegar antenas para llegar a los oyentes, La tecnología ha cambiado, además, la manera en la que los operadores conectan con la audiencia porque la radio se oye, pero ahora también se ve.

Zoé Radio, como parte de la transformación digital que el mundo vive se ha constituido como un medio multimedia y alternativo creado por profesionales jóvenes y emprendedores ligados al ámbito de la Comunicación Social, jóvenes que creen en su país y en que el medio de la nueva era pueden ser bien utilizados para educar e informar a la población con contenidos para cubrir necesidades informativas de todas las familias, quienes hacen uso de las redes sociales.

La misión principal de Zoé Radio es educar e informar a la población y a sus seguidores con una programación dedicada a las familias quienes hacen uso de plataformas virtuales y redes sociales como un medio alternativo, buscan generar un buen uso de medios digitales con opciones de un contenido positivo, de solidaridad, unidad y especialmente de educación en temas de salud, deportes, medio ambiente, área legal, apoyo a emprendedores y

análisis social con una comunicación horizontal y de retroalimentación del público a través de su participación.

El objetivo de Zoé Radio es consolidarse como un medio alternativo, con una opción de plataforma digital, a su vez propone programación de contenido educativo e informativo, apoyando a mujeres y hombres trabajadores y emprendedores del país.

Concienciar a la población a través de diversas temáticas que son abordadas en cada programa, nota, editorial y reportaje de Zoé Radio.

Medio de Comunicación que emite su programación por las siguientes plataformas digitales:

- FACEBOOK: Zoé Radio Digital

<https://www.facebook.com/ZoeRadioDigital>

- YOUTUBE: Zoé Radio

<https://www.youtube.com/channel/UCW5PIN6Iy-hDU6YYddk11Tg/featured>

- INSTAGRAM: Radiozoe2020

- TWITTER: ZoRadio2

<https://twitter.com/ZoRadio2>

- PORTAL WEB:

www.zoeradiobolivia.com

- APLICACIÓN PLAY STORE: Zoé Radio

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.sistemareal.zoeradio>

2.1.4. PRODUCCIÓN PROGRAMA “SALUDABLEMENTE BOLIVIA”

Posteriormente de identificar el medio digital, para informar, educar y concienciar en temas de salud, se crea un espacio o programa denominado “Saludablemente Bolivia, ¡Tu Salud en tus Manos!”

Saludablemente Bolivia tiene la misión principal de contribuir al mejoramiento de la salud, prevención de patologías, conocimiento de síntomas y signos de las mismas, utilizando diversos recursos a través de un plan comunicacional.

Inicia con la planificación de un programa de 60 minutos, proyectando ser un punto de referencia en la difusión de información, contribuyendo con el aprendizaje y conocimiento de temas relevantes de salud fisiológica, mental, emocional y espiritual, asimismo de trascendencia social.

El objetivo principal del programa “Saludablemente Bolivia” es contribuir al conocimiento de la población en materia de diversos temas de salud, mediante el impulso a la investigación y el fortalecimiento de medios alternativos digitales y su desarrollo para una difusión de fácil acceso para la población.

2.1.5. PLANIFICACIÓN DE PROGRAMA “SALUDABLEMENTE BOLIVIA”

¿QUÉ ES UN PROGRAMA?

Es aquella unidad de la programación que tiene un tiempo de duración determinado y un nombre específico que lo caracteriza. Aborda, por medio de su(s) conductor(es) y/o locutor(es) cierto tipo de contenido de acuerdo a la filosofía de la radioemisora o medio que es

emitido con una periodicidad o frecuencia: diario, día por medio, semanal, etc. Un programa, independientemente del conjunto de la programación posee una propia estructura. Para (Moreno, 2005). “se entiende por programa el producto radiofónico que dispone de un título que le otorga personalidad, una temporalidad y periodicidad determinada y muestra una unidad de criterio respecto de la selección y el tratamiento del contenido”.

2.1.6. FORMATO PROGRAMA “SALUDABLEMENTE BOLIVIA”

Los formatos radiofónicos son los moldes concretos que deben dar forma precisa a los moldes abstractos (géneros) de realización de los programas, tomando en cuenta que está sujeto a la capacidad, creativa e ingenio del comunicador.

El formato que se toma en cuenta para desarrollar el programa “Saludablemente Bolivia” es la entrevista en base a un Dialogo por la interacción que genera entre el emisor-receptor-emisor.

2.1.7. TIEMPO, FRECUENCIA Y HORARIO DEL PROGRAMA “SALUDABLEMENTE BOLIVIA”

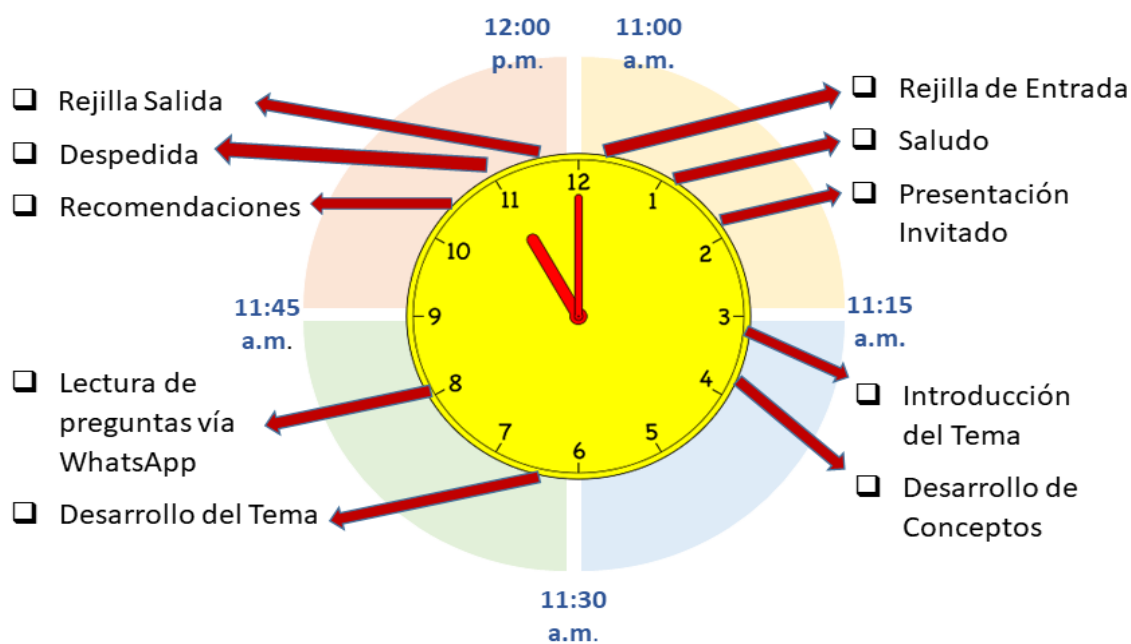
El programa “Saludablemente Bolivia” se emite los días lunes y miércoles a las 19:30 hrs. con una duración de 30 minutos y los días sábados a las 11:00 a.m. con una duración de 60 minutos.

2.1.8. ESTRUCTURA Y ESCALETA DEL PROGRAMA “SALUDABLEMENTE BOLIVIA”

La estructura y escaleta de un programa es un detalle en el que se destaca aquellos pasos que pertenecen al programa y en función al tipo del mismo, es el instrumento que sirve para planificar cualquier programa ya sea radial o televisivo, su realización apoya para prever el material sonoro y visual que se empleara en la producción. Se detallan todos los pasos a seguir en función del programa que se va a desarrollar, por ello su importancia.

Cuadro N° 1

Detalle de la Escaleta de planificación del programa “Saludablemente Bolivia”



Cuadro 1: Elaboración Propia

2.1.9. REGISTRO DE AUDIO E IMAGEN

Los programas de “Saludablemente Bolivia” son registrados para contar con una observación de fácil búsqueda en las plataformas Digitales de Zoé Radio, tanto por YouTube como por Facebook.

