

**"MANUAL DE CAPACITACIÓN  
SOBRE EL DERECHO A LA  
COMUNICACIÓN, PARA  
LÍDERES Y LIDERESAS EN  
LOS MUNICIPIOS DE EL  
ALTO, PUCARANI, VIACHA Y  
TIAHUANACU"**





# **"MANUAL DE CAPACITACIÓN SOBRE EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN, PARA LÍDERES Y LIDERESAS EN LOS MUNICIPIOS DE EL ALTO, PUCARANI, VIACHA Y TIAHUANACU"**



Canadian International  
Development Agency

Agence canadienne de  
développement international

WACC



comunicación para

TODAS  
LAS  
MUNICIPALIDADES



**CECOPI**

CENTRO DE EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN  
PARA COMUNIDADES Y PUEBLOS INDÍGENAS

### **Créditos:**

“Construyendo los derechos de la comunicación,  
para acceder a los servicios sociales”  
COMPONENTE PUEBLOS INDÍGENAS

Este es un trabajo que cuenta con el apoyo de la:

- Agencia de Cooperación Internacional Canadiense – CIDA
- Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana – WACC
- Centro de Educación y Comunicación para Comunidades y Pueblos Indígenas – CECOPI

### **El proyecto agradece profundamente el apoyo, compromiso y participación de:**

- Los Gobiernos Autónomos Municipales de Pucarani, Viacha, Tiahuanacu y El Alto.
- La Central Agraria de Mujeres Trabajadoras Campesinas de Quiripujo Bartolina Sisa del municipio de Pucarani, Jach'a Suyo Originario de Viacha, Sub Central Zona Norte Huacullani y el Concejo de Autoridades Originarias de Markas y Comunidades de Tiahuanacu CACOT.
- Las reporteras y reporteros populares de Pucarani, Viacha, El Alto y Tiahuanacu.
- Y la población en general de Pucarani, Viacha, El Alto y Tiahuanacu.

# Presentación

**H**ablar del Derecho a la Comunicación desde el enfoque de los pueblos indígenas, en nuestro caso desde la cultura aymara, sin duda es un reto grande y creativo, en ese sentido, una vez aceptado el reto de ejecutar el proyecto “Construyendo los derechos de la Comunicación, para acceder a los servicios sociales” Componente Pueblos Indígenas se tenía inmediatamente que pensar en una propuesta de trabajo que resuma y refleje de manera auténtica la tan ambicionada participación activa de 4 grupos de mujeres y hombres de los municipios de El Alto, Pucarani, Viacha y Tiahuanacu, a fin de reflejar, desde la comunicación, la dinámica de apropiación y superación de los mecanismos de silenciamiento objetivo que se hacen evidentes en la población aymara y así, desde esta propuesta, conseguir mejorar las condiciones de vida en esos municipios, principalmente en lo que se refiere a la Educación, Salud, Vivienda y Empleo.

Para ello, se trabajaron varias sesiones internas del equipo de CE-COPI, sesiones que han dado como fruto la presente propuesta de contenidos que ahora presentamos en ésta cartilla sobre el derecho a la comunicación.

En una primera instancia presentamos lo que hemos denominado como “El Miedo Colonial”, o la Teoría del Miedo. Cuando hablamos al respecto, no nos referimos al miedo en su interpretación con sesgo psicologista, sino a aquella construida a partir de la Invasión Española a América, miedo que sin duda ha calado y se ha quedado vigente en la memoria colectiva de la mayoría de los pueblos indígenas, entre ellos de las y los aymaras.

Más allá de una recopilación histórica de cómo ha sido el proceso de la conquista, lo que nos interesa es lograr la reflexión interna y colectiva de lo que ha significado el proceso de la conquista en el miedo colonial, que implica haber silenciado a las y los aymaras, pues además del robo de la tierra, el territorio y las riquezas propias de América aparece el robo de la palabra y la posibilidad del decir, como esa posibilidad de expresarse desde la lengua y cultura propias.

Posteriormente el documento presenta lo que es el derecho a la comunicación como el elemento que articula los demás derechos, es decir, el derecho a la comunicación es mostrado como el derecho que nos permite ejercer otros derechos. De ahí que buscar ejercer el derecho a la comunicación no es asumido, des-

de la presente propuesta, como el derecho a los medios de comunicación o como el derecho de los medios de comunicación, lo que sería el equivalente a un derecho de carácter gremial, sino que se lo piensa cómo ese proceso que permite a los sujetos lograr expresarse y decir para lograr transformar su entorno y realidad y así mejorar sus condiciones de vida.

De ahí, en consecuencia, que tenga sentido que el otro acápite del presente documento tenga que ver con el conocimiento de derechos específicos, en este caso de los derechos a la salud, empleo, vivienda y educación. Derechos que son trabajados desde el conocimiento de la Constitución Política del Estado y de políticas públicas específicas que, desde el enfoque de la comunicación, se hacen trascendentes socializar para que no sea sólo un grupo reducido los que conozcan los mismos.

Finalmente el trabajo formativo aterriza en la capacitación radiofónica lo cual quiere decir formarse en el manejo de las herramientas técnicas (micrófono, equipos, etc.) así como también el manejo de formatos propios del lenguaje radiofónico (cuñas, programas, microprogramas, etc.) los cuales hacen de herramientas básicas para lograr, por un lado, socializar pero sobre todo para incidir en el impulso de iniciativas populares que nos den como resultado la transformación de la realidad. Transformación que, desde el mundo indígena signifique la mejora de las condiciones de vida que, reflejan hoy, todavía marginación y exclusión de oportunidades reales de desarrollo.

Es con este espíritu que presentamos, a continuación, el material preparado con todas las ganas de incidir en el impulso de iniciativas populares que estén orientados en la posibilidad de transformar la situación presente.

Lic. Tania Ayma Calle  
DIRECTORA EJECUTIVA  
CECOPI



# 1. Teoría del miedo

La comunicación es una parte fundamental de la experiencia humana que está presente en toda la vida de la sociedad, por tanto, el derecho a la comunicación resulta ser una necesidad fundamental para el desarrollo humano.

Sin embargo, a lo largo de la historia, como sociedades, se han vivido una serie de situaciones que han afectado la posibilidad de intercambiar mensajes para comunicarnos, y esto ha derivado, de alguna manera, en la vulneración de ese derecho en el que todos y todas tenemos el poder tanto para hablar como para escuchar al otro/a.

En nuestro caso particular, esta vulneración se vio acentuada con la llegada del estado colonial que en su “conquista” trajeron imposiciones planteadas como verdades implantadas a fuerza de imponer el miedo para lograr el silenciamiento y así sólo una parte hablaba y la otra, escuchaba y acataba.

Por eso nuestro desafío es encontrar la forma para no seguir perpetuando esta injusticia, todo lo contrario, tenemos que conocer e informarnos sobre los mecanismos e instrumentos que nos permiten reconocernos como actores y sujetos sociales, que demandamos nuestro protagonismo e interlocución en la construcción de una sociedad auténticamente participativa.

## ¿Qué es el miedo?

Como concepto, podemos apoyarnos en lo que dice el diccionario de la lengua española sobre el término miedo: “*Recelo o aprensión que uno tiene de que le suceda una cosa contraria a lo que desea*”.

Desde el punto de vista social y cultural, el miedo también es una emoción impuesta que puede ser aprovechada para generar resignación en las personas, organizaciones sociales, y/o culturas para potenciar la situación de dominantes/dominados.





En ese marco, y como fruto de nuestras reflexiones, concluimos que existe un miedo cultural, afianzado desde 1492. Con la llegada del estado colonial patriarcal de Europa a nuestros territorios, se produjo una invasión que acabó con varios pueblos que habitaban estas tierras produciéndose un genocidio e instaurándose un régimen de servidumbre que, redujo a los/las sobrevivientes, a la calidad de siervos/as que deben obedecer a los patrones.

La consecuencia inmediata de este régimen fue el silenciamiento que estuvo reflejado en la imposibilidad de rendir culto a nuestras deidades (Wacas, Illas, Apus, etc.) y la obligación de asumir como propias, las costumbres, hábitos, religión e incluso la vestimenta de los invasores.

La historia nos cuenta que la colonia instauró una pedagogía del miedo. Una pedagogía donde decían “*conviértete o muere*” que estuvo reforzada por la iglesia que, además, instituyó un régimen de la inquisición para quienes se convertían al cristianismo pero mantenían la fe en los ancestros y sus deidades.

En este ámbito se generaron hechos horrorosos que hicieron del miedo, una situación temible y común, esto trajo consigo que se considerara a esta emoción como normal, lo cual provocó que sea difícil de identificar, y por consiguiente, luchar contra ella.



Este miedo internalizado tiene sus consecuencias aún en nuestros días y las notamos en las acciones concretas que realizamos. Por ejemplo, ser personas tímidas, introvertidas, retraídas, calladas... es que el miedo provoca nuestro silenciamiento y esto a su vez, no nos permite denunciar una serie de

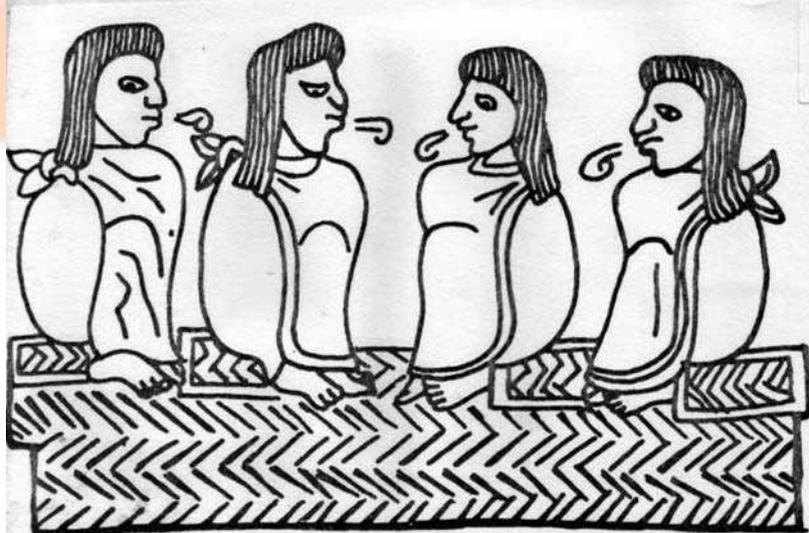
abusos porque nos hicieron creer que nuestra palabra, nuestro idioma y nuestra voz son despreciados.

Y entonces se potencia el silencio...

## ¿Qué es el silencio?

En su propia definición, el silencio es la abstención de hablar, en definitiva, es una renuncia del ejercicio de la palabra y de la voz. Obviamente este acallamiento es la condición para no denunciar actos de abuso y de dominación, que de tanto vivirlos se consideran normales.

Es precisamente este silencio el que no nos deja decir nada acerca de lo que sucede y lo que nos indigna, entonces las injusticias y los abusos terminan pasando como "normales" para quien las sufre como para quien las ejerce.



La palabra es representada por una voluta que sale de la boca: escritura ideográfica [Mendoza]





## 2. Derecho a la comunicación

**P**artimos del concepto de que derecho es el orden normativo e institucional de la conducta humana en sociedad, inspirado en postulados de justicia, cuya base son las relaciones sociales existentes que determinan su contenido y carácter. En tal sentido, como sociedades, contamos con instrumentos jurídicos y normativas que respaldan esos principios de justicia reflejados en los derechos humanos.

