

mente, es el de las nuevas tecnologías y su uso en el desarrollo; que sobre todo que se compenetre muchísimo con la comunicación que cada día se va a especializar más. Vamos a requerir comunicadores muy especializados en campos específicos porque la comunicación va hacia allí. No es que los medios masivos van a perder vigencia; será un campo que obviamente habrá que atender y seguir atendiendo y perfeccionando. Pero por las nuevas tecnologías se requerirá programadores, diseñadores y ejecutores de sistemas de información que vayan a públicos muy selectos en una vía interpersonal, hacia un destinatario muy identificado y para llenar necesidades muy específicas. Creo que necesitamos a un comunicador que sepa trabajar en esta área, trabajar en este nivel, elaborando mensajes, atendiendo las necesidades de ese receptor y al mismo tiempo ser capaz de mantener mecanismos de retroalimentación de manera que no se convierta el comunicador solamente en un suministrador de datos fríos a un costo determinado y para una necesidad concreta. El nuevo comunicador tendrá también que adentrarse en este campo.

¿Quiénes serán los profesores para este tipo de comunicadores?

ALEJANDRO ALFONZO: La enseñanza de la comunicación tiene que ir también al ritmo de los tiempos, requerimos en consecuencia diversificar más la plantilla o el plantel de profesores de nuestras escuelas de comunicación. Así como tenemos que darle un vuelco a los programas de nuestras escuelas de comunicación, que lamentablemente siguen encasillados en la formación de profesionales para trabajar en los medios o en las agencias de publicidad o en la producción de cine o video, habrá que DIVERSIFICAR también el plantel de profesores. Tendremos que tener una gama de profesores donde encontremos especialistas de diversas actividades, de diversas profesiones. Este es un punto importante porque eso supone que las universidades tendrán que abrirse internamente para hacer un intercambio entre facultades. Pero también tendrán que abrirse en su medio ambiente, para tener personal de investigación, perso-

nal docente que venga de distintas ramas y así poder dar respuesta a esta necesidad.

Cuando los alumnos comiencen a pedir mayor capacitación en el campo de las telecomunicaciones, veremos que no hay profesores, por ejemplo, de telecomunicaciones en satélite.

La idea de que las escuelas vayan suministrando su propio personal docente es muy buena, y vamos a tener que incorporar cada día a profesionales de distintas áreas al plantel de las escuelas de comunicación social.

LUIS RAMIRO BELTRAN: Un pequeño apunte en línea con lo que han dicho los colegas Diaz Bordenave y Alfonso. A mi me preocupa lo siguiente: parece darse una antinomia entre necesidades y posibilidades en esta materia. Estamos diciendo nosotros, con criterio idealista, que lo que se necesita más de aquí en adelante, en el año 2000, son comunicadores educativos para el desarrollo nacional y no comunicadores de medios para fines comerciales. Y en eso es difícil que haya desacuerdo entre nosotros. Puede haber variaciones de ver cómo hacerlo o quién vaya a hacerlo. El problema es que precisamente en la era en que estamos y en el momento en que estamos, eso es lo que posiblemente no ocurra.

Me pregunto, ¿quién financia programas de comunicación para el desarrollo sustantivos; digamos en este país, en Bolivia?. No lo financia el Estado, no lo financia la empresa privada; lo financian los ONGs, organismos no gubernamentales como la Iglesia Católica. Entidades que no tienen afán de lucro ni interés político. Pero el número de comunicadores que pueden emplear es limitado. Entonces, nosotros, podemos plantear la idea de que para el nuevo siglo tenemos que tener mucho más de esta gente. Pero tenemos que preguntarnos de qué van a comer, quién los va a emplear. O sea, se da más bien una antinomia entre oferta y demanda: las escuelas de comunicación están produciendo lo que el mercado mejor puede asimilar. Que a nosotros no nos parezca bien, es otra cosa. Pero ellos están produciendo lo que va a tener mercado. Ahora, creer que esas escuelas van a cambiar completamente; es decir, pro-