2.2.- OBJETIVOS

2.2.1. Objetivo General

- Describir los elementos comunicacionales relevantes en el uso de plataformas virtuales como aporte a la información, educación y concienciación en temas de salud, a través de Zoé Radio Digital, en los meses de abril a noviembre de 2020.

2.2.2. Objetivos específicos

- Generar un espacio exclusivo en temas de salud en la programación de Zoé Radio Digital
- Recopilar, ordenar y clasificar la información, para la producción de un programa dedicado a temas de salud.
- Identificar los recursos técnicos y humanos para la producción de un programa de salud.
- Planificar contenidos en base a la revisión de información.
- Elaborar una base de datos de especialistas en temas fisiológicos, mentales y emocionales.

2.3.- MARCO TEÓRICO

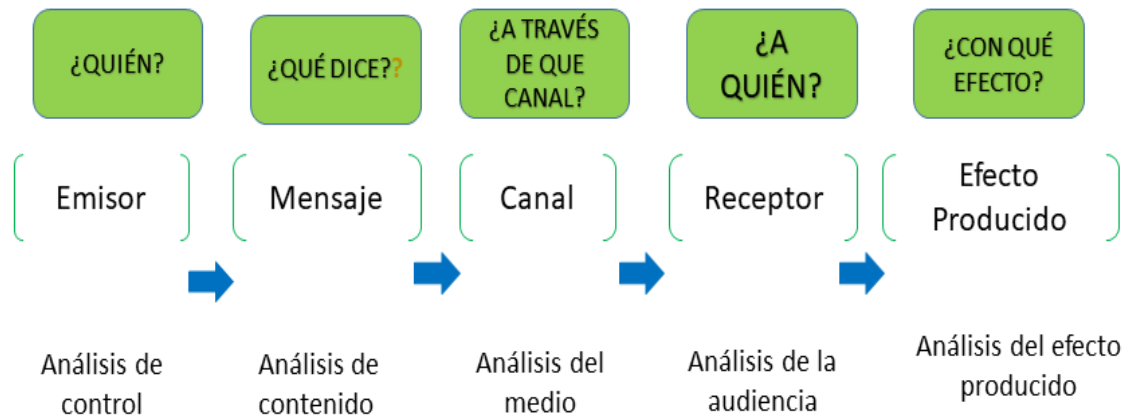
La presente Memoria Académico Laboral se enmarca en un abordaje Pragmático que deviene de la corriente estructural-funcionalismo, Torrico, (2016), “Su atención está centrada en la existencia y subsistencia de la sociedad, las que atribuye al consenso entre individuos, grupos e instituciones, todos los cuales, según este enfoque, comparten valores y normas que posibilitan la cohesión y la estabilidad social” (p.28).

La comunicación es un proceso donde participan elementos con una determinada función. Son varios los modelos que diferentes autores elaboraron para encontrar un esquema de comunicación completo, en la presente sistematización se identifican los afines a la descripción de los elementos comunicacionales más relevantes en el uso de Plataformas Virtuales para la información, educación, y concienciación de temas de salud, como Harold Laswell, Shannon y Weaver, y las funciones de los mismos en las Plataformas según la propuesta de Marshal MacLuhan.

Harold Laswell elaboró un esquema de comunicación aplicable a las ciencias sociales basado en las preguntas: ¿Quién dice? ¿Qué dice? ¿A través de que canal? ¿A quién? ¿Con qué efecto?

Cuadro N° 2

Esquema de Comunicación de Harold Laswell



Cuadro 2: Elaboración Propia

Un modelo igual de reconocido es el planteado por Shannon y Weaver, quienes identificaron siete elementos en el proceso de comunicación, aunque no en el contexto de las ciencias sociales, se puede ejemplificar con una comunicación que realizamos todos los días como es una conversación vía chat. En esta conversación aparece:

Fuente de información: la persona que manda un mensaje vía chat.

Transmisor: el ordenador utilizado por esta persona para mandar el mensaje.

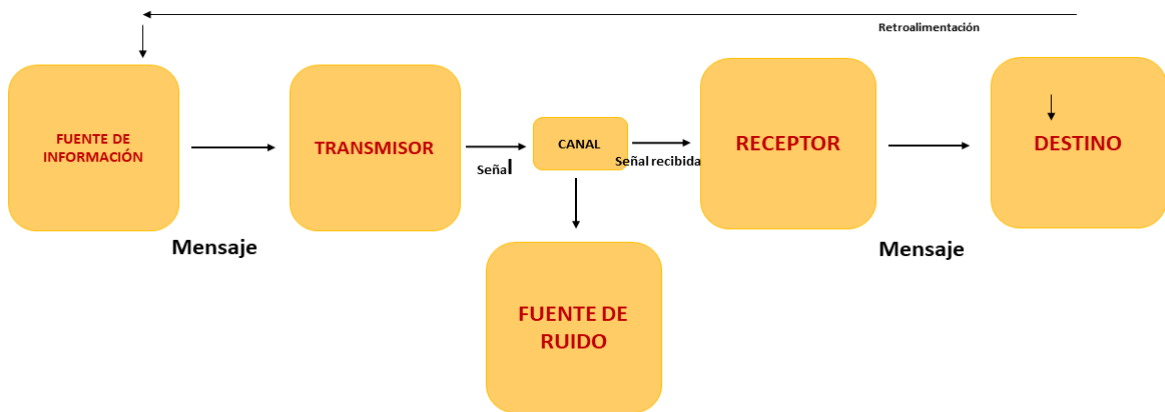
Receptor: el ordenador con el que es recibido el mensaje.

Destino: la persona que recibe el mensaje

Aparece un elemento que es el ruido, en este caso es el wifi ya que se puede cortar e impedir la conversación.

Cuadro N° 3

Esquema de Comunicación de Shannon y Weaver



Cuadro 3: Elaboración Propia

Según la Revista Digital EFDeportes.com (Hernández Mendo & Garay, 2013), En este modelo se entiende la comunicación como un “proceso de transferencia de información “lineal y unidireccional. Se trata de un modelo o, más exactamente, de una teoría de la información pensada en función de la cibernética. Cuando Shannon habla de información, habla de una unidad cuantificable que no tiene en cuenta el contenido del mensaje. El modelo de Shannon se aplica entonces a cualquier mensaje, independientemente de su significación y ha sido empleado analógicamente para el estudio de la conducta y la lingüística. Señala cinco funciones que se tienen que cumplir (fuente, transmisor, canal, receptor, destino) y el factor “ruido” como elemento disfuncional que puede influir, precisamente en el canal.

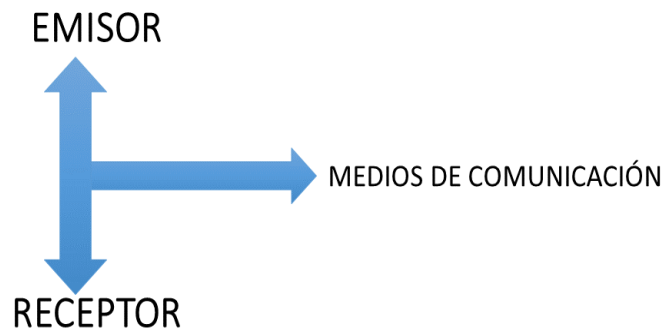
Sin embargo, entre ambos modelos comunicacionales se considera que las últimas dos décadas han sido testigo de profundos cambios en el ámbito de la tecnología que han incidido, a su vez, en la manera como nos comunicamos y nos interrelacionamos con los demás. Marshall McLuhan falleció el 31 de diciembre de 1981, no obstante, describió de forma anticipada una revolución tecnológica y comunicacional que cambió a la sociedad y que él no llegó a conocer.