Forjar ciudadanía es un acto político que tiene que ver con el ejercicio al derecho a la comunicación. Está claro que cuando la palabra es pública, hay empoderamiento, es decir, la gente tiene poder, en ese marco, el derecho a la comunicación representa una herramienta importante porque cuando se lo ejerce, se construye ciudadanía y de ella, se derivan otros derechos como son el acceso a la información, el derecho a estar bien informado/a, el de tener información veraz y oportuna, y otros, que aportan en la conformación de un pensamiento crítico de parte de la





sociedad, como elemento válido para la toma de decisiones acertadas.

En la construcción de ciudadanía intervienen varios actores, como los medios de comunicación, el Estado, el individuo como sujeto de derechos y las organizaciones sociales como canalizadoras de la aplicación de derechos. Por ello mismo, la construcción de ciudadanía pasa también por los medios de comunicación ya que son escenarios de representación y expresión de lo social que inciden directamente en la consolidación de lo que se denomina agenda pública.

Sin embargo, es necesario puntualizar que este enfoque de derechos no estaría completo si no se integra las identidades tradicionalmente fragmentadas de mujeres y hombres ya que si nos ponemos a analizar, frecuentemente, encontramos que las mujeres están invisibilizadas en los medios de comunicación porque el ámbito público le quita jerarquía al espacio privado y entonces, las emociones, los afectos y el cuidado no son valorados por la sociedad y, por la misma razón, no son atractivos para los hombres como espacio de desarrollo de su potencial humano.

La propuesta entonces, es ejercer un derecho a la comunicación con mensajes e información respetuosa en el marco de los derechos huma-



nos, que incluyan por ejemplo el ejercicio y liderazgo de la vida pública de las mujeres, así como el acceso y la acción gratificante en el ámbito privado de los hombres.

Asimismo, la presencia de los pueblos indígenas en los medios de comunicación, merece una reflexión puntual para romper con estereotipos, y con ideas falsas de acceso a los medios reduciendo su participación a una simple traducción, negando así la posibilidad de que sean los propios pueblos indígenas los constructores y difusores de sus mensajes respondiendo a la proyección de su identidad, la comunicación con el mundo exterior y su capacidad para influir en la agenda política y social.

Los medios de comunicación, en el marco del respeto, promoción, inclusión, equidad, justicia, tienen como tarea, asegurarse de que los/as ciudadanos/as estemos adecuadamente informados/as para que podamos formar nuestras opiniones sustentadas sobre temas de interés público, pero también deben argumentar sus juicios buscando generar participación mediante los diálogos y debates públicos para llegar a consensos.

Por tanto, nuestra inclinación, está claramente definida en la comunicación popular o alternativa, donde la gente tiene la palabra, se refleja, se valora más y es protagonista de su historia, la comunicación entonces, coadyuvará a sentirnos ciudadanos/as, es decir, sujetos de derechos y responsabilidades, con el poder para participar activamente en la vida de la comunidad y del país.

## ¿Qué son los derechos humanos?

Son aquellas libertades, facultades, instituciones o reivindicaciones que incluyen a toda persona, por el simple hecho de su condición humana, para la garantía de una vida digna, sin distinción alguna de nacionalidad, lugar de residencia, clase social, etnia, color, sexo, idioma, religión, orientación sexual, opinión política, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición.

Todos y todas tenemos iguales derechos, sin discriminación alguna porque tenemos las mismas necesidades básicas que deben ser atendidas para que podamos vivir bien.

Para vivir bien necesitamos que se garantice nuestra seguridad, que se respete nuestra autonomía, que haya libertad, que se promueva la igualdad, la justicia y la solidaridad.





## ¿Qué es la Declaración de los Derechos Humanos?

Es el resultado de la evolución histórica de la humanidad. Acontecimientos como la Revolución Norteamericana de 1775, la Revolución Francesa de 1789 y otras anteriores -donde surgieron declaraciones de derechos- pasaron a ser la base de posteriores normas legales que se van adoptando en todos los países, incluido el nuestro.

El hito más importante de la historia contemporánea en materia de Derechos Humanos ocurrió el 10 de diciembre de 1948, cuando la Organización de las Naciones Unidas aprobó y proclamó la Declaración Universal de Derechos Humanos, documento que reconoce los derechos necesarios para vivir con dignidad, de hombres y mujeres, sin distinción.

## ¿Cuáles son características de los Derechos Humanos?

Son las siguientes:

- **Universales**, porque corresponden a todo ser humano, hombres y mujeres sin excepción
- **Interdependientes**, porque la realización de un derecho contribuye a la vigencia del conjunto de los otros
- **Indivisibles**, porque no existen derechos más importantes que otros, todos son igualmente necesarios para tener una vida digna
- **Pre-existentes**, porque anteriores y superiores a toda forma de organización política
- **Inalienables**, porque nadie puede ser despojado/a de sus derechos por otra persona
- **Intransferibles**, porque no se puede renunciar a los derechos voluntariamente ni nadie puede obligar a hacerlo
- **Inherentes**, porque toda persona nace con ellos
- **Iguales**, porque corresponden a todos los seres humanos, sin ningún tipo de distinción

## ¿Cuáles son los Derechos Humanos fundamentales?

Son los derechos básicos que permiten la vida digna y el desarrollo de las personas. Se concretan en el marco jurídico del Estado, a través de la Constitución Política y sus leyes.



Algunos de los derechos fundamentales son:

- A la vida,
- A la educación,
- A la salud,
- Al trabajo
- A la vivienda y acceso a servicios básicos,
- A la integridad personal, física, psicológica y sexual,
- A la verdad,
- A la libertad personal,
- A la seguridad pública,
- A la seguridad alimentaria



## ¿Cómo se clasifican los derechos humanos?

Se clasifican en derechos humanos de primera generación, segunda y tercera generación:

### Derechos de primera generación, DERECHOS CIVILES Y POLITICOS

Emergen con la Revolución Francesa y la Independencia Americana. Son los derechos que se atribuyen a las personas y permiten la exigencia frente al poder del Estado.

Derechos Civiles	Derechos Políticos
<ul style="list-style-type: none"><li>• A la vida</li><li>• A no ser sometido/a a torturas, tratos crueles, inhumanos y degradantes</li><li>• A no ser sometido/a a un estado de esclavitud y servidumbre</li><li>• A la libertad y seguridad de la persona, incluido el derecho a un juicio justo</li><li>• A la intimidad, a la inviolabilidad del hogar y de la correspondencia</li><li>• A la libertad de pensamiento, conciencia y religión</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• A la libertad de opinión y expresión libre del pensamiento</li><li>• A la libertad de reunión y asociación</li><li>• A participar en la conducción de los asuntos públicos</li><li>• A elegir y ser elegido/a</li><li>• A pedir o demandar a la autoridad pública</li></ul>

## Derechos de segunda generación, DERECHOS ECONOMICOS, SOCIALES Y CULTURALES

Estos Derechos son llamados también, Derechos de Justicia.

Derechos económicos	Derechos Sociales	Derechos Culturales
<ul style="list-style-type: none"> <li>• A un nivel de vida apropiado</li> <li>• A la alimentación, vestuario y albergue adecuados</li> <li>• A la protección económica de los/as más vulnerables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Al trabajo</li> <li>• A las condiciones justas y favorables</li> <li>• A un salario justo</li> <li>• A la acción sindical (huelga y libertad de sindicalización)</li> <li>• A la seguridad social</li> <li>• A la protección contra el desempleo</li> <li>• A la seguridad e higiene en el trabajo</li> <li>• A la protección y asistencia de la familia</li> <li>• A un nivel de salud física y mental cada vez mejor</li> <li>• A la vivienda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A la educación, instrucción, ciencia y la cultura</li> <li>• A la propiedad intelectual</li> <li>• A participar en la vida cultural</li> <li>• A gozar de las artes y los beneficios del progreso científico</li> <li>• A la libertad en las actividades científicas y creadoras</li> </ul>

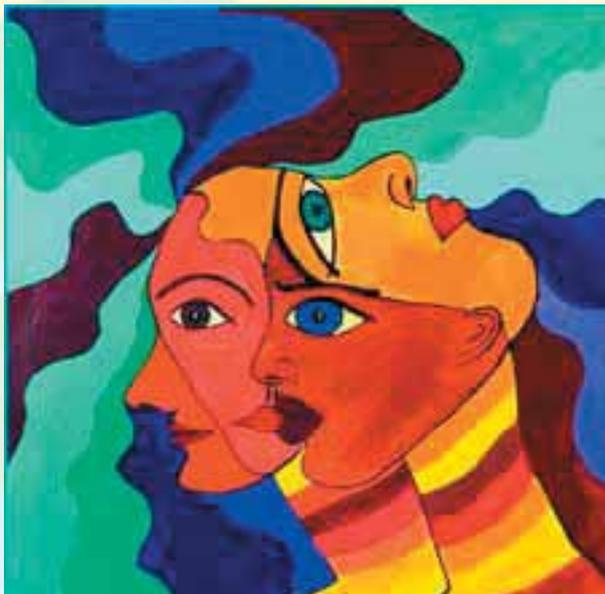
## Derechos de tercera generación

Se refieren a los derechos de solidaridad o de los pueblos, y se reconocen a partir de 1960

- A la autodeterminación
- A la paz
- Al desarrollo
- A la integración
- A recibir y producir información equitativamente
- A un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado
- A beneficiarse del patrimonio común de la humanidad

Todos estos derechos están en un conjunto de convenios y acuerdos internacionales, sobre todo en la Declaración Universal de Derechos Humanos.

Nuestro país se adscribe a estos acuerdos y los ratifica como Estado, garantizando su deber de hacerlos cumplir, y por nuestra parte como personas, el de exigir que se cumplan.



## ¿Qué es la Ciudadanía?

Es el conjunto de derechos que tienen las personas como sujetos y los deberes que de ellos se derivan.

Por tanto, la ciudadanía es el ejercicio de derechos y deberes señalados por la Constitución Política del Estado y las leyes vigentes.

Una persona ejerce su ciudadanía interviniendo en la elección de sus representantes y relacionándose con el Estado y sus instituciones.



La Constitución Política del Estado en su Artículo 144. señala:

Son ciudadanas y ciudadanos todas las bolivianas y todos los bolivianos, y ejercerán su ciudadanía a partir de los 18 años de edad, cualesquiera sean sus niveles de instrucción, ocupación o renta.

## ¿Cuáles son los deberes de un/a ciudadano/a?

El Artículo 108. de la Constitución Política del Estado contempla los deberes de las bolivianas y los bolivianos, entre los que podemos resaltar:

- Conocer, respetar y promover los derechos reconocidos en la Constitución.
- Defender, promover y contribuir al derecho a la paz y fomentar la cultura de paz.
- Trabajar, según su capacidad física e intelectual, en actividades lícitas y socialmente útiles.
- Formarse en el sistema educativo hasta el bachillerato.
- Denunciar y combatir todos los actos de corrupción.
- Asistir, alimentar y educar a las hijas e hijos.
- Asistir, proteger y socorrer a sus ascendientes.
- Socorrer con todo el apoyo necesario, en casos de desastres naturales y otras contingencias.