ducir aquello que no tiene mercado, no es realista. Creo que debemos considerar esa dimensión. Tal vez hay alguna posibilidad de conciliar lo uno con lo otro. Pero en este momento en Bolivia hay 10 escuelas de comunicación. El número de graduados es sumamente alto en relación con cualquier posibilidad de mercado, muchos no encuentran trabajo directamente en comunicación. Muchos jamás se gradúan entran a otra profesión. Entre los pocos que entran, varios han logrado por la saturación de los medios, que tampoco tienen capacidad de absorción, aunque tengamos más diarios, aunque tengamos 60 canales de TV, hay un punto después del cual ya no pueden recoger más gente. Entonces ¿dónde están yendo esos muchachos? Están inventando imaginativamente pequeñas agencias de noticias, se meten a hacer un boletín de minería, convencen a alguien de un banco que les permita hacer algo. Están buscando mercado para sobrevivir y no dedicarse a otra cosa. Pero desde el punto de vista de futurología de comunicación, digamos, nosotros planteamos que tiene que haber mucho más de lo que no se usa. Me parece que eso hay que reconsiderar.

HERNANDO BERNAL: En relación con el diseño de las facultades he estado pensando mucho sobre este tema. Por la experiencia que me ha tocado trabajar con universidades en Colombia y en algunos sitios de Centro América, creo realmente que va haber una evolución. Las facultades van a tener que diversificarse y van a tener que empezar a hablar de un nivel que podríamos llamar el nivel propiamente tecnológico de la comunicación. No estoy hablando de electrónica, estoy hablando de todo lo que significa el manejo de los computadores, el manejo de los nuevos equipos que están saliendo, el manejo de cámaras, toda esa serie de elementos que cada vez van requiriendo un mayor conocimiento por parte de la gente, por parte de esos tecnólogos y técnicos en comunicación.

Creo que también se va a tener que retornar al periodismo propiamente dicho. El manejo de las noticias cada vez se hace tan complejo y tan difícil que, en cierta manera, nos va a tocar volver a resucitar lo que antiguamente se llama-

ban las escuelas de periodismo, posible- mente dentro de las facultades de comu- nicación.

Y hay un tercer elemento que me parece que a veces descuidamos. Es el problema de que las escuelas de comu- nicación olvidan que la comunicación también es un arte. No se hasta qué punto el arte se puede enseñar en una facultad, eso muchas veces depende del talento de las personas y por eso a la hora de la verdad aparece tanto comunicador de tanto talento que es realmente creado por sí mismo, y los medios le ayudan pero él a su

vez utiliza muy bien los medios. Pero creo que nosotros, como educadores, tenemos que pensar en qué forma esas leccio- nes se puedan aprender. Creo que el arte se puede aprender también. Entonces, la facultad de comunicación del futuro será más compleja de lo que es en el momento actual. No excluyo realmente que el factor de filo- sofía de la comunicación, de ideología de la comunicación, de teoría de la comunicación, entendida en su forma estructu- ral, tendrá que estar detrás y por debajo sustentando todos los elementos de la nueva facultad de comunicación. Pero si veo una facultad de comunicación que va a tener que evolucionar en una forma muy grande hacia el futuro.

MARCO POLO TORREZ:

Creo que si miramos a la inmediatez, no hablemos de 2000 ni de 1999 o cualquier fecha que nos pongamos, veremos que inmediata- mente es importante empezar a formar tres tipos de comunicadores: uno es el de los planificadores de la comunica- ción, en todos los sentidos y en todas las áreas. Una de las áreas que me compe- te, y por eso es que llevo el agua a mi molino, es el MERCADERO SOCIAL, es decir el USO de la comunicación con todas sus técnicas en beneficio de pro- gramas sociales, que requiere planifica- ción que requiere investigación, que re- quiere producción, que requiere segui- miento de todos estos elementos, y de esto hay muy poco, y sin embargo hay

muchos programas que están requirién- do esto. Otro rubro es el de INVESTIGA- DORES DE LA COMUNICACION. Creo

que parte de no dosificar la demanda es por falta de investigación. Se producen comunicadores en diversas ramas o a veces solamente periodistas con énfasis o especializaciones. Y, finalmente, tam- bién creo que los centros de formación deben promocionar, deben crear la ca- rrera o ampliar el área del COMUNICOLGO. Es decir, aquella persona que reflexiona sobre su propio oficio, que crea un poco de filosofía so-



Hernando Bernal

bre la comunicación, que estudia un poco más el significado que esto tiene en el mundo y que eso se separa un poco del manejo tecnológico de los instrumentos de los medios de comunicación. En ese sentido es que yo siento que hay que responder inmediatamente a una de- manda que nació ya hace mucho tiempo y respecto a la cual los formadores de comunicadores están bastante retrasa- dos.