Según la Revista Digital Educación y Tecnología (Ayala, 2012). Marshall McLuhan planteó que todos los cambios sociales son el efecto que las nuevas tecnologías ejercen sobre el orden de nuestras vidas sensoriales. respecto de las principales ideas del llamado “profeta de los medios”, analiza de qué manera se aplican al actual contexto cultural y tecnológico, donde los valores se modifican en un ambiente electrónico de redes sociales y comunidades virtuales que cambiaron -de forma sustancial- la forma como las personas se comunican e interaccionan entre sí.

En términos técnicos, los medios sociales que se aglutina en el término anglosajón social media son plataformas de publicación de contenidos donde emisor y receptor se confunden y permiten a los usuarios convertirse en medios de comunicación donde se toman las decisiones de los contenidos que se publican, como se clasifican y cómo se distribuyen. McLuhan, (1967).

Cuadro N° 4

Interpretación del Esquema de Comunicación de Marshall McLuhan



Cuadro 4: Elaboración Propia

Si bien no existe un consenso entre los investigadores sobre la era actual, existe un acuerdo de que, en el presente se está viviendo una “nueva era” y por ende en una nueva sociedad cuyo eje central o núcleo del proceso de tránsito hacia la misma son las tecnologías de información y comunicación (Torrico, 2003, p. 15).

Este trabajo de Memoria Laboral, también incorpora la Teoría de aprendizaje social o cognoscitiva que relaciona como repercute el uso de la comunicación en el comportamiento para cuidar y tomar en cuenta la salud.

En el entendido de que las personas viven en entornos donde los pensamientos, consejos, ayuda, ejemplos y apoyo emocional de otras personas influyen en sus propias emociones, comportamiento, pero también en su salud. Es decir, las personas pueden ser influenciadas por sus entornos sociales y al mismo tiempo ejercen influencias en éstos. Las personas y sus entornos interactúan continuamente, Esta teoría explica y aborda claramente los factores psicosociales que determinan el comportamiento de salud y sirve para diseñar las estrategias para promover el cambio de comportamiento.

Cuadro N° 5

Esquema de la Teoría de aprendizaje social o cognoscitiva



Cuadro 5: Elaboración Propia

El comportamiento humano se explica en términos de una teoría dinámica, recíproca y de tres vías, en la cual los componentes personales, las influencias ambientales y el comportamiento interactúan continuamente. La experiencia demuestra también que el aprendizaje se da en un contexto dado, puesto que los padres influyen en el comportamiento de la persona y no solo ellos sino los pares, los amigos, los compañeros de clase, los medios de comunicación, etc.

Según, (Choque, 2005). El uso de los medios informativos y los multimedia, además de otras innovaciones tecnológicas para difundir información sobre salud entre la población, aumenta la concienciación sobre aspectos específicos de la salud individual y colectiva y sobre la importancia de la salud en el desarrollo. La comunicación para la salud se convierte en un elemento cada vez más importante en la obtención de un mayor empoderamiento para la salud de los individuos y las comunidades.

Por otra parte, según la Psicología de la Comunicación, Mayor (1991), señala que surge del encuentro entre una psicología que se ocupa de la problemática de la comunicación y de una ciencia o teoría de la comunicación que descubre sus implicaciones psicológicas.

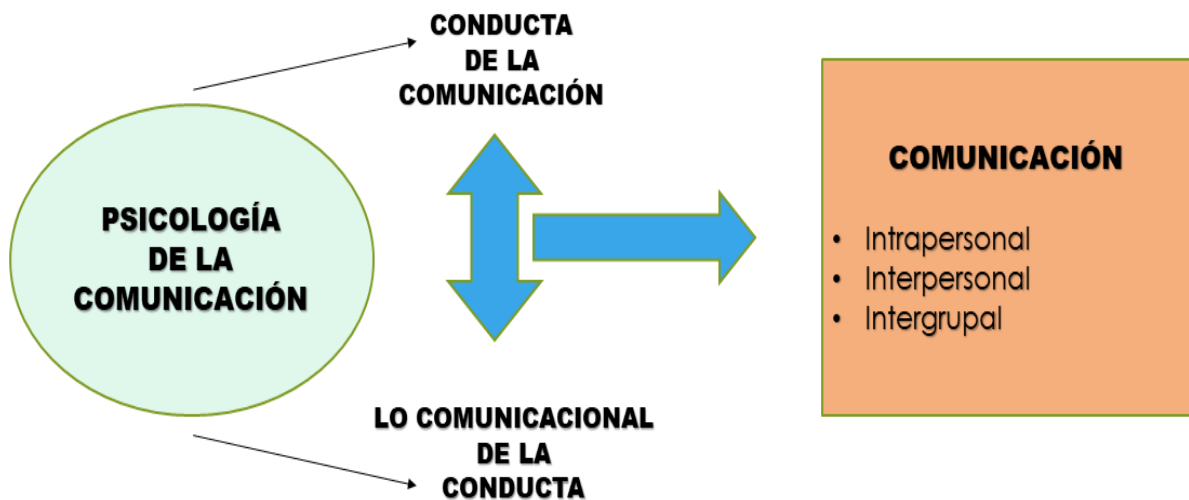
La comunicación es un proceso de interacción social que puede darse entre distintos niveles: intrapersonal, Esta forma de comunicación implica que es la misma persona quien emite y, al mismo tiempo, quien recibe el mismo mensaje; interpersonal es un intercambio de información entre dos o más personas, incluyendo intenciones, significados, deseos, emociones, etc. he, intergrupalo o entre grupos en sus vertientes de comunicación de grupos y

de masas, tienen por lo general una gran visibilidad ya que a menudo son objeto de interés por parte de los medios de comunicación.

A partir de la afinidad entre ambos aportes se ha ido configurando una psicología de la comunicación que estudia lo conductual de la comunicación y lo comunicacional de la conducta, la influencia mutua entre conducta y comunicación.

Cuadro N° 6

Interpretación del esquema de Psicología de la Comunicación



Cuadro 6: Elaboración Propia

La psicología se interesa por la comunicación como un proceso básico, pero también en cuanto al proceso implicado en cualquier actividad humana, sea cual sea el campo de aplicación, clínica, escolar, social, etc.

2.4.- MARCO CONCEPTUAL

2.4.1. COMUNICACIÓN

La comunicación es un proceso que consiste en la transmisión e intercambio de mensajes entre un emisor y un receptor.

Berlo define a la comunicación como: “El conjunto de medios, instrumentos y recursos que permite transmitir ideas, actitudes e imágenes de una persona, generación o sociedad a otra”. (Berlo, 1973, p.100).

De acuerdo con Kaplún (1985), existen dos formas de entender el término comunicación: la primera entendida como un acto de informar, de transmitir, de emitir algo, y la segunda concebida como sinónimo de diálogo, de intercambio; de hallarse en correspondencia, en reciprocidad, de compartir, siendo esta última la más antigua de las acepciones (p. 64).

2.4.2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

LOZANO, J. (2007), señala Laswell considera a los siguientes elementos en el proceso de comunicación:

- ¿Quién?: es el emisor, es decir, el origen, la fuente de toda comunicación. El autor incluyó en esta denominación todas las categorías de emisores: desde un periodista hasta las agencias internacionales periodísticas o publicitarias.
- ¿Dice qué?: Se trata del mensaje. Laswell se detiene principalmente en el análisis de la información contenida en el mensaje, procediendo a una clasificación sistemática del mismo.
- ¿Por cuál canal?: Se trata de los medios usados para transmitir el mensaje. Introdujo la noción de análisis de medios, es decir, la investigación del o de los mejores canales capaces de viabilizar el mensaje al o a los receptores.
- ¿A quién?: En relación con el análisis de medios, el análisis de receptores es sobre todo cuantitativo. Pondera medir en términos de cantidad el universo a alcanzar para aislar una o varias partes.
- Con qué efecto: Se trata del impacto que concibe en forma global. En otros términos: el estímulo contenido en un mensaje dado, posibilitado por tal medio, dirigido a una población o segmento de mercado de tal volumen dando tal resultado. (p.15)

2.4.3. COMUNICACIÓN EN SALUD

La teoría de la comunicación para la salud utiliza cuatro elementos clave del proceso de comunicación: audiencia, mensaje, fuente y canal, sumados a un fuerte

componente de investigación y participación. Los programas efectivos de comunicación en salud identifican y les dan prioridad a los mensajes precisos basados en fuentes científicamente veraces y logran llegar a las audiencias a través de diversos canales de comunicación.

