



**UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS
DE LA COSTA CARIBE NICARAGUENSE
(URACCAN LAS MINAS)**

Tesis

**Comunicación Intercultural en radios de Siuna.
Periodo 2013**

Para Optar al Título de:

Máster en Comunicación Intercultural y Medios

Autor. Lic. José Antonio López Pérez

Tutora: MSc. Julia Argüello Mendieta

Siuna, Diciembre de 2014

**UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS DE
LA COSTA CARIBE NICARAGUENSE
(URACCAN LAS MINAS)**

Tesis

Comunicación Intercultural en Radios de Siuna,
Periodo 2013

Para Optar al Título de:

Máster en Comunicación Intercultural y Medios

Autor. Lic. José Antonio López Pérez

Tutora: MSc. Julia Argüello Mendieta

Siuna, Diciembre de 2014

A Dios Todo Poderoso

En primer lugar dedico mi tesis a Dios Todo Poderoso, por concebirme la vida, la salud, la sabiduría y sobre todo por dejarme desarrollar el proyecto de investigación y optar a un grado académico más.

A mi familia

Dedico mi tesis principalmente a mi compañera de vida bajo unión de hecho estable, Karla Patricia Pizarro Urbina, por su comprensión, por su apoyo moral y económico durante todo el proceso estudio que duró la maestría.

José Antonio López Pérez

AGRADECIMIENTOS

A Dios Padre Todo Poderoso por haberme dejado respirar el aire con salud y sabiduría que ayudó a terminar mi tesis.

Al vicerrector de Uraccan Las Minas, Bismarck Lee Leon (q.e.p.d.) por haberme dicho “manda los papeles a la comisión de la maestría que yo voy a mandar los avales después”. Ese impulso me hizo lograr finalizar las clases del plan de estudio.

A la Universidad Uraccan y a los cooperantes de Noruega por desarrollar y acompañar el proceso de mejoramiento de capacidades humanas bajo la modalidad de maestría, en el Recinto Uraccan Bluefields.

A mis padres Gregorio Pérez Herrera y Blanca del Socorro López Hernández por haberme procreado y a mi abuela Francisca López Góngora por haberme ayudado a crecer y por su apoyo moral y económico durante mis primeros estudios.

José Antonio López Pérez

INDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTOS.....	ii
INDICE GENERAL.....	iii
INDICE DE CUADROS Y ANEXOS	iv
1. RESUMEN	v
SUMARY.....	vii
2. INTRODUCCIÓN.....	9
3. OBJETIVOS.....	12
4. MARCO TEÓRICO.....	13
4.1. COMUNICACIÓN INTERCULTURAL	13
4.1.2. DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL	15
4.2. RETOS DE LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL EN LAS RADIOS	19
4.3. PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERCULTURAL	22
5. METODOLOGÍA.....	27
6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	31
6.1. Desarrollo de la comunicación intercultural en las Radios.	31
6.2. Retos de la comunicación intercultural en las radios de Siuna.....	45
6.3. Propuestas de estrategia de comunicación intercultural	54
6.3.3. PROPUESTA DE ESTRATEGIA EN COMUNICACIÓN INTERCULTURAL PARA LAS RADIOS DE SIUNA:	58
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	63
LISTA DE REFERENCIAS.....	65
ANEXOS.....	72

INDICE DE CUADROS Y ANEXOS

Anexo 1. *Guía grupo focal al personal de la Radio Uraccan Siuna y la Radio Saslaya*

Anexo 2. *Guía de preguntas no estructuradas a empelados/as de la Radio Uraccan Siuna y Radio Saslaya*

Anexo 3. *Guía de preguntas no estructuradas a directores de la Radio Uraccan Siuna y Radio Saslaya*

Anexo. 4. *programación de la Radio Uraccan Siuna de lunes a viernes.*

Anexo. 5. *programación de la Radio Uraccan Siuna del sábado y domingo*

RESUMEN

La comunicación intercultural en las radios locales ha empezado a tomar impulso, como uno de los elementos comunicacionales que focalizan las demandas tradicionales de los grupos culturales. Las demandas de interés público han permitido que las emisoras de frecuencia modulada (FM), aunque con bajos recursos, focalicen la atención a las culturas.

Se efectuó una investigación cualitativa con carácter descriptivo sobre comunicación intercultural en la Radio Saslaya y Radio URACCAN Siuna, una es estatal y la otra es comunitaria. Ambas están estacionadas en la ciudad de Siuna, Región Autónoma del Caribe Norte. El estudio de campo se desarrolló en el primer trimestre del año 2014.

Se desarrolló una metodología para estudios cualitativos, que comprendió en la recolección de información mediante entrevistas no estructuradas, que permitiera al entrevistado desarrollarse al contestar las interrogantes, asimismo, se aplicó grupos focales, como instrumento de obtener mayores detalles sobre el objetivo de la investigación.

Se trabajó con una población de 12 personas que corresponden a locutores y locutoras, directores y periodistas. Del total de la población investigada hay 5 son mujeres y 7 hombres, comprendidas en las dos emisoras estudiadas. Cabe destacar que las personas que forman parte de las áreas de contabilidad y recepcionistas no fueron seleccionados por no tener una relación directa con la comunicación con los oyentes.

La investigación reveló resultados positivos como; la implementación de la comunicación intercultural, vista desde la programación abierta que ofertan al público las radios, así como el desarrollo de una parrilla de programas musicales de diferentes géneros, música nacional y regional, programas educativos e informativos.

Sin embargo, el grupo seleccionado, asume el reto de mejorar el ejercicio de la comunicación intercultural, mediante la implementación de contenidos importantes dentro de los programas musicales, desarrollados en un corto tiempo para evitar aburrimiento, revisar la programación sí o no responde a las demandas del público y sonar más música de los pueblos originarios del Caribe de Nicaragua.

Cómo estrategias comunicacionales los medios locales se proponen efectuar estudios de audiencia para conocer la opinión del público sobre la parrilla de programas existentes y los que desean que se aperturen, así como la atención constante a las demandas frecuentes de los grupos culturales.

ABSTRACT

Intercultural communication in the local radio stations have begun to gain momentum, as one of the communication elements that focus the traditional demands of cultural groups. The demands of public interest have allowed stations using frequency modulation (FM), although poor care focus cultures.

Qualitative research was conducted with descriptive about intercultural communication in Radio Saslaya and Radio URACCAN Siuna, one is state and the other is shared. Both are stationed in the city of Siuna, Autonomous Region of the Northern Caribbean. The field study was conducted in the first quarter of 2014.

A methodology for qualitative studies, which included the collection of information through unstructured interviews, developed to allow the respondent to answer the questions also focus groups was used as a tool for more detail about the purpose of the research was conducted.

They work with a population of 12 people matching speakers and presenters, editors and journalists. Of the total population are investigated are 5 women and 7 men, including the two stations studied. Note that the people who are part of the areas of accounting and receptionists were not selected for not having a direct connection with the communication with listeners.

The investigation revealed positive results as; implementation of intercultural communication, open view from the programming offered to the public radio, and the development of a grid of different genres of music programs, national and regional music, educational and informational programs.

However, the selected group takes up the challenge of improving the practice of intercultural communication by implementing important content within the music programs, developed in a short time to avoid boredom, check yes or no programming meets the demands public and music sound more native peoples Caribbean Nicaragua.

How local media communication strategies are proposed for studies of hearing for public input on the grill existing programs and those who wish to be opening and constant attention to the frequent demands of cultural groups.

2. INTRODUCCIÓN

El campo de estudio de la comunicación intercultural ha sido investigado por varios teóricos. El principal personaje que habló del término fue el antropólogo norteamericano Hall (1959) en su libro *El Lenguaje Silencioso* citado por Asunción (1993) quien describe que la comunicación intercultural empezó a dar sus primeros pasos investigativos desde el campo académico en los Estados Unidos.

La temática se consolidó en Estados Unidos como un área académica ya en los años 70, resume Hoopes (1977) y Gudykunts (1985) citado por Rodrigo (1996), un español, que a su vez hace remembranza que la *Speech Comunicación Intercultural*, inicia una publicación anual de la temática en 1974.

Aun así la comunicación intercultural se despliega y comienza a estudiarse en América Latina. Los investigadores Argentinos, García (1995) y Cagiano (2005), también hicieron aportes importantes sobre el manejo de la interculturalidad en los medios de comunicación.

La República de Nicaragua en la Ley Constitución Política (1987), en el título 1 artículo 5 estableció el respeto a la autodeterminación de los pueblos y su identidad cultural. En el título 2, artículo 8 reconoció plenamente a la nación como de naturaleza multiétnica y por ende multicultural.

En Nicaragua el periodista, Grigsby (2004) escribió en el Periódico *El Nuevo Diario* un artículo titulado "Los medio de comunicación y la interculturalidad", donde alude que los medios de comunicación son interculturales.

En el Caribe de Nicaragua la comunicación intercultural puede entenderse que da sus primeros pasos con la aprobación de la Ley Estatutos de Autonomía (1987), promulgada por la Asamblea Nacional, donde establece la autodeterminación de los pueblos caribeños por sus características culturales.

En la Costa Caribe de Nicaragua la comunicación intercultural se remonta desde el nacimiento de la Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense (URACCAN), que se remonta a su fundación, el 5 de marzo de 1992, incluyendo su modelo pedagógico comunitario intercultural (URACCAN, 2004).

En el marco de contextualizar el ejercicio de la comunicación intercultural en el Municipio de Siuna, Región Autónoma del Caribe Norte, donde existen 6 medios de comunicación radial, entre privadas, estatales y comunitaria, se desarrolló una investigación cualitativa para entender la manera de cómo atienden la interculturalidad desde la comunicación.

La investigación se desarrolló principalmente en la Radio Uraccan Siuna, emisora comunitaria y Radio Saslaya, emisora estatal. Lo cual tienen una programación abierta. Pero aún no tienen definida la ruta de ejercicio de la comunicación intercultural que propicie la atención de las demandas de los grupos culturales.

El propósito del estudio partió desde la lógica de comprender como se está desarrollando la interculturalidad desde el ejercicio comunicacional. Además busca describir los retos que tienen los medios en el marco de la atención a las demandas de los grupos culturales, así como oír las propuestas de búsqueda de interactuar con las distintas culturas.

La aportación que se pretende hacer con este trabajo de investigación científica, está sobre la base de la construcción de herramientas, para el ejercicio de comunicación en un campo intercultural. Que permita a su vez, identificar retos de diseños de estrategias comunicacionales.

Esta investigación plantea nuevos desafíos para los que dirigen medios de comunicación radiales en el país, así como para las mismas radios que fueron estudiadas, los otros medios locales, estudiantes de comunicación intercultural, académicos e investigadores sobre el tema. Es decir el trabajo servirá como base fundamental para desarrollar otras investigaciones que buscan la transmisión de conocimientos.

3. OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar cómo se desarrolla la comunicación intercultural en las Radios Saslaya y Radio Uraccan de Siuna.

Objetivos específicos

- Identificar cómo se propicia el ejercicio de la comunicación intercultural en la Radio Saslaya y Radio URACCAN de Siuna.
- Determinar los retos de la comunicación intercultural en las radios.
- Proponer una estrategia de comunicación intercultural en la radio.

4. MARCO TEÓRICO

4.1. COMUNICACIÓN INTERCULTURAL

La comunicación intercultural se puede concebir como un espacio equilibrado dentro de lo habitual y lo diferente (Rodrigo, 1996). En tanto para Asunción (1993) refiere que ese término se entiende que los humanos somos diferentes. A la vez puede significar distintas cosas para diferentes personas.

El modelo de la comunicación intercultural se orienta hacia una ruta que constituye un discurso y de la práctica en el campo comunicacional (Del Valle y Poblete, 2009). Por tanto para Asunción (1993) entiende que la comunicación intercultural debe de retomar el efecto cultural al menos de uno de los grupos culturales.

