

Título: TALLER DE ANÁLISIS DE COYUNTURA SOBRE COMUNICACIÓN PÚBLICA EN BOLIVIA
Lugar: Bolivia
Producción: Ildis Bolivia, Centro de Competencia en Comunicación C3. www.c3fes.net
Nota: Este texto puede ser reproducido con previa autorización con un objetivo educativo y sin ánimo de lucro.

TALLER DE ANÁLISIS DE COYUNTURA SOBRE COMUNICACIÓN PÚBLICA EN BOLIVIA

Antecedentes

El área de trabajo de Comunicación en la Fundación Friedrich Ebert- Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (FES-ILDIS) cuenta con cinco líneas de acción: Comunicación planificada para procesos políticos, Fortalecimiento a medios públicos, Medios y responsabilidad social, Capacitación a periodistas y comunicadores y Producción y difusión de materiales. Cada una de estas sub-áreas cuenta con sus respectivos objetivos y actividades planificadas, algunas ya realizadas y otras en proceso de ejecución. Sin embargo, la actual coyuntura política de Bolivia plantea una serie de nuevos retos para el trabajo de la Fundación.

En este contexto, FES ILDIS ha considerado pertinente la realización de un taller destinado a analizar dicha coyuntura, como contexto para determinar en el futuro qué acciones se pueden emprender en las cinco áreas mencionadas. Para ello, se convocó a una serie de comunicadores e investigadores del área, que brindaron su experiencia y alimentaron el debate con propuestas. La lista de participantes se adjunta al presente documento.

Objetivos del taller

- 1- Hacer un recuento temático de las acciones emprendidas por FES-ILDIS en el área de comunicación
- 2- Tomando en cuenta la coyuntura sociopolítica de Bolivia, identificar posibles escenarios de acción (ideas enriquecidas con la participación de C3)

Metodología del taller

La metodología utilizada fue de carácter participativo. Cada línea de acción fue trabajada por separado, con participantes especialmente convocados para la discusión de cada una de ellas. Los pasos metodológicos adoptados en el tratamiento de cada sub área fueron los siguientes:

- 1- Presentación de las actividades emprendidas y los resultados alcanzados en la respectiva línea de acción
- 2- Análisis de la coyuntura sociopolítica de la línea de acción correspondiente
- 3- Identificación de posibles escenarios de acción/ temas futuros de discusión o acción

Desarrollo del taller

- I- Comunicación planificada para procesos políticos

Después de la presentación de las actividades emprendidas y los resultados alcanzados por FES ILDIS en esta línea de acción, se procedió a la discusión en torno a la temática. A continuación se describen las ideas expresadas por los participantes.

- *Estado de la situación de la línea de acción:* se advirtió positivamente que el tema de comunicación planificada para procesos políticos está actualmente en la agenda del Congreso, donde existe una buena receptividad y voluntad política para llevar adelante los procesos iniciados. Sin embargo, el escenario es incierto debido a los “juegos de poder”. Además, el ritmo para ejecutar los procesos es aun lento.
- *Modelo de planificación aplicado:* El escenario en el que FES ILDIS ha trabajado esta línea de acción ha sido el Congreso, aplicando el modelo de Comunicación Pública sugerido por Juan Camilo Jaramillo. Se sugirió evaluar si el modelo está funcionando o no, teniendo en cuenta que la comunicación planificada para procesos políticos tiene dos temporalidades, una *lenta* y una *rápida*. La primera es una planificación de largo plazo, que apunta a la generación de ciudadanía, trabajando la afectividad pública. La segunda se refiere más bien a una planificación de contingencia, de intervención rápida en la toma de decisiones para dar respuesta a la coyuntura inmediata. Se observó que el modelo aplicado en el trabajo con el Congreso aborda adecuadamente la primera temporalidad, pero que debe perfeccionar sus mecanismos de intervención de contingencia.
- *Otros apuntes:*
 - la comunicación es vital para la política, esencialmente por su incidencia en el poder.
 - es necesario trabajar de mejor manera la relación entre el Congreso y la ciudadanía, dejando de lado paulatinamente la relación Congreso-ciudadanía exclusivamente a través de los medios.