¿Cuáles son las prioridades de la comunicación en América Latina con vista al año 2.000, tomando en cuenta que las prioridades de los años 60 y

70 jamás fueron alcanzadas en materia de trabajo, salud, educación?

JUAN DIAZ BORDENAVE:

Creo que el hecho de mencionar todas esas áreas no implica que se pretenda que haya comunicadores especializados. Voy a dar un ejemplo, acabamos de tener un seminario sobre comunicación y preven- ción de drogas en San Pablo, una de las cosas que fue denunciada es que los medios de comunicación no se ocupan suficientemente del problema de las dro- gas en Brasil en el sentido de que sola- mente denuncian visiones de

narco traficantes, de grandes cantidades de cocaína, pero no anuncian, no anticipan el peli- gro de que el Brasil se convierta en otra Colombia, en el sentido de que empiecen a establecer laboratorios, de que los dipu- tados sean narco traficantes y otra serie de cosas. Entonces, creo que no hay necesidad de pensar en que haya nuevos tipos de comunicadores para manejar todas esas áreas sino que los comunicadores acua- les tengan una preocupación, una conciencia social más pro- funda, más crítica y que los medios correspondientes inter- vengan más en ese tipo de co- sas con una filosofía más cons- tructiva y menos sensacionalis- ta. No utilizar noticias para ven- der más periódicos.

HERNANDO BERNAL: Me

preocupa un poco la visión que se ha creado de las mega-ten- dencias. Las famosas mega-tendencias hacia el año 2000. Me preocupa en este sentido: creo que estamos desinformando en relación con la s mega- tendencias. Encuentro que se está crean- do una imagen a nivel de América Latina de que las mega-tendencias son simple- mente una expresión neoliberal de un proceso de desarrollo. Por ejemplo Peter Drucker, en su libro "Las nuevas realida- des", hace un análisis muy concienzudo y muy profundo de la evolución de las organizaciones sociales. El va demos- trando realmente los enormes avances pero también los enormes peligros que se van encontrando dentro de esos mis-



mos avances. Por ejemplo, el primer problema que se plantea, es que una mega-tendencia actual es hacer que el Estado sea eficiente. Y ojo, lo que se está buscando es el Estado eficiente no que desaparezca el Estado. Entonces, cuando se interpretan los fenómenos de privatización única y exclusivamente como quitarle al Estado para entregárselo al sector privado, estamos cometiendo dos errores gravísimos. Primero, porque el Estado no puede prescindir de ele-

verdaderas imágenes del asunto, estudiando por ejemplo el tema de la privatización, como lo hizo Alan Walters, que ha sido la persona que le tocó hacer la privatización en Inglaterra. Para no lanzarnos por unos caminos que no son los adecuados. Es decir, ¿simplemente la privatización significa entregarle al sector privado los elementos que son productivos? ¿No será acaso hacer todo lo contrario? ¿Entregarle aquellos que no son productivos para que los convier-

da como hacer más eficiente al Estado. Ahí tenemos un proceso ideológico que tenemos que recapitular. Creo que se juega mucho con imágenes y me da miedo de que en eso los comunicadores no estamos trabajando con la debida profundidad.

LUIS RAMIRO BELTRAN: Quisiera anotar dos puntos que pudieran tener alguna relación con esta conversación, aunque pudiera no ser directa. Por muchos años me refiero a 20 si es que no 30, en varios países, pero especialmente en esta América tropical, se ha venido sosteniendo que el desarrollo puramente material no es lo que nuestros pueblos quieren sino que habría que hacer un desarrollo social, un desarrollo humano, un desarrollo distinto del que ha sido planteado por 40 años en nuestros países. Esta prédica no sirvió para nada. Nadie escuchó. Se siguieron haciendo modelos al estilo clásico, economicista, materialista, sean de línea de izquierda o de línea conservadora. En cualquier forma, ese modelo, digamos, no era un modelo de desarrollo democrático. 20 ó 30 años después, al fin, ¡Oh sorpresa!, si ustedes leen el último documento de la CEPAL y de la UNESCO, y si ustedes leen desde el año 90 el informe especial sobre desarrollo humano de las Naciones Unidas del PNUD, encuentran que los señores economistas al fin han descubierto que el desarrollo no solamente había sido lo material, y que al fin están de acuerdo en que tiene que haber prosperidad pero con equidad y que al fin están de acuerdo en que de nada sirve el avance material si no hay libertad, si no hay dignidad para el pueblo, si no hay democracia auténtica. Estas cosas que algunos locos de hace unos 20 años o un poco más decían, o decíamos, porque me considero dentro de esos locos, ahora tienen carta de ciudadanía, ahora sí pueden hablar y de repente alguien va a escuchar. Los economistas, los ingenieros, los arquitectos, los artífices del desarrollo al fin han entendido esta cuestión. Bien, pero lo que no creo que hayan entendido, lo señala por ejemplo el documento de la CEPAL-UNESCO, es que el desarrollo material, sin una reforma profunda de la educación y sin una nueva manera de comunicarse con las masas, no va a ocurrir. Es sorprendente la