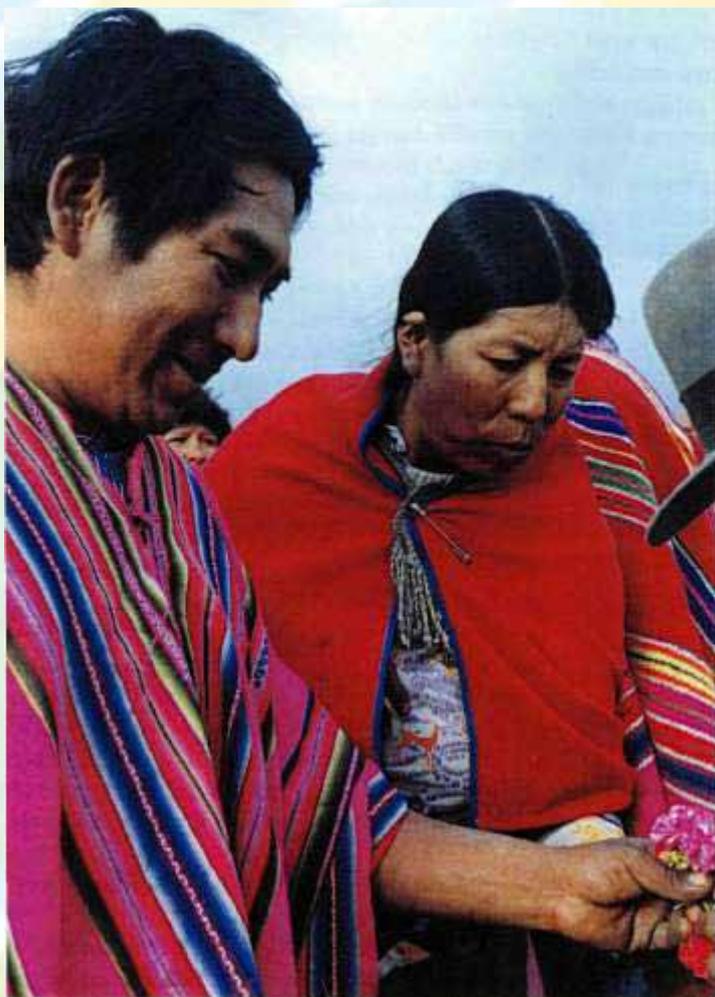
## ¿Qué es Género?

Es el conjunto de características sociales y culturales que son aprendidas por mujeres y hombres, en la familia, con los amigos, en la escuela, en la comunidad, a través de los medios de comunicación, etc., y que ubican a la mujer en el hogar y al hombre en la calle como espacios donde se comportan y realizan funciones que las personas consideran propias de cada sexo, estableciendo relaciones sociales entre ellos de, poder-hombre y subordinación-mujer.

Todos los rasgos y comportamientos femeninos y masculinos han sido construidos cultural e históricamente por la sociedad y han sido asignados según el sexo con el que nacemos. No nacemos con estos comportamientos sino que los aprendemos, por lo tanto, se los puede cambiar.

## ¿Qué es el Enfoque de Género?

Es el que visibiliza cuáles son los factores que colocan en determinadas situaciones desventajosas a las mujeres respecto a los hombres. Además, busca analizar las relaciones de género para basar en ello las propuestas de desarrollo.



Desde el enfoque de género se cuestionan e interpelan diferentes paradigmas de desarrollo, que en su concepción, no contemplan la existencia de relaciones de poder entre hombres y mujeres que atentan contra un desarrollo justo, equitativo y sostenible.

Por eso, es importante considerar que un enfoque basado en el género, garantiza el acceso equitativo y el control de los recursos y beneficios del desarrollo a través de acciones específicas.

## ¿Cuál es el enfoque de Género desde la Perspectiva Aymara?

Hoy por hoy este aspecto es motivo de reflexión, compartimos la postura del Feminismo Comunitario planteado por Julieta Paredes que al respecto señala:

*“Para recuperar un enfoque crítico de género necesitamos descolonizarlo y desneoliberalizarlo porque no hay otro concepto en la actualidad que haya de-*





*velado mejor la situación y condición que padecen las mujeres como género femenino. Se trata de un análisis crítico feminista, lo que significa la reconstrucción de género como una realidad de opresión de unas por otros.*

*Sin embargo, los conceptos son históricos y necesitamos reconocerlos en los contextos en que se han producido y en ese sentido proponemos descolonizar el género, eso significa reconocer que las relaciones injustas entre hombres y mujeres no vinieron exclusivamente de los españoles y los k'aras.*

*Es importante recuperar el enfoque feminista comunitario de género para desmontar el patriarcado: sistema que está en la base y en el trasfondo del machismo, más antiguo que la colonización y el neoliberalismo.*

*El planteamiento es acabar con la socialización de las mujeres en el género femenino y la socialización de los hombres en el género masculino, queremos ser mujeres y buscamos hermanos, compañeros, hombres, que asuman sus responsabilidades en el patriarcado, así como nosotras también reconocemos las nuestras, y que este proceso social feminista sea parte fundamental de los cambios que vive nuestro país.*

*Cuestionamos la figura del chacha-warmi, que quiere hacer creer que existe la igualdad entre hombres y mujeres, sin embargo, en los hechos, es una naturalización de la opresión, explotación y discriminación de las mujeres.*

*Se necesita la denuncia del género para poder entender y develar las causas de las condiciones de opresión de las mujeres y cambiarlas para recuperar el par fundamental de la comunidad y replantearlo en un par: warmi – chacha, mujer – hombre.*

*No es un simple cambio de lugar de las palabras, es la re-conceptualización del par político desde las mujeres. El feminismo comunitario asume*





*que a quienes se les adjudica subordinación en el patriarcado es a nosotras y que lo que necesitamos entonces es construir equilibrio y armonía en la comunidad y en la sociedad. Ya que comunidades y sociedades injustas y desiguales nunca podrán ser equilibradas ni armónicas”.*

### **¿Qué es el Derecho a la Comunicación e Información?**

Es ejercer el acceso a la comunicación, a la información y al conocimiento como un derecho de ciudadanía que es clave para el desarrollo de la sociedad y que reconoce no solo el derecho de cada persona a acceder a la información sino a producirla y emitirla.

Cada vez hay más voces en todo el mundo que reclaman el reconocimiento del derecho a la comunicación e información como un derecho humano básico, y es que en la nueva sociedad donde la comunicación representa un espacio de encuentro, de colaboración, de complicidad, de solidaridad; la información es uno de los bienes públicos de mayor importancia.

En ese sentido, tener información, resulta vital para garantizar el acceso a numerosos bienes y servicios, para acceder al conocimiento o para participar en la toma de decisiones. Ahí radica la importancia de este derecho, porque la información ya no puede ser considerada como una mera mercancía sino como un servicio público y como un bien cuyo acceso debería estar garantizado para toda la población.



## ¿Cuál es el concepto de la WACC (Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana) sobre el Derecho de la Comunicación e Información?

El Derecho a la Comunicación e Información está constituido por un conjunto de derechos que permiten a las personas, en todas partes, expresarse tanto como individuos como en forma colectiva mediante todos los medios de comunicación, para mejorar sus condiciones de vida.



Es vital para la participación plena en la sociedad y es, por lo tanto un derecho humano universal que le pertenece a toda mujer, hombre y persona joven.

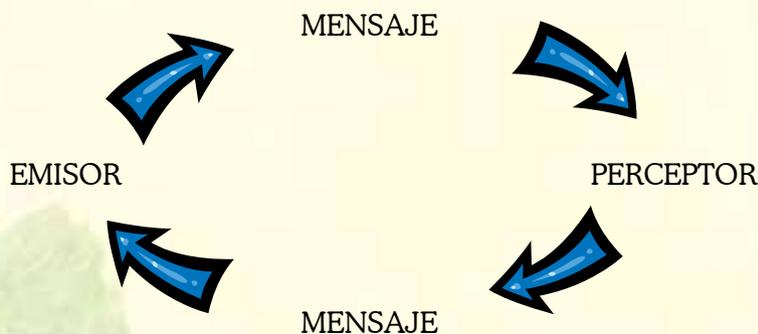
Abarca la libertad de expresión, la libertad de buscar, recibir e impartir información y conocimiento. Pero también añade a estas libertades los conceptos de accesibilidad, participación y diversidad cultural, tanto para los individuos como para las comunidades.

Incluye la democratización de los medios, protección de los medios de comunicación tradicionales, derechos lingüísticos, y el derecho a gozar de los frutos de la creatividad humana. Estas son cuestiones de inclusión, respeto mutuo y dignidad humana.

## ¿Qué es la Comunicación?

Es un proceso, que en su más pura definición significa poner algo en común, es decir compartir información.

La comunicación se produce cuando el diálogo surge de manera efectiva, pues existe una persona considerada como EMISOR, que comparte un MENSAJE y existe otra persona que escucha, considerada como PERCEPTOR. Tanto quien emite como quien percibe el mensaje intercambian estos roles, a esto se llama comunicación dialógica.



Para lograr una buena comunicación, es necesario tener una actitud de saber escuchar, atender, valorar, respetar, además de tomar parte activa en el diálogo. La comunicación dialógica es humana y humanizadora, es en definitiva un derecho y por tanto, es necesario ejercerlo ya que entran en juego tres aspectos importantes:

- ACCESO, como ejercicio efectivo del derecho a recibir mensajes
- DIÁLOGO, como ejercicio efectivo del derecho a recibir y emitir mensajes
- PARTICIPACIÓN, como ejercicio efectivo del derecho a emitir mensajes

En este sentido, comunicarse no es sólo hablar, implica emitir mensajes para compartir y generar respuestas, por eso, cuando nos comunicamos, tomamos en cuenta que:

- Establecemos contacto (entre emisores y perceptores)
  - Transmitimos y recibimos mensajes
  - Expresamos ideas, sentimientos, experiencias
  - Percibimos problemas y necesidades de otras personas
  - Cuestionamos y transformamos la realidad

Y esto requiere dos condiciones necesarias:

- Claridad en el mensaje que emitimos (de fácil comprensión)
  - Precisión en el mensaje que emitimos (decir lo que se quiere de manera concreta)
- La comunicación puede surgir por vía natural (con palabras y/o gestos) y es la que se llama COMUNICACIÓN INTERPERSONAL, y por vía artificial (cartas, radio, teléfono, internet, etc.) y es la que se llama COMUNICACIÓN MEDIATIZADA.

### **¿Qué es la Información?**

Es un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje sobre un de-



terminado tema, ente o fenómeno. Así, informar es hacer saber algo desde el punto de vista de quien informa, e informarse es enterarse de algo.

La información debe ser:

- Exacta
- Válida
- Continua
- Completa
- Oportuna
- Comparable

Vivir en un mundo sin información es impensable, pues, cada día, cada hora, a cada minuto se genera información, y eso es más evidente en este tiempo, donde el avance tecnológico permite la difusión de esta información a través de celulares, radio, televisión, internet, televisión por cable, satelital, etc.

El mundo se ha conectado, se ha convertido en una extensa red que genera mucha información sobre diferentes temas, locales, regionales y mundiales. De nosotros depende, canalizar nuestra preocupación por estar informados/as porque la información también es un poder que nos permite desenvolvemos en diferentes espacios.