La temática puede atribuirse hacia un proceso de transmisión de mensajes entre distintas culturas. Asimismo, describe el término como un encuentro entre diferentes grupos culturales (Parra, 2010). Por lo consiguiente Asunción (1993) genéricamente describe la comunicación intercultural como una aproximación hacia el entendimiento entre diferentes grupos culturales.

El sistema de la comunicación intercultural como una disciplina académica y comunicacional puede orientarse hacia la práctica en diferentes campos (Asunción, 1993). En esa dirección, como menciona el teórico Rodrigo (1996) es necesario establecer una lengua común para instaurar el diálogo, incluso conocer la otra cultura como la propia.

Asunción (1993) y Rodrigo (1996) mencionan que esta disciplina comunicacional que aunque ha sido un tema de investigación reciente, ha concebido ser un campo de estudio que ha tomado importancia, sobre todo en la parte de la investigación científica y académica.

En ese sentido el tema cobró interés sobre todo en países de Europa, sobre todo por la migración, así como en los Estados Unidos. Inclusive el contenido de la comunicación intercultural sumó las expectativas de estudios a profundidad en los países de América Latina (Rodrigo, 1996).

4.1.1. Teorías relacionadas a la comunicación intercultural

Las siguientes teorías relacionadas a la comunicación intercultural por Gudykunst (2005 citado en Sanhueza y Friz, 2012). Estas son algunas de las propuestas más conocidas en los modelos comunicativos interculturales.

1. Teoría de la gestión coordinada del significado. Integracionista de la cultura.
2. Teoría de la negociación y el prestigio. Busca la viabilidad hacia autodeterminación de las culturas y el diálogo
3. Teoría de la acomodación comunicativa. Que se concentran en los ajustes en las interacciones comunicativas.
4. Teoría de la gestión de la identidad. Concierno a la identidad.
5. Teoría de la gestión de la ansiedad y la incertidumbre para la comunicación efectiva. Se atribuye a la comunicación y a las tomas de decisiones efectivas.

4.1.2. DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL EN LAS RADIOS

La comunicación intercultural según Romeu (2012) focaliza su atención hacia los temas urgentes de las sociedades actuales. Asimismo, plantea que se deben hablar de la multiculturalidad histórica, emigración y reivindicación de los grupos étnicos marginados.

Es primordial en la comunicación intercultural el interés mismo de los grupos culturales que promuevan la apropiación del conocimiento intercultural (Rodrigo, 1996). De la misma manera Asunción (1993) manifiesta que se puede crear un clima de entendimiento entre diferentes culturas con el ejercicio de la comunicación intercultural.

Estos estudios comunicacionales buscan centrar su atención en la reducción de conflictos y mejorar los procesos comunicativos de grupos culturales. Por esa razón el teórico Ellul (1993 citado en Rodrigo, González y Estrada, 2004) plantea cinco condiciones en las que se da la comunicación intercultural.

- 1) **La diferenciación de los grupos:** “Es necesario que la diferencia sea suficientemente importante y profunda para que haya un intercambio importante e inesperado.
- 2) **La comprensibilidad a pesar de la diferencia:** “... es necesario que la información transmitida por la comunicación sea comprensible, asequible para el receptor.
- 3) **El reconocimiento recíproco:** “Es decir, simplemente, que cada uno reconozca al Otro, en tanto que Otro, sin negarlo, lo que es evidentemente una disposición a la apertura y al cuestionamiento.

- 4) **La aceptación:** “No sólo hay que reconocer al Otro en tanto que Otro, además hay que aceptarlo como tal, tolerarlo en su diferencia.
- 5) **La no monopolización de los medios de comunicación:** “La única fórmula aceptable es la autogestión. Que cada grupo cultural tenga su radio, su televisión, sus periódicos, con tantos intercambios entre grupos como sea posible de forma que la comunicación no sólo sea intragrupal sino que permita un verdadero conocimiento de los grupos entre sí.

El ejercicio de la comunicación intercultural busca comprender qué sucede cuando los seres humanos de diferentes culturas interactúan Casmir & Asunción (1989) citado por Millán y Babolla (2005) En ese sentido Rodrigo (1999) propone varios elementos para que haya una buena interacción interpersonal con distintos grupos culturales.

1. **Una lengua común o un sistema de comunicación común:** Es necesario una cierta competencia comunicativa y no solo competencia lingüística. No se puede presuponerse que los sistemas de comunicación de otra cultura es similar a la nuestra.
2. **Conocimiento de la cultura ajena:** Es difícil separar la lengua de la cultura. Por es imprescindible un buen conocimiento de una cultura para codificar correctamente los mensajes.
3. **El reconocimiento de la cultura propia:** La comunicación intercultural no solo implica aproximarse al conocimiento de otra cultura, sino también de apropiarse de la cultura propia.

4. **La eliminación de los prejuicios:** Es necesario estar interesado por otras culturas, por sus producción cultural y modos de vidas que proporcione hacer una mirada de cambio de prejuicios y evitar el sesgo en cualquier campo comunicacional.
5. **Ser capaz de empatizar y adoptar una actitud abierta hacia el cambio:** Es evidente que durante el desarrollo de la vida del ser humano se tienen que hacer cambios de actitud, tanto para convivir en armonía con el medio ambiente o cuando nos enfrentamos a otras alteraciones de hábitos que generalmente molestan.
6. **Saber metacomunicarse:** Se suele decir que la comunicación intercultural es un término complejo y muchas veces hay que explicarse bien ante público. Por eso en la meta comunicación implica ser explícito al emitir un mensaje.
7. **Evitar la generalización acerca de otras culturas:** Es casi imposible evitar generalizar al referirnos a otras culturas. Pero se hace necesario para no estereotipar al emitir declaraciones acerca de otras culturas.
8. **La aceptación del principio de la relatividad cultural:** Las culturas únicas y sus premisas son tan importante como cualquier otra. Una relatividad cultural evitaría caer en la creencia de que una cultura es superior a otra.
9. **Ser creativo y experimental:** La comunicación intercultural implica tener destrezas interculturales, de manera que haya una respuesta rápida con adaptación constate y ajuste espontáneo en el acto de comunicarse.

4.1.3. LA RADIODIFUSORA

La radiodifusora es un medio de comunicación masivo que se determina por sus características auditivas con capacidades de llegar a distintos públicos de forma colectiva. Que a su vez es un medio en que se produce sistemáticamente programas que se pone en contacto con un público determinado (García y Meza, 1999, p.3).

Las emisoras parten de la concepción que tiene el interesado en el proyecto. Toda radio debe de tener un público específico al que se va a dirigir. Pero además los medios radiales son privilegiados en cuanto a la emisión del mensaje con imaginación y posibilidad de convencimiento (García y Meza, 1999, p.5).

4.1.4. RADIOS COMERCIALES

En el artículo 12 de la Ley General de Telecomunicaciones y Servicios Postales de Nicaragua aprobada por la Asamblea Nacional (1995), atribuye el concepto de la radios comerciales o privada como medios de comunicación con servicios de interés particular establecidos por personas natural o jurídicas, con la finalidad de satisfacer las necesidades.

4.1.5. RADIO COMUNITARIAS

Las emisoras comunitarias se implementaron en los años 60 con la finalidad de ser democráticas en sus programaciones. El término de comunitaria alude a la fijación de establecer un medio alternativo de manera que las ondas que lleguen al público meta. Que propicie la libertad de expresión de la ciudadanía siempre que aluda en el marco del respeto (Ortiz y Soledad, s/f).

Los medios de comunicación radiales comunitarios o libres cómo suelen llamarlos en otros países se muestran flexibles en la búsqueda de aportar al desarrollo social y democrático, encaminada a la reivindicación sociales incluso de derechos y empoderamiento de deberes y obligaciones compartidas de la gente (Milán, 2006, p.1)

4.2. RETOS DE LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL EN LAS RADIOS

Rodrigo (1996) señala que los medios de comunicación no han prestado atención al término de la cultura ni a los elementos que proporciona una comunicación intercultural.

Por su parte Parras (2010) considera que los conceptos de cultura y comunicación no se han debatido, lo que pone a la generación de nuestros tiempos en una escala de desafíos ante nuevas terminologías.

La implementación de medios propios o hacer programas en lenguas originales podría facilitar la comprensión de los que otras culturas hacen. También plantean Otro desafío que es manejar la información equilibrada en los medios de comunicación para que la sociedad se vea representada así como el respeto a las lenguas y formación de periodistas en temas interculturales. (Rodrigo, et. al. 2004; p.10 y Romeu, 2012, p. 9).

Asunción (1993) hace mención que los estudios de la comunicación intercultural revelan que hay una preocupación contemporánea por incluir el término con responsabilidad en todos los campos de estudio (p.2), al tanto que las ciencias sociales y humanas se preocupen a estudiar la temática y desde mi opinión las emisoras radiales no están exentas de promover la interculturalidad.

A causa de la llamada globalización los grupos culturales están sujetos a identificarse y relacionarse con otras culturas, donde uno de los grandes retos es hacer comunicación intercultural asumiendo que existen culturas diferentes y que necesitan digerir bien la información (Grosso, 2003, p. 3).

La teoría de los estudios de comunicación intercultural ha demostrado separarse del enfoque tradicional (Asunción, 1993; Grosso, 2003). En ese particular están vinculando el término con el contacto y el encuentro cultural como una forma de identificar que la comunicación intercultural difiere de la forma de comunicación tradicional.

Una manera de enfrentar el reto del ejercicio de la comunicación intercultural es mejorar la habilidad de relacionarse con grupos culturales, llámense indígenas, afros descendientes, grupos religiosos, políticos, instituciones, deportivos, mercados y distintos lugares públicos (Asunción, 1993, p.3).

Un planteamiento de Asunción (1993) y Romeu (2012) es la promoción de espacios de discusión sobre la comunicación intercultural como una forma de focalizar los temas actuales de la sociedad.

Los medios de comunicación masivos deben de apostar a la creación de una ciudadanía intercultural. Como destaca Gutiérrez y Flete (2012) que las personas son responsables de exigir derechos pero también tienen deberes y obligaciones que cumplir ante la sociedad.

Los medios de comunicación masivos están en la obligación social de promover la participación ciudadana como describe Gutiérrez y Flete (2012), que se tiene que incentivar mediante los diferentes espacios de diálogos para concertar ideas con los diferentes actores, que permita la aplicación de planes de acción para construir una ciudadanía intercultural que propicie las relaciones culturales.

La comunicación intercultural como medio de interacción entre personas de diferentes culturas permite la búsqueda de cohesionar esfuerzos para establecer diálogos entre las diferentes etnias. La interculturalidad desde la comunicación significa una oportunidad de acercamiento (ICI-URACCAN, 2009, p.8.).

La temática no sólo es un proceso de comunicación entre pueblos indígenas y comunidades étnicas, ni del recibimiento y difusión de información, mas sea la necesidad de concertar ideas para establecer planes de acciones de divulgación y diálogos sobre las demandas propias de las comunidades bajo el respeto identitario (ICI-URACCAN, 2009, p.9.).

La dinámica de ese modelo comunicacional es avanzar en la lucha por autodeterminación de cada pueblo sin motivos de discriminación. A su vez tiende a predecir filosofías institucionales o estatales para la concreción de políticas comunicacionales en el campo de la interculturalidad (ICI-URACCAN, 2009.p.8).

Por una cuestión de reglas los medios de comunicación masivos tienen la responsabilidad social de dinamizar las programaciones para educar, informar y entretener. Así lo describe ICI-URACCAN (2009), además percibe que los contenidos de los medios comunicacionales deben de estar dirigidos hacia los distintos públicos.

