

I Encuentro Nacional      Investigación  
Seminario Latinoamericano en Comunicación

Comunicación y política

# COMUNICACION

Noviembre / Diciembre 1999

Bolivia

Año II No. 3

Bs. 6

**La comunicación y  
el desarrollo**  
- Reflexiones en medio de dos milenios

*La Revista del  
Encuentro*



**+  
más** **La promoción**  
**GRANDE**  
de todos los tiempos

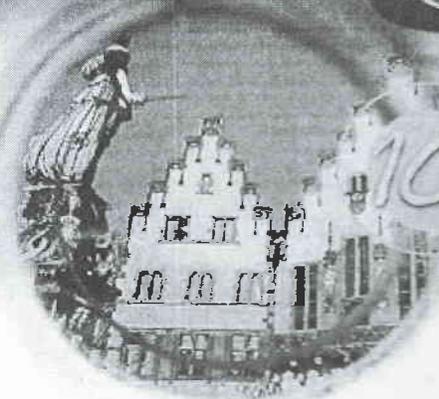


Pasajes en todas  
nuestras rutas



Mitsubishi 4x4

Compre Lloyd  
Vuele Lloyd y  
Gane Volando



Pasajes  
con destino a  
**EUROPA**



LA  
**diferencia** de volar  
entre nosotros



Sorteo 30 de Diciembre por red ATB Hrs.20:00 esté atento

NOTA: NO PARTICIPAN DE ESTA PROMOCION PASAJES CON 75% Y 90% DE DESCUENTO Y LIBRES

## Director

Iván Miranda Balcázar

## Directorio

Erick Torrico  
 Freddy Condo  
 Gualberto Torrico  
 Iván Miranda

## Redacción Artículos

Karina Herrera  
 Esperanza Pinto  
 Antonio Gómez  
 Ronald Grebe  
 Gabriel Kaplún  
 Washington Uranga  
 Ramiro Duchén  
 Fernando Andrade  
 Marcelo Guardia

## Dirección

Calle Jaén N°. 747  
 Teléfono y fax. 366538  
 Casilla de Correo 8975  
 Email: canal13@daf.umsanet.edu.bo

## Producción

Publicación editada por el Centro de Noticias e Investigaciones y el Centro Interdisciplinario Boliviano de Estudios de la Comunicación.

## Edición e Impresión Offset

Druck & Co.  
 Telf. 354911 • 012-63292

N° 3  
 La Paz - Bolivia

Suscripciones, reservaciones  
 y publicidad en c. Jaén  
 N° 747 Telf. 366538

## CONTENIDO

### Editorial

Entre la utopía y la realidad Comunicacional .....	3
Programa General del encuentro .....	4
Expositores y cursos especializados .....	5
Condicionamientos y posibilidades del periodismo y globalización .....	6
<i>Erick Torrico Villanueva</i>	
La Investigación comunicacional en Bolivia desde una perspectiva histórica .....	9
<i>Ramiro Duchén Condarco</i>	
Acciones Políticas del complejo mediático .....	14
<i>Fernando Andrade Ruiz</i>	
Periodismo Sensacionalista: Un síntoma a ser investigado .....	21
<i>Marcelo Guardia Crespo</i>	
Concentración de la propiedad Vs. Comunicación democrática .....	24
<i>Washington Uranga de Simone</i>	
El viajero .....	27
<i>Gabriel Kaplún</i>	
Es inútil la tesis de la comunicación .....	31
<i>Antonio Gómez Mallea</i>	
Un misterioso parche al código electoral .....	34
<i>Rafael Archondo</i>	
Nuevas modalidades de capacitación para futuros investigadores .....	36
<i>Ronald Grebe</i>	
El imperativo es investigar: Una mirada a la producción de tesis en el país .....	38
<i>Karina Herrera Miller y Esperanza Pinto Sardón</i>	



# UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR DOS GRADO

1500 2575  
La Paz - Bolivia

## MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN Y DESARROLLO 2000-2001

### MENCIONES

Teoría e Investigación Sociocultural

Planificación y Gestión Estratégica

### PREINSCRIPCIÓN:

Hasta el 17 de diciembre de 1999

### INICIO DE CLASES:

17 de enero del 2000

### DIRECTOR ACADÉMICO

Mgr. Erick R. Torrico Villanueva

*La Universidad Andina Simón Bolívar es el centro académico de la Comunidad Andina de Naciones (CAN). Otorga títulos con validez internacional.*

### DOCENTES INVITADOS

Dr. José Marques de Melo (Brasil)

Dra. María Immacolata Vassallo de Lopes (Brasil)

Dr. Guillermo Orozco Gómes (México)

Dra. Rossana Reguillo Cruz (México)

Dr. Daniel E. Jones (España)

Prof. Washington Uranga De Simeone (Uruguay)

Mgr. Raúl A. Rodríguez (Argentina)

Mgr. Gabriel Kapiún (Uruguay)



**UNIVERSIDAD ANDINA  
SIMÓN BOLÍVAR**

INFORMACIONES:  
calle Presbítero Medina Nº 2575 (Sopocachi)  
Fax: (02) 413645  
Teléfonos (02) 417622 • 410049  
E-Mail [uasb@ccaa.enteinet.bo](mailto:uasb@ccaa.enteinet.bo)  
[ento@uasb.edu.bo](mailto:ento@uasb.edu.bo)  
La Paz - Bolivia

# Entre la utopía y la realidad comunicacional

**S**erá histórico y es inédito. Jesús Martín Barbero -un nombre común entre nosotros por las mediaciones- encabeza la lista de un lujo de intelectuales y estudiosos latinoamericanos y bolivianos de la comunicación, quienes se congregarán por primera vez en Bolivia con motivo del Primer Encuentro Nacional y el Primer Seminario Latinoamericano sobre la Investigación en Comunicación.

Este acontecimiento continental con sede en la ciudad de Cochabamba superó todas las proyecciones y cálculos inicialmente estimados por los organizadores al mando de Erick Torrico Villanueva. Más de mil participantes registraron su asistencia y decenas de personas, entre estudiantes y profesionales se quedaron sin la boleta de asistencia a este estelar espacio de reflexión sobre el estado de la comunicación latinoamericana y la cuestión del desarrollo en medio de dos milenios, las propuestas teóricas contemporáneas, la Escuela Latinoamericana de la Comunicación, la globalización y las nuevas tecnologías y la integración regional, entre otros temas.

Anfitriones de la magnitud de Luis Ramiro Beltrán compartirán las mesas temáticas junto a notables exponentes de la investigación comunicacional de la generación del brasileño José Marques de Melo y otros excepcionales teóricos latinoamericanos dedicados a la investigación y comprometidos con la causa de un campo de estudio en un escenario caracterizado por la riqueza de una diversidad regional y espacios inexplorados de lo nuestro, de esas realidades sociales y culturales legendarias, donde las superautopistas de la información y la comunicación aún no han hecho tierra ni escalas técnicas para romper con la rutina de la reproducción testimonial de sus prácticas comunicacionales y la conservación de sus valores de cohesión y sentido de vida.

Comprender la dimensión de esta empresa es posible en hombres con ojos históricos y en instituciones capaces de cumplir un desafío. Ahí está la Universidad Andina Simón Bolívar, la Universidad Católica Boliviana, el Centro Interdisciplinario Boliviano de Estudios de la Comunicación y el Centro Simón I. Patiño, cuyas representaciones académicas levantaron una venturosa señal para

ofrecer a la comunidad de estudiantes, profesionales, profesores e investigadores de la comunicación una oportunidad jamás imaginada en la finalización de un siglo y el devenir de uno nuevo con noticias frescas y esperanzas.

Un millar de participantes, en su mayoría jóvenes de nuestra patria, de las distintas regiones entrarán en contacto directo con los autores de la obra intelectual difundida en las aulas y explicada a su modo por los docentes. Tal vez sea este hecho el mérito más importante para quienes han construido en su imaginación un encuentro con esos personajes de los que tanto hemos conversado en la clase, en la biblioteca, en los debates, en los momentos de expansión espiritual, en los sueños, las utopías, en la agenda de la próxima clase, en los exámenes, en la discusión de los paradigmas del conocimiento...en fin, hoy tenemos la opción.

Es innegablemente un inédito aporte. Otros se ocuparán de escribir las memorias, a nosotros nos importa alentar a las generaciones de estudiantes de comunicación, a los investigadores y a los militantes de esta causa a mantener en fila y columna cerrada la perspectiva de una trayectoria comunicacional desde nuestra realidad, de esa lastimada y muchas veces despreciada, pero que no ha perdido el porvenir de la transformación para construir una sociedad con orgullo y dignidad.

Cochabamba acogerá durante tres días la dimensión de un *Encuentro* y un *Seminario* con el patrocinio de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. Algo distinto y especial para Bolivia por las connotaciones en el ámbito académico y la ruptura con una práctica consuetudinaria en los espacios universitarios. El estudio de la comunicación en el país tomará un nuevo rumbo, un camino diferente e importante. Ese es el valor de este esfuerzo al límite del agotamiento, extenuante, pero bien vale la pena hacerlo, las cosas serias son así y se responde de ese modo, por ello el reconocimiento a todos los que trabajaron y se desvelaron para presentar una contribución a los invitados que en Bolivia los recibimos con un fuerte abrazo latinoamericanista.

*Bienvenidos y muchos éxitos*

## 1. Presentación

El encuentro y el seminario reunirán a expertos afiliados a la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), a profesores y estudiantes universitarios de comunicación y otras áreas sociales humanas afines, así como a periodistas de Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Perú y Uruguay, en especial, para examinar la situación de la comunicación, su ejercicio, su enseñanza y sus medios con respecto al desarrollo de las naciones de América Latina en el tránsito de un milenio a otro.

## II.- Objetivos

### a) Del Encuentro Nacional

Discutir el estado del arte y conocer las situaciones y tendencias internacionales sobre la materia.

Inaugurar un espacio de intercambio periódico especializado que incentive la labor de comunicológica boliviana y la vincule con los otros paises latinoamericanos.

### b) Del Seminario Latinoamericano

Examinar con participación de especialistas extranjeros los logros y necesidades de la investigación latinoamericana sobre comunicación y desarrollo en medio de los milenios.

Promover un primer encuentro del directorio de la ALAIIC con los investigadores bolivianos de la comunicación.

### c) De los Cursos Especializados

Ofrece la oportunidad a los investigadores, profesionales de la comunicación y resistas participantes de actualizarse en temas metodológicos y técnicos.

## TEMATICAS Y EXPOSITORES

### Encuentro nacional

1. Los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación comunicacional (Mgr. José Luis Aguirre Alvis).
2. La formación universitaria para la investiga-

ción de la comunicación en Bolivia (Mgr. Erick Torrico Villanueva)

3. Los medios comunitarios y las políticas y proyectos de desarrollo en Bolivia (Mgr. Ronald Grebe López).
4. La dimensión política de la investigación en comunicación social (Mgr. Fernando Andrade Ruiz).
5. Trayectoria, rupturas y porteur de las lógicas investigativas latinoamericanas en Comunicación (Dr. Jesús Martín Barbero).

### Seminario Latinoamericano

1. La comunicación y el desarrollo: viejas y nuevas propuestas  
Expositor: Mgr. Adalid Contreras Baspineiro. Comentaristas: Dr. Luis Ramiro Beltrán, Dra. Margarida Kunsch.
2. La Escuela Latinoamericana de la comunicación y el problema del Desarrollo. Expositor: Dr. José Marquiez de Melo. Comentaristas: Mgr. Marcelo Guardia Crespo, Dr. Marcelino Bisbal.
3. Globalización, nuevas tecnologías y desarrollo Expositor: Dra. Rossana Reguillo Cruz. Comentaristas: Dra. Isabel Uroste y Dra. Lucía Castelón.
4. Integración regional, comunicación y desarrollo Expositora: **Marta Immacolata Vassollo de Lopes.** Comentaristas: **Mgr. Ronald Grebe López y Dr. Luis Peirano.**

### Mesas de Trabajo

1. Comunicación comunitaria
2. Comunicación, desarrollo y educación
3. Estudios de recepción
4. Nuevas tecnologías
5. Historia de la comunicación
6. Comunicación, democracia y políticas públicas
7. Comunicación e integración
8. Legislación sobre comunicación
9. Comunicación población y salud
10. Comunicación, género y generación
11. Comunicación y periodismo
12. Comunicación y medio ambiente
13. Comunicación y cultura
14. Comunicación, estado y globalización
15. Comunicación, información y organizaciones
16. Publicidad propaganda y marketing
17. Medios y producción audiovisual
18. Comunicación y prevención de uso de drogas

# PROGRAMA GENERAL

## ENCUENTRO NACIONAL

### SEMINARIO INTERNACIONAL

MERCORES 3 NOV	HORAS	VIERNES 5 NOV	HORAS	SABADO 6 NOV	HORAS
8:30	NAUGURACION	8:30	5ª NOVA EXPOSICION MGR. ANDRADE	8:30	6ª NOVA INAUGURACION
9:00		9:30	RECESO	9:30	PRIMER PANEL DR. ADAUD CONTRERAS
10:00	RECESO	9:45	6ª EXPOSICION DR. JESUS MARTIN BARBERO	10:30	RECESO
10:15	SEGUNDA EXPOSICION MGR. TORRICO	10:45	RECESO	10:45	SEGUNDO PANEL DR. JOSE MARQUES DE MELO
11:15	RECESO	11:00	7ª EXPOSICION DR. BARBERO	12:30	AMUERZO
11:30	TERCERA EXPOSICION MGR. TORRICO	12:30	ADUERZO	14:30	TERCER PANEL DR. ROSSANA REGUILLO
14:30		14:30	REUNION DIRECTIVO ALAIIC		
15:30	RECESO	15:45	RECESO	16:00	RECESO
15:45 A 18:00	MESAS DE TRABAJO	17:00 A 18:00	CONCLUSIONES	16:15 A 18:00	CUARTO PANEL DR. MARIAL VASSALLO
19:00 A 21:00	CURSOS ESPECIALIZADOS PARA DOCENTES E INVESTIGADORES	19:00 A 21:00	CURSOS ESPECIALIZADOS PARA DOCENTES E INVESTIGADORES	18:30 A 19:30	CLASURA CIERRE MUSICAL
21:00	COCTEL DE BIENVENIDA				

### De los Participantes

- Representantes de instituciones nacionales vinculadas a la investigación comunicación.
- Estudiantes, profesores e investigadores universitarios nacionales y extranjeros de la especialidad.
- Comunicadores de medios periodísticos, organizaciones no gubernamentales, empresas privadas e instituciones públicas.

## CURSOS ESPECIALIZADOS

### E X P



**JESUS MARTIN BARBERO**

**El enfoque metodológico de las mediaciones**

Español-Colombia, doctor en filosofía de la universidad de Lovaina, Bélgica. Investigador en comunicación, cultura y política, autor de libros **Comunicación Masiva: Discurso y Poder**, **Procesos de Comunicación y Matrices de Cultura**, de los **Medios a las Mediaciones**, **Pre-textos**, **Proyectar la Comunicación y Televisión de Melodrama**.



**MARCELINO BISBAL E.**

**Comunicación y marketing político**

Venezolano, doctor en ciencias sociales por la universidad central de Venezuela. Especialista de Semiología de la Comunicación, Vicepresidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. Director de la Revista Venezolana de Comunicación. Profesor de la Universidad Central de Venezuela.



**RAULA A. RODRIGUEZ**

**La Teoría de la acción comunicativa**

Argentino, Magister en Sociosemiótica, Profesor e Investigador de la Universidad Nacional de la Plata y de la Universidad de Río Cuarto Autor del Libro **La Significación de los Objetos Sociales**

### O S I T O



**GUILLELMO OROZCO GONZALEZ**  
**Los Estudios de la recepción**

Doctor en educación, profesor e investigador de la Universidad de Guadalajara, autor de **Recepción Televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio**, **televisión y producción de significaciones**, **la investigación de la Comunicación dentro y fuera de América Latina** y otros.



**MARIA IMMACOLATA VASSALLO DE LOPEZ**

**Esquema Metodológico para investigar en Comunicación**

Brasileña, Doctora en Comunicación por la Universidad de São Paulo, Directora de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación por Brasil, autora del Libro **Pesquisa em comunicação**.



**LUIS PEIRANO**

**Panorama de la investigación comunicacional latinoamericana.**

Peruano, Director de la Maestría en Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Ex Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.



**RAUL FUENTES NAVARRO**  
**La formación de investigadores en Comunicación en Latinoamérica**

Mexicano, Doctor en Ciencias Sociales, Profesor e investigador en la Universidad de Guadalajara. Autor del libro **Diseño Curricular para Facultades de Comunicación**.

### R E S



**LUIS ROBERTO ALVES**

**Culturas de trabajo, Comunicación para la ciudadanía.**

Docente de Historia de la Cultura y de la Comunicación, alternativas populares en Comunicación y Cultura. ECA-Universidad de São Paulo. Lic. Letras USP. Dr. en Antropología y Cultura Oriental, Universidad Hebrea. Post Doctorado en Memoria popular de la Periferia. Autor de libros sobre expresiones culturales brasileñas y humanismo renacentista.



**WASHINGTON URANGA DE SIMONE**  
**Planificación de la Comunicación.**

Uruguayo, Director de la Maestría en Planificación y Gestión de la Comunicación «La Crujea» de Buenos Aires.



**ROSSANA REGUILLO CRUZ**  
**Ciudad y Comunicación**

Mexicana, doctora en Ciencias Sociales. Mención antropológica por la Universidad de Guadalajara. Vicepresidenta de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. Profesora e investigadora del Instituto tecnológico de Comunicación de la Universidad de Guadalajara. Autora de los libros **La Construcción Simbólica de la Ciudad y Las Bandas Juveniles en la Calle otra vez**.