La información complementa a la comunicación, ya que lo que se comunica en los mensajes, es información.

La diferencia fundamental entre comunicación e información, reside en la respuesta del interlocutor (retroalimentación). La información no necesita retroalimentarse, en cambio la comunicación si, para seguir estableciéndose.

## **¿Qué dice la Constitución Política del Estado sobre el Derecho a la Comunicación e Información?**

El derecho a la comunicación está vinculando al derecho a la información. El punto I del art. 106 lo señala así; *“El Estado garantiza el derecho a la comunicación y el derecho a la información”*.

En su numeral II indica: que *“El Estado garantiza a las bolivianas y los bolivianos el derecho a la libertad de expresión, de opinión y de información, a la rectificación y a la réplica, y el derecho a emitir libremente las ideas por cualquier medio de difusión, sin censura previa”*.





Los principios irrenunciables que guían la vigencia del Derecho a la Información y la Comunicación son la libertad, la no discriminación, el pluralismo, la inexistencia de censura previa, el respeto de la intimidad, el acceso, la participación, la transparencia, el interés público y la protección de derechos. Cualquier acción normativa, de política pública o iniciativa ciudadana destinada a sostener la democracia y perfeccionarla está obligada a tomarlos en cuenta.

(“Información y Comunicación, derechos de todas las personas - Notas para un programa de reflexión”, Fundación UNIR Bolivia)

Como la Constitución Política del Estado es la ley madre de todas las leyes, estamos todos y todas llamadas a hacer cumplir el espíritu de la norma, pues hemos avanzado grandes pasos en el reconocimiento del derecho de las personas.

### **¿Qué se entiende por Comunicación Popular, Educativa y/o Alternativa?**

La comunicación popular surge como una alternativa para los llamados “medios comerciales”, su finalidad es la de analizar, reflexionar, concienciar, motivar para reivindicar y alfabetizar.

En la comunicación popular, el proceso mismo es una herramienta para la sistematización, extensión y transformación. Por sus características, permite democratizar la comunicación, es una vía para facilitar el diálogo, compartir experiencias, motivar a la participación, la creatividad, la reflexión y la acción. En definitiva, a lo que apunta es a coadyuvar en la búsqueda de la mejora de la calidad de vida.



Es importante considerar que la comunicación en sí misma es un poder, el desafío de la comunicación popular está en cambiar el esquema mental impuesto y estructurado. Para ello, esta comunicación encuentra su esencia en convertir lo cotidiano en mensajes, con la participación de la gente, a través de acciones determinadas como la denuncia, la exigencia y la intervención oportuna.

### **¿Qué son los Medios de Comunicación Masiva?**

Son instrumentos mediadores al momento de transmitir el mensaje y su alcance es masivo. Estos medios de comunicación masiva son: periódicos, revistas, radio, televisión e internet.

Tener acceso a los medios de comunicación masiva es un derecho que debe estar contemplado por ciudadanos/as y también por el Estado, al generar políticas que permitan ejercer y democratizar este derecho.

En ese sentido, es importante considerar la necesidad de diseñar estrategias de comunicación e integrar nuevas tecnologías para la construcción y emisión de mensajes, que no sólo expresen demandas, sino también preocupaciones y propuestas de un sector, que logren influir positivamente y alcanzar los objetivos de incidencia política. Se trata de abrir ciertos espacios en los medios masivos y alternativos, para lograr la sensibilización y comprensión de la realidad de ese sector, por parte de la sociedad en general y también de las estructuras políticas de decisión gubernamental.

### **¿Cuál es la diferencia entre medios de comunicación masiva comerciales, estatales y medios alternativos o populares?**

De manera sencilla, podemos mencionar tres tipos de lógica que hacen la diferencia entre los medios comerciales, estatales y alternativos o populares:

- La lógica de rentabilidad económica propia de los medios comerciales
- La lógica de rentabilidad política que preside los medios estatales (o partidarios)
- La lógica de rentabilidad social- cultural que define a los medios comunitarios, alternativos o populares

Los medios comerciales por su estructura tienen el fin mercantilista, por





tanto, la importancia de su accionar está en la venta de espacios publicitarios. En este tipo de medios, el orden jerárquico es de tipo vertical donde la última palabra la tienen los dueños o socios de los medios, en segunda instancia están los/as empleados/as, luego, clientes o anunciantes y finalmente la audiencia.

Los medios estatales muchas veces funcionan como aparatos de propaganda del gobierno de turno, por su estructura tienen como fin difundir acciones e imagen favorables del partido gobernante, además de persuadir en futuros/as electores/as.

Los medios alternativos o populares, por su estructura, tienen un fin de servicio, por tanto, la importancia de su accionar está precisamente en la audiencia. En este tipo de medios, el espíritu de trabajo es de manera horizontal, su interés está dado en el mayor acceso de la comunidad a expresarse y a ser parte del medio identificándolo como suyo, porque responde a sus necesidades e inquietudes.

Por tanto, a partir de criterios operativos y de propiedad, podemos clasificar a los medios masivos en:

- Privados o comerciales
- Estatales u oficiales
- Religiosos o confesionales
- Gremiales o sindicales
- Comunitarios
- Municipales
- Pertenecientes a Organizaciones No Gubernamentales (ONG´s)

## **¿Influyen los medios de comunicación en el ejercicio de los derechos en general y para el ejercicio del derecho a la comunicación e información en particular?**

La respuesta es sí, pues esta influencia depende de la orientación e interés que persigue cada medio de comunicación, obviamente respondiendo a sus propios intereses y objetivos.

Cabe señalar que con el surgimiento de la propiedad privada sobre los medios de producción, la comunicación se transformó en imposición de mensajes ideológicos que responden a su línea de interés, de esta manera



quienes tienen el control de los medios, pueden ejercer influencia sobre la sociedad.

Está claro entonces, que los medios de comunicación masiva son instrumentos que juegan el rol que les asignan sus propietarios, así serán instrumentos de cultura o incultura, herramientas de dominación o liberación, servirán para unir a la gente o desorganizarla.

Nuestra apuesta es trabajar en el marco de una comunicación popular o alternativa, brindando información acorde a nuestra filosofía de servicio con la difusión y aplicación de la democratización de la comunicación, como un derecho fundamental en todos los ámbitos de la vida.

### **¿Cuál es el rol de los/as comunicadores/as populares como agentes de fortalecimiento de la demanda popular en los municipios y/o comunidades?**

Los/las comunicadores/as populares tiene la misión de reflejar la voz de quienes son protagonistas de la noticia y amplificarlas por sus medios de comunicación.

En nuestros tiempos, los/las comunicadores/as populares, no sólo hacen uso de las tradicionales reporteras para registrar las voces de protagonistas, sino que la tecnología les permite conocer y utilizar nuevas herramientas como las redes sociales, celulares, correos electrónicos, para lograr la interacción con la audiencia, visibilizando, discutiendo y analizando sus problemáticas, así como sus propuestas.

Así, ejerciendo el derecho a la comunicación, a través de un diálogo, entre comunicadores y audiencia se aporta a la construcción de una agenda pública, reconociéndose al medio como un espacio público donde la gente discute y propone sus inquietudes, a la vez que se identifica con el medio. Sin embargo, los/las comunicadores/as popular/es deben tener presente el uso de estas nuevas tecnologías, es decir, tener claridad del para qué y cómo usar estas herramientas.

El papel de los/las comunicadores/as populares debe ir más allá del registro y simple descripción de acontecimientos o novedades diarias de su comunidad, su rol está centrado en la investigación de los hechos, con un contexto adecuado, de tal manera que no sólo brinde seguimiento al hecho noticioso, sino que también propicie espacios de discusión pública sobre aspectos que afectan a la comunidad, el municipio, el país y el mundo.





De esta forma, los/las comunicadores/as populares asumen un papel reflexivo y analítico que abraza el compromiso ciudadano con la investigación, el seguimiento informativo y la retroalimentación, teniendo una actitud siempre alerta a las necesidades, requerimientos y propuestas de la comunidad o municipio, es decir, deben estar pendiente de la audiencia, porque en definitiva, el medio tiene su razón de ser y existir precisamente en ella.

El/la comunicador/a popular:

- Es un/a servidor/a de la comunidad, el barrio, el municipio y la sociedad
- Trabaja para posibilitar el acceso de la gente a la información
- Amplia y amplifica el círculo de voces que giran sobre la agenda pública, viabilizando y generando la participación de la audiencia, de la comunidad, el barrio, el municipio y la sociedad
- Siempre está alerta a los hechos noticiosos de su comunidad o municipio.
- Demuestra responsabilidad y perseverancia en el interés informativo, noticioso y social
- Conoce y se informa sobre diversos temas de índole, nacional, regional y mundial para contextualizarlos en su propia realidad
- Realiza su trabajo con responsabilidad cuidando su credibilidad ya que representa una fuente segura de información
- Investiga, informa y da seguimiento a los hechos cotidianos de las comunidades

### **¿Qué es una campaña comunicacional de impacto?**

Es un recurso estratégico que busca posicionar un mensaje determinado, mediante la difusión y divulgación por diferentes medios de comunicación masivos y alternativos (mini-medios) de tal manera que se genere conciencia y acción no sólo en la población sino también en tomadores de decisión, partiendo de una base social movilizada y dado el caso, del establecimiento de alianzas.

Una campaña de comunicación de impacto se centra en un objetivo muy concreto. Busca la movilización y participación de la gente. Su característica esencial de la campaña es la intensidad, es decir, frecuencia alta de



mensajes y difusión simultánea a través de varios medios, durante un periodo específico de tiempo. Sus objetivos son generalmente a corto plazo.

### **¿Qué elementos básicos tiene una campaña comunicacional de impacto?**

Lo importante es tener claridad y definir el objetivo u objetivos de la campaña, considerando:

- el contexto, analizando las necesidades y problemas,
- el lugar en el que se va a lanzar la campaña,
- el nivel de participación de distintos actores, considerando factores externos a la campaña (desarrollo de otras campañas, acontecimientos y/o actividades políticas, sociales y culturales) para garantizar el impacto y éxito de la misma
- el público objetivo al que se dirige la campaña identificándolo a las personas con capacidad de decisión
- el diseño de la campaña, definiendo a detalle qué se hará, dónde, para quién, cómo, cuándo, etc.
- la identificación de aliados y otros actores con los que se puede establecer niveles de colaboración
- la identificación de medios posibles y pertinentes para la comunicación y difusión de la campaña
- el cronograma de realización y ejecución de la campaña
- la elaboración de un presupuesto, para definir los recursos necesarios (humanos, organizativos, materiales y económicos)
- la ejecución y seguimiento para realizar lo programado y monitorear lo que se hace y los resultados intermedios
- la evaluación para verificar el cumplimiento del objetivo u objetivos propuestos





### 3. Derecho al acceso a los servicios sociales

Como ya se ha señalado, el ejercicio de los derechos humanos permite al ser humano vivir una vida digna, por tanto, toda persona tiene derecho al acceso universal y equitativo a los servicios sociales como la salud, la educación, la vivienda y el empleo, entre otros. El ejercicio de los derechos relacionados a estos servicios sociales, permite un desarrollo justo, digno y equitativo para los pueblos y comunidades.