Todos los participantes deben de ser garantes del proceso de establecimiento del diálogo intercultural. Este puede considerarse como el mayor reto entre las distintas culturas en un contexto de globalización. Pero que permite comprender el papel de cada individuo en el quehacer cotidiano por la revitalización cultural (UNESCO, 2010, p.1).

4.3. PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERCULTURAL

Para comenzar a hablar de una estrategia de comunicación intercultural en medios de comunicación en la Costa Caribe hay que instituirse en la Ley Constitución Política de Nicaragua (1987) donde el Gobierno, reconoció al estado nicaragüense multicultural. Para el caso de las Regiones Autónomas se fundamentó en la Ley Estatutos de Autonomía (1987) donde reivindicó los derechos de los pueblos y la autodeterminación de los grupos culturales.

ICI-URACCAN (2009) escribió una política de comunicación intercultural, en función de mejorar el ejercicio comunicacional intercultural para la Universidad de las Regiones Autonomías de la Costa Caribe Nicaragüense. La misma busca contextualizar el entorno desde la comunicación.

Como parte de una estrategia comunicacional la información debe girar alrededor del entorno en temáticas, económicas, políticas, historias, gastronomía, salud y tecnología plantea Gutiérrez (2004) al cabo, que los temas en sus tres grandes géneros programáticos ocupan por excelencia la totalidad en la semana.

Tanto Gutiérrez (2004) y Tapia (2008) coinciden en el planteamiento que uno de los elementos fundamentales para el éxito de la comunicación intercultural es la buena relación entre los participantes dentro de un encuentro con hablantes de diferentes culturas.

Al momento de tener contactos con otras culturas es meritorio que se evite hacer manifestaciones discriminatorias para no caer en un error de comunicación, como nos recuerda Tapia (2008) y evitar una actitud discriminatoria evidentemente alentaría una ruta hacia el diálogo.

Es importante conocer de antemano la diferencia entre hablantes nativos y no nativos de una lengua. Como bien describe Zimmermann (2012) que los hablantes nativos nacen y se desarrollan bajo las condiciones propias de culturas e idiomas determinados.

En paralelo a la comunicación intercultural los hablantes se valen de otras formas de comunicarse. Como lo explica Tapia (2008) para entender un mensaje se hace como gestos, movimientos e incluso de lo mejor conocidos, como traductores para que nos expliquen lo que nos quisieron comunicar.

Intrínsecamente la comunicación intercultural es valorada como una herramienta gestora del entendimiento entre el ser humano de distintas culturas. Como lo plantea Moreno (2004) una comunicación debe estar básicamente ligada a creación de valores, sensibilización y educación.

Para plantear objetivos certeramente positivos hacia la búsqueda de conseguir una buena comunicación intercultural es meritoria una buena relación entre los participantes (Rizo y Romeu (2006). El estudioso Moreno (2004) plantea que para lograr el objetivo de una buena comunicación intercultural para el desarrollo es necesario dejar el asistencialismo que ciegamente confían en las tecnologías occidentales olvidando las experiencias de los comunitarios.

Varios teóricos como Hax & Majluf (1997); Alvarado (2001) y Barrero (2004) hacen mención sobre los procedimientos básicos para elaborar una estrategia en una determinada organización.

4.3.1. La estrategia: Es un modo de dar respuestas concretas a los objetivos y metas de forma explícita de una entidad a corto largo plazo. En un plan estratégico se plasma el propósito y las acciones a desarrollar concentrando los recursos en las prioridades (Hax & Majluf, 1997, p.24).

Las estrategias son necesarias para que las empresas logren un equilibrio en sus campos de trabajo. El papel de la entidad es considerada como una búsqueda continua de resultados positivos. Es decir que se esmera en el sondeo de generar mayores resultados a las oportunidades (Hax & Majluf, 1997, p. 25).

4.3.2. Misión: El equipo de trabajo de la dirección de planificación de la estrategia deberá hacer una búsqueda minuciosa para establecer una misión creíble y viable, motivadora y amplia, que permita ser aplicada a todos los procesos de desarrollo de la empresa (Hax & Majluf, 1997, p. 25).

4.3.3. Visión estratégica: Este apartado consiste en la imagen específica del futuro que desea ver el equipo de trabajo de planeación estratégica. Da la impresión de mirar hacia un plazo determinado o hasta dónde quiere llegar una vez que se aplique la estrategia (Barrero, 2004, p.41). Asimismo plantea Alvarado (2001, p.5) que la visión debe de ser coherente con el propósito. La misma tiene que poseer características que indican la percepción del equipo de producción en un tiempo determinado y lo que quiere transformar.

4.3.4. Identificación del problema de estrategia: Este paso se fundamenta en la búsqueda inmediata del problema. El equipo de trabajo debe de definir bien la problemática para establecer claramente el propósito. Se tiene que identificar la necesidad principal para establecer los planes de acción, objetivos y asignación de recursos (Alvarado, 2001, p.2).

4.3.5. Objetivo de la estrategia: La comunicación estratégica intercultural se fundamenta en la búsqueda del cambio para el mejoramiento. La comunicación como interacción simbólica se convierte en una acción social. Por eso, para lograr resultados hay que planificar acciones concretas (Barrero, 2004, p.41).

4.3.6. Prioridades estratégicas: como punto de partida para cumplir con la visión se tiene que construir objetivos específicos. Como menciona Alvarado (2001, p.3), se debe analizar las prioridades y sus resultados esperados. Se tiene que hacer una identificación de los logros alcanzado (Hax & Majluf, 1997, p.26).

4.3.7. Programas de acción: Debe contener la forma como se van implementar las tareas por asignaciones de recurso, que permitan hacer realidad la visión, observando las prioridades determinadas. Determina claramente cada una de las cosas que se van a desarrollar (Alvarado, 2001, p.8).

4.3.8. Evaluación de la estrategia: El plan estratégico deberá establecer elementos para la evaluación del trabajo. Deberá desarrollarse de manera sistemática (Alvarado, 2001, p.9).

5. METODOLOGÍA

5.4.1. Ubicación: Este estudio se implementó en la Radio Saslaya y Radio URACCAN Siuna ubicadas en los barrios Sol de Libertad y Pedro Joaquín Chamorro Sector Tres, respectivamente, corresponden al municipio de Siuna, del Caribe Norte de Nicaragua. Como establece la ficha municipal elaborada por el Instituto Nicaragüense Municipal (INIFOM) éste municipio limita al norte con el municipio de Bonanza, al sur con los municipios de Paiwas y Río Blanco, al este con los de Rosita, Prinzapolka y La Cruz de Río Grande, y al oeste con los municipios de Waslala, El Cuá y San José de Bocay.

5.4.2. Estudio: La investigación es cualitativa, de carácter descriptivo debido a que buscó narrar los resultados, como lo define Pita (2002) que las investigaciones cualitativas hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas de recolección de información. El enfoque de la investigación es etnográfica porque busca describir, analizar culturas y comunidades para explicar creencias y prácticas del grupo investigado (Martínez, 2000).

5.4.3. Población: La población donde se desarrolló el estudio es de 12 personas que corresponde a los locutores y locutoras, directores y periodistas de los medios a estudiar en Siuna. En Radio Saslaya hay 5 personas entre ellas 1 mujer. En Radio Uraccan hay 7 trabajadores entre estos hay 4 mujeres. Del total de la población a investigar haya 5 mujeres y 7 hombres.

5.4.4. Lugar seleccionado: Para el desarrollo del estudio se ha seleccionado a las dos Radio Saslaya y Uraccan Siuna, como medios de comunicación masivos con programaciones abiertas.

5.4.5. Grupo seleccionado: Se seleccionó únicamente a los locutores, locutoras, directores y periodistas de ambas radios estudiadas. En total son 12 personas que se compone de 5 mujeres y 7 hombres. Dentro de las 5 mujeres sólo una funge como periodista las otras 4 son locutoras. De los 7 hombres 5 son locutores y los dos directores.

5.4.6. Unidad de análisis: La unidad del correspondiente análisis en este estudio son las dos radios investigadas. La reflexión sobre el tema de investigación en las emisoras se realizó de acuerdo a los datos que proporcionen los entrevistados.

5.4.7. Análisis de la información: Toda la información obtenida o suministrada por los y las participantes en el proceso de consulta fue desarrollado de acuerdo con los objetivos planificados. Cada uno de los datos fue analizado detenidamente para corroborar si responden a los objetivos del estudio.

5.4.8. Descriptores:

1. Ejercicio de la comunicación intercultural
2. Retos en la comunicación intercultural
3. Propuesta de estrategia de comunicación intercultural

5.4.9. Criterios de selección: Los criterios de selección corresponden a factores de información confiables. Son trabajadores que conocen las problemáticas y las fortalezas de la institución.

- **Criterios inclusión:** El trabajo investigativo correspondieron en buscar la infamación con trabajadores involucrados en la emisión de mensajes de las radio; como locutores, directores y periodistas de las emisoras.
- **Criterios de exclusión:** Las personas que forman parte del personal vinculado a la contabilidad y administrativa, guardas de seguridad, recepcionistas, fueron excluidas del proceso de investigación de campo debido a que porque no forma parte de gremio que emite mensajes al público.

5.4.10. Fuentes y obtención de la información: Las principales fuentes de obtención de información se derivan de las emitidas por las personas seleccionadas para el estudio. En primer lugar los trabajadores y en segundo lugar fueron los directores de los medios de comunicación.

5.4.11. Técnicas e instrumentos: Los instrumentos utilizados en este estudio fueron las entrevistas no estructuradas para poder ser flexible con los participantes en el entendimiento de las preguntas y coherencias en sus respuestas. Asimismo, se realizó dos grupos focales, uno en cada emisora, para obtener mayores detalles del tema. Se hizo entrevistas grabadas. En el caso de los grupos focales se le hizo una pregunta a todos los participantes, donde todos opinaban sobre la misma interrogante.

5.4.12. Trabajo de campo o terreno:

- **Primera fase:** Se habló con los directores de los medios radiales para solicitar el permiso debido de realizar la investigación y explicar el objetivo fundamental del estudio.
- **Segunda fase:** Se procedió a la aplicación de los instrumentos, que corresponden a la realización de entrevistas abiertas al grupo seleccionado y grupo focal para la recopilación de datos.
- **Tercera fase:** En un tercer momento se desarrolló el ordenamiento de la información obtenida por el grupo seleccionado y posteriormente se procedió a efectuar el análisis de la información.

5.4.13. Procesamiento de la información: Como resultado final se procesó la información correspondiente a los descriptores analizando los datos correctamente con las referencias teóricas del proyecto de tesis. La información obtenida se digitalizó mediante computadora en programas debido para presentar el proyecto de tesis.

6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1. Desarrollo de la comunicación intercultural en las Radios Saslaya y URACCAN de Siuna.

Una de las radios estudiadas pauta más músicas que noticias. Sin embargo, las dos radios trabajan sobre la base de programas variados en busca de responder a las demandas del público, entre ellos, programas informativos, sociales y musicales, así lo expresaron los entrevistados. Esto coincide con lo que expresa Rodrigo (1996) que la comunicación intercultural se puede concebir como un espacio equilibrado dentro de lo habitual y lo diferente.

Las emisoras deben de emprender el trabajo informativo y no sólo musical. Deben de apuntar atención de las demandas de los grupos culturales como un derecho de dar y recibir información.

6.1.2. Comunicación intercultural de Radio URACCAN Siuna.

“(…) La radio apunta a difundir las demandas necesarias de la gente de las comunidades y las más necesitadas, porque su razón social es comunitaria. Voz mejor que nadie sabes que la radio nació para que la gente exprese sus demandas, oportunidades o sus avances”, entrevista a director de radio URACCAN Siuna.