# Condicionamientos y posibilidades del periodismo en la globalización

Erick R. Torrico Villanueva \*

**P**or primera vez en la historia, como afirma Octavio Ianni, *el mundo es hoy realmente mundo*, puede ser pensado, vivido y sentido como una unidad, como un todo. Y ello es producto del proceso de globalización que comprende todas las dimensiones de la realidad social y está reconfigurando tanto las relaciones entre pueblos como aquellas que dos individuos cualesquiera establecen en el más recóndito rincón del planeta.

La globalización es, básicamente, una *economía global*, una economía con la capacidad de funcionar como una unidad en tiempo real a escala planetaria (Manuel Castells), y está expresada en la *integración de mercados*: una convergencia total de los espacios de intercambio de bienes, capitales y símbolos.

En el mundo globalizado hay una corriente constante de productos nuevos y cada vez mejores, lo que da lugar a una acelerada competencia por la innovación, las ventas y el consumo. De ahí que la *publicidad* alcance un papel central e imprescindible.

La intensa y múltiple circulación de mensajes, publicitarios, informativos o de otro tipo, es un rasgo definitorio del presente y lo será más aún en el próximo futuro. Eso implica algunos cambios sustanciales en los tradicionales modos de entender y hacer la comunicación.

Se vive bajo un «nuevo orden lingüístico» que marca la predominancia del lenguaje audiovisual multimedia sobre el viejo lenguaje alfabético.

La integración de los códigos oral, escrito y audiovisual, que construyen sentidos simultáneamente desde múltiples puntos, ha generado un *super-texto*, una superposición de formas de «escribir» que da origen a nuevas reglas de «escritura» y «lectura» que requieren de cada vez más actualizadas tecnologías. Es fácil advertir que el acceso a los nuevos códigos y a las herramientas que los hacen posibles es uno de los mecanismos de diferenciación y exclusión contemporáneas más eficientes y lacerantes.

El nuevo sistema de comunicación imperante cuyos componentes y rasgos son las telecomunicaciones, el alcance global de la emisión/recepción, las redes de interacción potencial, el volumen superlativo de datos en juego (se estima que hay unos 400 mil millones de páginas de información disponible en Intente), la instantaneidad en la transmisión y la integración de medios-, ha hecho emerger la *virtualidad real*: lo real construido mediáticamente.

La categoría «imperialismo» que servía hasta hace poco para dar cuenta de la marcada dominación estadounidense ha dejado de tener pertinencia. Resulta más adecuado hablar de una *economía-mundo*, que hace referen-

cia a la creciente interpenetración capitalista y a la conformación de *oligopolios globales* resultantes de la asociación entre los grandes intereses de América del Norte, Europa y Japón especialmente.

Es esa «economía-mundo» la incentivada y realimentada por la publicidad, una de las más florecientes industrias mediáticas (de productos simbólicos) de finales de siglo. Para 1996, por ejemplo, y según informes de Naciones Unidas, los Estados Unidos de Norteamérica gastaron 94 mil 600 millones de dólares en producción y difusión publicitaria, mientras que tres de las más fuertes economías latinoamericanas gastaron 8 mil 200 millones (el Brasil), mil 400 millones (Colombia) y mil millones (Venezuela).

Paradójicamente, mientras esas monumentales inversiones son destinadas a la aceleración del consumo, no sólo que este consumo pese a haberse incrementado en términos generales- no está difundido entre los sectores que más lo necesitan, sino que las brechas entre las naciones consideradas desarrolladas y las otras es permanente y tiende a ensancharse: más del 32% de la población del planeta se encuentra por debajo del límite de la pobreza (con menos de un dólar diario para subsistir) y se calcula que 14% de la actual población mundial morir antes de cumplir los 40 años de edad.

\*Erick R. Torrico Villanueva dirige la maestría en comunicación y Desarrollo de la Universidad Andina Simón Bolívar.

### Promedio de medios y tecnologías por cada 1.000 hab.

País	Radio	TV	Lineas Telefónicas	Teléfonos Públicos	Celulares	Internet	Computadores personales
1*	1.005	524	414	3.7	61.1	17.9	156.3
2**	185	145	39	0.7	3.6	0.5	6.5

Desarrollados. Estos tienen 235 ejemplares de diarios para cada mil habitantes.

\*\* En vías de desarrollo. Tienen 50 ejemplares de diarios para cada mil habitantes.

En lo que respecta al acceso a medios y tecnologías de comunicación, esa brecha también es evidente:

El modelo de la globalización y su secuela ideológica posmoderna, sin embargo, buscan hacer creer que la utopía de la igualdad de condiciones y oportunidades, la democracia plena y la participación, está ya realizada. Sus portavoces dicen que, por fin, se ha constituido la comunidad mundial, gracias a las realizaciones y posibilidades tecnológicas, y que por tanto está en curso una armonización progresiva. Las contradicciones y diferencias han desaparecido, el futuro ha llegado, la historia ha terminado.

Esa manera cómoda y distorsionada de presentar lo real trabaja estimulando la integración simbólica de los seres humanos, por la que todos, en apariencia, pueden acceder a la misma información, al mismo tipo de bienes de consumo y reconocen mundialmente las marcas de los productos; pero no toma en consideración la impresionante marginalidad ni la exclusión econó-

mica, social, tecnológica y cultural que está deteriorando severamente el futuro del mismo mundo que es mostrado por los tecno-optimistas como equitativo y en avance.

En materia de comunicación e información hay dos grandes divisiones en la sociedad actual, las que a su vez suponen profundas asimetría: la que se da entre productores/comercializadores y compradores/usuarios de

inviabilidad social y humana de los millones de pobres latinoamericanos (más del 60% de la población total que asciende a unos 440 millones de personas) que, por su situación estructural, no lograrán jamás aprender los nuevos códigos y, consiguientemente, están *de facto* fuera de la sociedad que se configura para los próximos cincuenta años; es decir, que son desechables, superfluos.

Y es en ese cuadro que se puede efectuar algunos señalamientos sobre el periodismo, actividad profesional que se encuentra cada vez más inmersa en las pautas que viene estableciendo la globalización:

1) La concepción de la noticia está siendo modificada: la noticia hoy es global, es noticia en acto (contada mientras ocurre, en su tiempo real) y tiende a ser presentada más narrativa que descriptivamente.

2) El periodismo y los periodistas están obligados a acomodarse a las características de las nuevas tecnologías y sus lenguajes.

3) Los «hechos», que tradicionalmente daban lugar a las noticias es-



Torrice entrega un certificado a una comunicadora popular de Cochabamba

tecnologías y la que ocurre entre integrados o conectados y excluidos. Estos últimos son tanto «analfabetos informáticos» como predestinados a la marginalidad global inmediata (no empleo, no ingresos, no dignidad). Sólo hay que ponerse a pensar en la

tán siendo sustituidos por los «dichos» o los «entredichos» y por las historias de la vida familiar y privada.

4) El control informativo internacional que estuvo a cargo de las grandes agencias noticiosas transnacionales está siendo tomado por las cade-

nas globales de televisión, vinculadas ya no a intereses de un determinado Estado sino a los de bloques económicos u otros de índole corporativa.

5) Según varios estudios prospectivos, la concentración oligopólica global de la producción de tecnologías y mensajes llevará a reducir, a máximo doce, el número de las empresas que controlaron la mayor parte de los flujos de información y comunicaciones en el mundo.

6) Esa concentración se reproduce a pequeña escala en el interior de los países con empresas que resultan extensiones de las globales, lo que supone que la producción de contenidos propios tiende a disminuir y el ya escasísimo pluralismo a extinguirse.

7) El periodismo de fin de siglo, en su proceso interno, conjuga los lenguajes integrados, el recurso a múltiples fuentes, la alta velocidad de transmisión y la incrementada fugacidad de la duración de las noticias, la liviandad y espectacularidad de los contenidos y la codificación multimedia.

Este *periodismo telemático* está reemplazando al convencional de los medios impresos y electrónicos, pues lo supera mediante su carácter multimedia y al funcionar con los rasgos de una red global.

El periodismo globalizado abre posibilidades de mayor acceso a más información fragmentaria y también a la expresión sectorializada, en particular dentro de la Internet; pero en el otro polo genera riesgos relativos a un incremento del control central, a una mayor probabilidad de distorsión de los datos y a un consecuente aumento de la pérdida de credibilidad en la información para el consumo público.

Asimismo, el periodismo establecido, el de las grandes redes, puede hacerse cada vez más dependiente de

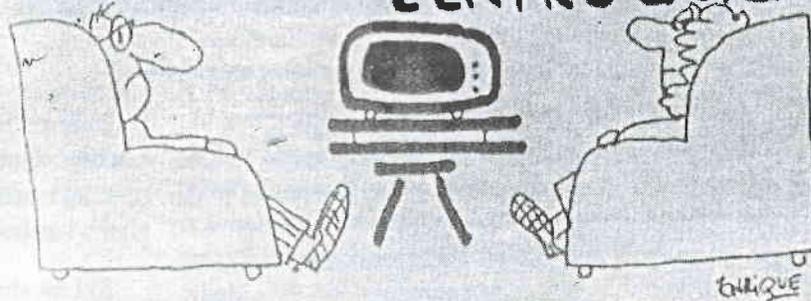
los núcleos de poder económico-ideológico que controlan las tecnologías y servicios informativos en el planeta. Está, pues, presente, otra vez, la amenaza de que ese gran Hermano del que hable George Orwell en su novela 1984, y que lo atribuye en exclusiva al comunismo, sea una cruda realidad capitalista vigilante hasta de la intimidad ciudadana.

De todo esto se desprenden cuando menos dos desafíos que correspondería asumir a los periodistas de finales de siglo: a) conocer y manejar las nuevas tecnologías y los códigos multimediáticos, y b) trabajar en la construcción de alternativas factibles para defender y promover la libertad de pensamiento, información, expresión y prensa y para evitar que diferencias y esperanzas sean disipadas por lo global.



Reflexiones desde el butacón

LA TELE ES UN MEDIO DE COMUNICACIÓN DE COMUNICACIÓN... ¿ENTRE QUIÉN?



© Enrique Martínez Salazar '99 para Comunicación

# La investigación comunicacional en Bolivia desde una perspectiva histórica

Ramiro Duchén Condarco \*

**L**os Antecedentes Podemos situar los orígenes de la investigación en materia de comunicación social en Bolivia al finalizar la pasada centuria, concretamente hacia 1886 cuando el gran polígrafo cruceño don Gabriel René Moreno diera a luz pública su magistral obra intitulada *Anales de la prensa boliviana. Matanzas de Yañez*, en la cual realiza un trabajo de carácter histórico y analítico, basado en documentación periodística. Es un trabajo histórico, porque reconstruye un suceso dramático: La matanza de belcistas producida en el Loreto (actual Palacio Legislativo en la ciudad de La Paz) al mando del militar Plácido Yañez, sicario del gobierno que a la sazón estaba presidido por José María Achá.

Al margen de ser un trabajo de índole histórica, es también un modelo de análisis de contenido de la prensa boliviana de la época estudiada (el primero -y único- en su género realizado en Bolivia tanto en la pasada centuria, cuanto en la que llega a su fin). No un análisis al estilo de Berelson o de los funcionalistas norteamericanos o estructuralistas franceses, sino un análisis con características propias y fruto de un riguroso estudio positivista.

Se trata, en términos de Luis Ramiro Beltrán del «primer estudio sistemático y profundo del quehacer periodístico en Bolivia».

En 1876, Nicolás Acosta, otro pionero de la investigación comunicacio-

nal histórica en Bolivia publicó sus *Apuntes para la bibliografía periodística de la ciudad de La Paz (1876)*, trabajo que recopila en un inventario todas las publicaciones periódicas y eventuales que circularon en la ciudad de La Paz entre 1823 y 1875.

Con posterioridad Gabriel René Moreno sacó a luz su *Ensayo de una bibliografía general de los periódicos de Bolivia 1825-1905 (1905)*, trabajo similar al anterior, sólo que referido a todas las publicaciones periódicas publicadas en Bolivia en el período mencionado.

La primera historia del periodismo boliviano es la perteneciente a León M. Loza: *Bosquejo histórico del Periodismo en Bolivia (1926)*, luego la de Rodolfo Salamanca Lafuente «*Periodismo*» (Presencia, 1975), y la de Eduardo Ocampo Moscoso *Historia del periodismo boliviano (1978)*. Al margen de estos tres trabajos existen otros menores que reflejan la historia de otros medios impresos.

## Existen también aportes

Abundan los ensayos históricos sobre la vida de una o algunas publicaciones periódicas, en su mayoría, ya desaparecidas, relacionándolas con sucesos de importancia histórica para Bolivia.

Hay varios trabajos significativos sobre los orígenes y desarrollo de la imprenta en Bolivia, pertenecientes a diversos autores, como Rigoberto Paredes; *Datos para la historia del arte*

topográfico en La Paz (1896); León M. Loza: *Centenario de la primera impresión boliviana. Comprobaciones históricas (1913)*; Marcos Beltrán Avila: *El centenario de la primera impresión boliviana (1943)*; Ramiro Duchén C.: *Notas sobre los orígenes de la imprenta en Bolivia* publicado por el Anuario 1997 del Archivo y la Biblioteca Nacionales de Bolivia (Sucre).

En lo concerniente a la investigación histórica global sobre el desarrollo de este medio en Bolivia, no existen ni siquiera aproximaciones en el ámbito departamental, y mucho menos, nacional. Los trabajos generales que dan la visión más amplia del fenómeno son: «La Radio» de José Gramunt (Presencia, 1975), y «Esbozo sobre la radio en Bolivia», (1986) de R. Grebe, R. Caballero y R. Duchén. Sobre historias particulares sobre el desarrollo y evolución de ciertos medios, sólo conocemos: *Radio Illimani, Los primeros años de su historia*, de Raúl de la Quintana y Ramiro Duchén (1986).

Los restantes trabajos conocidos en materia de radiodifusión, son breves ensayos sobre el rol de algunas emisoras en determinados conflictos, con particular énfasis en las radios mineras, sindicales y campesinas. A estos breves ensayos, debemos sumar reportajes sobre el funcionamiento de algunas radioemisoras nacionales y locales, que anuncian, por lo general, cambios en los ejecutivos y/o accionistas de los medios, publicados en suplementos y guías de la prensa na-

cional, que sirve más como fuentes de consulta.

En lo relativo a la televisión, hay dos trabajos sobre el desarrollo de la televisión en Bolivia: aproximación a la televisión en Bolivia (1985) de Ramiro Caballero Hoyos y Ramiro Duchén Condarco y la televisión en Bolivia (1985) de Nazario Tirado y Raúl Rivadeneira. Ambas dan una visión global de la historia del medio en todo el país, aunque desde distintos puntos de vista.

Al igual que en el caso de la radiodifusión, en el de la televisión hay una serie de artículos y reportajes que sirven sólo como puntos de referencia, y permiten disponer de ciertos datos sobre algunos medios televisivos. Falta, pues, reconstruir la historia del medio en todo el país.

El cine es -quizá- el medio de comunicación en Bolivia que ha sido estudiado históricamente con mayor profundidad, pues son numerosos los trabajos que sobre este campo existen, destacándose los de Carlos D. Mesa: Cine Boliviano: del realizador al crítico (1979), La aventura del cine boliviano (1952-1985) (1985), y de Alfonso Gumucio Dagrón: Historia del cine en Bolivia (1982), como los más completos. Al margen de estos hay una serie de estudios monográficos sobre etapas específicas del cine y sobre determinadas películas, que completan el panorama.

### **La investigación, un encomiable esfuerzo aislado**

Todas las investigaciones mencionadas precedentemente y otras omitidas por obvias razones de espacio y tiempo, fueron elaboradas al margen de las universidades, es decir, obedecieron en su totalidad a la iniciativa y esfuerzo personales de los investigadores.

Esto quiere decir que no existe interés por parte de los centros universitarios de contribuir al desarrollo de la investigación histórica en materia de comunicación social, salvo honrosas excepciones.

A título de ejemplo, en el ámbito circunscrito al departamento de Santa Cruz y en el marco de un panorama general, podemos afirmar que no existe una historia del periodismo cruceño editada y en circulación ni de un período determinado, ni mucho menos una que abarque todo su desarrollo. Tampoco hay historias particulares de medios cruceños ni de prensa ni radiales ni televisivos. Hay, pues, una gran pobreza en esta materia que es necesario superar, o por lo menos, sentar las bases para que con el paso del tiempo puedan llenarse los inocultables vacíos, tomando en cuenta que existen cuatro carreras de comunicación social (Universidad autónoma Gabriel René Moreno, Universidad Evangélica, Universidad NUR y Universidad Privada de Santa Cruz -UPSA).

Las excepciones que confirman la regla son el trabajo de Reymi Ferreira sobre el canal de televisión universitario, el de Humberto Vázquez Machicado, que en su artículo intitulado Orígenes de la Imprenta en Santa Cruz (1948), realizó un significativo aporte sobre el tema.

Otra de las excepciones es el trabajo de Marcelino Pérez próximo a ser editado por la Universidad Privada de Santa Cruz (UPSA) referido a una bibliografía de periódicos y revistas cruceñas. En este sentido, esta universidad, se convierte en una de las contadas excepciones que impulsada desde sus aulas la investigación sobre el desarrollo histórico de la actividad comunicacional y la de sus medios.

### **La universidad y la investigación**

La investigación en materia comunicacional en las universidades bolivianas, por lo general ha estado orientada y todavía está hacia el desarrollo de otras áreas como análisis político discursivo o de campañas políticas electorales, comunicación rural, comunicación para el desarrollo, análisis de contenido, diagnósticos institucionales y/o de medios, efectos sobre las audiencias de determinados programas, dejando de lado por «norma» la investigación histórica.