Es difícil pensar en el respeto a la dignidad del ser humano, ni a su libertad, ni siquiera la vigencia de la democracia, si no existen las condiciones económicas, sociales y culturales que garanticen la mejora de vida de las personas, y aquí la actuación del Estado juega

un papel importante para hacer cumplir estos derechos y tener el acceso a los servicios que los aplican, acorde con las condiciones económicas de cada nación.

Bien se sabe que una persona informada de sus derechos, tiene los elementos necesarios para hacerlos cumplir, y en este contexto, los medios de comunicación resultan vitales si cumplen con su misión de promover los derechos en el espíritu de sensibilidad social, ya que se constituyen en agentes divulgadores de los derechos y acceso a servicios sociales. Su función no termina con la simple difusión de la información, sino que también se convierten en una especie de amplificadores del control social para demandar el cumplimiento de los mismos.

#### ¿Qué es el Derecho a la Salud?

Es un derecho integral que no se refiere sólo a ir al médico, implica tener atención de calidad, que esté disponible, accesible y contextualizada. Ejercer el derecho a la salud además es contar con las condiciones, donde todas y todos, sin ninguna distinción, gozamos del más alto nivel posible de bienestar físico, mental y social. Por ejemplo: trabajar en un medio ambiente saludable, disponer de una vivienda digna, disfrutar del tiempo



libre, contar con educación e información suficiente para tomar decisiones vinculadas a la salud, tener un salario digno, entre otras cosas.

Para hacer efectivo el derecho a la salud intervienen varios actores:

- Las Instituciones de salud, las cuales, contando con infraestructura básica y necesaria, hacen efectivo este derecho, a través de una atención sanitaria disponible, accesible, de calidad y adecuada al contexto social.
- Los/as Médicos/as y trabajadores/as de salud, quienes son facilitadores/as en la relación que establecen con pacientes, usuarios/as, en su quehacer cotidiano y a partir de su conocimiento y prácticas acordes al ejercicio del derecho a la salud.
- Los/as Pacientes y usuarios/as, quienes deben hacer ejercicio de sus derechos, informándose de los mismos y participando, de manera individual u organizada, en los distintos espacios de decisión.
- El Estado debe garantizar el cumplimiento del derecho a la salud, respetándolo, promoviéndolo, protegiéndolo de la acción de terceros que puedan afectar el servicio y desarrollando acciones desde varios ámbitos como ser trabajo, educación, vivienda, desarrollo social, entre otros.
- Los Medios de comunicación, tienen un papel importante coadyuvando en la difusión de la información sobre el derecho a la salud, así como políticas e iniciativas favorables al servicio de salud en beneficio de la población.

## ¿Qué dice la Constitución Política del Estado del Derecho a la Salud?

En el Artículo 35. señala: “El Estado, en todos sus niveles, protegerá el derecho a la salud, promoviendo políticas públicas orientadas a mejorar la calidad de vida, el bienestar colectivo y el acceso gratuito de la población a los servicios de salud”.



En ese sentido, la Constitución Política del Estado incluye al sistema de salud a la medicina tradicional de las naciones y pueblos indígena originario campesinos, garantiza el acceso al seguro universal de salud y controla el ejercicio de los servicios públicos y privados de salud.

Además, en el artículo 37 señala: “El Estado tiene la obligación indeclinable de

*garantizar y sostener el derecho a la salud, que se constituye en una función suprema y primera responsabilidad financiera. Se priorizará la promoción de la salud y la prevención de las enfermedades”.*

También promoverá y garantizará el respeto, uso, investigación y práctica de la medicina tradicional, rescatando los conocimientos y prácticas ancestrales desde el pensamiento y valores de todas las naciones y pueblos indígena originario campesinos. A la par, la promoción la medicina tradicional incorporará el registro de medicamentos naturales y de sus principios activos, así como la protección de su conocimiento como propiedad intelectual, histórica, cultural, y como patrimonio de las naciones y pueblos indígena originario campesinos.

Es importante resaltar que la Constitución Política del Estado garantiza la participación de la población organizada en la toma de decisiones, y en la gestión de todo el sistema público de salud.

Además señala que las mujeres tienen derecho a la maternidad segura, con una visión y práctica intercultural, gozando de especial asistencia y protección del Estado durante el embarazo, parto y en los periodos prenatal y posnatal.

## **¿Qué es el SAFCI Salud Familiar Comunitaria Intercultural?**

Es un nuevo modelo de atención y gestión en salud, basado en los principios de Participación Comunitaria, Intersectorialidad, Interculturalidad e Integralidad. Este modelo amplía la participación social en el diseño, ejecución y seguimiento de planes, programas y proyectos de salud, que incluyen acciones de promoción y reparación de la salud y prevención de las enfermedades, orientadas al desarrollo integral de la comunidad, dentro del concepto de derechos; y crea instancias de diálogo entre la institución de salud y la población en los diferentes niveles de gestión para consolidar una visión nacional y no sectorial.





En su esencia, el SAFCI abarca no solo la enfermedad sino todo el ciclo de vida de las personas, su alimentación, su espiritualidad y cosmovisión, así como su salud mental y todo lo relacionado con el espacio socioeconómico, cultural y geográfico, de donde provienen el usuario/a, la familia y la comunidad.

En ese sentido, el sistema SAFCI representa una nueva forma de pensar, comprender y hacer el trabajo de la salud; vinculando, involucrando y articulando al equipo de salud, la persona, la familia, la comunidad y sus organizaciones en los ámbitos de gestión y atención de salud, porque en este proceso de atención

se produce la relación entre dos o más culturas médicas que buscan la unión y complementariedad entre ellas mediante el acercamiento, coordinación, respeto y aceptación.

En la prestación de servicios, la relación del equipo de salud y usuario/a debe ser horizontal en un espacio en el cual la interacción de éstos se realice respetando la cosmovisión mediante comunicación fluida y preferentemente en el idioma del usuario/a.

### **¿Qué es el Bono “Juana Azurduy”?**

Es una iniciativa que ejecuta el Ministerio de Salud, en el marco del plan de lucha contra la pobreza, que tiene mucho que ver con la otorgación del bono madre-niño/a, con el que se benefician a madres en periodo de embarazo y niños/as menores de dos años que cumplan con asistir a controles integrales en salud.

El objetivo de este bono es contribuir a la reducción de la tasa de mortalidad materno-infantil, y la tasa de desnutrición crónica en niños y niñas menores de dos años, a través del beneficio en efectivo.

Es importante recalcar que el Bono “Juana Azurduy”, no favorece a mujeres embarazadas, niños y niñas menores de dos años que sean beneficiarios/as de la seguridad a corto plazo (que tengan otro seguro de salud).

### **¿Qué es el Derecho a la Educación?**

Es un derecho humano reconocido y se entiende



como el derecho a una educación primaria gratuita obligatoria para todos/as los/as niños/as, es también una obligación a desarrollar una educación secundaria accesible para todos los/as jóvenes (sin distinción racial), así como un acceso equitativo a la educación superior, y una responsabilidad de proveer educación básica a las personas que no han completado la educación primaria. Abarca también la obligación de eliminar la discriminación en todos los niveles del sistema educativo, fijar estándares mínimos y mejorar la calidad.

Por tanto, cada mujer, hombre, joven y niño o niña tienen el derecho a la educación, capacitación e información; así como a otros derechos humanos fundamentales para la realización plena de su derecho a la educación. El derecho de todas las personas a la educación se encuentra establecido en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, Pactos Internacionales, la Convención de los Derechos del Niño y la Niña y otros tratados y declaraciones internacionales; todas éstas, forman parte de herramientas poderosas que deben ser puestas en marcha para el goce del derecho a la educación para todos y todas.

## ¿Qué dice la Constitución Política del Estado sobre el Derecho a la Educación?

El Artículo 77 señala: *“La educación constituye una función suprema y primera responsabilidad financiera del Estado, que tiene la obligación indeclinable de sostenerla, garantizarla y gestionarla”.*

Por tanto el Estado y la sociedad tienen tuición plena sobre el sistema educativo, que comprende la educación regular, la alternativa y especial, y la educación superior de formación profesional.

Asimismo, el Artículo 78 indica: *“La educación es unitaria, pública, universal, democrática, participativa, comunitaria, descolonizadora y de calidad”.*

En este sentido, la educación es intracultural, intercultural y plurilingüe fundamentada en un espíritu abierto, humanista, científico, técnico y tecnológico, productivo, territorial, teórico, práctico, liberador revolucionario, crítico y solidario; con valores que incorporan la equidad de género, la no diferencia de roles, la no violencia y la vigencia plena de los derechos humanos.



105 Millones distribuidos por el Bono Juana Azurduy



El Bono Juana Azurduy Beneficia a más de 500 mil Mujeres, niñas y niños



La Constitución Política del Estado, reconoce y garantiza la participación social comunitaria de madres y padres de familia en el sistema educativo, mediante organismos representativos en todos los niveles del Estado y en las naciones y pueblos indígena originario campesinos.

## ¿Qué es la Ley Avelino Siñani – Elizardo Pérez?

Es la nueva política educativa de nuestro país cuyos planteamientos curriculares están destinados a fortalecer las capacidades y los elementos teórico-

conceptuales así como las dimensiones de la economía, el tema social, político, cultural, las interpelaciones a las relaciones de poder, además de elementos que han estado en cuestionamiento como la homogeneización cultural, la exclusión, el reconocimiento de la diversidad y otros.

Esta ley toma en cuenta los principios de descolonización, lo comunitario, la intraculturalidad y la interculturalidad; la educación plurilingüe, productiva, científica-técnica-tecnológica.

La ley Avelino Siñani y Elizardo Perez, tiene las siguientes ventajas:

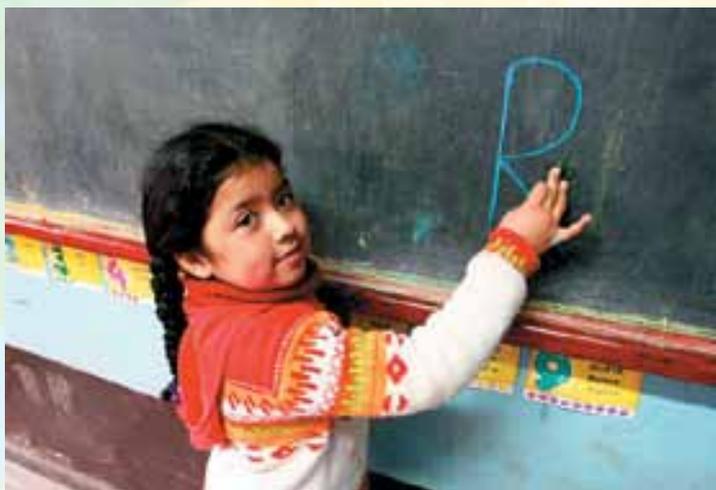
- a) El aprendizaje es intercultural e intracultural, porque considera la diversidad cultural, promoción, recuperación y fortalecimiento de los valores de las distintas culturas.
- b) El aprendizaje es una construcción de conocimientos, porque surge de una elaboración que el/la estudiante realiza en el ámbito de sus relaciones y actividades sociales.
- c) Uso de idiomas oficiales y lengua extranjera, porque plantea que el aprendizaje de la educación debe iniciarse en la lengua materna

en todos los aspectos de su formación, para posteriormente abarcar el conocimiento de otras lenguas.

d) Subsistema de educación especial, porque puntualiza diferenciaciones particulares y específicas en lo concerniente a la educación especial.

e) Reafirmación de la reivindicación marítima, porque contribuye a reafirmar el derecho irrenunciable e imprescriptible del derecho a la cualidad marítima.

f) Promueve la complementariedad, porque se sustenta en la concurrencia de todos



los esfuerzos, bajo los criterios de reciprocidad, solidaridad e integración entre las distintas naciones y pueblos originarios campesinos y afrodescendientes, así como organizaciones sociales, estudiantes y de las comunidades educativas.