II- Fortalecimiento a medios públicos

Después de la presentación de las actividades emprendidas y los resultados alcanzados por FES ILDIS en esta línea de acción, se procedió a la discusión en torno a la temática. A continuación se describen las ideas expresadas por los participantes, que giró en torno a los siguientes ejes:

- *Medios públicos en Bolivia:* se mencionó que actualmente no existen medios públicos en Bolivia. Con la gestión del ex Presidente Carlos Mesa se intentó avanzar hacia la conformación de un sistema de medios públicos, iniciativa que no prosperó en el actual Gobierno. Se mencionó que actualmente Canal 7 está siendo utilizado por el Gobierno, difundiendo solamente información gubernamental, lo que le impide cumplir su rol de medio público, acercándose incluso a comportamientos autoritarios. Por su parte, los canales católicos representan solamente a un sector de la población, por lo que tampoco cumplen su rol público. Al respecto, se señaló que existe actualmente una tendencia internacional de retorno al intervencionismo estatal, que se refleja también a nivel de medios. En Bolivia lo público es sinónimo de estatal/gubernamental.
- *Medios y oposición política:* se advirtió que existe una percepción entre quienes gestionan el canal estatal de que los medios privados “atacan” constantemente al Gobierno, por lo que el rol del canal estatal sería el de una “legítima defensa”. Al respecto, se señaló que esta actitud responde a una lógica en la que los medios serían la nueva “oposición” del

Gobierno. ¿Al no tener una oposición político-partidaria fuerte, esta oposición se trasladó a los medios de comunicación?

- *Redefinición de lo público*: el problema de lo anteriormente expuesto radicaría en una inadecuada definición de lo que se entiende por “público” en Bolivia, más allá de los medios de comunicación. Se señaló que existen diferentes visiones, y una de ellas es la que asimila lo público a lo estatal. En este sentido, es imprescindible distinguir lo público de lo estatal, lo político de la política. De esta reflexión más general se deduciría lo que se entiende por medio público.
- *Construcción de lo público “desde abajo”*: la noción de lo público se ha intentado construir siempre “desde arriba”, desde las esferas estatales. En este contexto, se sugirió empezar a construir, a reinventar una noción de lo público desde abajo, desde lo local. Esto plantea un escenario de acción positivo para el ILDIS, cuyo rol sería continuar con el trabajo iniciado. A futuro, es necesario seguir sistematizando experiencias, produciendo investigaciones, generando conocimiento desde abajo.
- *TV Congreso*:
 - Perfeccionar las formas de comunicación utilizadas, adaptándolas a las diversas lógicas culturales presentes en el país (transmitir un lenguaje que “llegue a la gente”).
 - Encontrar maneras de que TV Congreso sea un canal informativo que deje de lado los intereses políticos de los congresistas, para así cumplir su rol fundamental de construir ciudadanía.
 - Canal 7 difundía anteriormente las sesiones parlamentarias en su totalidad, con una amplia audiencia. Probablemente esta idea debería ser tomada en cuenta por TV Congreso.
 - Empezar acciones para ampliar el conocimiento de TV Congreso en la población, que hasta el momento es extremadamente restringido (hacer más visible a TV Congreso, para que la gente sea más consciente de qué es el Congreso y qué hacen los congresistas). Para ello es necesario explorar nuevos formatos de comunicación, que sean creativos y funcionales a los objetivos de TV Congreso.
 - Es necesario encontrar una forma que relacione de mejor manera al Congreso con la ciudadanía.
- *Otros apuntes*:
 - ¿Los medios son medios o son actores políticos?
 - El reto central es crear una comunicación diferente cercana al ciudadano.
 - Es necesario seguir promoviendo una discusión pluralista en torno a lo que está sucediendo en el país en cuanto a medios públicos se refiere.
 - ¿La comunicación tiene ideología?

III- Medios y responsabilidad social

Después de la exposición en torno a las actividades emprendidas por FES ILDIS en esta línea de acción, se presentó a los participantes el video *En medios de la prensa* para motivar la discusión sobre el rol de los medios y su responsabilidad social.