Sin embargo, en el marco de la Universidad Católica Boliviana hay unos pocos trabajos de carácter histórico, relacionados con el desarrollo y evolución de los medios masivos, particularmente impresos. Veamos tres casos a manera de ejemplo: Ramiro Duchén Condarco: La Epoca como reflejo del Gobierno y la prensa de Belzu (1988); Ana María Montaña Durán: La Revolución Federal de 1898-1899 a través del Boletín Oficial (1995) y Janneth Oporto Desarrollo histórico del periódico Hoy (1996). Sobre la radio, es fundamental la tesis de Fernando Andrade Ruiz: Una aproximación a la radiodifusión en Bolivia (1978).

Habida cuenta que en la Universidad Católica de La Paz hay alrededor de 170 tesis en Comunicación Social, de las cuales 4 son relacionados con temas históricos, entonces, únicamente el 2,3 % del total de las tesis se enmarca en esta área.

Estos cuatro trabajos de tesis de grado constituyen un importante punto de partida para que los temas históricos paulatinamente se incorporen en la investigación realizada por estudiantes para obtener el grado de licenciatura en las universidades sean éstas públicas o privadas.

En mi experiencia como docente universitario, he escuchado sorprendentes comentarios: «La universidad (en general, sin especificar a ninguna) no acepta tesis históricas» me decía alguna vez un estudiante. «La historia es descriptiva, y la universidad exige que se hagan trabajos analíticos». «A mi me gustaría hacer un trabajo histórico, pero la carrera no lo acepta...» comentaba otro... y así varios más vertían afirmaciones similares, descalificadoras de la investigación histórica, no por lo que ellos pensaban, sino por imposiciones de las direcciones.

Los grandes temas para la investigación histórica en materia de comunicación son, entre otros los propuestos por el investigador nacional Erick Torrico:

#### La historia de la comunicación:

- \* Historia de los medios (de todos, de algunos, de grupos de ellos, etc.)
- \* Historia de las actividades (el periodismo, la publicidad, la locución, etc.)
- \* Historia de las organizaciones de la comunicación (los sindicatos de prensa, de radio, de televisión, de los gráficos, etc.)
- \* Historia de trabajadores individuales o grupales de la comunicación
- \* Historia de productos específicos de la comunicación (ciertos suplementos, programas de radio o TV, etc.)
- \* Historia de ciertos procesos comunicacionales (campanas publicitarias, propagandísticas o de información o educación), etc.

Ninguna de estas grandes áreas temáticas ha sido explotada por los estudiantes universitarios, quienes, quizá imbuidos por ciertas concepciones metodológicas de influencia marxista, o de manera más amplia, de corrientes de pensamiento (pseud) izquierdistas, han desarrollado cierta animadversión por la historia, considerándola como una disciplina de segunda categoría que se limita a recopilar y narrar de manera «descriptiva» y cronológica los sucesos acaecidos en un espacio y periodo de tiempo determinados.

Esta concepción absurda, por decir lo menos, ignora que la historia es una disciplina científica que puede ser aplicada al estudio de las más diversas actividades del quehacer humano. Los resultados de las investigaciones de este carácter nos ayudan a conocer el desarrollo de la actividad, su evolución, y otros aspectos de primer orden para el desarrollo de la investigación científica encarada con rigor y seriedad.

El método histórico aplicado a la investigación comunicacional

Conviene detenernos brevemente a realizar un comentario sobre este aspecto. El método histórico consta de varias fases, a saber:

#### 1. Heurística

#### 2. Crítica

2.1. crítica de autenticidad o morfológica

2.2. crítica de veracidad o aleológica

2.3. crítica de interpretación o hermenéutica

2.4. crítica de valoración o axiológica

### 3. Síntesis y exposición

La primera fase del método: la heurística consiste en la «pesquisa de los datos», es decir, en la búsqueda de la documentación necesaria para encarar la investigación. En el caso de estudios relacionados con medios impresos, se trata, por ejemplo, de localizar las colecciones existentes, y toda la documentación complementaria que pudiera servir en el marco del estudio realizado.

La segunda, es decir, la crítica, somete a todos los testimonios a una crítica vista desde distintas perspectivas: la primera, con el propósito de determinar si el testimonio es verdadero o falso (autenticidad o morfológica); le segunda, para establecer si los documentos analizados «dicen la verdad» (veracidad o aleológica); la tercera para colocar al documento en el lugar que le corresponda dentro del trabajo que se lleva adelante (interpretación o hermenéutica); y la última, la que realiza «la estimativa del testimonio con respecto al conjunto de hechos para conocer sus repercusiones. La valoración enumerativa que realiza el investigador, prepara el camino para realizar la exposición de los hechos».

En la fase síntesis y exposición, se da unidad a la investigación. «Cuando el historiador ha llegado a valorar los testimonios -dice Valentín Abecia-, encuentra que tiene que darles unidad y coherencia a fin de hacer comprensible el hecho histórico».

En el caso de las tesis y/o investigaciones históricas en general, se aplica el método histórico a un determinado objeto de estudio, y de acuerdo al tema investigado se emplean las técnicas que requiera el desarrollo del mismo.

El trabajo histórico es, pues, científico, y su valor no puede ser desconocido calificándolo como meramente descriptivo, no analítico, o utilizando otros adjetivos similares nacidos en la estrechez mental e ignorancia de quienes los pronuncian.

En un país como el nuestro, la importancia de la investigación histórica en las distintas áreas es muy grande, más aún tomando en cuenta que existe un gran déficit en esta materia que nos priva de conocer diversas facetas de nuestro pasado.

En el caso concreto de la comunicación, esta necesidad se hace todavía más urgente, toda vez que no existen investigaciones históricas referi-

das a la materia que permitan reconstruir todo el gran mosaico de la comunicación social boliviano, ni de sus medios. De ahí que es incomprensible que en ciertos círculos universitarios no se incentive la realización de trabajos de esta naturaleza, poniendo más bien obstáculos para su.

En síntesis el valor de los aportes históricos en materia de comunicación social, particularmente en las áreas mencionadas por Erick Torrico, es muy grande y debe constituir un reto para la Universidad como institución el afrontarlo y llenar los vacíos existentes en esta materia -que dicho sea de paso son muy profundos- con la realización de tesis o investigaciones particulares que cons-

tituyan verdaderos aportes al conocimiento de nuestros medios de comunicación, en particular, y en general, del desarrollo de la comunicación social en nuestro país.



41. Derecho a ver los programas educativos a horas accesibles.



42. Derecho a que se respete la intimidad de las personas «normales».



43. Derecho a que se respete la intimidad de los personajes «públicos».



44. Derechos a percibir en debates y otros programas valores de respeto y convivencia.

*Somos una alternativa perfecta  
dentro de la Industria Gráfica  
Publicitaria...*

Contamos con:

Scanner, para  
la selección de  
colores  
fotomecánica  
y montaje  
electrónico  
Impresión  
Offset en  
diferentes  
formatos.

**Empresa Gráfica**

**DRUCK & Co.**

**Editorial - Publicidad & Marketing**

*Profesionales a su Servicio*

Av. 20 de Octubre 1824 Of. 6 (entre Conchitas y Landaeta) - ☎ 354911 - 01263292 - 63422  
Fax (591-2) 354911 - La Paz - Bolivia

# Acciones Políticas del Complejo Mediático

Fernando Andrade Ruíz \*

**P**onencia presentada en el Seminario «Periodismo, Libertad de Expresión y Ley de Imprenta» organizado por la Federación Latinoamericana de Periodistas, Federación de Trabajadores de la Prensa de Bolivia y el Sindicato de Trabajadores de la Prensa de Cochabamba.

El estudio de los fenómenos políticos y sus actores en un complejo escenario mediático de interacciones políticas con la sociedad civil y la sociedad política, forman parte de las preocupaciones contemporáneas en el vasto campo de la investigación comunicacional en Bolivia.

El rol del Estado y el poder de los medios difusivos en la mediación de los intereses de la sociedad civil constituyen espacios inexplorados en el ámbito de la pesquisa de los profesionales de la comunicación.

Estas preocupaciones conforman el campo de problemas abordados por el autor y se sintetizan en las siguientes reflexiones:

## El fenómeno político y sus actores

Con fines de estudio, suele abstraerse el fenómeno político de la sociedad a las interacciones entre tres grandes categorías conceptuales: la sociedad civil, la sociedad política y el Estado. Son conceptos complejos cuya polisemia es histórica.

Me interesa solamente un acercamiento sencillo y simplificado a ellos para lo cual hago referencia a la dimensión política de los seres humanos, entendiéndola como la distribución formal de funciones con fines de organizar la convivencia.

Tal distribución genera cuotas y tipos de poder que constituyen el ámbito de lo que llamamos política.

Uno de esos tipos de poder es el que está respaldado por «el monopolio legal para ejercer coerción», con el que Max Weber caracterizó la peculiaridad del Estado. Quienes no acceden a ese tipo de poder, formalmente quedan fuera del Estado y se ubican en el ámbito de la «sociedad civil». Una forma más burda (pero más clara) de distinguir entre Estado y sociedad civil es separar a «los que tienen autoridad legal para mandatos vinculantes» (Estado) y los que no la tienen (sociedad civil).

La categoría «sociedad política» no puede ser asimilada plenamente a ninguna de las dos anteriores. Actúa como intermediaria entre ambas; es el espacio de «negociación», «de representación». Está integrada principalmente por los partidos políticos, pero también acepta actores e instituciones de la sociedad civil que temporal (una huelga, por ejemplo) o permanentemente (los comités Cívicos en Bolivia) asumen representación formal y reconocida de la sociedad civil frente al Estado.

A esta triada conceptual quiero añadir un cuarto elemento que, por las características que hoy presenta, difícilmente puede ser incorporado en cualesquiera de los anteriores. Se trata del que designaré como «complejo mediático» que despliega un papel político importante en las sociedades contemporáneas. A las interacciones entre los cuatro actores (al espacio de encuentro que generan ellos sin perder sus particularidades) denominaré esfera pública.

## El complejo mediático como actor político

Entiendo por «complejo» a un conjunto de elementos diversos que no son mutuamente dependientes.

El término «mediático» tiene su marco general en el concepto de «medio de comunicación», definido como todo recurso (técnico o no) compartido por al menos dos personas y en el que se instala un mensaje de comprensión convencional.

Bajo ese marco, el concepto de «complejo mediático» es utilizado en el presente trabajo con las siguientes características:

Está integrado por diversos medios técnicos de comunicación que desarrollan algún tipo de actividad vinculada a la información y opinión de carácter político. Abarca tanto a los medios masivos tradiciona-

les, como también a las «nuevas tecnologías mediáticas», entre ellas, la TV por suscripción, TV digital, internet, impresos por suscripción, etc. No se refiere a medios técnicos de comunicación interpersonal, ni tampoco a los denominados «mini - medios».

Los mensajes que tales medios procesan tienen amplia cobertura tanto de emisión (emisores diversos) como de recepción (multiplicidad de audiencias). Supera la concepción tradicional de considerar al componente mass-mediático, como parte integrante de la sociedad civil. Mitiga la importancia del «sistema de propiedad» como factor decisivo del papel político de los medios ya que en el «complejo mediático» confluyen tanto medios de pertenencia empresarial, estatales, otros de carácter religioso, político-partidista, así como redes, consorcios multi-media e incluso algunos de posesión difusa o, tal vez, inexistente (¿a quién pertenece Internet, por ejemplo? ¿qué se necesita para tener acceso y usar este medio?).

Junto a los otros macro-actores políticos (sociedad civil, sociedad política, Estado) el complejo mediático participa en un ámbito de interacción (la esfera pública) sobre el que ninguno de ellos puede ejercer control ni predominio absoluto.

### **Interacción política y poder**

La dimensión política «natural» de los seres humanos, junto a las formas culturales de organización y de convivencia que ellos generan, encuentran múltiples maneras de expresión y de encuentro, no circunscritas solamente a los escenarios políticos tradicionales. La dinámica resultante de ese proceso incluso va más allá de la intencionalidad y control de sus protagonistas más directos.

En tal virtud, constituye un error considerar a la política como un todo homogéneo, previsible, concentrado en el eje estatal (aunque Este sea el actor político por excelencia) y susceptible de enfoques analíticos unívocos.

Esa imprevisibilidad quizá podría ser explicada a partir de algunos indicadores como los siguientes:

La efervescencia, inquietud, convulsión (o cualquier otro término que connote «desordenado movimiento») que caracteriza hoy a la sociedad civil; La obsolescencia, desprestigio e ineptitud de los sistemas de representación política tradicionales; La pesadez estatal para atender las demandas de la población; La crisis de las ideologías; El incontrolable y confuso asentamiento del mercado económico neoliberal; La inevitable veta comercial que la mayor parte de los medios masivos debe explotar para su subsistencia (lo que le obliga a no perder contacto con la ciudadanía); El enigma que hoy representa el uso y la eficacia política de las nuevas tecnologías;

En definitiva, la concurrencia de todos los factores que se acaba de mencionar.

El «poder» es un derivado inevitable de esa actividad y queda repartido en cuotas de variación circunstancial difíciles de describir y pre-determinar.

Teóricamente, el tipo de poder más fácil de identificar es el estatal que, volviendo a Weber, monopoliza el uso legal de la fuerza física. El Estado es el único actor que tiene esa característica. Pero hay otros tipos de poder que sin ser propiamente estatales -desde la perspectiva aquí señalada- influyen sobre éste. Hay «po-

der» en la sociedad civil, en la sociedad política y, también, en el complejo mediático.

Es decir que, la trama política presenta varios «poderes» circundantes al poder estatal.

Toda interacción (esto es más claro en democracia pero también se presenta en dictadura) limita la concentración de poder: lo desglosa, lo disemina, de alguna manera, lo desintegra.

El momento final de la adopción de una decisión política (la decisión «vinculante» que compete al Estado) es, por tanto, resultado de múltiple confrontación de influencias.

El principio democrático reconoce «poder» a la sociedad civil como fuente de legitimidad del poder político. Sin embargo, vemos en la actualidad que tal poder en buena medida, se encuentra intervenido por los medios de difusión pública.

Queda claro que el contacto más directo de la ciudadanía con el sistema político se da en las elecciones; después de ellas, el distanciamiento se hace notorio. Entre sufragio y sufragio, sólo parece quedar en el ciudadano la alternativa de relacionarse con el sistema político a través de las informaciones y opiniones políticas que le provee el complejo mediático.

¿Dónde situar entonces la mayor carga de poder e influencia que se ejerce sobre el Estado?; ¿en la sociedad civil?, ¿en el complejo mediático? o ¿en el resultado de la relación que mantienen ambos?.

La respuesta parece acercarse más a la última opción, pues no es certero afirmar que la sociedad civil quede totalmente despojada de cualquier

forma de poder. De hecho, lo tiene; lo que aquí se quiere resaltar es que parece crecer el ejercicio indirecto del mismo a través del complejo mediático, en una intrincada relación en la que no es fácil identificar cuotas de poder.

De esa manera, parece consolidarse cierta dependencia ciudadana respecto a las mayores y mejores alternativas que manejan los medios para la difusión pública de las demandas sociales y para despertar la atención de instituciones estatales.

### Las interacciones políticas del complejo mediático Con la sociedad civil

Encuestas de opinión han mostrado varias veces que los medios masivos en Bolivia cuentan con importante grado de confianza y apoyo por parte de la población.

Ello sin duda supone un reconocimiento a la labor histórica y actual que -salvo excepciones- ha tenido la prensa boliviana en el tratamiento de la información y opinión de carácter público.

Tal confianza se manifiesta cuando la gente recurre en primera instancia a los medios masivos para hacer conocer sus demandas y necesidades, no sólo buscando la transmisión pública de las mismas, sino también en procura de cierta protección pues, está visto, que los órganos estatales -tan abiertos siempre al abuso y a la desconsideración- suelen reprimir estos impulsos cuando de por medio está la prensa.

Hay, entonces, al menos dos características presentes en la relación sociedad civil-medios masivos. Confianza y búsqueda de protección de parte de la primera, y representación «de hecho» y ciertos rasgos de paternalismo de parte de los segundos, lo que no significa que esto derive en una comunicación (en sentido de «comunidad») permanente y efectiva entre ambos (por eso que los califico de actores «independientes», pues no encuentro acertado incorporar la acción política de ellos como parte de aquella que ejecuta la sociedad civil).

El sentido de tácita «representación» seguramente tiene su origen en la insuficiencia e ineptitud de los mecanismos tradicionales de representación y también en la falta de canales democráticos y eficientes



Andrade explica el enfoque comunicacional de las interacciones políticas

para la comunicación entre sociedad civil y Estado, lo que deja enorme espacio para la participación del complejo mediático. El político venezolano Eduardo Fernández llegó a decir que quizá los medios «ya han logrado sustituir a los partidos políticos en su relación con la gente».

Tal labor de los medios, pese a los riesgos y deficiencias que pre-

senta, debe ser considerada como beneficiosa -pero no suficiente- para la vida democrática.

Uno de esos riesgos puede ser que se produzca en una virtual apropiación de los intermediarios respecto a los derechos de comunicación que el sistema democrático reconoce a los ciudadanos. Es sabido que los medios son de acceso limitado, que sus actuaciones son definidas principalmente por sus propietarios y en algunos casos por el personal que trabaja en ellos. Se ha mencionado bastante tal peligro y buena parte de la investigación latinoamericana en comunicación de los años 60 y 70 estuvo preocupada en este asunto.