La comunicación para la salud se presenta como una potente herramienta de cambio de conductas individuales y colectivas, que puede incrementar el conocimiento de la población sobre un tema relacionado con la salud. (Díaz, 2011)

2.4.4. COMUNICACIÓN HORIZONTAL

El proceso de comunicación horizontal juega un papel esencial para posibilitar la participación de una comunidad, proceso se basa en el diálogo recibiendo un feedback casi inmediato, aunque se empleen distintos medios de comunicación, ya sean tradicionales o modernos.

2.4.5. COMUNICACIÓN DIGITAL O VIRTUAL

La comunicación virtual o digital es la comunicación que se produce gracias al mundo conectado a través de Internet. Incluye tanto una conversación por Skype como la escritura del emisor y la lectura del receptor de un artículo publicado en un blog o portal web.

2.4.6. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC)

Las TIC son el conjunto de tecnologías que permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información presentada en diferentes códigos (texto, imagen,

sonido). El elemento más representativo de las nuevas tecnologías es sin duda el ordenador y más específicamente, Internet.

“Las tecnologías digitales de la información y las comunicaciones permiten generar, almacenar, transmitir, recuperar y procesar información en dimensiones espaciales temporales hasta ahora inéditas” (Quiróz, 2016, p. 249).

2.4.7. PLATAFORMAS VIRTUALES O DIGITALES

Las plataformas digitales o plataformas virtuales, son un recurso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), son espacios en Internet que permiten la ejecución de diversas aplicaciones o programas en un mismo lugar para satisfacer distintas necesidades.

Cada una cuenta con funciones diferentes que ayudan a los usuarios a resolver distintos tipos de problemas de manera automatizada, usando menos recursos.

2.4.8. REDES SOCIALES

Según el Portal Digital Tecnosoluciones, Una “red social” es la unión de varias personas que actúan como nodos de comunicación y generan conexiones al compartir información. Imagínense una tela de araña virtual en la que cada punto de unión entre un hilo y otro, es una persona. A través de esos hilos se comparte la información que le es común, y de interés, a la comunidad.

Una red social es el tejido virtual que se va formando en el ciberespacio, cuando varias personas forman parte de una plataforma digital y de un grupo dentro de esta.

2.4.9. TIPOS DE PLATAFORMAS DIGITALES

2.4.9.1. Facebook

Facebook es una plataforma gratuita que permite a los usuarios interconectarse para interactuar y compartir contenidos a través de internet. Fue lanzada en 2004. Su fundador es Mark Zuckerberg.

Tanto Zoé Radio como Saludablemente Bolivia cuentan con una fan page, es decir, una página creada especialmente para ser un canal de comunicación con sus seguidores de Facebook (fan page = página para fans, en traducción literal). A diferencia de los perfiles, las fan pages son espacios que reúnen a personas interesadas en un asunto, empresa, institución, causa o personaje en común.

Fotografía N° 1

Página de Facebook de Zoé Radio Digital



Fotografía: 1

Fotografía N° 2

Página de Facebook del programa Saludablemente Bolivia



Fotografía: 2

2.4.9.2. Twitter

Esta plataforma social, es un servicio de comunicación bidireccional con el que puedes compartir información de diverso tipo de una forma rápida, sencilla y gratuita.

En otras palabras, se trata de una de las redes de microblogging más populares que existen en la actualidad y su éxito reside en el envío de mensajes cortos llamados “tweets”.

Fue creada por Jack Dorsey y su equipo en 2006 y la idea se inspira en el envío de fragmentos cortos de texto.

Zoé Radio, como un medio de comunicación alternativo y digital, tiene y genera un estilo propio a través de la facilidad de publicación móvil permitiendo que sus seguidores estén al tanto de todas sus noticias.

Fotografía N° 3

Twitter de Zoé Radio



Fotografía: 3

2.4.9.3. Instagram

Instagram es una aplicación móvil al mismo tiempo, que permite a sus usuarios subir imágenes y vídeos con múltiples efectos fotográficos como filtros, marcos, colores retro, etc., para posteriormente compartir esas imágenes en la misma plataforma o en otras.

Esta aplicación, es actualmente una de las que mayor crecimiento tiene en el mundo.

Saludablemente Bolivia y Zoé Radio tienen cuentas en Instagram, con el objetivo de crear un *feedback* con sus seguidores y audiencia e ir acogiéndola con contenido destacado y atractivo.