Los temas centrales que se discutieron fueron:

- *Rol positivo de los medios, periodistas y comunicadores:* los medios de comunicación, periodistas y comunicadores son ampliamente criticados, pero es necesario reconocer que han tenido un papel importante en los procesos de democratización, actuando como fiscalizadores y visibilizadores de hechos que ocurren cotidianamente. Asimismo, existe una pluralidad de medios de comunicación que refleja la diversidad del país.
- *Límites de la responsabilidad de los medios y periodistas:* los medios de comunicación responden a la demanda del público consumidor, por lo que se podría hablar de corresponsabilidad. Por otra parte, el tema de la responsabilidad social va más allá del periodista como individuo, ya que los principales actores son los empresarios que definen las líneas editoriales, la contratación, etc. Por ello, al hablar de responsabilidad social se debe hacer referencia al periodista y no al medio, ya que en el medio intervienen una pluralidad de factores. Finalmente, se puntualizó que la formación de la opinión pública no depende exclusivamente de los medios, por lo que no se debe poner exageradas expectativas en ellos.
- *Redefinición del rol de los medios de comunicación y periodistas:* existe una tendencia a crear una imagen perfecta del periodismo y los medios de comunicación que no se adapta a la realidad, generando expectativas que van más allá del rol que les corresponde. En este contexto, se consideró pertinente la idea de “reinventar” el periodismo, redefinir el rol de los periodistas y los medios en función al contexto histórico actual. Ante la interrogante de cuáles serían las bases de dicha redefinición, se plantearon las siguientes ideas:
 - Definir si el rol de los periodistas es ser socialmente responsables
 - Tradicionalmente, el rol de los medios es simplemente informar de manera adecuada, y entretener. Quizá se debería volver a esta concepción original. ¿Es suficiente que cumplan con este rol mínimo?
 - El rol de los medios públicos debería ser también educar
 - El rol de los medios debe ser definido considerando la demanda del público consumidor
 - Pensar si es posible cambiar el rol de los medios
- *Ética del periodista:* En Bolivia la ética del periodista se está construyendo desde la autorregulación, teniendo en cuenta la validez de la fuerza moral. Se mencionó que muchas veces la ética se relaciona con la neutralidad y la objetividad, lo que puede estar alejado de la realidad. ¿Lo neutral es necesariamente bueno? En este sentido, tal vez es necesario redefinir los límites de la ética periodística, por ejemplo, entendiendo por comportamiento ético el reconocer explícitamente qué posición (política, ideológica o simplemente una opinión con relación a un tema) tiene cada medio (“decir las cosas de frente”). Finalmente, se señaló que la profesionalización no garantiza la ética del periodista.
- *Rol de los medios y periodistas en procesos políticos:* Las consideraciones anteriores se aplican también al rol de los medios y periodistas en procesos políticos.

IV- Capacitación a periodistas y comunicadores

Al igual que los temas anteriores, el tratamiento de la cuarta línea de acción se inició con una exposición de las actividades desarrolladas por FES ILDIS. Posteriormente, Aldo Quaglini presentó el proyecto de capacitación de FES ILDIS a periodistas y comunicadores que se encargarán de cubrir el proceso constituyente. Acto seguido, René Zeballos, Director de ERBOL presentó los mecanismos, estrategias que dicha cadena utilizará para la cobertura periodística de la Asamblea Constituyente.

Después de una breve ronda de preguntas y respuestas, se dio inicio a la discusión, que tuvo como base el proyecto de capacitación anteriormente mencionado.

- *Consideraciones generales*

- La Asamblea Constituyente plantea importantes retos para los periodistas y comunicadores. Por una parte deben hacer el trabajo periodístico tradicional, es decir, informar lo que sucede, y por otra deben hacerlo de una manera inteligible a toda la sociedad, es decir, traducir la complejidad de la Asamblea Constituyente a un lenguaje común.
- Los comunicadores y periodistas de Sucre son indispensables en la generación de un ambiente nacional.
- Los periodistas y comunicadores deben ser conscientes de que la Asamblea Constituyente es un proceso de relevancia histórica para el país, que debe ser abordado y transmitido con entusiasmo al público receptor. En este sentido, es importante transmitir adecuadamente el "espíritu de la Constituyente".
- Se solicitó socializar la metodología del curso de capacitación preparado por FES ILDIS para enriquecerlo.