Hoy por hoy, con el crecimiento de las sociedades y el poderío técnico de los medios masivos, la amenaza se mantiene y tiende a crecer. Estamos viendo, además, la consolidación de grandes consorcios empresariales propietarios de medios de comunicación, con lo que parece aumentar la posibilidad de concentración de las opciones por emitir información y opinión de contenido público.

### Con la sociedad política

En la experiencia política boliviana, se percibe una especie de «pacto entre iguales» en la relación medios masivos-sociedad política. No se trata de un contacto de tinte paternalista como parece caracterizar el encuentro «medios-sociedad civil», sino una relación horizontal de intereses que se expresa en varios sentidos, a saber:

El mundillo de los políticos y sus partidos, es un proveedor constante de información para los medios (los mayores porcentajes de información que estos difunden se refieren a asuntos políticos).

Los políticos saben que sin los medios disminuyen sus posibilidades de notoriedad y vigencia, lo que es fundamental para sus actividades y pretensiones. Los partidos políticos recurren muy eventualmente a encuentros directos con los ciudadanos. Los departamentos de comunicación (o propaganda) de los partidos políticos en Bolivia, por ejemplo, están más diseñados para establecer contacto con los periodistas antes que con el electorado.

Los políticos se han percatado del tipo de lenguaje y actitudes que hoy demandan los medios en el mercado comercial y actúan en consecuencia: visten, hablan y gesticulan para la televisión; sus escenarios están preparados especialmente para los medios y no hay evento público que empiece sin éstos. Desde su experiencia política, Fernández sostiene que «la relación diaria con los periodistas es algo que puede convertirse en algo obsesivo para un político», (quien alguna vez también quisiera)...»usar su derecho de expresar libremente opiniones...sin presiones ni mediaciones, ni riesgo que los periodistas reflejen algo que él no quería decir».

Los medios saben que de alguna manera está también en la sociedad política la posibilidad de obtener algunas ventajas. En Bolivia hay varias figuras políticas cuyo origen se sitúa en los medios de difusión pública. también políticos que son propietarios de medios.

## Con el Estado

La política boliviana muestra que los medios asumen una actitud de «fiscalización» en su relación con el Estado y que éste responde con cierto temor, -más que respeto-, a la posible intervención de aquellos en los asuntos públicos. En todo caso, es una relación tensa.

El Estado sabe de la influencia de los medios sobre la ciudadanía y del tipo de relación que establecen con el sistema político. Conoce además que, tradicionalmente, la administración pública boliviana ha sido y es muy proclive a la corrupción, percatándose que los únicos que pueden inmiscuirse en esos infectos son los periodistas. Esto le ocasiona temor ante la posibilidad de malquistarse con los medios por lo que busca las mejores alternativas (no siempre éticas) para evitar tal extremo.

El Estado es consciente, además, que los medios saben explotar muy bien sus escudos de libertad de expresión y de prensa, al margen de la participación ciudadana en la utilización de éstos.

Los medios, por su parte, han encontrado en la labor del Estado una rica fuente de información cotidiana, mucha de la cual -por corrupción o encono- da lugar a tratamientos periodísticos espectaculares que obviamente tienen mayores posibilidades de venta.

## El poder mediático

Por todo lo expuesto, queda poco espacio para la duda respecto a la importancia del papel de los medios masivos en el escenario político boliviano.

Se los ha calificado como «cuarto poder» pero es una mención exagerada e imprecisa ya que hace referencia a los tres poderes del Estado que, como vimos, tienen por naturaleza una facultad coercitiva, no extensible al complejo mediático ni a ningún otro actor.

No se trata, por tanto, de un poder de esa naturaleza. Tampoco es un poder absoluto capaz de definir situaciones, desenlaces o condicionantes a las formas de pensamiento o acción de otros actores políticos.

Estamos ante un poder de influencia no formal, (poder «potencial» como lo define Stoppino) que tiene mucho que ver con el virtual monopolio que en Bolivia ellos tienen sobre la información y opinión de carácter público, aspecto que condiciona aquí sí los temas y énfasis que ocupan la atención cotidiana sobre la vida política, lo que algunos analistas han denominado como «determinación de la agenda pública».

Más que un «cuarto poder», constituyen un «cuarto marco-actor» en un escenario político que supone influencias recíprocas con otros actores, generando con ellos mutaciones dinámicas imprevisibles, fruto de formas de poder más bien dispersas.

La pluralidad de medios existentes en Bolivia parecería aminorar la posibilidad de agrupar a todos bajo un solo concepto o en una sola línea de acción; sin embargo, en la información política que ellos procesan hay notorios ejes comunes (fuentes oficiales, atención a los enterveros de la sociedad política, explotación de disputas y actos de corrupción, transmisión de eventos extremos a los que recurre la sociedad civil para hacer

escuchar sus demandas -huelgas, paros, expresiones dramáticas como crucifixiones, costura de labios, etc., que no los distancian mucho entre sí.

### **Hacia un uso ético, responsable y democrático del «poder» mediático**

Ya dijimos que, pese a sus limitaciones y riesgos, la actividad intermediaria de los medios masivos no es pernicioso para la democracia. Peor sería si no existiera.

Si los medios asumen la virtual representación de la ciudadanía, es porque ésta no encuentra otras posibilidades ni canales efectivos para su comunicación con el Estado.

Si ellos han encontrado los mejores modos para explotar a su beneficio esta insuficiencia, es una estrategia válida que la ciudadanía no rechaza.

Si muestran una actitud de permanente duda y fiscalización sobre la manera cómo es utilizado el poder estatal, es una conducta de indudable beneficio democrático.

Sin embargo, es bueno hacer notar, como lo hizo José Joaquín Brunner que quizá las acciones fiscalizadoras de los medios no sean sino una defensa de sus intereses particulares y una «negociación» de cuotas de poder. Dijo al respecto: «...los medios tenderán a denunciar excesivas concentraciones del poder político, en la medida en que pudieran estos llegar a amenazar la libertad de información. Por su parte... (los políticos preferirán) «una estructura policéntrica y competitiva de comunicación».

Es decir, que la apertura de los medios hacia la ciudadanía no debe interpretarse solamente como un alto espíritu democrático de ellos, sino

que median también intereses de tipo económico (el incremento en ventas), sectoriales, políticos y hegemónicos en cuanto a mantener la representación de la ciudadanía ante las instancias estatales.

Lo cierto es que, como actores políticos, los medios tienen hoy una importante cuota de poder potencial de influencia sobre los otros actores del quehacer político.

La pregunta es cómo utilizan o cómo deberían utilizar ese poder, lo que inevitablemente nos lleva a hacer referencia a la ética social. No me refiero solamente a una ética de los medios, que debe haberla, sino a la conexión de ésta con la ética del conjunto social.

La actuación de los medios en la esfera pública debe estar regida por un marco ético al que se confronten las relaciones que ellos mantienen con la sociedad civil, la sociedad política y el Estado.

En su relación con la primera, deberían procurar honestidad y verdad, esforzándose no solamente por atenderla en situaciones de emergencia, sino brindándole posibilidades reales y permanentes para una expresión democrática auténtica que refleje demandas y necesidades sociales sin distorsiones ni intereses de cualquier naturaleza.

Si los medios pretenden calificarse como actores verdaderamente democráticos deberán colocar a la sociedad civil por encima de cualquier otro tipo de relación sectorial que mantengan con otros actores.

Tienen ellos una responsabilidad social muy amplia que, insistimos, no debería quedar separada del marco ético sobre el que la sociedad -como conjunto- sustenta su modos de

pensamiento y acción. La expresión política de los medios necesita de un sustento ético muy sólido, tanto como resultado del compromiso moral que tienen con la ciudadanía, como por la comprensión de la delicada labor política que les toca desempeñar.

En ese marco, habrá que subrayar el reconocimiento al complejo mediático como verdadero contralor ético de la actividad política, deseando que despliegue esa misión en defensa de la ciudadanía, sin contaminarse de las malicias que circulan en la actividad política cotidiana.

Bien dice el refrán: «el agua, aunque sucia, limpia; la política, aunque limpia, ensucia». Hay una labor política noble, altruista a la que todo ser humano debe aspirar; pero también hay -y es la más concurrida- esa política aviesa, deshonesto y vil que, lamentablemente, ha sido y es la que más se presenta en Bolivia.

La ciudadanía necesita de una información seria y responsable, requiere de una opinión que no disfrace intereses ocultos, de una representación de altura, honesta, de calidad y sincera.

Los medios deben esforzarse en ese propósito de trasfondo ético pues, si no lo hacen, corren el riesgo de perder la confianza ciudadana que es hoy la que, en definitiva, les da la base de legitimidad sobre la que se sustentan.

### **Corolario: que el actor principal de la obra no se quede sin papel**

En todo este panorama vemos que, lamentablemente, la ciudadanía, tiende a asumir una posición pasiva sin que esto signifique quedar al margen de la dinámica política. Pero hoy su participación es generalmente «indirecta», las más de las veces a través

del sistema mediático y no mediante el uso de formas y recursos propios de comunicación para influir sobre el Estado.

Analiza Sandra Valdetaro que «el público entra a escena a partir de

mecanismos interactivos de los medios que expanden las demandas ve- lozmente (...) frente a lo cual el go- bierno pierde su capacidad de agen- da y se limita a correr tras los aconte- cimientos tematizados por la agenda mediática y pública.».

Añade Brunner que «...cuando determinadas personas o grupos no ven expresados sus intereses en la esfera pública y no tienen acceso a los medios para producir símbolos culturales, terminan por no ser parte

## LOS «SIN PIENSE» EN LA COMUNICACION POLITICA

Fernando Andrade Ruiz

«A mi no me gustan los sin piense» reprochaba una jo- ven a sus hermanos menores cuando éstos le contestaron con un indiferente «no sé» a algún requerimiento de opinión. Con ello, la joven -seguramente sin darse cuenta-, estaba demos- trando un alto espíritu antidemocrático, ya que la gente «sin piense» sólo es imaginada desde cualquier forma de totalita- rismo.

La democracia no admite la posibilidad de mentes va- cías. Que los juicios ciudadanos no se expresen e influyan en la administración política, no quiere decir que no existan. Esos aparentes «silencios ciudadanos», de los que aprove- chan los alusivos del poder, no se deben tanto a «limitacio- nes» educativas, sociales, económicas o culturales, como a la insuficiencia -a veces deliberadamente asentada- de con- diciones de comunicación apropiadas. Consolidar éstas debe ser uno de los propósitos de la «comunicación política». Sin embargo, este concepto no siempre es interpretado en tal di- mensión.

La relación entre la esfera pública y los ciudadanos (aque- lla que tiene que ver con la política, con el Estado y con asuntos de interés público), se caracteriza por interacciones difíciles de precisar, mucho más en sociedades de composi- ción ciudadana tan heterogénea como la boliviana. Es decir, que los procesos de pensamiento, flujos de información, adop- ción de opiniones y posibilidades de transmisión en una ciu- dadana compleja y múltiple, son tan variados y dispersos, que resulta difícil, inconveniente y hasta ingenuo, pretender diseñar frente a ellos tratamientos informativos y persua- sivos unívocos, como pretende postular alguna línea de inter- pretación del concepto de «comunicación política».

La «comunicación política», -al apelar al concepto de «comunicación»,- reconoce la reciprocidad, la bipolaridad, la mutua influencia, el re-conocimiento entre participantes, luego, la democracia. No admite, por tanto, la posibilidad teórica de un flujo unidireccional de mensajes que vaya des- de gobernantes e instituciones políticas hacia una ciudadana supuestamente pasiva y «sin piense».

Limitar la «comunicación política» a un conjunto de es- trategias, procedimientos y consideraciones que gobiernos y partidos políticos despliegan verticalmente en procura de con- figurar la confianza y el respaldo ciudadano, es quitar esen- cia al concepto de «comunicación» y subestimar el «pien- se» ciudadano, negando así procesos interactivos que son fundamentales para la democracia. Siempre hay «pienses» ciudadanos y, en función a la perspectiva con que se juzgue,

estos serán más o menos elaborados, más o menos racio- nalizados, más o menos ligados a pasiones, intereses, estados de ánimo o cualquier otra dimensión de la vida humana, pero inevitablemente reconocidos como participes diferenciados en los procesos de interacción democráticos. Hay diversida- des, confrontaciones, encuentros y distancias en las dinámi- cas sociales que son precisamente las que justifican la acción política, mucho más la democrática y, sin duda, la «comuni- cación política» que las haga posibles. Los problemas de la política también suponen problemas de comunicación.

La construcción ciudadana (luego, «democrática», por- que «ciudadano» es a la democracia lo que «siervo» al abso- lutismo) pasa por re-conocimientos y respetos mutuos, por la consolidación de verdaderos espacios de encuentro, equidad en derechos y deberes para el uso público de recursos de co- municación y, sin duda, por el ilimitado despliegue de es- fuerzos conjuntos por aumentar los «pienses» de la colectivi- dad.

Nada de esto es posible sin «comunicación política de- mocrática» (redundancia deliberada) pues, sin ella, se estará más cerca a dictaduras explícitas o esbozadas compatibles con la creencia que al otro lado sólo hay turbia materia gris, sin contexto, sin historia, sin utopías, sin esperas, sin afectos.

### «Si no estás en la TV, no existes»

Esto de todas maneras tiene una potencialidad democrá- tica quizá no del todo percibida por los medios.

Al final de este trabajo se recalcará que una participación ciudadana «indirecta», a través de los medios, no es suficien- te para una vida democrática plena, fundamentada en el pro- tagonismo de la sociedad civil, como rezan los principios más liberales y democráticos.

En un programa de TV un ciudadano se quejó hace poco de la imposibilidad de conseguir audiencia con un diputado. El diputado vio el programa y dos días después recibió al ciudadano.

A partir de aquí la referencia principal estará dirigida a los «medios masivos» como los componentes del complejo mediático que muestran actividad política más visible. Sin que nadie los haya elegido según apuntó el peruano Rafael Rocagliolo.

del Estado. La exclusión cultural y comunicativa suele hoy día ser más insidiosa y desintegradora que otras formas de marginación social, pues coloca a ciertos grupos en una especie de interdicción, pudiendo provocar entre sus miembros una profunda frustración y anomia».

Por su parte, la sociedad política sólo ve en la ciudadanía una fuente quinquenal de legitimación, sobre todo en períodos electorarios en los que parece presuponer la existencia del ciudadano «idiota» y desmemo-

riado, al que somete a intensos caudales propagandísticos.

La atención que el Estado brinda a la ciudadanía es intermitente y en gran medida depende de la notoriedad pública que la demanda alcance, lo que en parte está en función del interés y la continuidad que a ésta le brinden los medios de difusión.

El hecho de que la sociedad civil no asuma protagonismo, o sea objeto indirecto de intereses creados, no corresponde al principio que la recono-

ce como el eje principal de una vida social en democracia.

Queda la impresión que el principal protagonista, la razón de ser de la escena democrática, la *ciudadanía*, puede quedarse sin papel en la obra. Los esfuerzos por crecer en democracia no deben pasar por alto tan sustancial asunto que, sin duda, involucra también a la comunicación.



© Forges '99 para El País (24-4-98)

# Periodismo sensacionalista: un síntoma a ser investigado

Marcelo Guardia Crespo \*

**L**as polémicas repercusiones ocasionadas por el surgimiento de los nuevos periódicos sensacionalistas en Bolivia, han puesto en mesa de discusión problemas fundamentales de la comunicación y la democracia, la comunicación y la cultura. El rol del periodismo, la legislación y la ética, moral, encuentros de culturas distintas son algunos de estos asuntos provocantes. Pero sobre todo está el desafío a la intervención de los investigadores para contribuir con generación de conocimiento que sirva de orientación a las percepciones tanto del Estado como de la sociedad civil, a fin de evitar intervenciones intuitivas, como la prohibición, restricción, censura o simplemente la inquisitorial hoguera en plaza pública, sin la comprensión de la naturaleza compleja de estos nuevos procesos.

El periódico Gente en Cochabamba salió a la venta en diciembre de 1998. Desde los primeros días alcanzó tirajes que oscilan alrededor de los 20.000 ejemplares diarios. La mayor parte de los lectores pertenece a sectores medios y clases subalternas, empleados, comerciantes, choferes, albañiles y sectores populares en general que normalmente nunca consumen ni consumían otros impresos.

## ¿Qué se dijo e hizo sin investigación?

Diversas instituciones como algunas iglesias, agrupaciones de defen-

sa de los derechos de la mujer y el niño, padres de familia, colegios, intelectuales y otros, reaccionaron alarmadas ante las características de los contenidos de este periódico. Sus críticas se redujeron a dos aspectos, considerados por ellos peligrosos: la crónica roja, por sus posibles efectos y las fotografías de mujeres semidesnudas, por la degradación de la imagen de la mujer y el refuerzo del machismo.

Para el primer tema, se ha supuesto que la expansión de la violencia urbana es producto de los medios de comunicación y la exposición cruda de estos hechos (crímenes y accidentes) provocarán inevitablemente efectos violentos en la juventud y la niñez.

En relación a las fotografías de mujeres, dentro el mismo tipo de pensamiento, se ha advertido sobre los supuestos y posibles efectos en los públicos, tales como la motivación de los instintos sexuales, el fomento del machismo y el consecuente aumento de violaciones, abusos sexuales y prostitución.

En ambos casos se ha supuesto la incapacidad, por parte de los lectores, de interpretar críticamente los mensajes. Se ha tomado la palabra en nombre de sectores «indefensos», «sin educación» ni «criterio» para poder definir lo que es bueno o malo para su crecimiento moral y psíquico. Por otro lado, se ha proclamado

discursivamente la defensa de la «moral y las buenas costumbres» como un parámetro de referente normativo de la sociedad.

También se cuestionó el lenguaje coloquial y a momentos vulgar en el tratamiento de las noticias, reclamando una función educativa, orientadora e informativa de los medios de comunicación.