Los entrevistados coinciden en que la comunicación intercultural se desarrolla en cierto modo; porque la razón social del medio precisa la búsqueda de apuntar hacia una meta de atender las solicitudes de la gente. En ese sentido el personal consultado se muestran preocupados por el ejercicio de la comunicación intercultural debido a que necesita de mayor atención, por estar en una zona multicultural. Esto coincide con lo que menciona Asunción (1993) que el término de la comunicación intercultural se entiende que los humanos somos diferentes además de significarse distintas cosas para diferentes personas.

Las emisoras deben de encaminarse a la construcción de espacios que brinden información relevante, actuales y que se aproximen al contexto regional o local. Que no solo emitan mensajes mediante la música. Sería más creativo narrar historias.

“(...) Hay que revisar detenidamente la programación de la radio para ver que se quite y que se agrega. Aunque se ha ido trabajando, pero faltan cosas para llegar a donde queremos estar”, expresó una locutora de Radio Uraccan Siuna”, entrevista a locutora de radio URACCAN Siuna.

Los entrevistados respondieron que la comunicación intercultural de alguna manera se está ejerciendo. Consideran que la variación de programación musical y unos que otros espacios de noticias o programas educativos a personas naturales del municipio, constituye una buena parte del concepto de la difusión de la interculturalidad desde la comunicación radial.

Lo anterior descrito coincide con lo que expresa Asunción (1993) que la comunicación intercultural debe de retomar efecto cultural de uno de los grupos culturales, asimismo coincide con lo que manifiesta Del Valle y Poblete (2009) que la comunicación intercultural se orienta hacia una ruta que constituya no solo un discurso sino práctico.

La música constituye uno de los efectos más relevantes en el levantamiento de masa. Las radios son el medio masivo que pueden ayudar a construir ciudadanía desde una programación dinamizada con variedad de contenidos como punto de partida para lograr el efecto cultural.

El único pueblo indígena Mayangna Sauni Bas (Sikilta) ubicado al norte de la cabecera municipal de Siuna, siempre se le ha dado la oportunidad de expresar sus preocupaciones o avances de sus procesos de trabajos, incluso lo hacen en su propio idioma, manifestaron los consultados.

Lo anterior descrito coincide con lo que expresa Asunción (1993) que la interculturalidad desde la comunicación es una aproximación hacia el entendimiento entre diferentes culturas, lo cual coincide con lo que expresa Parra (2010) que el término se atribuye hacia un proceso de transmisión de mensajes para distintas culturas.

“(…) Voz sabes que en Siuna, solo hay una comunidad indígena. Cuando han solicitado espacio radiales, se les ha dado la oportunidad. Pero han sido pagados por cooperantes. Luego que se va la cooperación externa se termina el programa de radio”, entrevista a director de radio URACCAN Siuna.

La comunicación intercultural puede entenderse como la interlocución entre los grupos culturales y no necesariamente se refiere sólo a la difusión de las manifestaciones de los pueblos indígenas. Sería un error pensar que comunicación intercultural solo se refiere a la atención de las demandas de los indígenas y se deje de atender las necesidades básicas de otros grupos sociales.

La radio comunitaria intercultural ha sido pluralista en la atención de las solicitudes de los distintos sectores sociales. Es decir, todo partido político que desea hacer un programa de radio se le vende el espacio, de la misma manera los sectores de la sociedad civil e indígenas. Esto coincide con lo que plantea la UNESCO (2010, p.1) que propone que todos los participantes deben de ser garante del proceso de restablecimiento del diálogo intercultural. Este puede considerarse como el mayor reto entre las distintas culturas en un contexto de globalización.

Se puede decir que los medios de comunicación tienen una responsabilidad social, de atender la demanda socio cultural, como una forma de ser garante de una información verídica y necesaria para la construcción de ciudadanía intercultural.

La radio ha destacado diversos temas de interés, como la protección a los recursos naturales de la región y de la Reserva de Biosfera Bosawas, derecho al cuidado y rescate de la cultura de los pueblos originarios del Caribe, respeto a las Tierras comunales y el diálogo pacífico en medio de conflictos interno, revelan los consultados, que destacan que el eslogan de la radiodifusora, La voz del Saslaya, ha sido un concepto visible en el quehacer institucional.

Lo anterior expresado coincide con lo que manifiesta Romeu (2012) que la comunicación intercultural focaliza su atención hacia los temas urgentes de las sociedades actuales y que se tiene que hablar de los grupos étnicos marginados. Asimismo coincide con lo que señala Ellul (1993) citado en Rodrigo, González y Estrada (2004) que los estudios comunicacionales buscan centrar su atención en la reducción de conflictos y mejorar los procesos comunicativos de grupos culturales.

“(...) Como Radio comunitaria abordamos temas de interés de la población indígena y mestiza entre ellos: mensajes para proteger nuestro medio ambiente, también temas de interés para las familias y la importancia de poder comunicarnos con la gente de las comunidades y urbanas”, entrevista a periodista de radio URACCAN Siuna.

Los medios de comunicación radiales no solo puedan abordar temas medias ambientales como garantes de la información. Deben de apuntar a la narración de historias no solo noticiosa sino de las gentes que les permita abrir el espacio de visibilización.

El personal de la radio comunitaria trabaja por el rescate de los valores familiares bajo el derecho que se le asiste como ciudadanos nicaragüense. Y aunque los espacios sean musicales los locutores hacen un esfuerzo por llevar un mensaje de armonía entre las familias mestizas e indígenas y el deber de velar por los recursos naturales, comentaron los entrevistados.

Los consultados coincidieron en comentar que la radio comunitaria hace viñetas en lenguas maternas de los pueblos originarios del Caribe únicamente cuando los proyectos asumen el compromiso de pago de la publicidad. Es decir, se ha hecho viñetas en lengua Mayangnas y Miskitas. Sin embargo, las viñetas que se han logrado grabar son pocas en cantidad.

Lo antes descrito coincide con lo que plantea Rodrigo (1999) que es necesario ser capaz de empatizar y adoptar una actitud abierta hacia el cambio, de manera que se evidencie que durante el desarrollo de la vida del ser humano se tienen que hacer cambios de actitud, tanto para convivir en armonía con el medio ambiente o cuando nos enfrentamos a otras alteraciones de hábitos que generalmente molestan.

“(...) Cada persona en su horario de trabajo, trata de hacer lo mejor posible para llevar un mensaje agradable a toda la población mestiza e indígena, teniendo ética y siempre con el compromiso de informar y desde el micrófono mostrando valores éticos”, entrevista a locutora de radio URACCAN Siuna.

Es precisa una revisión de la programación de un medio de comunicación masivo. Se tiene que hacer una evaluación bajo reuniones del equipo de trabajo o bajo un estudio de audiencia para determinar un buen paquete de información. Hay que incluir a la audiencia porque son ellos los primeros que evalúan a los medios, de modo que permita hacer una buena parrilla de programación.

La radio no tiene una programación destinada hacia los grupos indígenas (Mayangnas y Misquitos) del Caribe Norte. En ocasiones se debaten temas de los pueblos nativos de la Costa y no siempre por ser temas sensibles.

Es decir hay que saberlos comentar para evitar inconformidades. En ese sentido la programación variada del medio radial tampoco incluye un espacio para que sea traducido en lengua materna. Esto coincide con el planteamiento de Rodrigo (1999) quien propone que es necesario de una cierta competencia comunicativa y no solo competencia lingüística además de no presuponerse que los sistemas de comunicación de otra cultura sean similares a la nuestra.

“(...) Se ha venido avanzando en la cobertura de las demandas a los sectores de la sociedad civil, grupos políticos sobre todo cuando están en campaña, red de mujeres, difusión de información de las actividades del estado y a los productores, que por ejemplo estuvimos dándole cobertura a la Feria de Semilla Criolla que impulsó el Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria (INTA) con productores de Siuna” entrevista a director de Radio URACCAN Siuna.

El personal de la radio comunitaria intercultural trata de visibilizar la interculturalidad desde la comunicación radiofónica, con los pocos recursos que se tiene aunque pocas veces se hace. Se trata de mantener representado a todos los sectores sociales en la programación. En el campo de las noticias se busca el proceso del equilibrio de la información para que las partes afectadas tengan el derecho a la réplica, recuerdan los consultados. Esto coincide con lo que plantea Rodrigo (1999) que es necesario estar interesado por otras culturas, por sus producción cultural y modos de vidas que permita hacer una mirada de cambio de prejuicios y evitar el sesgo en cualquier campo comunicacional.

“(...) Creo que en estos momentos la radio no está respondiendo a ninguna demanda de los pueblos indígenas, más bien se está suponiendo hacerlo pero en realidad no es así, para poder responder a las demandas primero debemos conocer cuáles son y la radio no ha hecho ningún estudio para saber qué es lo que quieren los pueblos indígenas de la radio”, entrevista a locutora de Radio URACCAN Siuna.

Las emisoras deben de prestar atención a los temas interculturales enfocados a visibilizar la imagen de los grupos culturales dinamizando la programación con diversidad de contenido en varios programas sin ajustarse a un solo programa.

En el noticiero del medio día de la radio comunitaria se difunden temas cotidianos, actividad de las instituciones del estado y no gubernamentales, algunas denuncias de los indígenas contra los mestizos que viven dentro del territorio comunal, opiniones y denuncias de los partidos políticos y problemáticas de las necesidades básicas de la población urbana y algunas rurales como abigeato.

Lo anterior coincide con ICI-URACCAN (2009.p.8.) que propone que la comunicación intercultural como medio de interacción entre personas de diferentes culturas permite cohesionar esfuerzos para establecer diálogos entre las diferentes etnias. La interculturalidad desde la comunicación significa una oportunidad de acercamiento.

Los medios son garantes del proceso de comunicación efectiva, pero además deben de ser pertinentes en la búsqueda de construir ciudadanía intercultural mediante la difusión de información de todos los grupos culturales con la mayor objetividad posible.

Los consultados mencionaron que los contenidos interculturales han tenido poca asistencia de parte de la radio, como los conflictos indígenas, la cultura de los pueblos originarios del caribe, sus demandas, la cultura religiosa, la pintura, el arte y la música. Solo la danza ha sido divulgada en diferentes momentos por el medio.

Los contenidos actuales que demanda la sociedad deben de ser atendido por los medios de comunicación masivos como parte de una obligación. Sin embargo, los medios en los municipios siempre dejan desapercibido los temas públicos por falta de recursos, tanto económicos como humanos para la atención de las demandas.

Las actividades que desarrolla la universidad comunitaria intercultural son atendidas por una persona de la radio como parte de una estrategia de comunicación intercultural institucional, refieren los entrevistados.

Lo anterior descrito coincide con los que señala Rodrigo (1999) que los grupos culturales necesitan del reconocimiento de la cultura propia, es decir que la comunicación intercultural no solo implica aproximarse al conocimiento de otra cultura, sino también de apropiarse de la cultura propia para estar consciente de nuestras propias características culturales y asumir sensibilidad hacia otras identidades culturales.

Las demandas de los grupos culturales deben de ser siempre argumentos de agenda que deben de cobrar pertinencia en el seguimiento de cada tema.

“(...) Los locutores y locutoras nos limitamos a programar la música que piden las personas a través de llamada, y no abordamos ningún tema, quizás si algunas veces pero de manera muy superficial. Creo que no se está haciendo un buen ejercicio de la comunicación intercultural porque a como muchos pueden decir, la emisora es meramente musical, deportiva y algo informativa, pero de un solo canal, es decir que solo se emite, pero no hay una retroalimentación de parte de los receptores, se limitan los espacios donde la población puede o debería opinar”, entrevista a locutora de Radio Uraccan Siuna.

A lo largo de los 15 años de estar al aire la radio sin interrupciones ha divulgado temas interculturales, como eventos de la universidad, demandas sociales, conflictos indígenas, medioambientales, gastronomía, efectos del cambio climático, drogadicción, infraestructuras, delincuencia, violencia doméstica, economía, producción agrícola, deportes, agendas políticas, elecciones.