- *Sugerencias párale curso de capacitación*

- Indagar en torno a otros formatos de información, cuestionando si "la noticia" es el más adecuado (posibilidad de transmitir la información de maneras más creativas).
- Considerar la tensión existente entre el tiempo disponible para la capacitación y los contenidos preparados (¿no es mucho para tan corto tiempo?).
- Brindar listas de fuentes de información alternativas a las oficiales.
- Incorporar en el módulo una introducción genérica en torno al derecho a la información/comunicación.
- Incorporar a los contenidos el tema de la Comunicación en la Constitución, como ejercicio práctico para los capacitados. De esta manera se puede lograr mayor motivación e involucramiento de los periodistas y comunicadores que están siendo capacitados, al ver la relación de un tema conocido y relevante para ellos y la Asamblea Constituyente.
- Especializar los contenidos del curso en función a los tipos de medios.
- Incentivar a los periodistas y comunicadores a hacer "comunicación de urgencia", es decir seguir el día a día del proceso Constituyente para que los receptores puedan vivirlo tal y como sucede.
- Transmitir adecuadamente el "espíritu de la Constituyente".

V- Producción y difusión de materiales

Después de la descripción de los materiales producidos por FES ILDIS, se presentó el video *La Bolivia de las Autonomías* en formato CD como base para la discusión. Después de la

presentación se realizaron una serie de preguntas y comentarios relacionados al CD, que abrieron un debate más amplio sobre producción.

Preguntas en torno al material presentado:

- *objetivos del material:* se mencionó que el objetivo es traducir a un lenguaje más accesible el debate en torno al tema de autonomías, para que pueda ser difundido ampliamente. El formato se pensó bajo la perspectiva de crear algo diferente al debate que se publica en libros, que tiene un público restringido. En este sentido, se apuntó a una democratización del debate.
- *Reacciones en torno al material:* se señaló que existió una respuesta muy positiva por parte de quienes recibieron el material y estuvieron a cargo de difundirlo, que se expresó por ejemplo en la demanda de más material.
- *Resultados observados:* se percibió un avance en el manejo del debate en torno al tema, reflejado en aspectos tales como que algunos conceptos elementales se lograron manejar con mayor facilidad. Se observó asimismo que algunos mitos fueron deconstruidos. En el último tiempo se percibe un retroceso. Se señaló que sin embargo debe realizarse una evaluación final que de cuenta del impacto real del material. Asimismo, parece haberse cumplido el objetivo de democratizar el debate, y ello gracias al formato utilizado.

Comentarios:

- La utilidad del material depende del público/ espacio al cual está dirigido. Por ejemplo, si se presenta en un taller u otro espacio de trabajo, donde exista una guía para ver el documental, puede resultar altamente útil. Sin embargo puede resultar confuso para un televidente que se encuentra "solo frente a la pantalla".
- Se observó que a pesar de que el material intenta simplificar un tema tan complicado como el de las Autonomías, se transmite aun de manera compleja. Una idea de simplificación sería por ejemplo presentar un cuadro que resuma las posiciones políticas/técnicas, sus ventajas y desventajas. El tema de la simplificación se puede aplicar también al lenguaje, que es aun técnico y complejo.
- Se observó que el material carece de "pausas" visuales y conceptuales que le permitan al televidente procesar la información recibida, lo que torna el contenido más complejo.
- Se puntualizó que las entrevistas a expertos puede ser uno de los elementos que añade complejidad al material; el reto sería identificar formas creativas de transmitir lo mismo en otros formatos.

Conclusiones generales:

- El formato debe escogerse en función al público al que se intenta llegar y en función a los objetivos del material. Ello definirá también los actores clave para la difusión del material.
- Es necesario explorar nuevos y creativos formatos