Lo que debe o puede revelar la investigación en comunicación

Sin embargo, pese a la preocupación con el cuidado de la educación de los niños y jóvenes, y la demanda por promover la información formal de los problemas de la sociedad; la ausencia de investigaciones que logren captar la complejidad de estos nuevos procesos ha ocasionado serios debates y conflictos.

Para atender esa imperiosa necesidad, proponemos dos núcleos de atención: a) el análisis de objetos desatendidos (elementos del proceso y contexto) y b) el enfoque de proceso en la investigación (interacción y producción de significado).

## El Emisor

Curiosamente, la mayor parte de los productores de Gente, así como en el caso de los otros periódicos sensacionalistas, son profesionales, periodistas o egresados de las carreras de comunicación social, aunque en

ninguna Universidad se enseña este tipo de codificación. Según el director de Gente, se trata de un periódico con objetivos educativos. «es Crónica Roja que muestra el crimen tal como se presenta en la realidad, con el fin de prevenirlo, de formar criterios». Aquí surgen una serie de temas por investigar, desde las condiciones del periodismo en una economía neoliberal, la dimensión empresarial del medio, el desempleo, hasta la concepción de educación utilizada y posibles aprendizajes en estos procesos.

### El Mensaje

Contrariamente a la concentración de la crítica en la violencia y el sexo, lo que se puede constatar en este periódico es una variedad de información muy superior en cantidad a los temas cuestionados.

Las secciones formalmente establecidas en cada página son: «Urgente», sobre noticias políticas y de la ciudad. «Política», de asuntos partidarios y de gobierno. «Infórmese», con actualidad nacional; «Crónica Roja», donde se abordan noticias policiales y accidentes de tránsito. «Gente», que trae la foto de alguna mujer que muestra senos, piernas y ocasionalmente nalgas. «Show Gente», sector dedicado a espectáculos, artistas y curiosidades. «Vida Oculta», donde se encuentra variedades y horóscopo. «Consultorio del Corazón» y la última página dedicada a noticias de «La Cancha», la noticia. Se usa mucha imagen (fotos, caricaturas, ilustraciones etc.), color y texto corto.

### Lectores en silencio

Aunque es a nombre de ellos que se habla a favor o en contra del periódico, prácticamente no existen investigaciones de recepción de estos

periódicos, salvo algunas hechas por alumnos de las carreras de comunicación de la Universidad Católica Boliviana en La Paz y Cochabamba y algunos trabajos de docentes y tesis en elaboración. Basándonos en estos trabajos y en estudios propios, podemos afirmar que en el uso y consumo están los vacíos más serios sobre estos objetos. Se desconoce qué hacen los lectores con este periódico, cómo se relacionan con el medio, qué usos le dan así como los procesos de interpretación y apropiación de los mensajes.

Contrariamente a lo que la crítica afirma, los consumidores mayoritarios son hombres, mujeres y jóvenes



interesados en información relacionada con su vida próxima. Si bien las noticias policiales y las fotos de mujeres son importante atractivo, los demás sectores son también determinantes para el consumo del periódico. En algunos barrios es más importante la política, así como en otros las notas de crónica roja o en la Feria de «La Cancha», la página correspondiente.

Debido a la poca extensión de los textos, anormalmente los lectores hacen la lectura completa del ejemplar en poco tiempo.

Entre los usos más frecuentes están los de: «Tema de conversación», para intercambio de ideas con personas próximas. «Prevención», para saber lo malo que ocurre en la ciudad y saber cómo cuidarse y cuidar la familia. «mediador entre Estado y Sociedad», cuando por la inactividad de las instituciones encargadas de resolver problemas específicos de barrios y sectores determinados, éstos recurren al periódico que publica los hechos y promueve la acción de dichos entes. «Necesidades Particulares», satisfechas en avisos comerciales de productos y servicios. «Identificación», no solamente por el lenguaje simple, sino especialmente por la proximidad geográfica y cultural presente en noticias y notas sociales (fotos de matrimonios y fiestas de chollitas etc.), algo imposible de encontrarse en los otros periódicos.

Atravesando estos usos, los lectores se encuentran también resignificando la información, especialmente la que los sectores contrarios creen inapropiada, depravada o no ejemplar. La capacidad de utilizar los valores en argumentaciones de refuerzo de valores, se constituye en una veta abierta al descubrimiento de infinidad de procesos de apropiación autoeducativa, en los que el lector extrae información útil para su vida cotidiana. En un contexto de inseguridad física, laboral y económica, entre otras, el acceso a un tipo de información acorde a sus condiciones culturales, es mínimamente provocante para su investigación y comprensión.

Todos estos pequeños puntos aquí levantados merecen el estudio cuantitativo y cualitativo que ayude a los actores involucrados, si el caso lo exige, a tomar decisiones sobre procesos completos y no sobre fragmentos.

tos aislados y mal comprendidos, porque el surgimiento de estos periodicos es más un síntoma que una causa de los males de nuestra sociedad.

### Preguntas Abiertas y Sangrantes

Se trata de un síntoma general y global de la sociedad boliviana a fin de siglo, de una crisis que nos demuestra que grandes porcentajes de la población no solamente carecen de seguridad en las cada vez más violentas calles, sino que además están desamparadas por el Estado, por las instancias encargadas de representar y proteger al ciudadano, no sólo al que camina libre (?) por las calles, sino también al que está tras de rejas, al que hasta la justicia olvida. Se denuncian los desvíos, haciendo aflorar los valores de los lectores contextos de comunicación y discusión entre semejantes en condiciones de espontaneidad (verdaderos procesos de comunicación y significación).

Nos muestra una crisis violenta de falta de educación, de acceso limitado a la educación formal. Nos muestra la crisis de la racionalidad con la que se concibe la educación tradicional, así como de los grandes medios de comunicación (críticos o no) por ser, y tratar temas, de las élites.

Es un revés a los lenguajes racionales que no llegan ni motivan a las clases populares empobrecidas. Es un revés a los comunicadores que aprendieron a escribir bien, pero ahora tienen que bajar de la academia para empaparse de lenguajes vulgares e incorrectos para ser leídos.

Es el desenmascaramiento de violencias tanto o más radicales que la criminal; como las de derechos humanos, civiles, políticos, violencia contra las mujeres y niños, violencia de las relaciones interpersonales en una sociedad que discrimina racialmente a las etnias originarias. Es la denuncia de la intolerancia cultural.

Es una prueba de que el rechazo de las élites a la cultura desordenada, grotesca, humorística, erótica, emocional y mitológica de las clases populares, persiste desde antes de la Edad Media o de la Conquista. Desnuda el afán educativo ilustrado de

las élites que se resienten ante las astucias de los productores que, aprovechando las libertades permitidas por el mercado y esas carencias de los lectores, lucran más material que simbólicamente y también ante las astucias de los consumidores que, en contextos adversos, aprenden a extraer información útil, conocimiento, distracción, gozo y tema de charla de un medio que no está hecho para educar formalmente, pero sirve para reponer lo que éstas, las élites, les ofrecen pero no les dan: educación, información y entretenimiento.



# Concentración de la Propiedad VS Comunicación Democrática

Por Washington Uranga de Simeone \*

**I**gnacio Ramonet, ex director de *Le Monde Diplomatique*, que escribió *La tiranía de la comunicación*, sostiene en ese mismo trabajo que, hoy por hoy, la información no tiene valor en sí misma en relación, por ejemplo, con la verdad o en relación con su eficacia cívica. ¿Por qué? Porque ante todo es una mercancía, se responde el autor. De hecho, todo el sistema de comunicación está pensando en términos de mercado y, para poder ser comprendido tiene que ser analizado desde esa lógica.

Otro aporte que hace el propio Ramonet en su libro resulta muy ilustrativo para entender hasta qué punto la industria de la comunicación está vinculada de manera directa con la concentración del poder económico en el mundo. En el mismo libro se recogen datos de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), producidos en 1990, para poner en evidencia que Estados Unidos, la Unión Europea y Japón, que juntos representan el 70% del producto bruto mundial, acumulan el 90% de la producción de bienes y servicios de información.

El cuadro que nos aporta Ramonet puede sintetizarse de la siguiente manera:

Rubro y cantidad de empresas

## ESTADOS UNIDOS UNION EUROPEA

**JAPON** De las 300 empresas más importantes de información y comunicación. Por cierto que el resto no pertenece al Sur. Ni mucho menos. Se reparte entre el resto de los países del Norte desarrollado. Y, siguiendo la misma fuente, para dar un volumen de lo que significa la concentración del mundo de los negocios de la comunicación en el ámbito mundial se puede agregar que en 1990 (la situación no ha variado sustancialmente hasta hoy en lo en que se refiere a porcentajes) la cifra global de la economía de la información y de la comunicación se situaba en el orden de 1 billón 185 mil millones de dólares norteamericanos. De ese total 500 mil millones eran de Estados Unidos, 264 mil de la Unión Europea y 253 millones de Japón. Al resto le quedaba 168 millones.

Las cifras hablan por sí solas de la magnitud de la concentración del negocio actual de las comunicaciones en el mundo. El viejo reclamo (viejo porque hace mucho que se viene planteando y no por caduco como reivindicación) a favor de una comunicación más democrática que acompañe también un justo y equilibrado flujo de la información y la comunicación en el mundo, mantiene hoy toda su actualidad.

La concentración del poder económico en el mundo de las comunicaciones guarda una estrechísima relación con la concentración de la propiedad en el campo de la comunicación. Todo lo cual induce a pensar y a confirmar que comunicación y poder, como se ha afirmado reiteradamente, caminan de la mano en el mundo moderno.

## LO QUE SUCEDE EN ARGENTINA

La Argentina no es una excepción en ese sentido, sino que reproduce la tendencia mundial: los grupos económicos más poderosos controlan también los medios de comunicación. Pero a lo anterior se agregan dos aspectos importantes para tener en cuenta: la totalidad del sistema de medios se concentra actualmente en tres grandes grupos económicos y los grupos financieros ingresan en el espacio de la industria de la comunicación.

Poder económico e información son incompatibles, si de lo que se trata es de brindar la mejor información para la toma de decisiones. Todos los poderes económicos tienen interés en ocultar información por un motivo o por otro, sostiene el periodista argentino Franco Salomone, que condujo uno de los principales noticieros de la televisión argentina en el canal *Telefé* y decidió abandonar ese lugar

para no perder su libertad. Hay muchísimas formas en que un periodista puede perjudicar al poder económico diciendo la verdad, afirma el mismo Salomone. Los principales enemigos del periodismo de investigación son los poderes políticos y económicos, agrega.

En la Argentina tres grandes grupos económicos controlan la casi totalidad del sistema masivo de comunicación: el Grupo Clarín, encabezado por el diario del mismo nombre, el CEI-Citicorp, un grupo integrado por entidades financieras, y el tercero que encabeza el empresario Eduardo Eurnekian, un hombre que ha estado muy próximo al presidente argentino Carlos Saúl Menem.

Estos tres grandes grupos tienen, a su vez, ramificaciones en la industria telefónica (en particular telefonía celular), en la producción de espectáculos culturales y deportivos y, por todo ello, una enorme incidencia en la vida política, social y económica del país.

El Grupo Clarín, a partir de sus propias informaciones, controla además del diario del mismo nombre (el periódico de habla hispana de mayor tirada en el mundo) el canal 13 de televisión abierta, una empresa de televisión por cable (Multicanal), una agencia de noticias (DYN), el diario deportivo Olé, radio Mitre (AM) y FM 100, para mencionar tan sólo algunos de los medios.

### CONTINUOS CAMBIOS DE MANO

Todo intento de construir una lista de los medios en manos de cualquiera de los grupos resulta condenada al fracaso de antemano, dado que, en tanto y en cuanto los medios han comenzado a cotizar sus accio-

nes en el mercado de valores, la volatilidad de la propiedad se convierte en moneda corriente. El cambio de manos es común, las transferencias de acciones son habituales, rápidas y sorpresivas.

La consecuencia es que los medios están controlados por grupos que se rearmen permanentemente siguiendo la lógica del capital financiero especulativo.

De este modo fue como surgió sorpresivamente el año anterior en el mercado argentino el llamado CEI-Citicorp Holdings, un nuevo grupo considerado en principio cinco veces más poderoso que Clarín, que compró el canal abierto Telefé, radio Continental (AM), varias empresas dedicadas a explotar el negocio de Internet (Compuserve, Satlink y Aki), el sistema de cable Cablevisión y Canal 9 de televisión abierta de Buenos Aires. Ese grupo está comandado por dos banqueros: Ricardo Handley (del Citibank) y Alfredo Moneta, este último parte del entorno de Carlos Menem. En el paquete de CEI-Citicorp también entró la muy tradicionalmente argentina Editorial Atlántida, dedicada a la producción gráfica y editorial. En total, se habló en su momento de una negociación del orden de los 5.600 millones de dólares.

Hoy Moneta está prófugo de la justicia acusado de fraude al Estado. Canal 9 ya no es forma parte de este grupo y gran parte de su capital accionario está en manos de Carlos Avila, un empresario que controla Torneos y Competencias, la empresa que monopoliza la difusión del fútbol profesional en Argentina, Paraguay, Chile y otros países de América Latina.

El periodista Jorge Lanatta, director de la revista XXI, de izquierda, plantea que el gobierno tiene cuatro de los cinco canales de televisión de aire que existen en Buenos Aires y que se ven en el ámbito nacional. Alude, en este caso, a que los grupos económicos que controlan esos canales tienen alianzas construidas con el gobierno.

### SIN REGULACIÓN

Como contrapartida, casi dieciséis años después de reinstaurada la democracia en el país después de siete años de dictadura militar, la Argentina carece de una ley de radiodifusión que establezca un marco regulatorio para la actividad.

Todo se rige por un decreto-ley dictado por los militares. Con un agravante: la única modificación que introdujo el gobierno de Carlos Menem (también por decreto) fue para derogar una cláusula de los militares que impedía la concentración oligopólica de la propiedad de los medios.

Los empresarios del sector presionaron y obtuvieron esta consideración.

Actualmente no existen límites para comprar, vender y concentrar medios de comunicación en la Argentina. Tampoco para establecer alianzas que profundizan esa concentración.

Según Richard Handley, hombre fuerte del Citibank, que su grupo controle medios de comunicación no representa ningún problema, porque lo que vale es la satisfacción del consumidor en términos de la calidad del producto que brindamos.

Para Handley existe la categoría de consumidor y sus preocupaciones están lejanas a la idea del ciu-

dadano, protagonista y sujeto de la construcción democrática. La garantía y la legitimidad se da por el consumo y no por la posibilidad del acceso plural de los ciudadanos a los medios entendidos como un bien público.

Si la comunicación de masas es un espacio público y éste constituye hoy en día un lugar ineludible de cons-

trucción ciudadana, la concentración de la propiedad de los medios en pocos y poderosos grupos económicos aliados con el poder político, representa, sin lugar a dudas, una amenaza grave para el ejercicio del derecho a la comunicación.

En la mayoría de los países, esta es una asignatura pendiente y no considerada, de la propia democracia.

(1) RAMONET, Ignacio, La tiranía de la comunicación, Editorial Debate, Madrid, 1998.

## Tome el control total de sus vuelos.



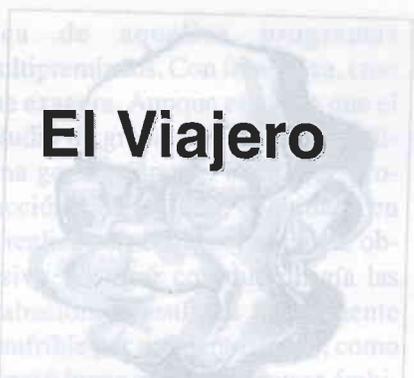
**FAST**  
Con AeroSur,  
...cambia cuando desee su propio pasaje.

- FAST es un calendario que contiene 8 cupos de vuelo de AeroSur para que usted emita cuando desee - cualquier día y hacia su propio pasaje entre dos ciudades, previa reserva al 0800-3030.
- FAST puede ser muy útil en su empresa o en el hogar, ya que los pasajes pueden ser transferibles (hay es necesario que usted sea el que viaja).
- FAST incluye el pase a bordo. En otras palabras, usted puede llegar al aeropuerto 20 minutos antes de la salida de su vuelo si no posee equipaje.

Solicite hoy mismo mayores informes en su agencia de viajes o en nuestras oficinas.

**AeroSur**

# El Viajero



**Gabriel Kaplún \***

**A**lgunos recuerdan los debates que animaba en la televisión uruguaya de los 60. Otros sus programas radiales que recorrieron las emisoras del continente. Sus libros sobre comunicación popular y educativa. Su trabajo con grupos y organizaciones de base. Su compromiso político, pedagógico y cristiano. Su presencia de viajero incansable en cada país de nuestra América Latina. Tu viejo vive viajando, me decían a veces. Me gusta pensar que ahora sigue viajando, y de ese modo viviendo entre nosotros.

## La casa vacía

Aquí estoy, en esta casa donde ya no vive nadie y todo está tan vivo. Todas las habitaciones están vacías, pero una sigue llena de libros y papeles. No se que haré con todos ellos. Manuscritos, mecanografiados, fotocopiados o impresos: en todos está mi padre, leyendo o escribiendo, enseñando y aprendiendo

Otra casa vacía vuelve a mi memoria: la que abandonamos cuando mis padres y mi hermano menor partieron a Venezuela en 1978. Legiones de amigos desfilaban por allá despidiéndose... y levándose objetos, libros y papeles ofrecidos de brazos abiertos. Del mismo modo -imagino- habrán quedado otros libros y papeles por el camino en 1952, cuando vinieron de Buenos Aires a Montevideo. Pero algunos navegaron con ellos hasta aquí y sobreviven tras más

de medio siglo. Como estos dos amarillentos anuncios de Radio Splendid de comienzos de los años 40 y que descubro por primera vez, junto con unos apuntes manuscritos más recientes.