En ese sentido la radio ha tratado de difundir las demandas que afectan a la sociedad, sin embargo, faltan muchas cosas por hacer y otros temas han sido limitados por la influencia política o institucional y otros por la falta de un personal capacitado o la falta de una estrategia que busque profundizar cada uno de estos temas, mencionan los entrevistados.

“(...) Lo poco que se hace en comunicación intercultural desde la radio, es por medio de la interacción entre locutores y audiencia. En el noticiero muy pocos temas locales se tocan, se hablan más temas nacionales”, entrevista a una periodista de Radio Uraccan Siuna.

Los entrevistados de Radio Uraccan Siuna, manifestaron que la emisora tiene un programa denominado Con Sabor a Pinol, es de las 9:30 am – 10:00 a.m. que nació la idea de sonar música nicaragüense. Luego se revisó y se destinó no solo para sonar música nacional sino para debatir temas de interés con carácter local o contenidos que estuvieran en la mesa del debate local. Sin embargo, el programa lo hace cada locutor que asume el horario entre 8 de la mañana hasta las 12 del mediodía.

Lo anterior descrito coincide con lo planteado por Asunción (1993) que manifiesta que se puede crear un clima de entendimiento entre diferentes culturas con el ejercicio de la comunicación intercultural, también se relaciona con lo que expresa Rodrigo (1996) que la comunicación intercultural tiene que partir del interés mismo de los grupos culturales que promuevan la apropiación del conocimiento intercultural.

Los medios de comunicación radial tienen una ventaja oportuna que otros medios no tienen, que trata únicamente de a narración de historias. Es decir las emisoras no tienen que limitarse a publicar historias en un solo programa, deben de aprovechar los espacios que sean necesarios.

6.1.3. Comunicación intercultural en Radio Saslaya

De acuerdo con la información obtenida del grupo focal realizado con trabajadores y director de la Radio Saslaya esta es una emisora del estado, su perfil es ideológico político. Su programación es variada. Se desarrollan programas musicales de distintos géneros, se interactúa con el público mediante llamadas telefónicas pero generalmente la gente llama sólo para pedir música.

“(...) La programación se está llevando a unos sectores. Se programa música para todo gusto. Pero se necesita programar música Mayangna y misquita”, entrevista a locutora de Radio Saslaya.

Los entrevistados aseguran que la emisora transmite de 3 de la mañana hasta las 11 de la noche. A menos de dos años de haber sido fundada está dentro de la competencia, lo demuestran las llamadas telefónicas que hacen los oyentes, para solicitar música.

En algunos momentos la programación normal de la radio es interrumpida por programas en vivo como deportes, cabildos, sesiones del gobierno local, regional y conferencias del Gobierno central, aseguran los consultados.

Lo antes descrito se relaciona con lo que plantea Casmir y Asunción (1989) citado por Millán y Babolla (2005) el cual propone que el ejercicio de la comunicación intercultural busca comprender qué sucede cuando los seres humanos de diferentes culturas interactúan. También coincide con Parras (2010) que considera que los conceptos de cultura y comunicación no se han debatido, lo que pone a la generación de nuestros tiempos en una escala de desafíos ante nuevas terminologías.

El proceso de la comunicación intercultural sería fluido si las emisoras dejaran de limitarse a solo programar música. Es totalmente evidente que sonar músicas de distintos géneros concibe una ruta hacia la interculturalidad, pero si las radios atendieran las demandas de los grupos culturales la comunicación será mayormente digerida o habría mayor interacción.

“(...) Hay momentos que se habla de temas de interés, pero muy poco. En año y medio que tenemos de hacer radio estamos variando la programación”, entrevista a un locutor de Radio Saslaya.

La emisora en los últimos meses ha estado de cara a la transmisión de beisbol tanto de la serie del Caribe como base ball nacional y profesional para toda aquella gente que le gusta oír y estar informado de su equipo favorito, resaltó una entrevistada, que además agregó que se hacen transmisiones en vivo de las actividades del Gobierno local.

Los entrevistados manifestaron que una de las políticas que ha desarrollado en el campo de mercadeo es que los propietarios de los negocios pueden hacer su publicidad sin censuras políticas. Se contrae mutuo acuerdo con el interesado en la publicidad sin preguntarle que ideológica política tiene. Esto coincide con lo descrito por Rodrigo (1999) que es meritorio interesarse por otras culturas y sus producciones culturales que propicie una mirada de cambio.

Es meritorio que las emisoras establezcan mecanismo de relación con otros sectores culturales no solo para buscar capital sino para juntar esfuerzos de trabajo para mejorar la interlocución.

“(...) Yo es primera vez que me metí a hacer radio. Pero me gusta interactuar con la gente, con eso de las llamadas telefónicas. Y esta radio pasa todo tipo de comentario en bien y en contra del gobierno, se confirma cuando hay sesiones del consejo, donde hablan concejales liberales y no se les corta la llamada para que no hablen al contrario, se deja que hablen”, entrevista a un locutor de Radio Saslaya.

Los entrevistados aseguraron que la radio tiene menos de dos años de haber sido fundada y que ellos no tienen conocimientos de los procesos de comunicación intercultural aplicados en radio, y que sus trabajos lo han hecho de forma empírica. Por tanto, consideran que de alguna manera están difundiendo temas hacia los diferentes grupos culturales.

El director de la Radio Saslaya dijo que la emisora quiere captar audiencia debido a que tiene menos de dos años de ser fundada. Además de eso han diseñado una programación de música variada que les permita llegar a todos los sectores que les gusta la música.

“(...) Consideramos que dentro de la programación del tipo que sea su perfil es necesario hacer un comentario corto para evitar que la audiencia cambie de radio”, entrevista a un locutor de Radio Saslaya.

Lo anterior descrito se relaciona con lo que propone Ellul (1993) citado en Rodrigo, González y Estrada (2004) propone que es necesario que la información sea comprensible para el receptor.

Como dije anteriormente, la comunicación intercultural no solo está en la música. Será más relevante y dinámico que las emisoras narraran más historias de las manifestaciones culturales de cada grupo cultural.

6.2. Retos de la comunicación intercultural en las radios de Siuna

6.2.1. Retos de la Radio Uraccan Siuna

Uno de los principales retos de la radio comunitaria en el campo de la comunicación intercultural es que los locutores reciban capacitación sobre los conceptos de interculturalidad y cómo deben de ser aplicados en el mundo de la radio. Es decir el personal debe de convertirse en interlocutores además de entender quiénes conforman los grupos culturales dentro de la sociedad, manifestó los entrevistados.

“(...) se puede hacer una buena comunicación intercultural sí entendemos y comprendemos a los diferentes grupos que conforman la sociedad, si sabemos cuáles son sus necesidades, expectativas, gustos y preferencias en cuanto a la parrilla de programación”, entrevista a una locutora de Radio Uraccan Siuna.

Los entrevistados dijeron que es necesario buscar las formas de transmitir mensajes en lenguas indígenas, principalmente en lengua Mayangnas y Miskitas, debido a que la radio tiene audiencia en las comunidades misquitas en municipios de Prinzapolka y Río Coco.

Otro reto importante es que la radiodifusora logre tender una red de corresponsales voluntario en las comunidades indígenas para que puedan hacer sus demandas con mayor frecuencia y en sus propias lenguas.

Lo antes descrito se relaciona con lo que plantea Rodrigo (1996) que señala que los medios de comunicación no han prestado atención al término de la cultura ni a los elementos que proporciona una comunicación intercultural.

Las emisoras deben de plantearse mecanismo de trabajo que les proporcionen resultados, como el caso de una estrategia comunicacional, que busque visibilizar a todas las culturas con objetivos concretos de las actividades que desean desarrollar.

“(...) El reto principal es que el personal de la radio se apropie de la razón de ser del medio. Se necesita de esa capacidad para laborar y dar respuesta a las demandas de la gente. Apropiarse de los recursos científicos y practicarlos en la transmisión”, entrevista a una locutora de Radio Uraccan Siuna.

Los entrevistados aseguran que el equipo de radio obligatoriamente debe de analizar con calma la programación para ver cómo se puede cumplir con la razón social del medio y acercarse a esa meta. Es meritorio que la meta de responder a las demandas comunes de la ciudadanía se continúe con frecuencia.

También dijeron que los programas de música deben de ser aprovechados para introducir contenidos importantes y necesarios para el aprendizaje de la ciudadanía. Se debe explotar los conocimientos de los trabajadores para mejorar la programación y del mejoramiento de capacidades humanas de los oyentes.

“(..). Una buena forma de hacer comunicación intercultural, que se convierte en un reto es la promoción de campañas sobre nuestras etnias del Caribe nicaragüense”, entrevista a una periodista de Radio Uraccan Siuna.

Una entrevistada señaló que aún es un reto la visibilización desde la radio la cultura de los pueblos indígenas. Esa tarea puede hacerse efectiva brindando un espacio o teniendo un programa exclusivo para que personas de las diferentes etnias puedan intervenir abordando cualquier tema que les competa por tratarse de un derecho que tiene de informar y ser informados.

Lo antes descrito coincide con lo planteado por Parras (2010) que propone que los conceptos de cultura y comunicación no se han debatido, lo que pone a la generación de nuestros tiempos en una escala de desafíos ante nuevas terminologías.

Es preciso que los trabajadores y trabajadoras de los medios de comunicación se preparen en el ejercicio de la comunicación intercultural contextualizados a sus territorios, para que puedan en conjuntos ser garantes de un proceso de interculturalidad desde los medios.

Los entrevistados dijeron que uno de los retos principales que tiene la radiodifusora es seguir investigando los temas de interés, relevantes, actuales y las cosas que ocurren en otros lados que puedan afectar a la zona para la difusión como tarea diaria informativa. Reconsiderar las principales necesidades de los distintos grupos culturales en la agenda informativa.

“(...) No se puede hablar acerca de lo que no se conoce por lo tanto el primer paso sería conocer acerca de las culturas ocupando espacios dentro de la programación de la radio, para compartir la información y todo lo relacionado con las culturas de nuestra región, aprovechar lo que se tiene, es decir la radio está ubicado en un lugar estratégico, se encuentra dentro de la universidad, donde estudiantes pertenecientes a las etnias que hay en la región”, entrevista a una locutora de la Radio Uraccan Siuna.

Los entrevistados dijeron que un reto importante es seguir difundiendo temas de interés social pero con mayor frecuencia dentro de las programaciones musicales, con la intención de no sólo apuntar a una programación variada sino con relevancia por sus altos contenidos que se divulguen y que haya interacción con el público.

“(...) Me gustaría que haya variedad en programas tanto de música como de interés en temas sociales, en donde los diferentes grupos se sientan atraídos e identificados, por ejemplo, más programas educativos en los días de la semana de lunes a viernes, espacios para jóvenes, mujeres, adultos, programas con un solo género musical, salsa, caribeña, urbana, del recuerdo, ranchera y pop, que la gente se acostumbre a esa programación y aprenda a distinguirla. Por eso es necesario conocer realmente qué es y en qué consiste la comunicación intercultural, a veces se cae en el error de creer que al hablar de interculturalidad sólo se refiere a los grupos étnicos y no, cuenta pero también se refieren a los diferentes grupos de interés dentro de la sociedad y que cada grupo tiene sus propios intereses.”, entrevista a una locutora de Radio Uraccan Siuna.

Lo antes descrito se relaciona con lo que plantea Asunción (1993) que hace mención que los estudios de la comunicación intercultural revelan que hay una preocupación contemporánea por incluir el término con responsabilidad en todos los campos de estudio (p.2), al tanto que las ciencias sociales y humanas se preocupen a estudiar la temática y es por ello que las emisoras radiales no están exentas de promover la interculturalidad.