*Reunidos en el Coloquio de MISSAGIUM de Izq. a Der:
Juan Díaz Bordenave, Alejandro Alfonzo, Hernando Bernal, Marco
Polo Tórrez y Luis Ramiro Beltrán*

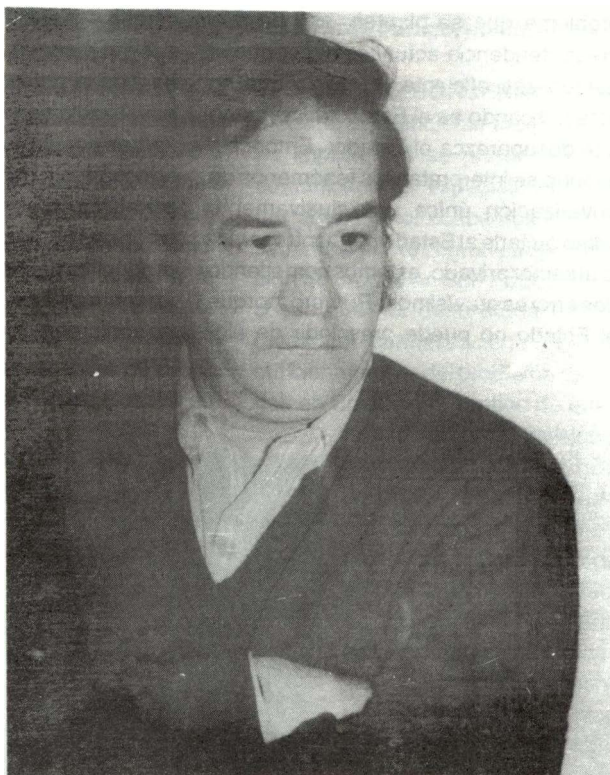
mentos que le corresponden por naturaleza, segundo porque si se los entrega para que los manejen sectores que no son directamente manejados por el Estado, a esos sectores les compete que sean eficientes socialmente. Entonces hay un problema y es que se crea el nuevo concepto de la eficiencia social. Cuando uno empieza a analizar a fondo esas mega-tendencias y no solamente algunas que tienen que ver con problemas de descentralización, privatización, ubicación de recursos, de reubicación territorial, que son todos fenómenos que están estudiándose como las mega-tendencias del futuro, me preocupa que los comunicadores no estemos dando las

tan en productivos?. O sea, son elementos realmente en que me parece que hay mucha superficialidad; es mi sensación. Tocar la temática de todas estas megatendencias desde la comunicación valdría la pena.

El concepto de descentralización es un concepto que implica desarrollo de la comunidad de base. Descentralización no se puede hacer sin un profundo desarrollo de la comunidad. Entonces, desde el punto de vista sociológico, desde el punto de vista de nosotros como comunicadores, debemos empezar a hablar de cómo preparar a la comunidad para que pueda realmente ser agente eficiente de la descentralización, enten-