El descubrimiento me lleva a recordar otro: un tesoro en tonos sepia encontrado en la casa de mi abuela, fotografías tomadas en la Rusia de sus antepasados, en la Córdoba de su niñez, en el Buenos Aires de su juventud y madurez. En muchas estaba mi abuelo Lázaro, grabador de metales, artesano paciente que apenas llegó a conocer.

Mucho antes de recorrer los veranos de mi infancia con su risa y sus incansables agujas de tejer, mi abuela Paula quiso ser maestra. Eran aquellas maestras-niñas que inventó Sarmiento: el magisterio era una opción de estudios secundarios que, a los 17 años, las dejaba ya prontas para salir a alfabetizar la Argentina. Diversas circunstancias frustraron su vocación, pero la inoculó en Mario, su hijo mayor. Igual que hoy, eran pocos los maestros hombres y había una solitaria escuela normal mixta, a la que aquel adolescente llegaba cada mañana tras una larga hora de viaje en tranvías, levantándose muy temprano para aprovechar el boleto obrero a mitad de precio. A los 17 años, en 1940, el maestro recién recibido descubre que para conseguir un puesto se necesitaban recomendaciones que

no tenía.

Pero entre tanto, durante los años treinta, la casa de mis abuelos se había poblado de sonidos que salían de una caja de madera llena de válvulas. Hablando de amor o de humor, cantando o contando las guerras -la española, la mundial-, aquellos sonidos fueron decisivos para mi padre.

## Días de radio

La pasión por la radio fue, antes que nada, una pasión de oyente. Pasión compartida por miles, en un Buenos Aires donde programas como Chispazos de tradición obligaron a los cines de barrio primero a interrumpir sus funciones para transmitirlos y luego a hacerles lugar para sus legendarias fonoplateas, dando de paso trabajo a cientos de actores y músicos desocupados por la crisis. Uno de estos espacios fue Platea Club, de Radio Stentor, un programa de actualidad cultural cuyo director facilitó el inicio de una experiencia fermental que le propuso un joven Mario Kaplún de 17 o 18 años: el Club del Libre Debate, donde sábado a sábado una multitud de jóvenes discutía sobre todo. Entre las asistentes había una tal Ana Hirsz, que no mucho después lo acompañaría por el resto de su vida.

Entretanto Mario consigue por casualidad su primer trabajo como empleado para todo servicio en un

estudio de grabaciones. Grabar en los 40 era en realidad producir discos, o bien precarias grabaciones de uso publicitario con técnicas ya olvidadas, previas a la cinta magnética. Aquel estudio sobrevivía penosamente, hasta que una agencia decide concentrar allá la transmisión de los tres o cuatro radioteatros que, con el auspicio de una conocida marca de jabón, emitía cada tarde en distintas emisoras. No para grabarlos, lo cual era imposible, si no simplemente para evitar las corridas de todo el equipo de actores, directores y guionistas de una emisora a otra. Viendo y oyendo tarde a tarde, Mario empieza a entender un oficio que lo acompañaría toda la vida.

El 1ro. de setiembre de 1942, al día siguiente de cumplir sus 19 años, Radio del Estado y la Red Argentina de Emisoras Splendid emiten su primer guión: un programa de un ciclo sobre historia argentina, que formaba parte de la programación de la llamada Escuela del Aire. Para aquella pionera experiencia de radio educativa este maestro sin aula había sido un hallazgo valioso, porque los guionistas comerciales no tenían interés o no se adaptaban y los educadores no conocían el oficio radial. El maestro no volvió a las aulas hasta mucho después, pero la comunicación educativa lo había ganado para siempre.

Según parece aquellos programas eran bastante retóricos y grandilocuentes y su autor rescata de esos días más bien el aprendizaje de un oficio: escribir dos guiones por semana, dirigir un equipo de actores y técnicos, salir al aire con un mínimo de ensayo, crear una ambientación sonora convincente con efectos artesanales... y todo directamente al aire, sin grabaciones. Las anécdotas de esa época integrarán luego la cultura familiar.



Mi abuela Paula vio frustrada una vez más su vocación. Mi abuelo materno entretanto, para explicar lo que hacía su yerno solía decir Usted vio lo que dicen por la radio? Bueno, todo eso lo escribe. (Claro que en esa época Mario hizo varias otras cosas, como co-traducir el teatro de Chejov...).

#### Vamos a la tanda.

La Argentina de los 40 y 50 es un país cruzado por golpes y contragolpes militares, marchas y contramarchas peronistas, debates abiertos y censuras veladas, censuras abiertas y debates velados. La censura peronista apunta por el lado ideológico. La de los militares es con frecuencia de tono moralista, llegando a extremos ridículos como cuando les dio por defender la pureza del lenguaje, obligando al tango a decir muchacha que me dejaste en vez de percanta que me amuraste. El ambiente se torna difícil para el radialista ya casado con la actriz. Junto a su primer hijo de dos años, cruzan el Río de la Plata y se instalan en Montevideo en el 52.

Es el Uruguay batallista, el del segundo Batalle, don Luis, cuya presidencia es a la vez el auge y el fin del país de las vacas gordas, Suiza de América y campeón mundial de fútbol.

Un programa radial como Buenas noticias, encuentra buena acogida en Radio Carve y entre los oyentes y permite la continuidad de un oficio. Aunque no alcanza para vivir, y la publicidad se transforma entonces en un segundo oficio, que absorbe crecientes horas y llena nuestra casa de productos de auspiciantes, vasos y ceniceros con marcas y logos, regalos útiles e inútiles. Tiempo después esta experiencia le permitiría una lectura crítica informada desde adentro, desde la construcción publicitaria experimentada con éxito... y creciente disgusto.

Aquel país laico, donde Estado e Iglesia se separaron tempranamente, fue sin embargo propicio para el pasaje de mis padres de un judaísmo heredado a un cristianismo asumido con convicción y reflexión. Una vivencia de fe que luego se traduciría, por ejemplo, en una larga amistad personal e intelectual con el teólogo Juan Luis Segundo. Que los llevé también a vivir durante 1958 en el sur de Francia, en la comunidad no-violenta de El Arca, lejos de la luz eléctrica y cerca de la tierra. (En el barco de regreso yo venía como polizonte en el vientre de mi madre...).

A comienzos de los 60 un nuevo electrodoméstico empieza a atraer cada vez más miradas. La de mi padre mezclaba la percepción de sus potencialidad con la desconfianza. Así, durante esos años produjo, con el seudónimo de Mario Cesar, algunos de los programas periodísticos más exitosos de la televisión nacional y no había quien no lo reconociera por la calle. Pero en mi casa no había televisor...

Veinte años después, de algún modo el Club del Libre Debate revivía, ahora en la pantalla chica y con un formato de estructura dramática, la del juicio oral. Sala de Audiencias

primero y Las dos campanas después, ponían en discusión a medio Uruguay. Según parece una de las premisas de la conducción era: mientras me critiquen de ambos lados, estoy bien rumbo. Pero sobre fines de los 60 la crítica empezó a venir de otro lado y se tradujo una vez más en censura abierta o encubierta... pero cada vez más completa. Mientras morían estudiantes en las calles, el horizonte se ensombrecía y el Uruguay se integraba del peor modo a Latinoamericana, bajo la transnacional del terrorismo de Estado.

### La patria grande

Pero ya antes que eso los viajes habían comenzado. En primer lugar el que realizaron sus radioteatros (ahora sí, grabados) por todo el continente, en cientos de miles de discos y casetes, en centenares de emisoras y miles de grupos, en español, en quechua, en aymara, en portugués. El Padre Vicente y Jurado 13, entre otros, ganaron una audiencia insólita e incesante: en estos días una emisora boliviana estrena por primer vez una de estas series, 25 años después de producida. Jurado 13 (otra vez el juicio oral, ahora en la ficción periodística) se hizo además sobre la base de lo que luego Mario llamaría prealimentación: un viaje por siete países latinoamericanos, donde Ana y El relevaron la vida, los sufrimientos y esperanzas que luego traducirían en centenares de programas. En muchos de ellos anda mi voz (personaje infantil o adolescente) y la de mi hermano mayor (cantando y tocando la guitarra), entreverada con la de cien actores uruguayos de primer nivel, que debían hacer un esfuerzo permanente para disimular la pronunciación rioplatense y decir *aiuda* y no *ashuda*.

En algún momento mi padre habló y escribió sobre la modestia téc-

nica de aquellos programas multipremiados. Con franqueza, creo que exagera. Aunque es cierto que el estudio de grabaciones no era de última generación y el equipo de producción casi familiar, el cuidado en la realización era absolutamente obsesivo. El rigor con que dirigía las grabaciones resultaba francamente insufrible por momentos, pero, como le pasó luego en muchos otros ámbitos, a la larga todos terminaban agradeciéndolo.

En junio del 73 el silencio cayó sobre todo el país y los canales y radios interrumpieron toda su programación para emitir marchas militares. Jurado 13 aún se escuchó un tiempo en alguna pequeña emisora del interior gracias a los buenos oficios de un obispo que todavía tocaba el acordeón y que, en su época de cura de barrio, había inspirado al Padre Vicente.

Al achicarse la patria adoptiva, mi viejo empieza a recorrer la patria grande latinoamericana cada vez con más frecuencia. Largas estadías en el Perú de Velasco Alvarado, otras más breves en Ecuador... Finalmente la opción del exilio parece inevitable y aquella casa siempre llena de gente, por la que pasaron tantos uruguayos y latinoamericanos ilustres o anónimos, se quedó vacía. La familia ya no volvería nunca a vivir en el mismo país, disgregada entre España, Venezuela y Uruguay. Mis hermanos ya no volverían nunca del todo y yo en cambio nunca me fui. Ese desgarró pesó siempre para mis padres en los últimos veinte años.

Pero antes de la partida habían aflorado en Mario ya varias de sus nuevas preocupaciones: por la sistematización de lo que sabía y la facilitación de los aprendizajes de otros; por la investigación de la realidad comunicacional; por la educación

para los medios, con su método de lectura crítica. Respecto a este último fuimos en esos años, junto a un grupo de amigos adolescentes, gozosos conejillos de indias. Muchos de nosotros nunca olvidaremos lo cuestionador que resultaba por ejemplo vislumbrar que la publicidad, más que generar falsas necesidades, como solía -y aún suele- simplificarse, ofrece con frecuencia dudosos satisfactores a necesidades reales.

También por esos años apareció su preocupación por el uso de las distintas teclas de los ya popularizados grabadores a cassette...

### Play-Rec

Entre sus últimos trabajos antes de partir de Uruguay en 1978 estuvo la puesta en práctica (luego explicitada y teorizada) del método del Casete-Foro, ese que en Venezuela alguien rebautizaría Foruco, porque nos forma, nos une y nos comunica. El Casete Foro ponía su acento en la posibilidad de revertir la unidireccionalidad comunicacional y recuperar el sentido dialógico de la comunicación, frente al paradigma dominante informacional y transmisor. Tanto que en la evaluación de aquella primera experiencia Mario se declaraba insatisfecho respecto a la participación de los agricultores involucrados, porque para él el indicador clave de esa participación no era ni su escucha atenta ni sus intervenciones puntuales, sino sobre todo la cantidad de temas de debate en aquel foro propuestos por ellos en relación a los lanzados desde la coordinación del programa. Utilizar la tecla record y no sólo la tecla play era un paso necesario, aunque no suficiente.

Esta obsesión por la recuperación de la palabra, por potenciar emisores, ya no lo abandonaría jamás. Venezue-

la fue un campo especialmente propicio para ello, sobre todo a partir de su incorporación al CESAP (Centro al Servicio de la Acción Popular), en 1980. A las decenas de cursos y talleres con grupos de base en todo el país se sumaron luego los Talleres Latinoamericanos de Comunicación Popular, por donde pasamos más de cien aprendices de comunicadores de todo el continente. De esa etapa tan fermental quedan, entre otros testimonios, uno de sus libros clave (el comunicador popular) y muchas semillas dispersas por toda América Latina. En Venezuela en particular hasta hay una escuela Andina de Comunicadores Populares Mario Kaplún, con sede en Mérida. Dicen que escrita en una en una pared, hay una frase de aquel libro: Definir que entendemos por comunicación equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir. Y tal vez también otra que dice: Comunicación es una calle ancha y abierta que amo transitar. Se cruza con compromiso y hace esquina con comunidad.

Es de esa época también su creciente contacto con el ambiente académico, cuando las universidades de distintos países comienzan a tenerlo como invitado frecuente. Tal vez por eso fue natural que, a su vuelta a Uruguay tras la re apertura democrática, en 1985, participara activamente en la reestructura de la recién creada carrera de Ciencias de la Comunicación, diseñando y coordinando durante varios años la Opción de Comunicación Educativa.

### El aprendiz

Estos últimos trece años en su patria adoptiva fueron tiempos de investigación y docencia activa, de escritura y reflexión, ahora ya decididamente en dos canales simultáneos: el académico y el del trabajo educativo con organizaciones sociales. En el

último tiempo ambas dimensiones se conjugaron además en el programa universitario Apex (Aprendizaje y Experiencia), con sede en la popular barriada del Cerro de Montevideo.

A esto se sumó, entre otras cosas, alguna reaparición televisiva, columnas periodísticas y la militancia político-partidaria. Aunque tal vez el Uruguay no supo aprovechar al máximo sus potencialidades y eso reforzó su tendencia a aceptar muchas de las incontables invitaciones que recibió de todas partes.

Estos años significaron también un acento fuerte en su vocación pedagógica original, prefiriendo hablar de una educación comunicativa más que de una comunicación educativa. Con humildad, se puso a estudiar a fondo nuevamente las teorías del aprendizaje y sobre ellas y su relación con la comunicación escribió quizás algunos de sus textos más profundos. Allí subraya el carácter social del aprendizaje y el hecho de que se conoce lo que se comunica, porque organizar el lenguaje es organizar el pensamiento. Varios de esos textos fueron recogidos por la Unesco, que esperaba todavía publicar alguno más. Se puede leer en ellos el hilo de un pensamiento vivo, siempre en movimiento y capaz de seguir aprendiendo. Por eso tal vez su mini autobiografía, escrita a pedido de amigos antes de los homenajes recibidos en 1992, se llamaba Mis (primeros) cincuenta años de aprendiz de comunicador.

Sus últimos trabajos, que quería y no pudo ampliar y profundizar, ponían una mirada lúcida sobre el universo virtual de la informática, sus potencialidades y límites pedagógico-comunicacionales. Desmitificando conceptos como el de interactividad, casi siempre referida a la relación hombre-máquina, y subrayando el de

interacción, en tanto relación entre seres humanos. Recordando que la navegación solitaria en las autopistas de la información no pueden remplazar el aprendizaje, esencialmente social. Mis últimas conversaciones con este viejo tan cascarrabias y exigente, tan querible e inteligente, giraron, pocos días antes de su muerte el 10 de noviembre pasado, en torno a esos temas y a esos libros que quedaron sin escribir.

Pero junto a eso recordaré siempre el impacto que supo producir en él el testimonio de uno de su enfermeros, capaz de poner en cuestión mucho de su trabajo de los últimos años en el programa Apex, al mostrarle como la exigencia del trabajo de comunidad en el lejano Cerro y a horarios diversos, había terminado siendo para él, estudiante del interior con muy pocos recursos, un obstáculo decisivo en su carrera de Medicina. Nunca lo había visto desde ese ángulo. Me dio toda una lección, me dijo. Es decir, aún al borde la muerte, estaba dispuesto aprender, a cuestionarse hasta el fondo. Porque si algo lo caracterizaba era esa capacidad de estar siempre aprendiendo. Y por eso mismo enseñarnos tanto.

## ¿Es inútil la tesis de la Comunicación?

Antonio Gómez Mallea\*

**H**ace algún tiempo se viene criticando la titulación previa tesis en las carreras de Comunicación. Esta modalidad -la única por el momento para la obtención del diploma de licenciatura en Bolivia- ha recibido sus más agudos proyectiles desde los editoriales de La Razón.

Se esgrimen varios argumentos para pedir el desafuero universitario de la tesis. Sin embargo, se pueden resumir en tres:

Las universidades bolivianas no capacitan a los estudiantes para la investigación ni les otorgan los medios para ello, otras universidades del mundo ya no piden la tesis para la licenciatura en comunicación, sólo Bolivia estaría manteniendo esta modalidad obsoleta que no sirve a la profesionalización del estudiante.

Por si fuera poco, las máximas autoridades del Sistema Universitario Boliviano (CEUB) han acogido en su reciente congreso una propuesta, hecha por la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno de Santa Cruz, para anular la tesis a nivel licenciatura.

En este punto, no se puede dejar de mencionar que la Gabriel René Moreno no ha logrado titular a ni uno solo de sus aproximadamente 300

egresados en Comunicación, en ocho años de existencia de la carrera.

Pero la cuestión es más de fondo. ¿Qué hay de cierto en los argu-

*Este artículo es una respuesta a los editoriales que proponen acabar con la tesis en comunicación a nivel licenciatura*

mentos en contra de la tesis a nivel licenciatura? ¿Es tan obsoleta e inútil como se dice?

### En el mundo

Comencemos por el segundo argumento, el que dice que en el resto del mundo ya no se pide tesis a nivel licenciatura.

Hay que decir que es falso.

Por ejemplo, las universidades San Marcos de Lima, Javeriana de Bogotá, de La Plata en Argentina o el Instituto Superior de San Pablo sí continúan pidiendo tesis para la licenciatura en Comunicación u otras carreras.