- g) Fortalece la seguridad, defensa y desarrollo, porque dentro de sus objetivos prioriza la educación en la zonas de frontera con la finalidad de resguardar la soberanía del Estado.

## ¿Qué es el Bono “Juancito Pinto”?

Es un incentivo solidario que hace el Estado para que los niños, niñas y jóvenes que están estudiando no dejen las aulas. Este beneficio está dirigido a impulsar la matriculación, permanencia y culminación del año escolar.

Por tanto, el Bono “Juancito Pinto” es un beneficio económico creado con el fin de reducir la deserción estudiantil en el país, cuyo aliciente se concreta en la entrega de 200 Bs. anuales por estudiante y fue creado mediante Decreto Supremo N°28899 el 26 de octubre de 2006.

Las organizaciones sociales en el nivel local, a través de sus diferentes formas de organización y representación con base en sus usos y costumbres, velarán por la transparencia en el pago del Bono “Juancito Pinto”.



## ¿Qué es el Derecho a la Vivienda?

Es un derecho universal y reconocido para todas las personas. En el ejercicio de este derecho, lo que más preocupa son las condiciones de habitabilidad entonces lo que hay que hacer para que este derecho sea efectivo para todo el mundo, es atacar las causas profundas de no acceso a la vivienda que se reflejan en la especulación del terreno y la propiedad, las expropiaciones y los desalojos forzosos, la migración rural, el crecimiento de los barrios periurbanos, la discriminación contra grupos vulnerables, incluidas las mujeres, los/as niños/as, los/as refugiados/as, los/as inmigrantes, y las personas ancianas o con discapacidades, las catástrofes naturales y los conflictos armados, y los efectos negativos de la privatización de los servicios básicos.

Reivindicar el derecho a la vivienda implica luchar por la inclusión de las personas más vulnerables de la sociedad y demandar que el Estado cumpla con su obligación de garantizar una vida digna para todos.





Por tanto, la vivienda es el lugar de refugio que necesitan las personas para protegerse, resguardarse de las inclemencias del tiempo, resguardar su intimidad y en la mayoría de los casos, representa el lugar de asentamiento no sólo de personas, sino de núcleos familiares. Pero este derecho va más allá del lugar de refugio, representa también la preocupación por las condiciones de la vivienda, es decir, tener acceso al agua potable, servicios básicos de saneamiento, en definitiva, condiciones de vivienda dignas.

Entonces, el derecho a la vivienda se entiende como el derecho a vivir con seguridad, paz y dignidad. Cuando por problemas de diversos tipos, algunas personas no poseen acceso a una vivienda, el Estado tiene que establecer mecanismos de asistencia social y ayuda que les permita salir de la situación sensible que implica vivir sin un techo, porque la vulneración a éste derecho conlleva unas consecuencias dramáticas en cascada y causa múltiples violaciones de los derechos humanos en los campos del empleo, la educación, la salud, las relaciones sociales, la participación en la toma de decisiones (privación de los derechos cívicos entre otros).

## ¿Qué dice la Constitución Política del Estado sobre el Derecho a la Vivienda?

El artículo 19 del capítulo de derechos fundamentales señala: *“Toda persona tiene derecho a un hábitat y vivienda adecuada, que dignifiquen la vida familiar y comunitaria. Para esto el Estado, en todos sus niveles de gobierno, promoverá planes de vivienda de interés social, mediante sistemas adecuados de financiamiento, basándose en los principios de solidaridad y equidad. Estos planes se destinarán preferentemente a familias de escasos recursos, a grupos menos favorecidos y al área rural”.*



En ese sentido, toda persona tiene derecho a un ambiente adecuado con una vivienda digna que le garantice calidad de vida. Por tanto es responsabilidad del Estado el cumplimiento de este derecho, respondiendo a los criterios de universalidad, responsabilidad, accesibilidad, continuidad, calidad con participación y control social.



## ¿Qué es el Plan de Vivienda Social?

Es parte del Programa de Vivienda Social y Solidaria que define como propósito, el establecimiento y consolidación de mecanismos para facilitar el acceso a una vivienda digna priorizando a la población de menores ingresos, incluyendo a las mujeres como participantes y beneficiarias directas.

El plan de subsidio a la vivienda es impulsado por el Estado y abre una opción para los/as bolivianos/as que no tienen techo propio y representa la contribución parcial a la cuota inicial para la compra de vivienda.



Es decir, es un apoyo financiero, de carácter no reembolsable, que está destinado a pagar total o parcialmente la cuota inicial del crédito de la vivienda. Este subsidio será otorgado por una sola vez al/a beneficiario/a para la compra de su primera vivienda. Este plan habitacional plantea un estricto control en la selección de familias beneficiarias y la ampliación de acceso a sectores sociales con bajos recursos.

Es necesario señalar que los recursos para financiar este plan, provienen de dos fuentes: el aporte obligatorio patronal de empresas e instituciones correspondiente al 2% del salario de sus empleados/as dependientes y el aporte voluntario, también del 2%, de los/as trabajadores/as independientes.

Por su parte, el Estado asume su rol de regulador y fiscalizador de las políticas de vivienda, por lo tanto no compra terrenos ni construye viviendas, no adjudica ni elabora listas de beneficiarios. Provee los mecanismos financieros para facilitar el acceso a la primera vivienda, ejecuta políticas basadas en la justicia social y programas transparentes y eficientes.

## ¿Qué es el Derecho al Trabajo y al Empleo?

Es el derecho de acceder libremente a un puesto de trabajo en igualdad de condiciones. Sin embargo, es pertinente señalar que existe una diferencia conceptual entre trabajo y empleo.

El trabajo es la medida o representación del esfuerzo físico o mental que la perso-





na realiza sobre los medios de producción para generar riquezas, producir bienes y prestar servicio. El empleo, se refiere a la tasa de población ocupada, es decir, a la parte de la población que realiza un trabajo remunerado.

Por tanto, la diferencia básicamente, consiste en que el trabajo es la actividad económica que una persona realiza, y el empleo, es esa misma actividad pero remunerada.

En ese sentido, el derecho al trabajo y al empleo se ejerce cuando las personas tienen las condiciones y medios para desarrollar su proyecto de vida y es el Estado el que está obligado a garantizar que se cumpla este derecho.

En consecuencia, el derecho humano al empleo y al trabajo, debe estar acompañado de otros derechos, como un salario digno y condiciones básicas de limpieza y salubridad en los espacios de desempeño de labores, pero también debe dejar abierta la posibilidad de llevar adelante una vocación y escoger un oficio, profesión u otra actividad productiva.

### **¿Qué dice la Constitución Política del Estado sobre el Derecho al Empleo?**

En el Artículo 46. señala: *“Toda persona tiene derecho: al trabajo digno, con seguridad industrial, higiene y salud ocupacional, sin discriminación, y con remuneración o salario justo, equitativo y satisfactorio, que le asegure para sí y su familia una existencia digna.*



*Así también a una fuente laboral estable, en condiciones equitativas y satisfactorias”. Por tanto como se menciona en el artículo 54, es obligación del Estado establecer políticas de empleo que eviten la desocupación y la subocupación, con la finalidad de crear, mantener y generar condiciones que garanticen a las trabajadoras/as, posibilidades de ocupación laboral digna y de remuneración justa.*

Además, en el artículo 47 señala: *“Las trabajadoras y los trabajadores de pequeñas unidades productivas urbanas o rurales, por cuenta propia, y gremialistas en general, gozarán por parte del Estado de un régimen de protección especial, mediante una política de intercambio comercial equitativo y de precios justos para sus productos, así como la asignación preferente de recursos eco-*



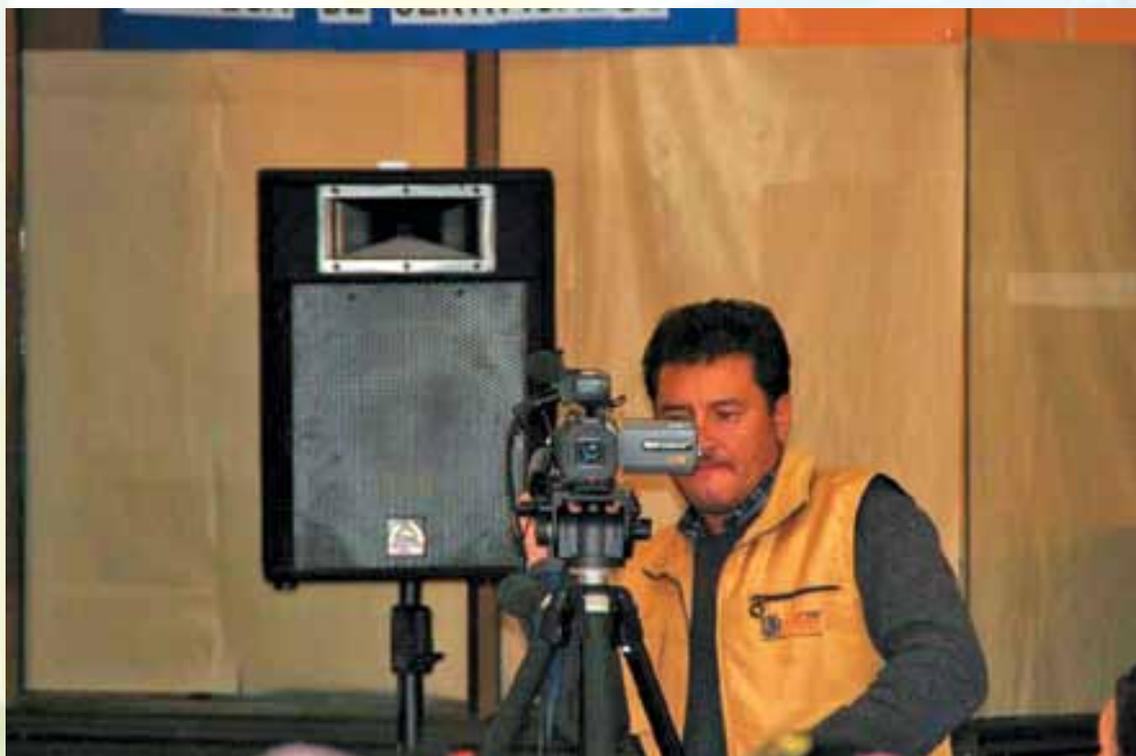
*nómicos financieros para incentivar su producción, en tal sentido, el Estado protegerá, fomentará y fortalecerá las formas comunitarias de producción”.*

### **¿Qué es el Programa “Mi Primer Empleo Digno”?**

Es un programa de política estatal de lucha contra el desempleo, cuyo objetivo central es incrementar el desarrollo de habilidades de jóvenes de zonas urbanas y periurbanas de bajos ingresos que les permita encontrar y mantener un empleo formal.