aparente lucidez con que después de tantos años perciben estas cosas que para nosotros eran moneda corriente hace muchos años. Pero no perciben todavía con toda claridad. Llegan a admitir que el desarrollo, como ha sido entendido hasta la fecha, ha sido un fracaso. Y que para que haya un desarrollo auténtico, tiene que haber un enfoque social y humano distinto. Pero no dicen claramente que esa nueva educación, esa nueva comunicación, tiene que hacerse a través de un esfuerzo de transformación humana colosal; un esfuerzo de persuasión colectiva, de diálogo colectivo colosal; para el cual no tenemos ni la mas vaga capacidad ni de entrenamiento ni siquiera de estrategia. Veo que los comunicadores tenemos un DESAFIO en la anunciada actual estrategia de desarrollo dizque humanista, que están empezando a cacarear en los foros públicos y es nuestro deber, recordarle a esa gente, porque no estamos improvisando nada, que eso que están diciendo ahí no es posible si ellos mismos no ayudan a que los Estados nacionales y las empresas privadas asignen la importancia debida a la comunicación expresada en términos de empleo, de salario, de dinero, para investigación, de todo esto que no hay hoy día. Entonces, creo que alguien debería estudiar esos documentos que están saliendo en este instante. Repito, Informe del PNUD sobre el desarrollo humano 1990 y 1991. Ya han salido dos, donde demuestran claramente por qué no ha habido desarrollo debido a la ignorancia de los factores de este tipo. También el reciente informe de la CEPAL. Entonces, si esos señores que nos han llevado por treinta años por los caminos equívocos y por los modelos de desarrollo que nos han hecho más subdesarrollados, ahora parece que han visto la luz. Nos tocaría tomar ese desafío y demostrar que eso que están hoy día proclamando tampoco es viable si no hay políticas, si no hay planes, si no hay organización, si no hay enseñanza adecuada, si no hay un montón de cosas que hoy día no existen. Creo que sería muy importante hacer una consideración de ese orden, sobre si ese tal desarrollo llamado hoy humano y social va a ser viable o no. Si va a ser viable, lo que hay que hacer en comunicación es colosal, y debía empezar ya, logrando que estos

organismos y los gobiernos le den más importancia. En este momento Bolivia, por ejemplo, tiene unos índices en relación a la educación y la salud muy alarmantes. Los dos factores para superar el subdesarrollo están abandonados con presupuesto bajísimo, es decir sin brío, sin gran capacidad nacional para actuar. Sin embargo, hay un Plan Nacional de Salud, hay un texto completo bastante largo con muchas metas bastante claras. Cualquier análisis elemental de ese plan, como lo ha hecho la UNICEF, indica que, primero la gran labor es preventiva no curativa, segundo que lo que hay que hacer en ese sentido es fácil y barato, o sea, que no tendrían por qué morirse tantos niños. La tragedia no es irremediable, simplemente con enseñar cómo usar sales rehidratantes se pueden salvar muchas vidas humanas, pero hay que enseñarle a la madre, a esa madre, por ejemplo, que no habla español. Entonces ese Plan Nacional de Salud tiene unas metas bastante ambiciosas para cumplirse en plazos bastante cortos, pero no tiene ninguna referencia a cómo es que se va a poder realizar eso, y no hay un plan de comunicación paralelo. La UNICEF hizo un intento de ayudarlo al Ministerio de Salud de hacer un plan instrumental para ese plan de desarrollo, quedó abandonada la idea. La unidad de comunicación del ministerio de salud, es una unidad sub profesional, abandonada. En el Ministerio de Educación la comunicación prácticamente no existe. Entonces estamos viendo que el discurso es uno y la realidad es otra. Los gobiernos nuestros, no solamente el de Bolivia, pueden estar muy concientes y muy deseosos de superar este problema y saben que es un problema social y saben que es un problema que se puede resolver. Pero NADA de



eso es posible si no se hace una comunicación educativa de un calibre y de una naturaleza que no tenemos la más vaga idea. Ahora ¿quién nos va a dejar hacerlo si los gobernantes no entienden esto? Si solamente entienden lo que es propaganda política. Entonces ese es el punto profesional donde nosotros tenemos que hacer huella entre los políticos. Me parece.

ALEJANDRO ALFONZO: Quería apuntar tres ideas en relación a esta pregunta. La primera es que hay que hacer enormes esfuerzos y esto guarda mucha relación con la parte final de la respuesta de Luis Ramiro, para que la comunicación definitivamente entre dentro de los procesos y de los planes y programas de desarrollo de nuestros países y se le dé la importancia que tiene, lo cual quiere decir, y en esto quiero insistir, hay que llevarla más allá de los medios. Creo que hay una ignorancia sobre el papel de la comunicación, sobre su importancia e incidencia en el desarrollo, en los grandes tomadores de decisiones y en la población en general. El segundo punto, insisto, es el de las nuevas tecnologías. Creo que es un gran desafío para nuestra región. En primer lugar, estudiar