En Estados Unidos hay titulación profesional (llamada «Bachelor Degree») con y sin tesis.

Por ejemplo, la Universidad de

Harvard (EE.UU.) divide sus programas de estudio en «Académico» (sin tesis) y de «Investigación» (con tesis).

Por otro lado, casi la totalidad de las universidades de Europa piden tesis para la licenciatura. Por ejemplo, La Sorbona de París divide sus títulos en «diplomas de universidad» (sin tesis) y «diplomas nacionales» (equivalente a técnico superior -DEUG- sin tesis; o de licencia con y sin tesis; y maestría o doctorado, ambos con tesis).

En resumen, la práctica nos muestra que la tesis de licenciatura no está en desuso en el mundo.

### ¿Obsoleta?

La idea de que la tesis en la universidad -sea en licenciatura, maestría o doctorado- es obsoleta es impensable para alguien que está en el ambiente académico. Pero repetida una y otra vez, con el poder de los medios, puede seducir no sólo al público sino al estudiante que creer ver desaparecer un obstáculo a su titulación.

Pero, por un momento, aceptemos la idea. Digamos que la tesis es obsoleta de licenciatura y por tanto debe anularse. ¿Qué pasaría?

Plantear que la tesis es obsoleta es

desconocer que los tres pilares de la universidad son la investigación, la formación y la extensión. Es decir, la universidad produce conocimiento, lo transmite y se vincula con la sociedad.

Y así hay que ser bien claro. Si la universidad deja de hacer tesis -en otras palabras, de hacer investigación- no actualizaría su repertorio de conocimientos y, por tanto, no podría ya formar profesionales actualizados.

Sin tesis, la universidad ya no es tal.

### Tesis malas

Ahora bien. Se puede decir que las tesis en Bolivia son malas, que muchas de ellas se hacen por cumplir. Es cierto. Pero por suerte no todas son así.

La tesis de un periodista boliviano (José Luis Exeni) sobre políticas nacionales de Comunicación obtuvo el año pasado el segundo premio latinoamericano de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs).

La tesis del actual asesor editorial de La Razón (Raúl Peñaranda) sobre la prensa boliviana es referencia constante en ambientes académicos y periodísticos.

La tesis de una periodista de Santa Cruz («Dios es evangelista, no?») ha generado un extenso debate en religiosos y laicos.

En resumen, hay muchas tesis malas y hay pocas tesis buenas. Pero, ello no nos habilita a proclamar que hay que acabar con la enfermedad matando al enfermo.

La producción de conocimiento es

poder y uno de los centros privilegiados de la producción de conocimiento es la universidad, más aún en los países pobres donde no hay otros productores de conocimiento (como las empresas privadas, en los países desarrollados).

Países como el Japón o Alemania, o Brasil y Cuba, han basado buena parte de su desarrollo en la investigación universitaria.

Por ello, pretender anular una veta investigativa como la universidad («°abaja las tesis!») ya no es sólo inoportuno sino suicida.

### Una verdad

Sin embargo, hay que reconocer que el primer argumento de los «antitesistas» dice la verdad.

En casi su totalidad, las universidades bolivianas dictan materias de «Metodología de la Investigación» que -por su enfoque y el poco tiempo que duran- no llegan a capacitar a los estudiantes para realizar de un pequeño proyecto investigativo como la tesis.

Recién este año, la Universidad Andina ha comenzado a dictar «Metodología de la Investigación» de manera personalizada a sus alumnos de la Maestría en Comunicación, modalidad que es un lujo en Bolivia pero que es frecuente en universidades del exterior.

En el nivel de licenciatura, las cosas van mejorando en aunque todavía falta mucho por hacer.

En la carrera de Comunicación, la Universidad Católica de La Paz tiene alrededor de 300 tesis; la Católica de Cochabamba, 80; un número parecido, la Nur; la UPSA y la Evangélica

de Santa Cruz, 100 cada una. La UMSA tiene 16.

Mejorar la calidad de las tesis, es decir, mejorar la calidad de la investigación, requiere inversión.

Las universidades privadas tendrán que afrontar el desafío, sino no merecen existir como tales.

En cuanto a las estatales, primero tendrían que superar sus muchos problemas, entre los que se destacan dos.

Primero, tener una administración eficiente de sus presupuestos. En la actualidad, por la desmedida burocracia, ninguna universidad estatal respeta el principio de la «regla de oro» que ellas mismas adoptaron hace mucho tiempo: el gasto debe repartirse equitativamente entre lo académico y lo administrativo.

Y segundo, deben concentrarse en lo académico como eje de sus actividades. Las universidades ya no pueden ser los sustitutos de la COB o de los partidos políticos en la lucha contra el Estado. Las universidades tienen un papel social que cumplir, pero no lo podrán hacer si pierden calidad académica.

### Periodistas sin tesis

Con todo, hay que reconocer que seguramente varias de las voces que se alzan en contra de las tesis pueden provenir de periodistas que, una vez egresados, no han podido (por diversos motivos) realizar su tesis de licenciatura.

Estos periodistas tienen el legítimo derecho de reclamar a la universidad un diploma que los certifique como profesionales.

La solución puede estar en que la

universidad boliviana profesionalice con y sin tesis (como se hace en el mundo). En este sentido, el ministerio de Educación tiene la propuesta de crear «institutos universitarios» que habilitarán a profesionales, sin tesis pero con otras modalidades de evaluación.

Al lado de los «institutos universitarios» seguirán existiendo las universidades formando investigadores, con tesis desde la licenciatura, que

alimentarán con su producción de conocimientos a los primeros.

Formación e investigación se complementan y son necesarias para la universidad. No hay argumentos suficientes para anular a ninguna de las dos funciones.

Como se ve, el problema es complejo y la búsqueda de una solución requiere de su correcto planteamiento.

Sino, el grito de «¡anulen las tesis!» sólo resonará como un resentimiento de un no graduado.



# Un misterioso parche al Código Electoral

Rafael Archondo \*

**S**in un autor visible que lo defienda, el artículo 124 del Código Electoral pone el dedo en una llaga ignorada durante mucho tiempo. El debate sobre los medios de comunicación y la política va más allá de lo que sospechamos.

Raúl Garafulic Gutiérrez tomó el micrófono. Muchos de los asistentes al seminario Impresiones y Realidades de ° Poder pensamos que iba a despedirse. Y es que los relojes advertían ya la proximidad del mediodía, hora de poner fin a aquella segunda jornada de deliberaciones. Pero Garafulic estaba guardando para el final lo que, al día siguiente, iba a ser noticia de primera plana en su periódico: la propuesta de una ley antitrampolín o lo que, en pocas palabras, podría resumirse como la idea de que los periodistas y empresarios de la comunicación social, como él, tengan que dejar sus espacios públicos habituales si desean postularse como candidatos a algún cargo electivo.

A partir de ahí, todo comenzó a funcionar con una sincronización envidiable. La propuesta no sólo apareció en la mencionada primera plana, sino que mereció un instantáneo respaldo de los socios de Garafulic, dispuestos a la renuncia en caso de ambición política emergente. Ya no era tan importante que dicha ley no fuese aprobada, los miembros del consorcio la asumían como un mandato supremo.

Semanas más tarde vino el incidente con Cristina Corrales. Según la periodista de radio y televisión, Garafulic se habría acercado personalmente a Eduardo Pérez Iribarne para pedirle que aleje a la pre candidata municipal de los micrófonos de Fides; una aplicación de facto y fuera de los límites del consorcio multimedia de la idea antitrampolín. Garafulic negó tal extremo, sin dejar de sostener, sin embargo, que la ventaja de los periodistas-candidatos es injusta y que por ello se la debe cancelar seis meses antes del voto popular. A ello le siguieron variados artículos del equipo de editorialistas de Garafulic reafirmando la misma postura con renovados argumentos.

## Sorpresa senatorial

El 9 de junio pasado, el Senado aprobó un sorpresivo artículo 124 dentro del nuevo Código Electoral. Los primeros boquiabiertos fueron seguramente quienes proyectaron ese texto legal. No se trata de un modesto y anónimo equipo de consultores, sino de personalidades de gran influencia política. En ese grupo de trabajo estaban nada menos que Hugo Carvajal Donoso, presidente de la Cámara Baja, representantes del poder electoral como Alfredo Bocángel, la cabeza de la Corte, y los vocales Lazarte, Guzmán de Rojas, Espinoza y Costa Arduz, parlamentarios de la talla de Roberto Moscoso, Benjamín Miguel, Carlos Quiroga o Armando de La Parra. Por si fuera poco, hubo

además una comisión revisora compuesta por representantes de todos los partidos políticos, desde el PDC, pasando por el minúsculo KND de Fernando Untoja, terminando en la UCS. La labor de este equipo concluyó en marzo de este año y su proyecto fue publicado en mayo. Semanas más tarde aparecía el misterioso artículo 124, párrafo que nadie se ha querido atribuir. Apareció allí como por arte de magia.

Lo curioso del caso es que al día siguiente, La Razón, diario de propiedad de Garafulic, no dedicó ningún espacio importante para la noticia como lo había hecho un mes antes durante el seminario de la Asociación de Periodistas. Un intento para no despertar protestas? No lo sabemos. El tema resurgió a gran titular 24 horas más tarde cuando las voces en contra ya se habían multiplicado de manera inocultable.

## Un parche

Tomemos ahora las cosas con frialdad y, sobre todo, dejando en el desvío el espíritu gremial periodístico que podría cargarnos de subjetividad. Es más. Partamos incluso del supuesto de que todos los candidatos son iguales y que su única desventaja competitiva pensable es la presencia o ausencia de sus voces en los medios de comunicación. Olvidemos entonces el poder de las billeteras, el manejo patrimonial de los fondos estatales y la tradición electoral del che-

\* Comunicador, Investigador y Docente universitario

que contra cheque. Si así fueran las cosas, habría que nivelar, en efecto, las horas de pantalla, micrófono o centímetro-columna de los postulantes a un cargo electivo. Quizás la primera medida sea, efectivamente, sacar de sus medios a los periodistas que estén en la papeleta electoral, seis meses o 60 días antes de las elecciones. Admitido.

Pero si aguzamos la mirada, ese es apenas un parche legal. También los dueños de los medios de comunicación tendrían que ceder su derecho propietario, pues normalmente son ellos quienes definen los contenidos más destacados de sus instituciones emisoras. Hasta aquí hemos aceptado el propuesto artículo 124 sin chistar. Pese a ello, la medida sigue siendo un parche. Veamos por qué.

La primera consecuencia de la puesta en vigencia del artículo será la aparición de los llamados palos blancos en el universo comunicacional boliviano. Johnny Fernández, José Luis Paredes, Julio Mantilla, Ivo Kuljis o Mónica Medina no dudarán un segundo en transferir sus acciones en periódicos, radios o canales de televisión a personas allegadas a su intimidad que, a partir de ese momento, simularán ser los dueños. Detrás de bambalinas, todo seguirá transcurriendo, pero no igual que antes, sino peor, pues con ello se habrá reducido la transparencia del sistema electoral. Para el caso concreto, el efecto resulta totalmente contraproducente. Si se quería sacar a los candidatos de la lista de accionistas de los medios, lo único que se ha logrado es encubrirlos. Visto de esta manera, el artículo 124 hubiese sido una incitación a quebrar la legalidad. Siguiendo esta misma línea de reflexión, resulta mejor obligar a los medios a publicar periódicamente su lista de propietarios y accionistas. Así los ciudadanos sa-

brían a qué atenerse cuando los sintonicen o adquieran. Las leyes deben ayudar a sincerarnos, no invitarnos a hacer trampa.

### Los medios del Estado

Sigamos incontaminados de espíritu gremial y creyendo que la única desventaja electoral posible es únicamente mediática. Pongamos entonces fin a la labor propagandística del canal 7 y de radio Illimani. Acaso no es ese un desequilibrio tan inadmisibile como los demás? Durante cinco años, los partidos del gobierno tienen en sus manos dos medios de comunicación que, para colmo, se financian con los impuestos de la gente. Esta sería la ocasión propicia, no para privatizar esas frecuencias, sino para convertirlas en públicas. Pasa en otros países; la televisión más competitiva es justamente aquella que, financiada por el dinero estatal, ha sido despojada de su carácter oficialista. Las estaciones públicas alemanas están manejadas por un consejo conformado por las iglesias, los sindicatos, los partidos políticos con representación parlamentaria, la empresa privada y las entidades educativas. Allí, los ejecutivos de la televisión son elegidos por concurso de méritos y conducen informativos ecuanímenes, piensan en el rol social y educativo de las pantallas y gozan de credibilidad ciudadana. Nosotros, que lo imitamos todo siempre que lleve sello europeo o norteamericano, no deberíamos seguir el ejemplo?

### El actual 123

Pero sigamos con el último capítulo de esta historia. Tras arduas negociaciones entre periodistas, dueños de medios y parlamentarios, finalmente se arribó a un consenso. Hoy está vigente el artículo 123 que a la letra dice lo siguiente: «Ningún

candidato, a título personal directa o indirectamente, desde el momento de su inscripción, podrá contratar, alquilar, utilizar, producir, dirigir y/o realizar programas de género periodístico en medios de comunicación bajo la pena de inhabilitación». Se trata de un nuevo parche, redactado a la usanza de los consensos obligados del «toma y daca» tan propios del mundo sindical.

Lo primero que se hizo fue eliminar la palabra «periodista» a fin de eludir el conflicto con el gremio, hoy se habla de candidato y es a él a quien se le prohíbe ejercer la comunicación. Una vez más se ha evadido el fondo de la cuestión. Con alejar a los candidatos de los micrófonos y las pantallas no hemos logrado un equilibrio entre ellos, a lo sumo hemos alejado a los electores de aquellos postulantes a la alcaldía que sí le dieron la importancia que merece a la virtud de comunicarse con la gente. No eso acaso más democrática una sociedad en la que gobernantes y gobernados se vinculan directamente? y no son los medios, posibles instrumentos de democracia directa y deliberación pública?

El debate sobre el artículo 124 ha destapado este tipo de interrogantes. Sus invisibles autores no han querido abordar el tema con la profundidad exigida. Se han apresurado a meter de contrabando un parche legal a fin de impedir el surgimiento de nuevos fenómenos políticos similares al inaugurado por Carlos Palenque en 1988. Raúl Garafulic Gutiérrez fue aún más elocuente aquel 4 de mayo dentro del seminario de los periodistas: Yo no me habría atrevido a hacer esta propuesta si Carlos Palenque estuviese vivo. Ahí está, al parecer, el fantasma que dio origen a tanto miedo vestido de ley.

# Nuevas modalidades de capacitación para futuros investigadores

Por Ronald Grebe \*

**L**a investigación en el país atraviesa por una serie de dificultades que se deben en gran medida a la poca formación de la gente, falta de recursos económicos, temor de las instituciones, personas o empresas a entregar información, carencias bibliográficas y el escaso tiempo que se le dedica, todo lo que contribuye a que estemos con muchas deficiencias en todos los aspectos referidos al conocimiento exacto de nuestro pasado, presente y futuro en todas las ramas del quehacer nacional.

Simultáneamente, surgen debates a partir de intereses personales o problemas puntuales, que poco o nada tienen que ver con la realidad concreta del avance de las ciencias sociales o de las investigaciones en determinados aspectos de la vida.

Entre estos casos tenemos las Tesis de Grado, como una forma de graduación, para obtener una licenciatura que facilita la entrada al campo laboral y que desde hace tiempo se viene abordando como debate en los Medios de Comunicación.

Las discusiones son positivas, en la medida en que aporten aspectos novedosos, aunque sería mejor que se realicen con conocimiento de causa antes que con meros supuestos que, en muchas situaciones, solamente reflejan lo que ocurría en algunas de nuestras carreras hace varios años.

Veamos concretamente el ámbito de la Comunicación Social. En el plan de Estudios del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Católica hasta el segundo semestre de 1992 se contemplaba un Seminario de Tesis con duración de un semestre.

Desde 1993 se implementó un nuevo Plan de Estudios en que se introdujo en el noveno semestre el Seminario de Tesis I y en el décimo semestre el Seminario de Tesis II.

Esta modificación en el plan de Estudios que además incluyó cinco menciones referidas a Comunicación y Desarrollo, Publicidad y Propaganda, Medios Audiovisuales, Periodismo y Relaciones Públicas, produjo un cambio importante en lo que hace a la preparación de las Tesis de Grado.

Los estudiantes antes de llegar a estos niveles de aprendizaje deben haber vencido las materias de fundamentos de investigación I, que se refiere al diseño y análisis cuantitativo e Investigación en Comunicación II, que se dedica a diseño y análisis cualitativo.

Durante el semestre dedicado a Seminario de Tesis I los estudiantes, de acuerdo al interés por determinados temas de comunicación social, eligen voluntariamente a sus profesores para que los guíen en la preparación de su proyecto de Investiga-

ción. El mismo que al finalizar el semestre es aprobado o reprobado por el tutor y entregado a la Dirección de la Carrera para su supervisión.

En el semestre dedicado a Seminario de Tesis II, los estudiantes con el mismo profesor guía llegan a elaborar y concluir el Gran Borrador de la Tesis.

El resultado de esta experiencia se ha visto reflejado en una producción importante de tesis defendidas desde 1994 a la fecha.

1991 tesis defendidas 8  
1992 tesis defendidas 7  
1993 tesis defendidas 11  
1994 tesis defendidas 19  
1995 tesis defendidas 28  
1996 tesis defendidas 48 y

En el primer semestre de 1999 fueron 31 los estudiantes que culminaron exitosamente sus estudios de licenciatura.