Fotografía N° 4

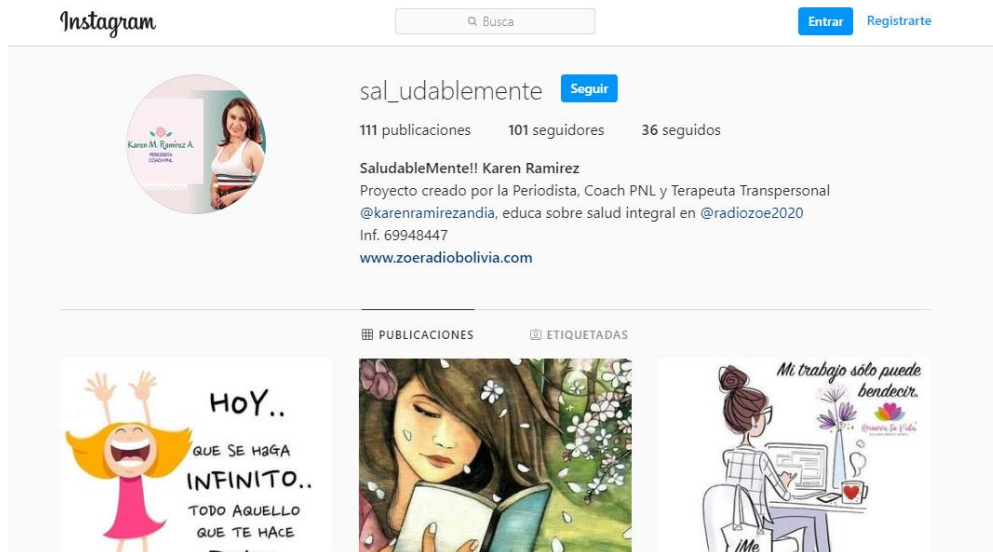
Instagram de Zoé Radio



Fotografía: 4

Fotografía N° 5

Instagram del programa Saludablemente Bolivia



Fotografía: 5

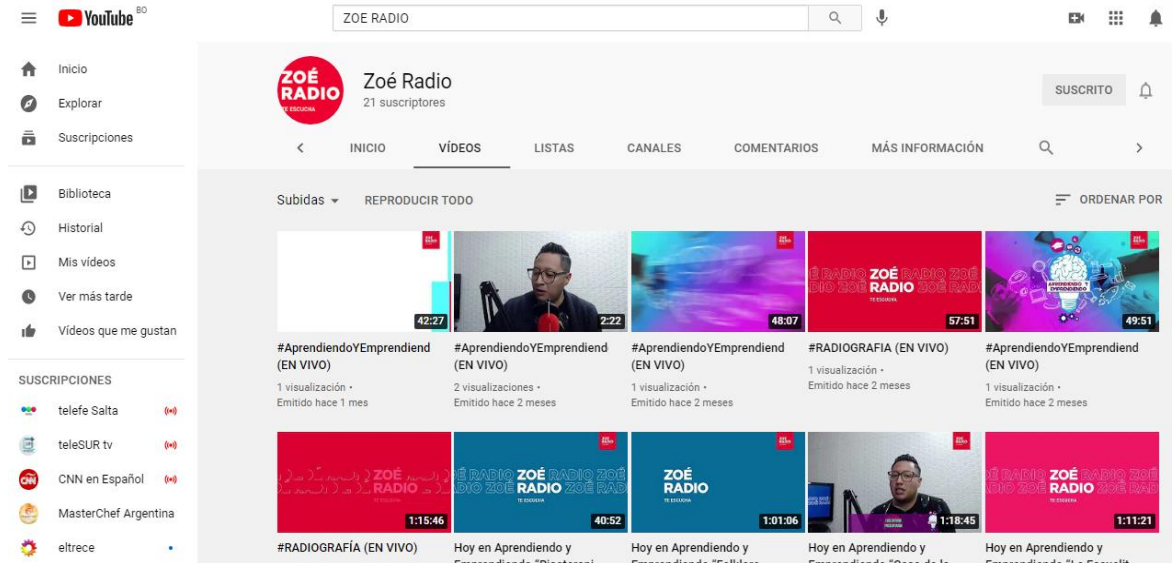
2.4.9.4. YouTube

YouTube es un sitio Web que permite a sus usuarios subir vídeos para que otros puedan consumirlos en cualquier momento y de manera Online. Es una especie de televisión a la carta por Internet, donde con una cuenta Gmail, cualquiera puede tener su propio canal.

Saludablemente Bolivia cuenta con más de 4.600 suscriptores, por su parte Zoé Radio diversifica su uso, ambas cuentas con contenido de calidad.

Fotografía N° 6

Canal de YouTube de Zoé Radio



Fotografía: 6

2.4.9.5. Sitio Web

Sitio web se trata de un conjunto de hipervínculos creados en HTML y englobados dentro de la WWW. La información está ordenada a través de páginas interconectadas y que forman parte de un dominio alojado en un servicio de web hosting.

Un sitio web incluye información que puede ser observada públicamente para generar tráfico (un mayor número de visitas)

Zoé Radio cuenta con un Sitio Web www.zoeradiobolivia.com, el cual está diseñado para ser visto en cualquier lugar del mundo en el que haya Internet. De ésta manera las barreras de espacio y tiempo se reducen. Brindando respaldo en su consolidación como medio Digital.

Al mismo tiempo plasma la imagen de Zoé Radio, tanto desde el diseño, hasta su contenido, incluyendo la misión, visión y los objetivos con los cuales fue creado éste medio.

El programa Saludablemente Bolivia, es emitido en audio, a través del sitio Web de Zoé Radio, donde también se puede escuchar música las 24 horas del día.

Fotografía N° 7

Sitio Web de Zoé Radio



Fotografía: 7

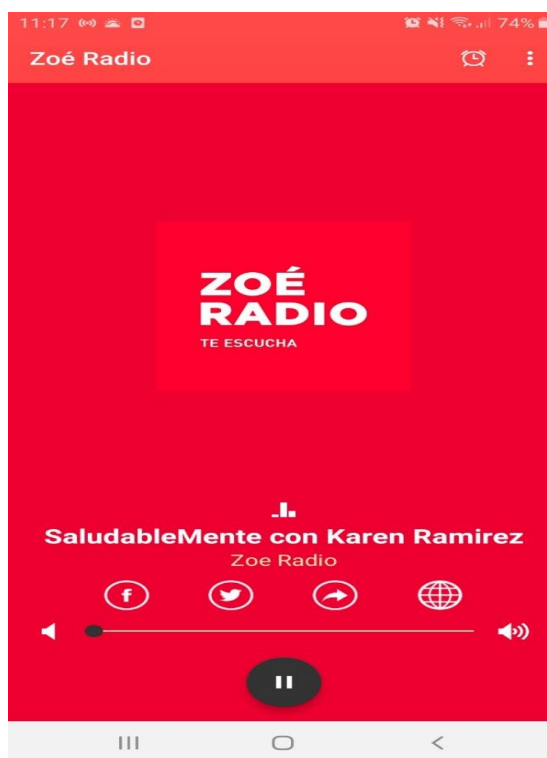
2.4.9.6. APP Móvil

Las aplicaciones móviles son programas diseñados para ser ejecutados en teléfonos, tablets y otros dispositivos móviles, que permiten al usuario realizar actividades profesionales, acceder a servicios, mantenerse informado, entre otro universo de posibilidades.

A diferencia de la web, las apps están disponibles para su ejecución en forma instantánea: basta que el usuario toque el ícono de Zoé Radio para que ésta se inicie, sin necesidad de abrir un navegador, escribir direcciones web o usar buscadores. En un mundo donde la inmediatez es primordial, la app de Zoé está ahí para ser usada sin más demora.

El programa Saludablemente Bolivia, se emite en audio, bajo el soporte de la APP. Móvil de Zoé Radio.

Fotografía N° 8 APP Móvil de Zoé Radio



Fotografía: 8

2.5 MARCO METODOLÓGICO

La presente investigación, está basada en el enfoque cualitativo que tiene como “propósito reconstruir la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido” (Hernández, 2003, p.5).

Para establecer la cientificidad del presente trabajo de Memoria Académica laboral, la Metodología está implícita en los Métodos seleccionados, a fin de elaborar la presente investigación y descripción de la experiencia, por esta razón los métodos apropiados para la sistematización son Deductivo y Analítico.

2.5.1.1. TIPO Y MÉTODO

2.5.1.1.1. MÉTODO DEDUCTIVO

La presente investigación, está basada en el método deductivo, “Esto es, que a partir de situaciones generales se lleguen a identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en la situación general. Así, de la teoría general acerca de un fenómeno o situación, se explican hechos o situaciones particulares”. (Méndez, 2011, p.60).

El método deductivo en esta investigación fue implementado partiendo de lo general a lo particular observando la derivación que tuvo una primera experiencia en comunicación y salud en Abya Yala tv. Para más adelante ser implementada en un espacio en Zoé Radio Digital y sus Plataformas Virtuales.

2.5.1.1.2. MÉTODO ANALÍTICO

Es importante señalar que para el desarrollo de este trabajo se implementó el método Analítico, que es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. (Ortiz & García, 2005, p.53).

El método analítico en esta investigación fue de gran aporte en la investigación, pero principalmente en el análisis de diversas teorías de autores como Laswell, Shanon y Weber y Macluhan, con referencia al proceso comunicacional y sus elementos.

2.5.2.- TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

En el entendido de que las técnicas de investigación son aquellas herramientas que permiten recoger, observar y analizar la información del fenómeno a estudiar para buscar la solución al problema.

Torrico (1997), señala que los instrumentos de investigación son "...aquellos elementos, materiales, que sirven para llevar a cabo la aplicación de una técnica" (p.64).

El presente trabajo de investigación utilizó las técnicas del análisis de documentos y lectura analítica.

a) Análisis de Documentos. - Esta técnica basada en análisis de diferentes documentos bibliográficos y estadísticos, con el objeto de sustentar la base teórica de la situación problemática.

La revisión documental es una técnica básica a la que acude cualquier investigador, pues permite tener un conocimiento previo y complementario al que será obtenido por las fuentes orales. Consiste en “reunir, seleccionar y analizar datos que están en forma de ‘documentos’ producidos por la sociedad para estudiar un fenómeno determinado” (Gómez y otros, s.f. p. 5).