cómo va a impactar en la población desde el punto de vista cultural, económico, político y social. ¿Cómo dimensionar ese impacto?, ¿cómo medirlo y cuantificarlo?, y, por supuesto, ¿cómo preparar para reaccionar frente a las consecuencias tanto positivas como negativas en este caso?. El otro aspecto relacionado con las nuevas tecnologías es ¿cómo la presencia de las nuevas tecnologías en nuestra región en nuestros países va a mejorar, por ejemplo, el contenido de la comunicación?. ¿Hasta dónde el hecho de que tengamos comunicaciones vía

importancia económica que tienen la comunicación y la cultura, es decir, la presencia de la industria cultural. ¿Cuánto significa eso para los países, para su economía, desarrollo de su vida cotidiana, y su crecimiento?. Creo que hasta ahora hemos fallado muchísimo en encontrar indicadores válidos que puedan medir la importancia económica de la comunicación y de la cultura.

A esto quería agregarle un cuarto punto de lo que debemos hacer para los próximos años, y es el de renovar esfuerzos para que la comunicación sea un

el resto de la problemática. O sea hay una especie de separación entre los que planifican, los que ejecutan, la economía, la sociología, la salud, la educación, con los que tienen que ver con educación y a su vez con comunicación. A su vez los futuros comunicadores y quienes los están preparando, tienen muy poco que ver con ese otro ámbito. Se centran demasiado en el ámbito de la comunicación. Pero hay otro aspecto del que debemos hablar, y es el futuro de las democracias en América Latina.

LUIS RAMIRO BELTRAN:

A la hora en que los organismos internacionales están comenzando a vendernos la idea de un desarrollo humanista, social y verdadero, hay que preguntarse, ¿qué clase de democracia están pensando los que hablan de eso?. Si están pensando en la democracia más bien convencional, a lo mejor como la que tenemos, o si están pensando en una democracia popular auténtica como la que tanta gente aspira en nuestros países y no puede lograr. En esta segunda línea, el pensamiento latinoamericano moderno, está evolucionando en los últimos años en una dirección muy insistente sobre la necesidad de reducción del Estado y la separación de la

sociedad civil, cuya capacidad sea tal que pueda tomar muchas de las funciones que actualmente detenta el ente estatal. La línea de pensamiento brasileña y chilena está invitando cada vez más a esa vocación. Es que para que haya verdadera democracia y no sea puramente nominal, el Estado debe tener cada vez menos tuición sobre los ciudadanos, menos comando sobre las decisiones de desarrollo y la comunidad tiene que absorber cada vez más ese desafío.

Si se va a democratizar realmente América Latina, si la democratización va a involucrar cierta reducción del Estado y cierto avance de la sociedad civil en la toma de decisiones, si las comunidades de base van a tener mayor participación en la conducción de operaciones de los servicios públicos, eso también es im-



Hernando Bernal, Marco Polo Tórez y Luis Ramiro Beltrán

satélite, uso de fibra óptica, incorporación de la informática a la producción de mensajes, una expansión apreciable de las telecomunicaciones, va a mejorar nuestra calidad de vida?, ¿cómo van a mejorar el producto cultural, el servicio público de los medios, y la información?. En otras palabras, ¿tendremos ciudadanos mejor informados, con mejores condiciones para participar en la vida política del país, o en mejores condiciones para tomar sus decisiones cotidianas que lo afectan en su relación diaria con su medio ambiente?. Es un poco medir hasta dónde lo cualitativo pudiera entrar dentro de esta presencia de las nuevas tecnologías.

Y el tercer punto que quería destacar como un reto para los próximos años, es empezar ya a medir en forma mucho más precisa, mucho más profunda, la

factor de integración de la región. Pero en esto, no podemos seguir hablando de una integración que solamente toma en cuenta los problemas económicos, y el factor del mercado. Para lograr la integración tenemos que lograr una de carácter cultural y popular, en la cual la comunicación juega un papel fundamental.

MISSAGIUM: Hablamos de ciertos procesos de macro tendencias. Habría que preguntarse qué tanto de eso se conoce en las carreras y escuelas de comunicación. Los problemas de descentralización, desarrollo alternativo, regionales, el achicamiento del Estado, etc., se manejan en facultades que no tienen nada que ver con las de comunicación y a su vez éstas, salvo rarísimas excepciones, no tienen nada que ver con