Esta nueva situación se debe a que un gran porcentaje de los alumnos termina el Seminario I con una idea clara del tema que va a investigar, situación casi similar a la que se vivía hasta 1992 cuando los antiguos estudiantes pasaban el Seminario de Tesis, pero la diferencia consiste en que

esos universitarios tenían que salir a buscar un tutor que acepte conocer el proyecto y continuar con el asesoramiento, aspecto nada fácil, y al no tener que vencer un segundo semestre abandonaban o descuidaban su proyecto.

En cambio, con el nuevo sistema, los estudiantes en el Seminario de Tesis II cuentan con el profesor que pasa a ser un tutor de tesis, que conoce el proyecto, que tiene experiencia guiando a otros estudiantes y que sabe que al finalizar el semestre debe entregar el producto de una investigación a la carrera.

Se puede decir que hay beneficios a tres niveles, primero la Universidad que cuenta con un número cada vez más próximo de licenciados en relación a los Egresados, segundo más docentes que asesoran a los estudian-

tes, y tercero, un número creciente de estudiantes de Comunicación que salen al mercado laboral con un título bajo el brazo.

Simultáneamente, los temas que los alumnos están investigando se han diversificado considerablemente de acuerdo a las cinco Menciones, ya que la mayor parte de las tesis tienen la directa relación con el campo de especialización.

Esta nueva situación también permite ampliar los temas de investigación y aportar con nuevos conocimientos teóricos tanto a docentes como estudiantes, que a lo largo de 12 meses, aproximadamente, están buscando nueva bibliografía, conociendo diferentes experiencias comunicacionales, dominando nuevas metodologías, realizando observaciones de campo variadas y llegan-

do a conclusiones y recomendaciones que también serán de utilidad para los futuros investigadores.

En muchos casos, la experiencia viene acompañada de una apertura al mercado laboral de los estudiantes, ya que el relacionamiento con empresas, instituciones, ONG's entidades públicas hace que al término de su investigación reciban ofertas de trabajo que les permite comenzar su vida profesional en mejores condiciones y con mejores perspectivas.

Por todo ello se puede concluir que el nuevo sistema con dos seminarios dedicados a la preparación de las tesis está dando resultados muy positivos para los estudiantes de la Universidad Católica Boliviana.



# Una mirada a la producción de tesis en el país

Karina Herrera Miller  
Esperanza Pinto Sardón\*

**S**i investigar es producir conocimiento acerca de lo real y con ello se deriva una forma de apropiación e intervención del y en el mundo (natural y/o social), no cabe dudas que el espacio preferencial para desarrollarla e impulsarla debiera ser el ámbito universitario.

Desde los siglos XVIII y XIX la identidad de la Universidad se liga a la incesante búsqueda de saber. La producción científica y tecnológica se vuelven parámetros fundamentales para la formación profesional en todos los campos disciplinarios vinculados a la educación superior. No se trata apenas de reproducir el conocimiento sino de superarlo en un afán de comprender y participar en los cambios de la realidad.

La formalización y prueba de aquella suficiente preparación y práctica fue plasmada siempre a través de informes escritos y orales llamados tesis, cuestión que hoy se pone en el tapete de la discusión desde ópticas e intereses bastante distintos.

El debate abierto sobre la pertinencia no- de este requisito de titulación parece impensable en tanto la discusión debería ser trasladada, por el contrario, a la supuración de aquellos obstáculos que frenan las iniciativas de los aspirantes a realizarla.

El tema de fondo no es sólo la obtención del título sino, ante todo, la constitución de un espacio limitado ahora- de producción de conocimiento científico.

En este sentido, las universidades públicas tendrían que ser las abanderadas en la defensa de este campo en especial por un motivo de interés histórico: la construcción de conocimiento de lo social, terreno muy ligado en el caso de estas instituciones al privilegio de contar aún con carreras como sociología, antropología, arqueología, historia, trabajo social, entre otras. La orientación correspondería, más bien, a la estrategia de mejorar y calificar la gestación de saber en estos frentes.

El reto del autoconocimiento social

Nunca antes la revolución y la importancia del conocimiento estuvo en la centralidad de los cambios sociales. Si bien, con excepciones obvias, se puede hablar de una universalización de los saberes científico-técnicos en los campos de las ciencias naturales y de una homologación con las grandes teorías interpretativas de lo social, no se puede hacer lo mismo con la aprehensión de lo real social inmediato, es decir, con el reconocimiento de la necesidad de autoconocer lo que sucede en el espacio societal cercano. Se trata, por lo tan-

to, de la acción permanente de interpretación y proyección de los fenómenos sociales próximos, tarea que no puede ser asumida más que por los propios involucrados en estos procesos.

Al respecto, y con las salvedades y objeciones que puede provocar lo establecido aquí, vale la pena revisar lo hecho, hasta ahora, en materia de tesis en las carreras que conforman el espacio de las Ciencias Sociales, esta vez sólo en el caso de la Universidad Mayor de San Andrés.

La intención de este artículo no es evaluar con parámetros teórico-metodológicos los aportes o las falencias individuales de estos trabajos, sino el saber y reconocer que sus iniciativas y temáticas expresan problemas generales y específicos de la realidad social boliviana.

Lo campesino en la trayectoria investigativa de Sociología

Del total de tesis de grado existente en los Centros de Documentación e Institutos de Investigación de las carreras de la Facultad de Ciencias Sociales sobresale numéricamente lo elaborado por Sociología, seguido por Comunicación Social, Trabajo Social y por Antropología y Arqueología.

\* Las autoras forman parte del Centro Interdisciplinario Boliviano de Estudios de la Comunicación (CIBEC)

En Sociología desde 1973 al presente se han elaborado 100 tesis de grado. En la década de los 70 el tema campesino y de comunidades indígenas es el dominante en el terreno investigativo y se transforma en un eje que cruza las etapas en las que se ha dividido esta descripción.

Se identifican temáticas derivadas como la de migración, historia y mitos, oligarquía y latifundio y movimientos insurreccionales. El tema minero aunque presente es de menor incidencia.

En la década de los 80 es llamativo notar la frecuencia de temas vinculados a la educación, salud, movimientos femeninos y procesos de colonización campesina.

Inaugura los noventa un estudio relativo a la comunicación masiva, el poder y la identidad social representada en la figura de Carlos Palenque y el Sistema de Radio Televisión Popular. También merecieron ser objetos de estudio las Organizaciones No Gubernamentales y las Políticas Sociales del Estado en el nuevo contexto neoliberal.

Acompañan a estos intereses temas relativos al desgaste de las organizaciones sindicales, los cambios de la cultura política e inquietudes emergentes del lado del ecodesarrollo y medio ambiente.

Lo inusual pero no menos importante en la materia se plasma en investigaciones de poblaciones indígenas y actividades productivas del oriente boliviano, la producción musical en los procesos históricos nacionales, la incidencia e impacto de la comunicación masiva, el consumo cultural y temas como la prostitución, el viernes de soltero, el comportamiento chojcho, entre otros.

La cobertura espacial de estas tesis es preferencial para las zonas rurales aunque, como se muestra, la tendencia está cambiando con relación a estudios urbanos.

Variedad temática en Comunicación

En Comunicación una carrera no exclusiva del sistema universitario público- se han trabajado hasta el momento 16 tesis. El esfuerzo si bien escaso numéricamente ha sido valioso por abrir el interés ya continuo de elaboración y defensa de tesis.

Las áreas trabajadas corresponden a la comunicación masiva donde se abordan relaciones entre populismo y melodrama en el caso del programa radial La Tribuna Libre del Pueblo, entre posiciones político-informativas y soberanía, entre programación musical televisiva y comportamiento juvenil y entre las relaciones que se tejen entre la televisión privada comercial y los grupos de poder económico-político bolivianos.

Cultura y comunicación y comunicación popular se constituyen en ejes de trabajos que incluyen fenómenos como la el modelo de comunicación de los píax píakus, la saya y la identidad afro-boliviana, el discurso del teatro popular, el consumo y la recepción televisiva.

Mujeres y niños en la investigación de Trabajo Social

La producción de tesis en la carrera de Trabajo Social comienza a finales de la década pasada. En ésta destaca la centralidad en estudios con poblaciones femeninas e infantiles.

Las áreas más generales son: la situación laboral y de salud de niños y mujeres, educación y cultura y el espacio de las relaciones familiares.

Se pueden anotar temas como estado de las condiciones laborales de la mujer fabril, del niño menor voveador de minibuses, derechos del niño en el área rural, comercio informal, aculturación de grupos indígenas (casos Chacobo y Esse Ejja), condiciones de la atención en salud, delincuencia femenina, participación de la mujer, educación de niños en el campo y organización vecinal.

Los estudios mantienen una relación equilibrada entre las temáticas urbanas y rurales.

El aporte de Antropología y Arqueología

Los temas presentados en las carreras de Antropología y Arqueología son abordados con bastante singularidad.

Se puede mencionar los siguientes: los cambios culturales en torno a la salud, las percepciones y prácticas culturales en este campo, el matrimonio prescriptivo en pueblos y comunidades indígenas, alcoholismo e identidad en los carnavales, el padrinazgo y compadrazgo, identidad y producción textil, cultura y tecnologías tradicionales, producción de cerámica y sentido social, metalistería suntuaria precolombina, antropología de los sueños, estudios bioculturales en el caso de las chullpas señoriales, prospecciones arqueológicas en la región del oriente y arquitectura prehispánica.

### El reto del conocimiento

Es evidente la diversidad de temas y enfoques trabajados pero es más aquella que aún sigue pendiente de abordaje, cuestión a flor de piel en la sociedad.

La Universidad Pública a pesar del sinnúmero de limitaciones ha demostrado su esfuerzo para trabajar en la investigación de los fenómenos sociales y uno de los modos de encausarlo ha sido el de la presentación de tesis.

No obstante haberse instituido otras vías de titulación que facilitan la culminación formal de los estudios, la tesis de grado queda aún como un núcleo que concentra la función social de la universidad: la generación de conocimiento cuantitativo.

- Cuando se habla de investigación en el campo social se hace referencia a estudios explicativos sistemáticos transdisciplinarios sobre la acción de hombres y mujeres en sociedad. Esta totalidad comporta al menos la interacción entre seres humanos en so-

ciudad, los productos institucionalizados derivados de ella, las relaciones que asumen con estas resultantes y la acción individual-colectiva para mantener o transformar ese espacio social.

- Es notorio el escaso número de la producción que llega a un total de 144 trabajos en esta Facultad.

- Esta última carrera tiene un total de 15 tesis pero con el antecedente de que se elaboraron alrededor de cincuenta trabajos investigativos para optar al título de Asistente Social.

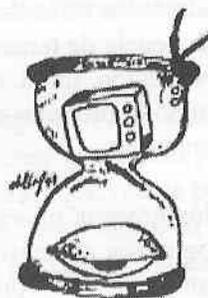
- El tema es analizado en la tesis de Silvia Rivera: Latifundio y Oligarquía en Bolivia 1870-1920, un Estudio Regional de Estructura Agraria.

- Los trabajos significativos corresponden a Vivian Arteaga y Eduardo Paz Rada.

- Trabajo presentado por el investigador Joaquín Saravia Calderón.

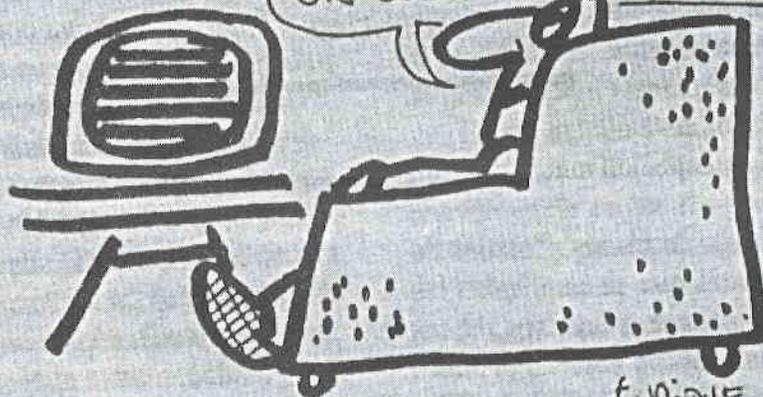
- Aquí se encuentran estudios sobre los movimas, yaminawas, moxeños, guaraníes, chiriguanos y la práctica de los siringueros.

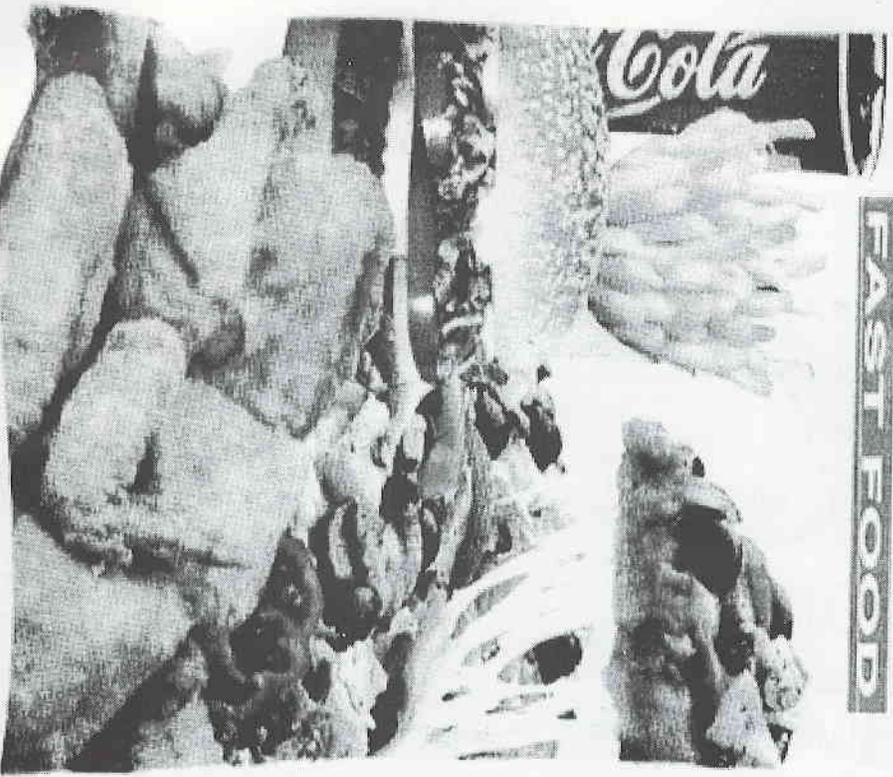
- Destaca el análisis de la música boliviana en la Guerra del Chaco elaborado por Jenny Cárdenas.



Reflexiones desde el butacón

ESTAMOS ACABANDO EL MILENIO Y NO HEMOS SIDO CAPACES DE INVENTAR UN SUSTITUTO DE LA TELE

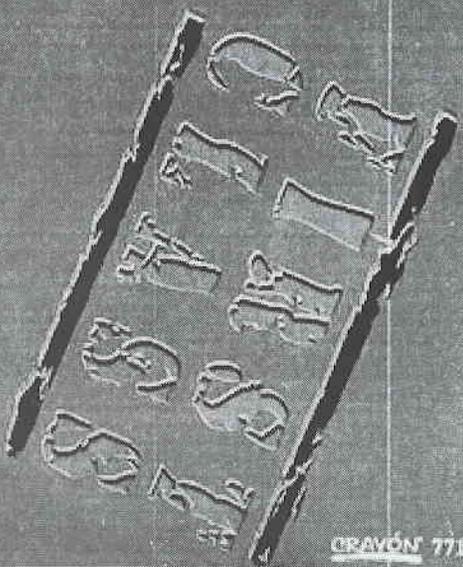




**in ONE**  
**FAST FOOD**

LA MEJOR COMIDA  
 RÁPIDA DE LA CIUDAD  
 EN UN SOLO LUGAR

All in One  
 Fast Food,  
 nace con la  
 filosofía de  
 satisfacer el  
 gusto  
 exigente del  
 mercado  
 paceño.



**HAMBURGUESAS - PIZZAS**  
**GYROS - BROASTERS**

Calle Mercado esq.  
 Loayza # 1377  
 Telf.: 314272



GRAYÓN 771317

# I Encuentro Nacional I Seminario Latinoamericano

Investigación  
en Comunicación

"La comunicación latinoamericana y la  
cuestión del desarrollo: balance y proyecciones  
en medio de dos milenios"

## EXPOSITORES INTERNACIONALES



Jesús Martín Barbero



Guillermo Orozco Gómez



Rossana Reguillo Cruz



Raúl Fuentes Navarro



José Marques de Melo



Margarida Krohling Kunsch



María Immacolata Vassallo de Lopes



Luiz Roberto Alves



Raúl A. Rodríguez



Washington Uranga De Simone



Luis Ramiro Beltrán



Adalid Contreras Baspineiro



Lucía Castellón



Luis Peirano



Marcelino Bisbal E.

Ciudad Sede:  
COCHABAMBA  
(BOLIVIA)

Fecha:  
4 al 6 DE  
NOVIEMBRE '99

Inversión:  
25 \$us. ESTUDIANTES  
35 \$us. PROFESIONALES

Organizadores:



Patrocinador:  
**AMIC**

Auspiciadores:



Transportadora de Electricidad R.A.



I Encuentro Nacional  
I Seminario Latinoamericano



Investigación en  
Comunicación

Universidad Católica Boliviana Cochabamba, Departamento de Comunicación • Telf.: (00591) 41 20100 • 41 221 781 • Fax: (00591) 41 20145 • Casilla 3381 • E-mail:

Página WEB: [www.uecbeba.edu.bo](http://www.uecbeba.edu.bo)

[scmlateo@uecbeba.edu.bo](mailto:scmlateo@uecbeba.edu.bo)  
[guardia@uecbeba.edu.bo](mailto:guardia@uecbeba.edu.bo)