Con ésta técnica se revisó documentos para conocer modelos de elementos comunicaciones y sus autores, asimismo, se recopiló datos de la situación en cuanto a “cultura digital”, el uso de redes sociales y plataformas virtuales en Bolivia.

b) La Lectura Analítica. – Según la Revista Digital Lifer (Rodríguez, 2019), pretende hacer un análisis crítico y profundo de una obra en particular. Para ello, utiliza herramientas que le permitan al lector hacer un estudio sistemático y metódico de la obra que se tiene entre las manos. Por lo tanto, al hacer una lectura analítica suelen hacerse esquemas, resúmenes, anotaciones, resaltando los aspectos importantes, entre otras prácticas que sean útiles para el lector y que le ayuden a llevar a cabo una lectura crítica, ordenada y exhaustiva.

Según señala Paredes, A. (2007) Una vez logrado el conocimiento de la totalidad del proceso podrá presentarlo como un solo producto, cuyas partes están totalmente interconectadas, es decir como una totalidad conocida, una síntesis.

Ésta herramienta fue mucha utilidad para la realización de apuntes, sistematizar y resumir el trabajo realizado en Zoé Radio Digital, como el análisis de las diversas teorías comunicacionales referidas a elementos de la comunicación.

2.6 CONCLUSIONES

Con el desarrollo de la tecnología ya no es indispensable la compra de un espacio en un medio de comunicación tradicional, como en radio, televisión o prensa escrita. El Portal web y las redes sociales abrió una gran oportunidad y posibilidad para que producciones independientes puedan crear y generar sus propios contenidos.

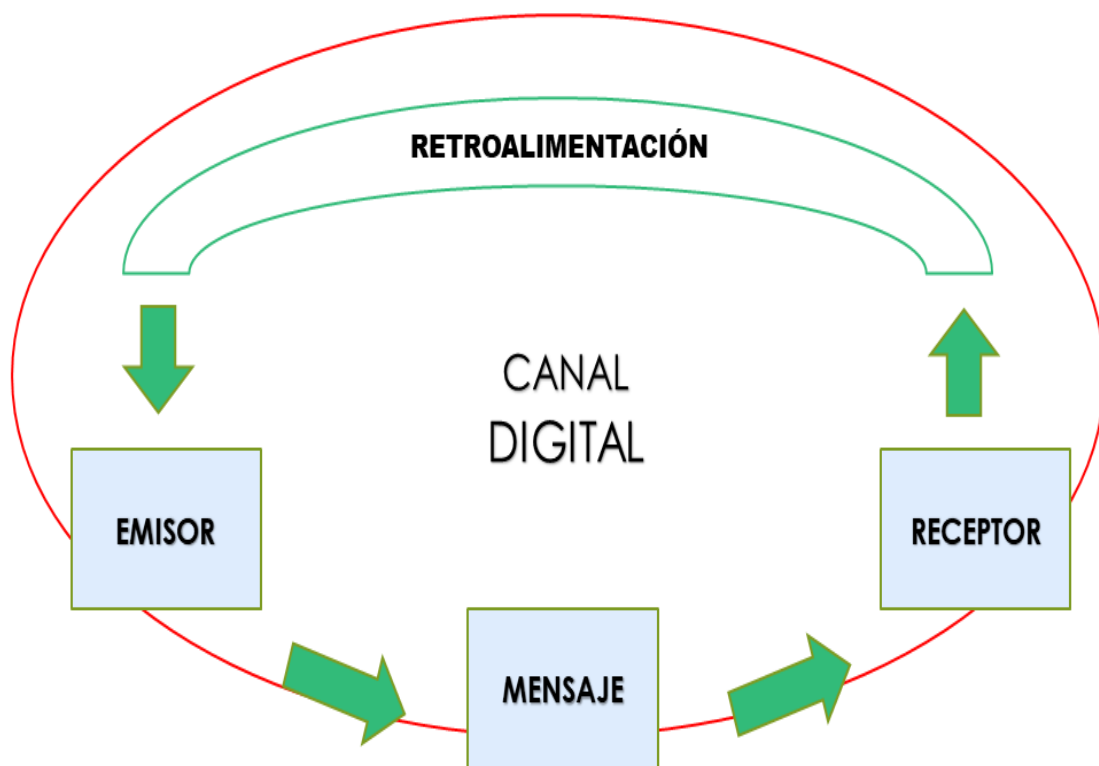
La creación y el uso de las Plataformas Virtuales que han ido creciendo en el último tiempo, y son parte de esta nueva tendencia, consolida al nuevo comunicador en un operador de la comunicación integral, haciendo uso del proceso de comunicación y sus elementos permitiendo la aplicación de los mismos.

Para graficar el análisis del uso los elementos de comunicación más relevantes en el uso de plataformas virtuales, se grafica de la siguiente manera: emisor- mensaje-receptor, de

manera circular, con una retroalimentación casi adyacente debido a la inmediatez del feedback que se recibe en la generación de contenidos.

Cuadro N° 7

Conclusión e Interpretación del esquema de Elementos Comunicacionales en el uso de Plataformas Virtuales



Cuadro 7: Elaboración Propia

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD LABORAL

3.1 BREVE BALANCE CON QUE SE CULMINÓ LA CARRERA

Por la experiencia laboral adquirida en el transcurso de los años en diversos Medios de Comunicación desde una mirada y un enfoque a partir de la práctica, señalar que el trabajo es muy distinto en el área de prensa al área de producción.

En la formación académica que recibí hace más de 13 años atrás, ingresando a la carrera en la gestión 2001 y culminando en el plan de estudios de la gestión 2007, tiempo en el que como base académica y explicativa sobre las asignaturas de cada gestión académica se manejaba el “Libro azul”.

Se pudo evidenciar que desde un inicio en el que se forma al Comunicador Social, a partir de las materias del área inicial o básica, en las que también se comprende a las sub-áreas que agrupan a las materias teóricas y técnicas que son el objeto de la instrumentación. como, Formación del cientista social, Teorías de la comunicación, Lenguaje y periodismo, Investigación y métodos, Técnicas y procedimientos, llegando al área Troncal, donde se selecciona los Talleres Verticales Síntesis, que el estudiante va seleccionando para tomar conocimiento práctico en los talleres de Televisión, Radio, Prensa y Comunicación Alternativa. Cabe señalar también que, como áreas complementarias, se encuentran los seminarios optativos que obligatoriamente se deben seleccionar.

Los aspectos más ventajosos de la formación académica en la Carrera de Comunicación Social, para más adelante ser llevados al ejercicio profesional fueron la afinidad, mayor interés y aprendizaje con materias como Teoría y Práctica de la Comunicación I y II, para así poseer un mayor conocimiento de los procedimientos e instrumentos técnicos de la comunicación.

Tomando en cuenta que uno de los principales objetivos de la carrera es formar a un comunicador integral que fusione teoría y práctica, lo cual llevó a la experiencia en la que se aplicaron instrumentos para la elaboración de mensajes con carácter informativo y educativo para la presentación de noticieros y programas que conlleven las mismas características.

Tanto las asignaturas de Lenguaje, Redacción I, II y III, son materias que introducen al estudiante a la redacción de notas informativas y la realización de entrevistas, para la generación de un estilo propio en la transmisión del lenguaje informativo y educativo, en la elaboración de Notas de Sala de Prensa y Cobertura para Noticieros en Medios de Comunicación, la interpretación de numerosos acontecimientos, para la descripción de los mismos tanto al momento de presentar un noticiero, como en el instante en el que se realiza una Unidad Móvil, asimismo para la Redacción de Boletines informativos en diversas Instituciones y la elaboración de guiones para material audiovisual de varios programas.

Uno de los componentes prácticos en el Plan de Estudios, como lo es El Taller Síntesis Vertical, que también tiene el objetivo de instrumentar el encuentro de la teoría con la práctica por medio de la articulación del conocimiento de la realidad con la efectiva práctica

profesional desde los diferentes medios con los que se cuentan, a elección inmediata fue el de Televisión, el cual se aplicó bastante en el área de creación y producción de programas con diversas temáticas como Turismo Comunitario, Medio Ambiente y Salud, para medios televisivos como Bolivia Tv. Abya Yala tv. y Zoé Radio.