De esa manera, “Mi primer empleo digno” tiene la misión de facilitar e incrementar la inserción laboral de jóvenes, mujeres y hombres, entre 18 y 24 años, de escasos recursos económicos, que hayan culminado el segundo año de secundaria, del área urbana y periurbana de las ciudades de La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz, mejorando sus condiciones de empleabilidad en el mercado de trabajo, a través de programas de capacitación y pasantía en varios oficios.

Además, de la capacitación e inserción laboral, el programa promueve emprendimientos económicos, es decir que los/as jóvenes se agrupen para formar sus propias microempresas para generar y mejorar sus ingresos económicos.





## 4. Cómo hacer productos comunicacionales radiofónicos

Primero señalamos que los productos comunicacionales están conformados por mensajes realizados con el objetivo de ser compartidos y difundidos de manera interpersonal, por mini-medios (radio-bocinas, periódicos murales, sociodramas, volantes, entre otros) o por medios de comunicación masiva (radio, televisión, periódicos, internet), cada uno con sus propias características y potencialidades.

En este capítulo, centramos la atención en la realización de productos comunicacionales radiofónicos porque pese al avance tecnológico, la radio se sigue considerando como un medio masivo eficaz, eficiente y popular que puede llegar a varios sitios a la vez y a muchas personas distantes entre sí.

Además la radio -utilizada de manera responsable- sigue representando un medio de expresión con alto grado de creatividad y participación, y cumple una función social positiva para la educación y la cultura.

Ejerciendo nuestro derecho a la comunicación, ponemos en evidencia que es un mito el pensar que el pueblo no tiene voz, todo lo contrario, el pueblo sí tiene voz, el problema es que no tiene acceso a los medios para hacerse escuchar, por tanto, la responsabilidad social de la radio es amplificar la voz de la ciudadanía y de esta manera legitimarla socialmente. Pero asumir el ejercicio comunicativo conlleva un compromiso social preponderante ya que es importante determinar cómo se construye el mensaje para dar a conocer lo que se quiere comunicar, pero además, es necesario saber cómo decirlo para ser escuchados/as, atendidos/as y entendidos/as.

Cuando se piensa en cómo hacer productos comunicacionales radiofónicos, se tienen que pensar que comunicarse por radio no es solo hablar, sino que implica emitir mensajes para compartir y generar respuestas, es decir, apostar por una actitud de escucharse atenderse y valorarse, bus-





cando experiencias comunes entre oyentes y comunicadores/as, respondiendo a las necesidades de las audiencias, generando espacios de encuentro y motivando condiciones para el diálogo y la participación.

### ¿Cómo se producen los mensajes radiofónicos?

Para producir mensajes radiofónicos, tenemos que considerar tres elementos básicos:

- a) **QUÉ queremos comunicar:** es la IDEA, pues existe una intención presente antes de hablar frente al micrófono, por eso es importante planificar el tipo de programa que vamos a desarrollar, teniendo en cuenta que se necesita documentación, además, escribir para el oído, de tal manera que cuando nos escuchen, nos comprendan y recuerden lo que decimos.
- b) **CÓMO queremos comunicar:** es el FORMATO que tiene que ver con la elección de la forma y el programa adecuado para el contenido que vamos a tratar, es necesario tener mucha creatividad y tener siempre presente a la audiencia.
- c) **A QUIÉN queremos comunicar:** es la AUDIENCIA, considerando que tiene rostro, por eso es importante individualizarla, conocer sus intereses, sentimientos, necesidades, aspiraciones, etc.

Cuando producimos mensajes radiofónicos, tenemos que considerar cómo queremos hablarle a la gente y pensar cómo la gente nos escuchará, por ello mismo, reflejar el cotidiano de nuestra audiencia y crear complicidad entre emisores/as y perceptores/as, es fundamental.

### ¿Qué es el lenguaje radiofónico?

Al igual que en el proceso de comunicación, en el lenguaje radiofónico necesitamos un código común que sea entendido y compartido entre emisores/as y perceptores/as. Ahora bien, además del código verbal, existen también códigos sonoros, por eso mismo, el valor del lenguaje

radiofónico está en escribir de manera creativa para el oído.

Con el lenguaje radiofónico se “visten” los mensajes a partir de la combinación creativa de cuatro elementos:

- a) **LA VOZ HUMANA:** es la que representa la cotidianidad. Con las palabras creamos imágenes sonoras, por eso mismo, las palabras tienen peso, forma, color, ritmo, poder.
- b) **LA MUSICA:** es la que representa al lenguaje de los sentidos, su función es variada y se encarga de situar al mensaje, en un determinado tiempo y situación. También tiene distintas funciones como: gramatical (separa bloques), expresiva (crea atmósferas), descriptiva (ambienta lugares y emociones) y reflexiva (propone análisis).
- c) **LOS EFECTOS SONOROS:** son los que representan al lenguaje de la naturaleza, despiertan la imaginación. Crean imágenes de acuerdo a sus propias funciones: ambiental o descriptiva (acompaña al diálogo y le da realismo), expresiva (le da un clima determinado), narrativa (es un nexo de unión entre escenas) y ornamental (adorna la escena).
- d) **EL SILENCIO:** es el que representa suspenso o reflexión, bien utilizado, ayuda a reflexionar sobre el mensaje, también sirve para crear suspenso o para ser un elemento de transición entre escenas.



## ¿Qué son los géneros radiofónicos?

Comenzamos señalando que los programas radiofónicos se identifican a partir de los contenidos y se clasifican en géneros. Así los tipos de programas, según su género se clasifican en:

- a) **INFORMATIVOS:** cuyo contenido es el conjunto o sucesión de noticias. Trata de lo real, lo veraz. Formatos pertenecientes a este género son: crónica, entrevista, nota, reportajes, encuestas, opinión, editorial, charla, debates, paneles, etc.
- b) **MUSICALES:** tienen muy buena llegada, su buen uso proporciona resultados favorables. Maneja la emotividad y el entretenimiento. A este género pertenecen los formatos siguientes: programas musicales por género, por épocas, discoforos, festivales, complacencias, recitales, etc.
- c) **DRAMATIZADOS:** por su estructura dinámica, resultan atractivos y bien aceptados. Es género de ficción. Algunos de los formatos





que abarca son: radionovelas, cuentos, leyendas, sociodramas, radioteatros, etc.

### **¿Qué son los formatos radiofónicos?**

Son los que dan forma a los programas para transmitir los contenidos de los géneros. Se clasifican según el número de voces: monólogos, dialogados, dramatizados, abiertos o participativos.

Existe una gran variedad de formatos, entre ellos mencionamos:

- a) CHARLA: discurso o monólogo que puede ser expositiva, creativa, testimonial
- b) NOTICIERO: cuya unidad es la noticia
- c) NOTA/CRONICA: es la información amplia de un hecho, no contiene comentarios y opiniones
- d) COMENTARIO: es el análisis y opinión de un hecho determinado
- e) ENTREVISTA: es un diálogo basado en preguntas y respuestas que puede ser de manera individual o colectiva
- f) RADIOREVISTA: su característica principal es abordar varios temas en una variedad de secciones
- g) MESA REDONDA: con la participación de invitados/as y la intervención de un/a moderador/a para llevar adelante un programa de debate, controversia, confrontación.



h) **RADIOREPORTAJE:** es la presentación relativamente completa de un tema en base a una documentación directa o reconstruida.

## ¿Cómo se proyecta un programa de radio?

Lo primero y principal es plantearse:

- **PARA QUÉ HACER** el programa (Objetivo)
- **DE QUÉ HABLAR** en el programa (Contenido)
- **A QUIÉN** va dirigido el programa (Audiencia)
- **CÓMO HACER** el programa (Género y formato)

Con esa base, se aconseja considerar:

- **PLAN DEL PROGRAMA:** definir temáticas, título, formato, emisión periódica
- **ESTRUCTURA DEL PROGRAMA:** identificar ideas, contenidos, secciones, géneros y formatos
- **OBJETIVO:** identificar la utilidad del programa y su aporte
- **AUDIENCIA:** considerar y reconocer para quien va dirigido el programa

Es importante recordar que el valor del programa radiofónico, está dado por el interés de su contenido y la buena calidad de la producción.

## ¿Qué es el guión?

Es un esquema previo, es una guía que aclara las ideas y permite saber cómo se empieza, sigue y termina el programa. Permite que las ideas estén encadenadas.

## ¿Qué es el libreto?

Es la versión escrita de las palabras, marca la estructura del programa, da todos los detalles internos, contiene los parlamentos, instrucciones y acotaciones de locutores/as y parte técnica.

Escribir tanto guiones como libretos radiofónicos, es un trabajo de arquitectura, ambos son herramientas para locutoras, locutores, actrices, actores, productoras, productores, y parte técnica.

Es importante señalar que tanto el guión como el libreto son susceptibles de acotaciones y



modificaciones que no alteren sustancialmente el contenido del programa ya planificado, pero que logren enriquecerlo, dando lugar a la improvisación.

La elaboración del guión y del libreto contempla tres pasos básicos:

- a) DOCUMENTACIÓN: es la búsqueda e identificación de fuentes
- b) REDACCIÓN: es importante escribir de manera sencilla, coloquial y amena
- c) DIAGRAMADO: es el esquema detallado donde se refleja el uso de los elementos del lenguaje radiofónico.



## 5. Produciendo para nuestras radios

**P**odemos decir que la radio es un medio mágico que estimula la imaginación, pero también es un instrumento que de ser bien utilizado puede resultar muy útil ya que no sólo se convierte en compañía sino también en un servicio que brinda información, educación de manera ágil y divertida, de tal forma que los conocimientos se van enriqueciendo.

Así, por sus características, la radio es universal ya que es de fácil acceso y popularidad; es instantánea porque su transmisión es inmediata y accesible; es espontánea porque es auténtica y genera participación genuina. Por eso, el desafío se plantea en elaborar programas variados y de calidad. En síntesis, usar bien el medio radiofónico es una técnica y un arte que exige dedicación, esfuerzo, compromiso, creatividad, pasión y mucho amor.

Para tener más elementos que nos motiven a despertar nuestra creatividad y preparar programas con calidad, nos apoyamos en el texto “Manual urgente para radialistas apasionadas y apasionados” de José Ignacio López Vigil, además de algunas reflexiones producto de talleres y charlas sobre el tema. Compartimos algunos conceptos:

### ¿Cómo estructuramos una noticia?

Ante todo, es importante dejar de lado la famosa pirámide invertida (ir de lo más a lo menos importante) porque nada tiene que ver con la radio, aunque muchos radialistas la siguen aplicando.

Las cinco preguntas que forman el “lead” (primer párrafo de una nota) en la prensa escrita que responde a las preguntas: qué, quién, cuándo, dónde, por qué y cómo; en la radio pueden desarrollarse a lo largo de los párrafos que forman la nota.

Tal vez la mejor referencia para explicar cómo debe desarrollarse el cuerpo de la nota radiofónica es la manera de dar las noticias en nuestra vida cotidiana.