Las emisoras en un campo multicultural como el de la costa Caribe deben aproximarse a la difusión de información de todas las manifestaciones culturales que evidentemente trasciende a todos los campos de interés. Además que cabe el reto para los académicos, antropólogos y comunicadores en estudiar con mayor rigidez la comunicación intercultural para aporta al conocimiento del ejercicio en los medios.

Otro reto importante es la creación de alternativas de contacto con la gente para que opinen y propongan. Se debe crear espacios de opinión pública en los medios, al tiempo que se sienta escuchada y no marginado por ningún tipo de discriminación.

Lo anterior coincide con lo que plantea Rodrigo, et. al. (2004 y Romeu (2012, p. 9) que proponen que se tiene que respetar las lenguas y culturas además se debe formar a periodistas en temas interculturales.

Es indiscutible que las emisoras tienen el reto de crear espacios de opinión para establecer un clima de comisión retroactiva, que permita la interculturalidad desde la programación.

Unos de los grandes retos de la radio en la búsqueda de hacer una buena comunicación intercultural con los distintos grupos culturales, se atribuye a un intento de mantener una posición objetiva del quehacer institucional y no dejarse llevar por los estereotipos culturales que evitará que surjan y se consoliden conflictos. Esto coincide con lo que propone Grosso (2003, p.3) que uno de los grandes retos es hacer comunicación intercultural asumiendo que existen culturas diferentes y que necesitan digerir bien la información.

“(...) Otro reto es el respeto y la comprensión de diversas formas que se vive la vida, adoptar una actitud de respeto hacia otras culturas. Y no dejar de ver nuestra cultura para mirar la de las demás. La radio no sólo sirve para comunicar, también para difundir lo que es la parte artística, donde las organizaciones culturales de los pueblos no son apreciadas por una gran parte de la población. Hacer propuesta radiofónica en las diversas lenguas indígenas, que sirva como herramienta de información y educación para las comunidades de origen además de abordar diversos temas sociales”, entrevista a una locutora de la Radio Uraccan Siuna.

Las emisoras tiene el reto de establecer estrategias de comunicación intercultural integral que propicie un clima de entendimiento sobre el manejo de la interculturalidad desde los medios comunicacionales. Las estrategias de comunicación son básicas en la búsqueda mejorar la interlocución en nuestro contexto multicultural.

6.2.2. Retos de la Radio Saslaya

El principal reto de la Radio Saslaya que los entrevistados identificaron fue seguir trabajando para mantenerse en el aire sin interrupciones. Que la emisora sea competitiva tanto en audiencia como en calidad informativa porque hasta el momento no tienen un programa noticioso. Esto coincide con lo que plantea Asunción (1993) y Romeu (2012) que es necesaria la promoción de espacios de discusión sobre la comunicación intercultural como una forma de focalizar los temas actuales de la sociedad.

Las emisoras deben de crear espacios noticiosos como mecanismo de solución a la atención a los temas relevantes, actuales incluso los que tengan que ver con nuestro contexto. Para que brinden información contextualizadas y de interés público. No deben de quedarse con solo programas musicales.

Otro de los retos que señalaron es la continuidad en la búsqueda de mercado para ser auto sostenible y en poco tiempo tener una propia infraestructura. A un año y medio de ser fundada sigue rentando un local que fue construido para habitaciones de médicos y enfermeros que prestan servicios en el Hospital de Siuna. En la medida en que la radio consolide su cartera de mercado tendrá más responsabilidad obligatoria de seguir informando al pueblo por un derecho que tienen como seres humanos. Esto coincide con lo que plantea ICI-URACCAN (2009) que propone que los medios de comunicación masivos tienen la responsabilidad social de dinamizar las programaciones para educar, informar y entretener.

Los medios de comunicación deben de establecer estrategias de mercadotecnia para capitalizarse tanto económicamente y contratar más personal.

“(...) El reto es seguir con buenas programaciones y musicalizando para captar mayor audiencia”, entrevista a director de Radio Saslaya.

Los consultados también encontraron un reto que resulta ser difícil pero es importante que se trata de la innovación. Aseguran que pretenden buscar manera de innovar para mejorar la programación, captar audiencia, transmitir mensajes creativos y beneficios para el desarrollo de capacidades humanas. Esto coincide con Gutiérrez y Flete (2012) que propone que los medios de comunicación masivos deben de apostar a la creación de una ciudadanía intercultural.

Los estudios de audiencias son indiscutibles en todos los medios de comunicación. Son un mecanismo que permite determinar lo que está bien y lo que está mal dentro de una parrilla de programación. Para eso es necesario hacer reuniones de equipo y discutir hacia donde se va a dirigir el estudio.

“(...) Una de las cosas que vamos a celebrar es el aniversario de un programa de música urbana, así como el aniversario de la radio que necesitamos celebrarlo y hacer proyectos para buscarle (...) voz sabes hay que buscar fondos”, entrevista a director de Radio Saslaya.

Lo antes descrito se asemeja con lo que plantea Asunción (1993, p.3) que propone; que una manera de enfrentar el reto del ejercicio de la comunicación intercultural es mejorar la habilidad de relacionarse con grupos culturales, llámense indígenas, afros descendientes, grupos religiosos, políticos, instituciones, deportivos, mercadeos y distintos lugares públicos.

6.3. PROPUESTAS DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERCULTURAL DE LAS RADIOS DE SIUNA.

6.3.1. Propuesta estratégica de Radio Uraccan Siuna

La estrategia sería la inclusión de todos los sectores y buscar a representar a los grupos culturales del municipio, e incluir a los trabajadores en todos los espacios (radiales) para explotar sus conocimientos del personal y hacer una buena programación. Esto coincide con **Hax & Majluf (1997, p. 25) que propone que** las estrategias son necesarias para que las empresas logren un equilibrio en sus campos de trabajo y que el papel de la entidad es considerada como una búsqueda continua de resultados positivos.

“(...) Para pensar en una estrategia de comunicación intercultural hay que partir de un estudio de audiencia, que permita tener una comunicación que responda a la razón de ser de la radio. Hay que ver qué programas responden a las demandas de la sociedad. Siento que los espacios están, pero quizás no se están aprovechando. Hay que ver las demandas de carretera, salud, luz y agua”, entrevista a locutora de Radio Uraccan Siuna.

Los entrevistados dijeron que la radio en busca de mejorar la comunicación intercultural tiene que realizar un proceso de evaluación y transformación, tomando en cuenta también a la población, y dentro de la población los diferentes grupos interculturales para encontrar las debilidades y de esa manera poder efectuar tareas en aras de mejorar.

Lo anterior descrito se relaciona con Rizo y Romeu (2006) que para plantear objetivos certeramente positivos hacia la búsqueda de obtener una buena relación con los participantes. Esto coincide con Moreno (2003) que propone que para lograr el objetivo de una buena comunicación intercultural para el desarrollo es necesario dejar el asistencialismo.

“(...) Hay que hacer una revisión de la misión y visión que tiene la radio y comparar con los hechos para ver si realmente se cumple, y que se fijen metas. Claro todo esto con una buena gerencia o dirección responsable y comprometida con sacar adelante la radio, que se preocupe por mejorar, por innovar, hacer un cambio para bien institucional y de una buena comunicación. Que se tome en cuenta la opinión de todos, llegar a un consenso y no continuar con la división que está actualmente”, entrevista a locutora de Radio Uraccan Siuna.

Los consultados refirieron que la emisora comunitaria tiene que reestructurar la programación, con programas educativos en diferentes lenguas, abordar temas o hacer reportajes de las diferentes culturas principalmente de nuestro municipio y escribir historias que patentizan la identidad de los pueblos. Esto coincide con lo que plantea Tapia (2008) que para entender un mensaje se hace con gestos, movimientos e incluso de lo mejor conocidos, como traductores para que nos expliquen lo que nos quisieron comunicar.

Los entrevistados manifestaron que una de las estrategias para mejorar la comunicación intercultural en la radio comunitaria es trabajar sobre la base comunicacional entre los colegas del medio y construir mecanismo de comunicación con los líderes comunitarios. Esto coincide que la comunicación intercultural es un elemento primordial para propiciar el respeto de otras culturas.

6.3.2. Propuesta estratégica de comunicación intercultural Radio Saslaya

Una de la estrategias que los entrevistados encontraron fue la de capacitar al personal de radio, para entrar en la competencia profesional y radial pero también para difundir temas a profundidad hacia el público que lo demanda. Esto coincide con Zimmermann (2012) que propone que es importante conocer de antemano la diferencia entre hablantes nativos y no nativos de una lengua.

Otra forma estrategia que identificaron los entrevistados para mejorar el tema de la comunicación intercultural fue la realización de un estudio de audiencia para saber que programas están oyendo y que les gustaría oír.

Lo antes descrito coincide con Tapia (2008) que propone que al momento de tener contactos con otras culturas es meritorio que se evite de hacer manifestaciones discriminatorias para no caer en un error de comunicación. Asimismo, coincide con ICE-URACCAN (2009) que manifiesta que es necesario contextualizar el entorno para hacer una buena comunicación intercultural integral.

Los trabajadores entrevistados aseguraron que una de las estrategias que se necesita implementar es el mejoramiento de capacidades humanas sobre la persuasión periodística y estrategias de mercado, para captar publicidad y vender la imagen de la radio como empresa de servicio.

“(...) La radio necesita un personal destinado al periodismo para que divulgue noticias y se debería hacer una reunión con todo el equipo para que se discuta sobre los temas necesarios”, entrevista a locutor de Radio Saslaya.

Otras de las estrategias que encontraron los consultados fue la implementación de metas comunes como emisora que se enfaticen en el desarrollo personal y desempeño laboral con mayor esfuerzo para innovar. Además aseguran que es necesario estudiar comunicación. Esto coincide con lo que plantea Moreno (2003) que intrínsecamente la comunicación intercultural está siendo valorada como una herramienta gestora del entendimiento entre el ser humano de distintas culturas de manera que permanezca ligada a la creación de valores, sensibilización y educación.

6.3.3. PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERCULTURAL PARA LAS RADIOS DE SIUNA: RADIO URACCAN SIUNA Y RADIO SASLAYA

6.3.4. INTRODUCCIÓN

La comunicación intercultural como menciona Rodrigo (1996) es un espacio que busca mantener el equilibrio dentro de las cosas habituales o las situaciones que ocurren comúnmente con aquellas cosas que son diferentes. En ese sentido Asunción (1993) considera que ese término se refiere a los diferentes procesos comunicacionales que emplean las personas simplemente porque tienen culturas diferentes. Por tanto, propone que la disciplina puede emplearse como una tarea de investigación académica pero que puede también orientarse hacia el campo práctico.

Para el caso de una elaboración de propuesta estratégica de la comunicación intercultural orientada hacia el ejercicio práctico en medios masivos, se cimenta en la Constitución del país (1987) y los Estatutos de Autonomía (1987) que claramente establece el reconocimiento del estado como multicultural y pone en ventaja a todos los grupos culturales sobre la base de la autodeterminación.

En el marco de la investigación científica y académica la comunicación intercultural no solo pasa a ser un marco lógico en la enseñanza moderna sino que se fundamenta en la legislación nacional que cobra más interés, tanto para el estado como para las universidades y la aplicación del ejercicio comunicacional.

Por eso la propuesta de estrategia de comunicación intercultural en los medios radiales de Siuna, principalmente en las Radio Uraccan Siuna y Radio Saslaya, pretende poner en claro el interés de ambos medios en la búsqueda de construcción ciudadana integracionista con respeto hacia la cultura de los grupos culturales propiciando la interacción sobre todo con aquellos temas de interés común y contextualizado.

Esta propuesta de estrategia comunicacional intercultural salió de la información suministrada por los trabajadores, trabajadoras y directores de los medios radiales, sobre lo que deben de mejorar las emisoras en el campo de la atención periodística sobre los temas de interés común y de los grupos culturales, de manera que los medios razonen que tienen una responsabilidad de segmentar la información para hacer visible a todos los sectores sociales.