El Plan de Estudios de la carrera, se destaca por incluir una mayor cantidad de materias que abarcan una enseñanza basada en la teoría, sin embargo, en el ámbito en el cual tuve la oportunidad de desenvolverme como egresada, fue en Medios de Comunicación, hoy también llamados tradicionales, identifiqué que en la formación académica, no se toma en cuenta algunas tareas que el periodista efectúa en el momento de realizar ya sea una nota, reportaje, VTR, V.O. como el LEAD que será leído por el presentador o presentadora y los sellos que deben ser enviados al Generador de Caracteres, pasando previamente por la corrección de coordinación y producción. Aspectos que se practican estando ya en el medio, siendo solo orientados de manera general en qué consisten estos instrumentos.

Dentro de la Comunicación Integral, en el área laboral se requiere tener un mejor enfoque de los espacios en los que se puede desarrollar mayores habilidades, por ello se destaca que para que se especialice el “Cientista Social”, solamente en el cuarto año se da la selección de una mención, dentro de mi interés estudiantil opté por la mención de “Comunicación y Educación Alternativa y Popular”, en la cual abordamos un enfoque general de la relación Educación-Comunicación, asignatura que debería tener mayor amplitud, ya que a la hora de trabajar en el proyecto de un programa de televisión o de radio que sea de base

social, está inmerso el género educativo que mejora sus objetivos y llegada de acuerdo a las técnicas alternativas que se utilicen.

En las actividades laborales de dirigir y producir un programa de radio o televisión que muchas veces son ejemplos de lo que se puede hacer con creatividad, también se requiere de obtener un mayor conocimiento no solo en los talleres ya sea de televisión o radio, sino de los subgéneros interpretativos como diversas narrativas que aborden la descripción, la crónica, entre otros. Trabajo realizado en programas como Tierra Viva, que contenía una narrativa vivencial y descriptiva.

En la actualidad los comunicadores se desenvuelven en medios de difusión y agencias de noticias, muchos de ellos poseionan sus marcas personales y van creando espacios propios con temáticas más específicas acorde al desenvolvimiento y la experiencia de cada uno, sin embargo, el crear un proyecto personal, implica emprender y convertirte en una empresa unipersonal, que para que genere réditos económicos, se requiere de conocimientos en marketing, publicidad y relaciones públicas, aspectos que destacan a los nuevos comunicadores.

A su vez también destacar que se puso en práctica, el desarrollo de las “nuevas” tecnologías de información y comunicación, ya que las mismas abren mayores y mejores posibilidades de trabajo, no solo por un tema de conocimientos, sino también por la emergencia sanitaria que nos tocó vivir desde la gestión 2020, donde la Internet, realmente se convirtió en una excelente herramienta y medio tecnológico de difusión.

3.2 PROPUESTA AL NUEVO PENSUM DE LA CARRERA

Con relación al nuevo perfil del profesional vigente, se debe tomar en cuenta los principios con los cuales un estudiante ingresa a la Carrera el ámbito del Cientista social va más allá de solo redactar notas o producir materiales comunicacionales, sino tiene debería adecuarse más a la realidad de la sociedad boliviana, brindando a los egresados de la carrera herramientas de mayor análisis, para llegar a la sociedad con objetivos sociales como educar y concienciar a la población en diversos temas, como un “plus” que tiene un Comunicadora Social.

Para que el nuevo profesional sea más competitivo dentro del área laboral, se debería realizar una mejora al Pensum de la carrera y no darle prioridad a la formación en periodismo, sino también en Nuevas Tecnologías y el uso de las mismas, en el pensum solo se cuenta con un seminario relacionado a ello, sin embargo, la modernidad, el avance de la tecnología y la digitalización de los medios de comunicación, son una muestra de que el conocimiento debe ir a la par.

Por otro lado, para un mejor acceso a oportunidades laborales, debería darse prioridad o incrementar la materia de idiomas nativos y a libre elección, ya sea en seminarios o de manera trimestral, el conocimiento de los mismos se ha convertido en un aspecto que favorece dentro de las habilidades que se requieren en el personal de una institución.

En el caso de la mención que también se convierte en un aspecto fundamental para el incursión en el medio laboral del Comunicador, debería incluir la especificidad de un tema de mayor interés como la “Comunicación en Salud” como un ejemplo o Deportes, Economía, Cultura y otras áreas, con las cuales el estudiante podrá adquirir el conocimiento necesario para la aplicación de Estrategias comunicacionales en cada una; siendo este un proceso

orientado a facilitar el uso de una herramienta clave para optimizar la gestión en comunicación.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Berlo, D. (1973). *El proceso de comunicación. Introducción a la teoría y práctica*. Buenos Aires. Editorial Paidós

Cebrián, M. (2008): *La radio en Internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*. La Crujía. Buenos Aires.

Choque, R. (2005). *Comunicación y Educación para a Promoción de la Salud*. Lima Perú. (p. 5)

Díaz, H. (2011). *Comunicación y Salud*. España, Editorial Complutense. Primera edición. (p. 33)

Flores, A. (2011). *La comunicación radiofónica*. CEPRODEC, La Paz.

García, S. (2010). *Manual para radialistas analfatécnicos*. Artes Gráficas Silva. Quito

Hernández, R. (2003). *Metodología de la Investigación*. Tercera Edición. DF México. Editorial Mc Graw Hill. (P. 205)

Jara, O. (1998). *Sistematización de experiencias. Búsquedas recientes. Aportes. Dimensión Educativa*. Santafé de Bogotá, No. 44. (p. 18)

- Kaplún M. (1985). *El comunicador popular*. (1° Ed.). Quito, Ecuador: Ediciones Ciespal.
- López, J. (1997). *Los medios en el medio*. Ecuador. (p. 45)
- Lozano, J. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación*. México, Editorial Pearson Educación, segunda edición. (p. 15)
- Méndez, C. (2011). *Metodología de la Investigación*. Bogotá-Colombia. Editorial Alpha-Editorial.. No. 5. (p. 60)
- Paredes, A. (2007). *Perfil del investigador social, técnicas fáciles de aplicar*. (p. 35)
- Quiróz, E. (2016). *Bolivia Digital. Vicepresidencia del Estado Plurinacional*; La Paz Bolivia. (p. 249)
- Torrico, E. (1997). *La Tesis en Comunicación – Elementos para elaborarla*. La Paz-Bolivia. Editorial Artes Gráficas Latina. (p. 64)
- Torrico, E. (2016). *“Comunicación. De las matrices a los enfoques”*. Editor Gonzalo Leonardini. Primera edición Impresa en Bolivia. La Paz-Bolivia. (p. 28)
- Torrico, E. (2003). *Conceptos y hechos de la “Sociedad informacional”*: Miradas desde y sobre Bolivia. La Paz, Bolivia: El Impresor. (p. 15)

UMSA, (2016). *Guía Metodológica FCS*. Facultad de Ciencias Sociales. La Paz. (p.2)

WEBGRAFÍA

Ayala, T. (2012) *Las Redes Sociales y Aldea Global*. *Revista Digital Educación Y Tecnología*

[file:///MarshallMcluhanLasRedesSocialesYLaAldeaGlobal-4502543%20\(3\).pdf](file:///MarshallMcluhanLasRedesSocialesYLaAldeaGlobal-4502543%20(3).pdf)

Gómez F. Javier y otros. *Técnicas cualitativas de investigación social*. Universidad de

Valencia, s.a. [http://ocw.uv.es/cienciassociales-y-juridicas/tecnicas-cualitativas-de-](http://ocw.uv.es/cienciassociales-y-juridicas/tecnicas-cualitativas-de-investigacionsocial/tema_6_investigacion_documental.pdf)

[investigacionsocial/tema_6_investigacion_documental.pdf](http://ocw.uv.es/cienciassociales-y-juridicas/tecnicas-cualitativas-de-investigacionsocial/tema_6_investigacion_documental.pdf) (consultado 14 de abril de

2021)

Hernández, M. & Garay. (2013). *Modelos Teóricos en el estudio de la Comunicación*.