Supongamos, por ejemplo, que estamos esperando un bus y un ratero se precipita sobre nosotros/as y nos roba la cartera sin que valgan gritos ni forcejeos. Llegamos a casa enojados/as y apresurados/as por compartir con la familia lo ocurrido. ¿Cómo hacemos? Comenzamos por lo fundamental:





-¡Me robaron, un ladrón me robó la cartera con todo el sueldo!

Luego van saliendo los detalles. Contamos que el ladrón era un muchacho relativamente joven, con chamarra de cuero. Confirmamos la hora del robo y la parada del bus donde estábamos. Vamos explicando cómo sucedieron los hechos.

Todos los elementos son igualmente importantes si están bien narrados. Así el “cuerpo” de la nota radiofónica resultará atractivo.

Un elemento muy importante es contar con entrevistas en nuestra nota.

### ¿Cómo hacer una entrevista?

Las personas que escuchan la radio, no sólo quieren saber lo que dice el/la reportero/a; también desean participar en el programa y/o conocer las ideas y las experiencias de los/as demás.

Es recomendable considerar:

#### **Antes de la entrevista:**

- Tener claro el tema
- Ordenar las preguntas
- Revisar si la grabadora está lista y funcionando bien
- Buscar al/la entrevistado/a

#### **En el momento de la entrevista:**

- Darle confianza al entrevistado/a a través de charlas previas.
- Comenzar la grabación
- Hacer preguntas cortas y claras
- Utilizar palabras sencillas y en el lenguaje que el pueblo habla.
- El tono de voz debe ser amable.



- Escuchar con atención al/a entrevistado/a, pedir aclaración si utiliza palabras que no se entienden, situarle en el tema si se desvía o alarga demasiado.

## ¿Cómo producir una buena cuña?

Una cuña puede ser comercial (vende productos), educativa (vende ideas y/o causas) y promocionales de la emisora (venden la imagen de la radio).

Para producirla se toma en cuenta cuatro características importantes:

**CORTA:** Duran en promedio 30 segundos o menos. Se debe expresar una idea motivadora para el público. Decir más con menos. Simplificar la idea, ahorrar palabras, condensar el argumento pero teniendo cuidado que esa condensación no ocasione que se pierda la comprensión. La cuña debe entenderse desde la primera vez que se la escucha.

**CONCRETA:** En ningún tipo de cuñas (comerciales, promocionales o educativas) tienen cabida las generalidades. Pretender explicar en unos segundos la relación entre países ricos y pobres es pedirle demasiado al formato. Lanzar un mensaje al aire sobre la importancia de prevenir el SIDA no sirve para mucho. Hay que precisar el objetivo. Por ejemplo, usar condón.





El esquema de una cuña puede resumirse así: plantear un problema concreto y ofrecer una solución concreta.

Un problema, no dos ni tres. Y mientras más concreto, mejor. Por ejemplo, la chica rechaza bailar con él por su mal olor. La solución: desodorante Alas.

**COMPLETA:** La mayoría de las cuñas se han convertido en simples mensajes grabados a una o dos voces con un fondo musical.

Por su misma brevedad, las cuñas deben aprovechar al máxi-

mo las posibilidades que brinda el lenguaje radiofónico. Crear imágenes auditivas con palabras que se vean, sugerir escenarios sonoros, incorporar brevísimas escenas dramatizadas, hacer montajes originales con las posibilidades que brinda la edición digital, etc. es un buen ejercicio para la creatividad. Una cuña completa es la que juega con voces, música, efectos y planos y brinda una información precisa, clara y agradable.

**CREATIVA:** Hay quien nace creativo/a, hay quien se hace creativo/a. En cualquier caso, un/a creativo/a suele rechazar la primera idea que viene a su cabeza a la hora de inventar algo. Esa primera idea es la tópica, el lugar común, el estereotipo que ha ido fabricando nuestra mente sobre cualquier cosa. La insatisfacción será la mejor consejera del creativo, para elaborar cuñas encantadoras que se comprendan y que impacten en la audiencia.

## ¿Cómo hacer un debate en la radio?

Los debates son espacios donde se confrontan opiniones con la intención de generar nuevas ideas y presentar posturas diferentes.

Elementos de un debate:

- **El tema:** para que sea atractivo y útil, tiene que presentar controversia (posturas encontradas).
- **El/la moderador/a:** mantiene el orden del debate, controla los tiempos para el uso de la palabra, no opina, pero sí estimula, sin favorecer a nadie. Fomenta la participación de la audiencia y al finalizar realiza una síntesis puntual de lo que ha sido el debate.
- **Los/as invitados/as:** siempre deben tener opiniones diferentes y estar en igualdad de condiciones, es decir, tener posturas bien argumentadas. Hay que tener cuidado de no confrontar a un peso pesado con un peso pluma.



- **Recursos dinamizadores:** si bien el debate es un formato donde las discusiones y posturas son elementos clave, no es excluyente utilizar un formato pequeño como elemento motivador para enriquecer la discusión por ejemplo: la estrofa de una canción, un sondeo, una dramatización breve, un testimonio, etc.

### Estructuración del Debate:

- La estructura del debate es “abierta”
- Las intervenciones de invitados/as, público así como la inclusión de elementos motivadores, responden a la manera en la que se planifica el desarrollo del debate considerando el momento oportuno para sumarlos al formato.
- El/la moderador/a tiene que tener iniciativa, bajar la presión a los/as exaltados/as, animar a los/las apáticos/as, saber cortar, saber conducir y mantener una actitud dinámica.
- El moderador/a siempre comienza el debate saludando y presentando a los invitados, tiene el cuidado de identificarlos a lo largo del debate para que la audiencia reconozca a la persona que está hablando. Así mismo, al finalizar luego de la síntesis puntual, despide a los/las invitados/as y a la audiencia.



## ¿Cómo realizamos un sociodrama que impacte?

El sociodrama es una historia social. El tiempo de duración, al igual que el número de personajes y de escenas, es muy variable. Es posible la figura de un narrador/a, pero no necesaria. Tampoco es necesario que tenga un final. Lo ideal es dejar el final abierto, planteando bien el conflicto para provocar la búsqueda de la solución entre los/as mismos/as oyentes.

Para producir un sociodrama hay que tomar en cuenta:

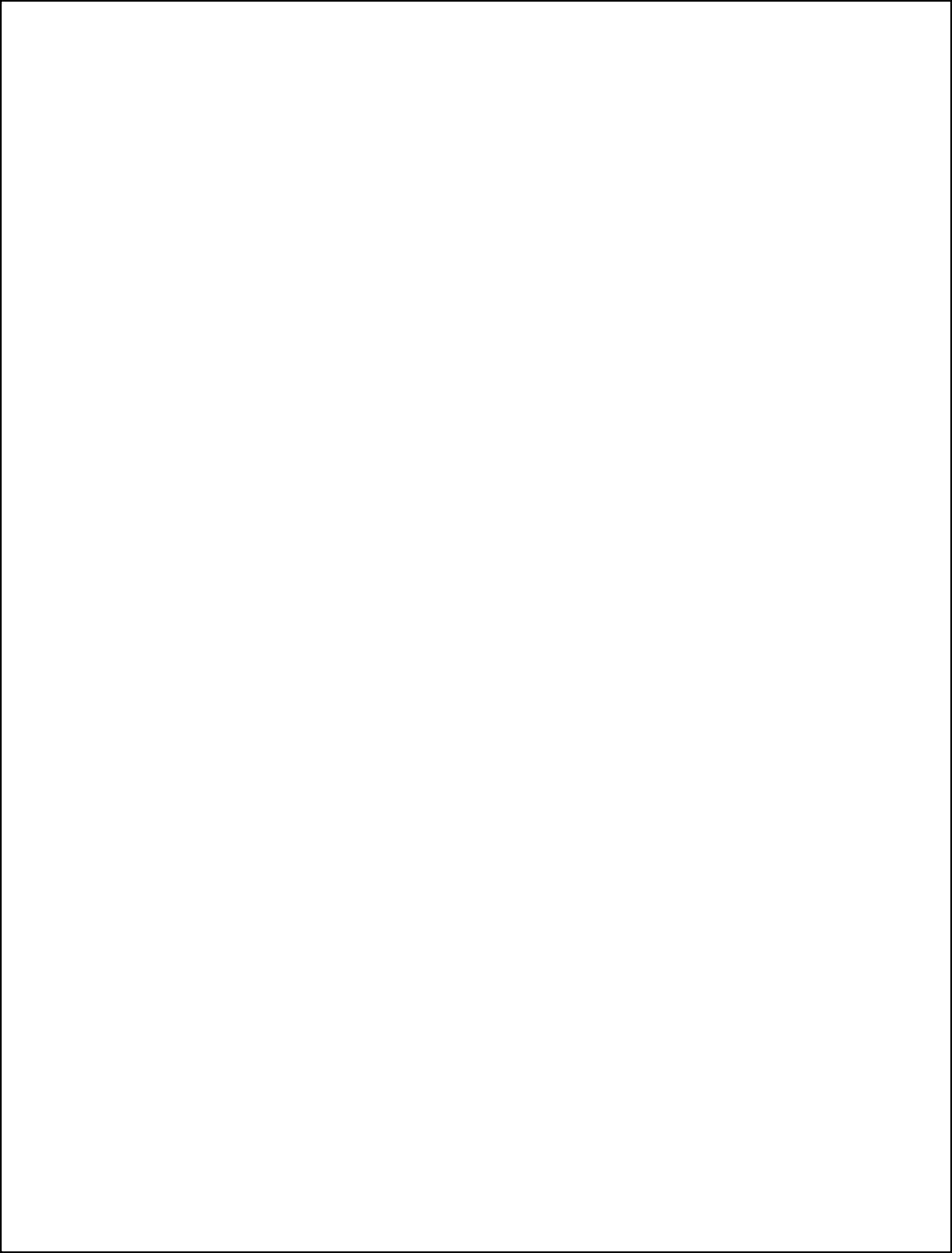
- Los temas deben ser interesantes y llamativos para la audiencia.
- Caracterizar bien los personajes y contrastarlos.
- No hacer argumentos muy previsibles, darle puntos de giro al argumento.
- Para dar vida a los personajes es bueno darles nombres. Procurar



acertar en la selección de las voces y adecuar el tono de cada uno al personaje.

- En radio hay cambio de escena cuando hay cambio de tiempo y/o de lugar, para marcar estas escenas se suele utilizar una cortina musical.
- Incorporar ruidos y efectos habituales que sitúen la escena. Por ejemplo bostezar a la hora de despertarse.
- Usar juegos de palabras que enriquecen el dialogo. Estimular las “picardías del lenguaje”.
- El/a operador/a técnico/a tiene que involucrarse en la producción.
- Nombrar siempre un/a director/a para que coordine al grupo.
- Los fondos musicales y/o de ambiente van en segundo plano de la narración.
- La música introduce a la escena, prepara el momento que está por llegar. Por ejemplo: la música de suspenso que anuncia un crimen no va después del crimen, sino antes de que este suceda, para crear emoción.
- Los efectos sonoros siempre van dentro de la escena.
- El/a narrador/a cuenta lo que no se sabe, lo que no se dice con música, o que no comentan los personajes.







 Canadian International Development Agency    Agence canadienne de développement international

WACC  comunicación para TODAS y TODOS

 **CECOPI**  
CENTRO DE EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN  
PARA COMUNIDADES Y PUEBLOS INDÍGENAS