En ese sentido la estrategia de comunicación intercultural desde el punto de vista comunicacional es una búsqueda de dar respuestas concretas a los objetivos y metas propuestas. Puede tener variantes en cuanto al plazo corto o largo, lo que se tiene que precisar con claridad son los propósitos y las acciones que se van a desarrollar para concentrar los recursos en ese sentido.

6.3.5. MISIÓN

La radio es un medio masivo que promueve el ejercicio de la comunicación intercultural integral mediante un proceso de información de interés común que responde a las demandas y a los derechos de los diferentes grupos culturales.

6.3.6. VISIÓN

Un medio masivo modelo de comunicación intercultural pertinente para el desarrollo y la autodeterminación de los grupos culturales.

6.3.7. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Las radio como emisoras de mensajes para educar, formar e informar deben de buscar a modelar la comunicación intercultural para responder de forma pertinente a las demandas de los grupos culturales. Asimismo, deben de abrir espacios radiales (programas) donde los grupos culturales emitan sus mensajes de interés común sin tener que usar mucho personal como reportero para la recolección y emisión de información.

6.3.8. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Objetivo general de la estrategia

Evaluar el interés del medio correlacionado con el proceso de comunicación intercultural y la pertinencia en la visibilización de los grupos culturales mediante la atención de sus demandas necesarias.

Objetivos específicos

- 1) Crear capacidades humanas del personal de radio sobre el ejercicio de la comunicación intercultural mediante la radio.
- 2) Definir el interés de la radio en la búsqueda de concertar la interculturalidad desde el proceso de comunicación.

- 3) Promover la visibilización de las culturas priorizando la atención pertinente de las demandas de los grupos culturales.
- 4) Perfilar al medio radial como garante del proceso de comunicación intercultural y el derecho a la información.

6.3.9. PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

1. Desarrollar el ejercicio de la comunicación intercultural que visibilice las culturas.
2. Revisar Misión y Visión para definir claramente las prioridades específicas de la emisora.
3. Elaborar un estudio de audiencia
4. Elaborar un plan estratégico de la radio
5. Desarrollar estrategias de mercadotecnia
6. Desarrollar propuestas de proyectos hacia los cooperantes
7. Mejoramiento de capacidades humanas del personal en el ejercicio radial de la comunicación intercultural
8. Mejorar la narrativa de las historias de la gentes

6.3.10. PROGRAMAS DE ACCIONES ESTRATÉGICAS

Acción 1: Desarrollar a corto plazo talleres de capacitación sobre el ejercicio de la comunicación intercultural en radio, para que los trabajadores y trabajadoras del medio puedan compartir información con el público sobre historias de la gente mediante la narrativa y entrevistas.

Acción 2: Desarrollar mensualmente reuniones con el equipo de trabajo para evaluar la misión y visión del medio y elaborar un plan estratégico que defina claramente las prioridades y las acciones específicas a implementar.

Acción 3: Hacer 1 o 2 notas informativas por semana por cada grupo cultural por un periodo determinado (3 meses) que permita visibilizar las culturas de la región.

Acción 4: Compartir la información pública mediante los medios de comunicación disponibles de la emisora, para que la gente tenga acceso a la misma como garantes del derecho al proceso de comunicación intercultural.

6.3.11. EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA

Cada actividad que se desarrolle como el caso de la carta dramatizada que se propone en esta estrategia se debe de evaluar cada una de ellas al finalizar las actividades para revisar y corregir los errores. Deberán oír las cartas y valorar, para proponer cambios. Todo el equipo de trabajo deberá revisar y evaluar el desarrollo de las actividades.

7. CONCLUSIONES

Los medios radiales estudiados han dado apertura a la comunicación intercultural, mediante el establecimiento de una parrilla de programación abierta. Han permitido sonar música de distintos géneros, nacional y regional y dentro de la programación tienen espacio radiales educativos e informativo.

Las dos radios atienden demandas de la ciudadanía. Las personas naturales o jurídicas también tienen participación incluyendo a los grupos indígenas. No cumplen con la atención a todas las demandas por los bajos recursos que poseen las emisoras.

El mayor reto que tienen las radios es mejorar el ejercicio de la comunicación intercultural, así como la implementación de estrategias comunicacionales, de mercadotecnia y rediseñar la estrategia de programación que den apertura a otras demandas de los grupos culturales.

Las radios proponen mejorar la comunicación intercultural estableciendo mecanismos como; la introducción de contenidos en los programas musicales, traducir en lengua indígena algunos contenidos y difundir temas de interés público visibilizando las manifestaciones culturales, así como brindar mayor seguimiento a los temas de interés.

8. RECOMENDACIONES

Las radios tienen que desarrollar reuniones de equipo que les permita analizar la misión, visión y sus objetivos radiales para desarrollar planes de trabajo en la búsqueda de mejorar el ejercicio de la comunicación intercultural.

Las radios deben de desarrollar estudios de audiencia cada año que les permita comprender el comportamiento de la programación y sus cambios que debería tener.

Las emisoras deben de capacitar el personal de locución y periódicos sobre el ejercicio de comunicación intercultural que permita hacer un mejor enfoque de la interculturalidad desde la comunicación.

Las radio deben de formular propuestas de estrategias de comunicación hacia los distintos organismo nacionales e internacionales para aumentar el capital y ofrecer otras forma de hacer comunicación intercultural

Uraccan como universidad comunitaria intercultural debe de asumir el rol de ofrecer talleres de intercambios de experiencia entre sus trabadores de sus medios con otros de la región. También deberá de gestar una dinámica estratégica integral de mercadotecnia (para todos sus medios).

El estado mediante sus órganos regionales y municipales deberá de establecer una política integral de cofinanciamiento desde el presupuesto para las emisoras, que perciba dinamizar la comunicación intercultural en la región.

Las emisoras deben mejorar la parrilla de programación educativa e informativa y formular propuestas estratégica puntuales a corto plazo para mejorar la comunicación intercultural.

9. LISTA DE REFERENCIAS

Alvarado, T. (2001). *Metodología para elaborar un plan estratégico y rediseño organizacional de una unidad de producción agropecuaria*. Recuperado 01 de marzo 2014, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14100903>

Asunción, N. (1993). Comunicación intercultural, en Fernández Collado, Carlos y Gordon, Dahnke. *La condición humana. Ciencia social*. McGraw Hill. Disponible en <http://www.lie.upn.mx/docs/Diplomados/LineaInter/Bloque3/Politicas/Lec3.pdf>

Barrero Pérez, J. (2004). Un modelo estratégico de comunicación para el turismo rural español. (Tesis inédita doctoral, Universidad Complutense de Madrid). Recuperado de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/inf/ucm-t26178.pdf>

Caggiano, S. (2005). Lo que no entra en el crisol: Inmigración Boliviana, comunicación intercultural y procesos identitarios. Recuperado el 01 marzo 2014, de: <http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=wBft0bUHtJAC&oi=fnd&pg=PA11&dq=Lo+que+no+entra+en+el+crisol:+>

- Del Valle, C. y Poblete, T. (2009). Genealogía crítica de los estudios interculturales y la comunicación intercultural en América. *Revista Científica de Información y Comunicación*. Edi.6. 23. Recuperado de <http://institucional.us.es/revistas/comunicacion/6/2.2%20Valle%20rojas.pdf>
- García, N. (1995). Comunicación intercultural: Hacia un balance teórico en América Latina. Recuperado el 01 de marzo 2014, de: http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/anteriores/num_040/opi_perspectivas1.html
- García, D. & Meza, J. (1999). De radio en radio: El escenario radiofónico. Recuperado el 12 de marzo 2014, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999eag/59mara.htm>
- Gutiérrez, M. (2004). La Interculturalidad en las programación de la radio generalista española. Recuperado 22 de Febrero 2014, de <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2004/resumos/R1457-1.pdf>
- Gutiérrez, N. y Flete, A. (2012). Manuel de educación ciudadana intercultural y autonómica. (Tesis inédita, Uraccan). Recuperado de http://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2012/09/modulo_05.pdf
- Grigsby, W. (22 de Noviembre, de 2004). Los medios de comunicación y la interculturalidad. *EL NUEVO DIARIO. Seccion, Opinio.*

- Grosso, J. (2003). Interculturalidad Latinoamericana: Los escenarios de la comunicación y la ciudadanía. Revista Internacional de Desarrollo Local. Vo.4 No 6. Marzo. Disponible en:http://red.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/biblioteca/intercul_latino_grosso.pdf
- Hax, A. & Majluf, N. (1997) Estrategias para el liderazgo competitivo: De la visión a los resultados. Edición Granica. S.A. Argentina. Disponible en:http://books.google.com.ni/books?id=Y34l6turglkC&pg=PA48&lpg=PA48&dq=Estrategias+para+el+liderazgo+competitivo:+De+la+visi%C3%B3n+a+los+resultados&source=bl&ots=5PT_
- ICI-URACCAN. (2009). Política de Comunicación Intercultural. Aprobado por el Consejo Universitario de la Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense, en Sesión Ordinaria, número 3. En Recinto Nueva Guinea.
- INIFOM. (1997). Ficha Municipal de los Límites de Siuna. Recuperado 22 de febrero 2004, de <http://www.inifom.gob.ni/municipios/documentos/ATLANTICO%20NORTE/siuna.pdf>
- Ley Constitución Política de la Republica de Nicaragua de 1987, N°176. La Gaceta Diario Oficial (1987). Disponible en: <http://www.asamblea.gob.ni/opciones/infdip/constitucion.pdf>

Ley Estatutos de Autonomía de las Regiones de la Costa Atlántica de Nicaragua. N° 28. La Gaceta Diario Oficial (1987) Disponible en: [http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/%28\\$All%29/9F88A9114C4CA12F062570A100578099?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/%28$All%29/9F88A9114C4CA12F062570A100578099?OpenDocument)

Ley General de Telecomunicaciones y Servicios Postales de Nicaargua de 1995. N. 200. Telcor. Disponible en http://www.telcor.gob.ni/Clips/Buttons/BTN_DescargarDocumentoEnPDF_01.gif

Martinez, M. (03 de marzo de 2000). La investigación cualitativa etnográfica. Caracas, Venezuela. Disponible en: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/20108/2/articulo19.pdf>

Moreno Domínguez, J. (La primavera del 2004). Comunicación, interculturalidad y desarrollo: Apuntes para una nueva estrategia de actuación de desarrollo desde lo local. *Global Media Journal*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68710106>

Milán, S. (2006). Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo. Recuperado el 13 de marzo de 2014, de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=7475515c-8279-4d4a-9c36-02328dac264e%40sessionmgr113&hid=119>

- Millán T. & Barbolla D. (2005). Paradigmas digitales. Revista Digital Razón y Palabras. Número 45. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n45/intro.html>
- Parra, M. (03 de marzo de 2010). La comunicación intercultural. (Tesis, Universidad de Cuenca, Ecuador). Disponible en: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:UzZ8KcnEZOkJ:dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/2983/1/td4385.pdf+&cd=7&hl=es&ct=clnk&gl=ni>
- Pita, S. y Pértigas, S. (27 mayo de 2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. Cataluña, España. Disponible en: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:uljyWoSB3G0J:www.fisterra.com/mbe/investigacion/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ni
- Ortiz, S. y Soledad, A. (s/f). *Radio comunitaria: alternativa de comunicación y desarrollo en el Distrito de San Martín de Porres de Lima Metropolitana*. Recuperado el 13 de Marzo, 2014, de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/tesis/human/sabrera_o_s/cap3.htm
- Rodrigo, A. (1996). Los estudios de la comunicación intercultural. *Revista de Estudios de Comunicación*, 3. Disponible en: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer01-05-alsina.pdf>

Rodrigo, M. (1999). La comunicacion intercultural. Editorial Anthropos. Recuperado 04 de febrero 2014, de: <http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=uuMIYZ-ubiEC&oi=fnd&pg=PA9&dq=comunicacion+intercultural+cion%20intercultural&f=fal>

Rodrigo, González & Estrada (2004). La Interculturalidad en el campo de la comunicación en el estado de Cataluña. Estado de la opinión. Recuperado el 22 de Febrero 2014, de http://www.cidob.org/en/content/download/2801/24514/file/doc_dinamicas_3.pdf.