Revista Ef. deportes.com..Argentina. www.EFDeportes.com

Jiménez, E. (2021). *Psicología de la Comunicación*. [https://ebg.ec/wp-](https://ebg.ec/wp-content/uploads/2021/02/Syllabus-comunicacion.pdf)

[content/uploads/2021/02/Syllabus-comunicacion.pdf](https://ebg.ec/wp-content/uploads/2021/02/Syllabus-comunicacion.pdf)

Morales, C. (2020) *Uso de Redes Sociales en Bolivia*. Revista Forbes Digital.

<http://www.forbesbolivia.com/article/rsss-bol.html>

Moreno, E. (2001). *Las “radios” y los modelos de programación radiofónica.*

http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/resumen.php?art_id=65

(consultado el 4 de julio de 2021)

Nieto, A. (2012). *La radio se oye y también se ve.* Periódico El País. Madrid-España.

https://elpais.com/tecnologia/2012/04/13/actualidad/1334339684_186829.html

Portal Digital Tecnosoluciones. (2020). [https://tecnosoluciones.com/la-diferencia-entre-redes-](https://tecnosoluciones.com/la-diferencia-entre-redes-sociales-y-plataformas-digitales/)

[sociales-y-plataformas-digitales/](https://tecnosoluciones.com/la-diferencia-entre-redes-sociales-y-plataformas-digitales/)

Rodero, E. (2002). *La Radio en Internet: El reclamo de un nuevo producto radiofónico*

diseñado para la red.

http://www.congresoperiodismo.com/comunicaciones/rodero_comunica.doc

(consultado el 13 de junio de 2021)

Rodríguez, D. (2019). *Lectura analítica: principales características y objetivos.* Revista

Digital Lifeder. Recuperado de <https://www.lifeder.com/lectura-analitica/>.

Zoé Radio (2020) <https://zoeradiobolivia.com/quienes-somos/>

ANEXO. 1 PROGRAMA “DOCTOR ABYA YALA”

Fotografía: Afiche programa Doctor Abya Yala



ANEXO. 2 PROGRAMA “DOCTOR ABYA YALA”

Fotografía: Programa en emisión de Doctor Abya Yala



ANEXO. 3 PROGRAMA “NUESTRA SALUD”

Fotografía: Afiche programa Nuestra Salud



ANEXO. 4 PROGRAMA “NUESTRA SALUD”

Fotografía: Programa en emisión de Nuestra Salud



ANEXO. 5 PROGRAMA “SALUDABLEMENTE BOLIVIA”

Proyecto Programa “Saludablemente Bolivia”

¡Tu Salud en tus Manos!

GÉNERO- PROGRAMA DE ENTREVISTAS

EMISIÓN- SIN DEFINIR

HORARIO- SIN DEFINIR

FRECUENCIA- TRES VECES A LA SEMANA

DURACIÓN- 60 MINUTOS

El programa consiste en generar un espacio a través de medios digitales en una primera fase, que contribuya a tomar conciencia sobre la importancia que los seres humanos debemos tener con la salud y con la prevención de enfermedades para conservar nuestra vida y la de las próximas generaciones. Buscando generar una cultura del cuidado y protección de la salud.

“Saludablemente Bolivia” tiene la misión principal de contribuir al mejoramiento de la salud, prevención de patologías, conocimiento de síntomas y signos de las mismas, utilizando diversos recursos a través de un plan comunicacional.

Inicia con la planificación de un programa de 60 minutos, proyectando ser un punto de referencia en la difusión de información, contribuyendo con el aprendizaje y conocimiento de temas relevantes de salud fisiológica, mental, emocional y espiritual, asimismo de trascendencia social.

“Saludablemente Bolivia” enfatizará su trabajo en la búsqueda de educación e información priorizando el aporte de especialistas a través de entrevistas.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Contribuir al conocimiento de la población en materia de diversos temas de salud, mediante el impulso a la investigación y el fortalecimiento de medios alternativos digitales y su desarrollo para una difusión de fácil acceso para la población.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover la concienciación de la población respecto al cuidado de la su salud.
- Generar conocimiento sobre diversas patologías y enfermedades.
- Motivar a la población a prevenir patologías a través de la modificación de hábitos de vida.

LA CONDUCCIÓN

La conducción está a cargo de la periodista Karen Ramirez, quien con habilidad traduce la complejidad de los temas abordados, realizando un tratamiento didáctico y motivador para los seguidores, quien busca respuestas y recomendaciones para la población que logren promover una cultura del cuidado de la salud, a través de una comunicación horizontal.

SECTORES

PRIMERA PARTE

- 1. SALUDO**
- 2. PRESENTACIÓN DEL INVITADO**
- 3. BREVE INTRODUCCIÓN DEL TEMA**

SEGUNDA PARTE

4. DESARROLLO DE LA ENTREVISTA

TERCERA PARTE

5. LECTURA DE PREGUNTAS

6. DESARROLLO DE LA ENTREVISTA (Recomendaciones)

7. ¿SABÍAS QUE? (Dato de algún órgano del cuerpo y su función en el organismo)

CUARTA PARTE

8. ENTREVISTA BREVE SOBRE TIPS DE BELLEZA O CONSEJOS SOBRE NUTRICIÓN

9. DESPEDIDA

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:

Emisión de programa en vivo.

REQUERIMIENTO:

RECURSOS HUMANOS:

- CONDUCTORA
- PRODUCTOR (A)
- CAMARÓGRAFO (A)
- POSPRODUCTOR

RECURSOS TÉCNICOS:

- 1 EQUIPO PARA EDICIÓN
- 2 CÁMARAS
- 2 MICRÓFONOS

- ANEXO. 6 PROGRAMA “SALUDABLEMENTE BOLIVIA”

Escaleta Programa Saludablemente Bolivia

ESCALETA

ÍTEM	SECTOR	ESPACIO	NOMBRE VIDEO	TIEMPO Minutos	Producción y observaciones
0	CARACTERÍSTICA ENTRADA	PLAY OUT		1	
2	SALUDO	ESTUDIO		3	KAREN
3	ENTREVISTA MÉDICO DR. MARCEL OTTO- EPIDEMIÓLOGO TEMA: “COVID-19”	ESTUDIO	APOYOS COVID- 19	10	KAREN
4	PAUSA	PLAY OUT		2	
5	ENTREVISTA MÉDICO DR. MARCEL OTTO- EPIDEMIÓLOGO TEMA: “COVID-19”	ESTUDIO		13	
6	PAUSA	PLAY OUT		2	
7	ENTREVISTA MÉDICO DR. MARCEL OTTO- EPIDEMIÓLOGO TEMA: “COVID-19”	ESTUDIO		10	
8	PAUSA	PLAY OUT		2	KAREN
9	ENTREVISTA FAIRUZ SPA DANIELA RUÍZ- TERAPEUTA HOLÍSTICA TEMA: “LIMPIEZA FACIAL”	ESTUDIO		12	KAREN
10	DESPEDIDA	ESTUDIO		5	KAREN
12	CARACTERÍSTICA SALIDA	PLAY OUT		1	

ANEXO. 7 PROGRAMA “SALUDABLEMENTE BOLIVIA”

Fotografía: Afiche programa Saludablemente Bolivia



ANEXO. 8 PROGRAMA “SALUDABLEMENTE BOLIVIA”

Fotografía: Programa en emisión de Saludablemente Bolivia