Romeu, V. (2012). Diálogo y Comunidad: Acercamiento y retos en torno a la comunicación intercultural. Recuperado el 03 marzo 2014, de <http://www.uri.edu/iaics/content/2012v21n1/08VivianRomeuAldaya.pdf>

Rizo, M. y Romeu, V. (29 Agosto de marzo de 2006). Cultura y Comunicación Intercultural. Disponible en: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/85/85>

Sanhueza, S., Paukner, N. San Martin, V. & Friz, M. (2012). Dimensiones de la competencia comunicativa intercultural (CCI) y sus implicaciones para la práctica educativa. *Revista SCILO*. Folio Número 36. P.10. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0123-48702012000200008&script=sci_arttext

- Tapia, A. (3 de marzo de 2008). Comunicación intercultural y estrategias comunicativas de hablantes no nativos del español en Chile. Chile. Disponible en <http://www.cyberhumanitatis.uchile.cl/index.php/RCH/article/view/5960/5827>
- UNESCO. (2010). Invertir en la diversidad cultural y en el diálogo intercultural: París-Francia. Recuperado el 13 Febrero, en <http://www.unesco.org/library/PDF/Diversidad.pdf>
- Universidad URACCAN. (2004). Modelo Comunitario Intercultural. Recuperado el 20 Febrero de: <http://www.uraccan.edu.ni/contents/library/files/pdf/pdf/modelo.pdf>
- Zimmermann, K. (03 de marzo de 2012). Lenguaje y comunicación intercultural: un enfoque iberoamericano. Peru. Disponible en: <http://red.pucp.edu.pe/ridei/wp-content/uploads/biblioteca/inter72.PDF>

ANEXOS

ANEXO 1. GUÍA GRUPO FOCAL AL PERSONAL DE LAS RADIO URACCAN SIUNA Y RADIO SASLAYA



UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS DE LA COSTA CARIBE NICARAGÜENSE URACCAN LAS MINAS

Fecha _____ de realización del grupo focal
_____/_____/_____

Este grupo focal se desarrolla en el marco de la investigación de tesis de maestría en comunicación intercultural y medios de comunicación, en Bluefields, del Caribe Sur de Nicaragua. Con el objetivo de analizar cómo se desarrolla la comunicación intercultural en la Radio Saslaya y Radio URACCAN de Siuna. Por tanto, su aporte será muy valioso para la investigación y para el enriquecimiento del conocimiento en nuestra región. Esta guía de preguntas se efectuará a dos grupos focales; uno con trabajadores/as de Radio Saslaya y un segundo con empleados/as de Radio URACCAN Siuna.

Guía de preguntas:

1. ¿Cómo se desarrolla la comunicación intercultural en la radio?
2. ¿De qué manera son tomados en cuenta los grupos étnicos y como se abordan sus demandas?
3. ¿Cuáles son los principales retos que tiene la radio para ejercer bien la comunicación intercultural?
4. ¿Qué estrategia propone para que haya una buena comunicación intercultural en la radio?

ANEXO 2. GUÍA DE PREGUNTAS NO ESTRUCTURADAS A EMPLEADOS/AS DE LA RADIO URACCAN SIUNA Y RADIO SASLAYA



UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS DE LA COSTA CARIBE NICARAGÜENSE URACCAN LAS MINAS

Fecha de realización de la entrevista:

Entrevista no estructurada a empleados de las radios

Esta entrevista se desarrolla en el marco de la investigación de tesis de maestría en comunicación intercultural y medios de comunicación, en Bluefields, del Caribe Sur de Nicaragua. Con el objetivo de recabar información sobre el ejercicio de la comunicación intercultural en los medios masivos. Por tanto, su aporte será muy valioso para nuestra investigación y para el enriquecimiento del conocimiento en nuestra región.

Guía de pregunta

1. ¿Cómo se abordan las principales demandas de los pueblos indígenas?
2. ¿Cuáles son los temas que más se difunden en la radio?
3. ¿Cuál ha sido el interés que ha mostrado la radio a los temas culturales?
4. ¿De qué manera piensa tener una buena relación con los grupos culturales desde la radio?
5. ¿Cómo podría la radio hacer visibles las culturas de los grupos étnicos?

6. ¿Cómo le gustaría que fuera la programación radial?
7. ¿Cómo piensa difundir las principales demandas de la ciudadanía?
8. ¿Qué estrategia propone para tener darle cobertura a las demandas de los grupos étnicos?

ANEXO 3. GUÍA DE PREGUNTAS NO ESTRUCTURADAS A DIRECTORES DE LA RADIO URACCAN SIUNA Y RADIO SASLAYA



UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTÓNOMAS DE LA COSTA CARIBE NICARAGÜENSE URACCAN LAS MINAS

Fecha de realización de la entrevista:

Anexo 4. Entrevista no estructurada a directores de radio

Esta entrevista se desarrolla en el marco de la investigación de tesis de maestría en comunicación intercultural y medios de comunicación, en Bluefields, del Caribe Sur de Nicaragua. Con el objetivo de recabar información sobre el ejercicio de la comunicación intercultural en los medios masivos. Por tanto, su aporte será muy valioso para nuestra investigación y para el enriquecimiento del conocimiento como personal como para el público lector.

Guía de preguntas

1. ¿Cuál es el perfil de la radio?
2. ¿A qué público está dirigido?
3. ¿Quiénes sus grupos metas?
4. ¿Cuál es la cobertura de la radio?
5. ¿Cuál es la programación de la radio? ¿Me podría facilitar una copia de la programación?
6. ¿En qué tipos de idiomas se desarrollan los programas de radios?

7. ¿Cómo y con qué frecuencia se abordan las principales demandas de los pueblos indígenas?
8. ¿De qué manera creé que la radio hace comunicación intercultural en este momento?
9. ¿Cuál son los principales retos que tiene la radio para ejercer la comunicación intercultural?
10. ¿Qué temas le gustaría que se incluyan en la programación de la radio?
11. ¿Cómo piensa difundir las principales demandas de los grupos interculturales?
12. ¿Qué estrategia propone para tener mayor cobertura de las demandas de los grupos étnicos?
13. ¿Qué propone para contextualizar el entorno desde la radio?
14. ¿Cómo podría la radio hacer visibles las culturas de los grupos étnicos?

ANEXO. 4. PROGRAMACIÓN DE LA RADIO URACCAN SIUNA DE LUNES A VIERNES.

 PROGRAMACIÓN DE RADIO URACCAN SIUNA 						
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	PERFIL
4:00- 6:00	A MANECER RANCHERO					RANCHERO
6:00- 7:00	LA MÁQUINA DEL TIEMPO					MÚSICA DEL AYER
7:00- 8:00	SABOR COSTEÑO					MUSICA COSTEÑA
8:00- 9:00	DE CORAZÓN A CORAZÓN					ROMÁNTICO
9:00- 9:30	PROGRAMACIÓN VARIADA					MUSICA VARIADA
9:30- 10:00	CON SABOR A PINOL					EDUCATIVO, MUSICA NIC
10:00-11:00	PROGRAMACIÓN VARIADA				NUESTRAS VOCES	VARIADO Y EDUCATIVO
11:00-12:00	HORÓSCOPO DIARIO					ASTROLOGÍA
12:00-12:30	ESCUELA PARA TODOS					EDUCATIVO
12:30-1:00	CAÑONAZOS DEPORTIVOS					DEPORTIVO
1:00- 2:00	NOTICIERO SASLAYA					NOTICIOSO
2:00- 4:00	E L ZARANDEADO					CUMBIA\$ TEXMEX
4:00- 5:00	PROG.VARIADA					EDUCATIVOS
5:00- 6:00	PROG.VARIADA	LA POLICÍA EN COMUNICACIÓN CON SU PUEBLO	PROG.VARIADA			MISICA VARIADA Y EDUCATIVOS
6:00- 7:00	TARDE EN EL RANCHO					RANCHERO
7:00- 8:00	VISIÓN SANDINISTA					POLÍTICO
8:00- 10:00	SOLICITA TU MÚSICA					MUSICA VARIADA

ANEXO. 5. PROGRAMACIÓN DE LA RADIO URACCAN SIUNA DEL SABADO Y DOMINGO

 PROGRAMACIÓN DE FIN DE SEMANA 		
HORA	SÁBADO	PERFIL
4:00- 6:00	Amanecer Ranchero	Ranchero
6:00- 8:00	Programación Variada	Musical
8:00- 8:45	Fuerza Cooperativa	Financiero
8:42- 12:00	Programación Variada	Musical
12:00- 1:00	URACCAN al Día	Educativo
1:00- 2:00	Caribbean Music	Musica Caribeña
2:00- 4:00	Zarandeado	Cumbias, texmex
4:00- 6:00	Programación Variada	Musical
6:00- 7: 00	Visión Sandinista	Politico
7:00- 1:00	Solicita tu música	Musical
HORA	DOMINGO	PERFIL
5:00- 6:00	Amanecer Ranchero	Ranchero
6:00- 6:45	Conociendo la Verdad	Religioso
06:45- 1:00	Programación Variada	Musical
1:00- 2:00	Caribbean Music	Musica Caribeña
2:00- 4:00	Zarandeado	Cumbias, texmex
4:00- 5:00	Programación Variada	Musical
5:00- 5:30	Programa del Ejército	Informativo
5: 30- 7:00	Programación Variada	Musical
7:00- 1:00	Solicita tu música	Musical

ANEXO 6. PROGRAMACIÓN DE LA RADIO SASLAYA DE LUNES A DOMINGO

PROGRAMACIÓN DE RADIO SASLAYA 98.5 FM			
PROGRAMAS DE LUNES A SABADO	HORARIO		FORMATO
EL DESPERTAR DEL GALLO	3:00 AM	4:30 AM	RANCHERO
LENCHO CATARRÁN	4: 30AM	5:00 AM	HUMOR
EL DESPERTAR DEL GALLO	5:00 AM	6:00 AM	RANCHERO
RETRASMISION DEL NOTICIERO YA	6:00AM	7:00 AM	NOTICIA
DEDICA TU MÚSICA	7:00AM	8:00AM	ROMÁNTICO
MÚSICA URBANA	8:00AM	12:00 PM	URBANO
ALFORJA CAMPESINA	12:00PM	1:00PM	MÚSICA NICARAGUENSE
LENCHO CATARRÁN	1:00PM	1:30PM	HUMOR
PROGRAMACIÓN VARIADA	1:30PM	4:00PM	MÚSICA VARIADA
RANCHERO DE LA TARDE	4:00PM	6:00PM	RANCHERO
HACIENDO REVOLUCIÓN	6:00PM	7:00PM	POLITICO
PROGRAMACIÓN VARIADA	7:00PM	9:00PM	MÚSICA VARIADA
SELECCIÓN DE ORO	9:00PM	11:00PM	MÚSICA DEL RECUERDO

PROGRAMAS DEL DOMINGO			
RANCHERAS Y CUMBIA	3:00AM	6:00AM	RANCHERO Y CUMBIA
MISA CAMPESINA	6:00AM	6:30AM	RELIGIOSO
MUSICA CRISTIANA	6:30AM	8:00AM	MUSICAL RELIGIOSO
PROGRAMACION VARIADA	8:30AM	10:00PM	MUSICAL

