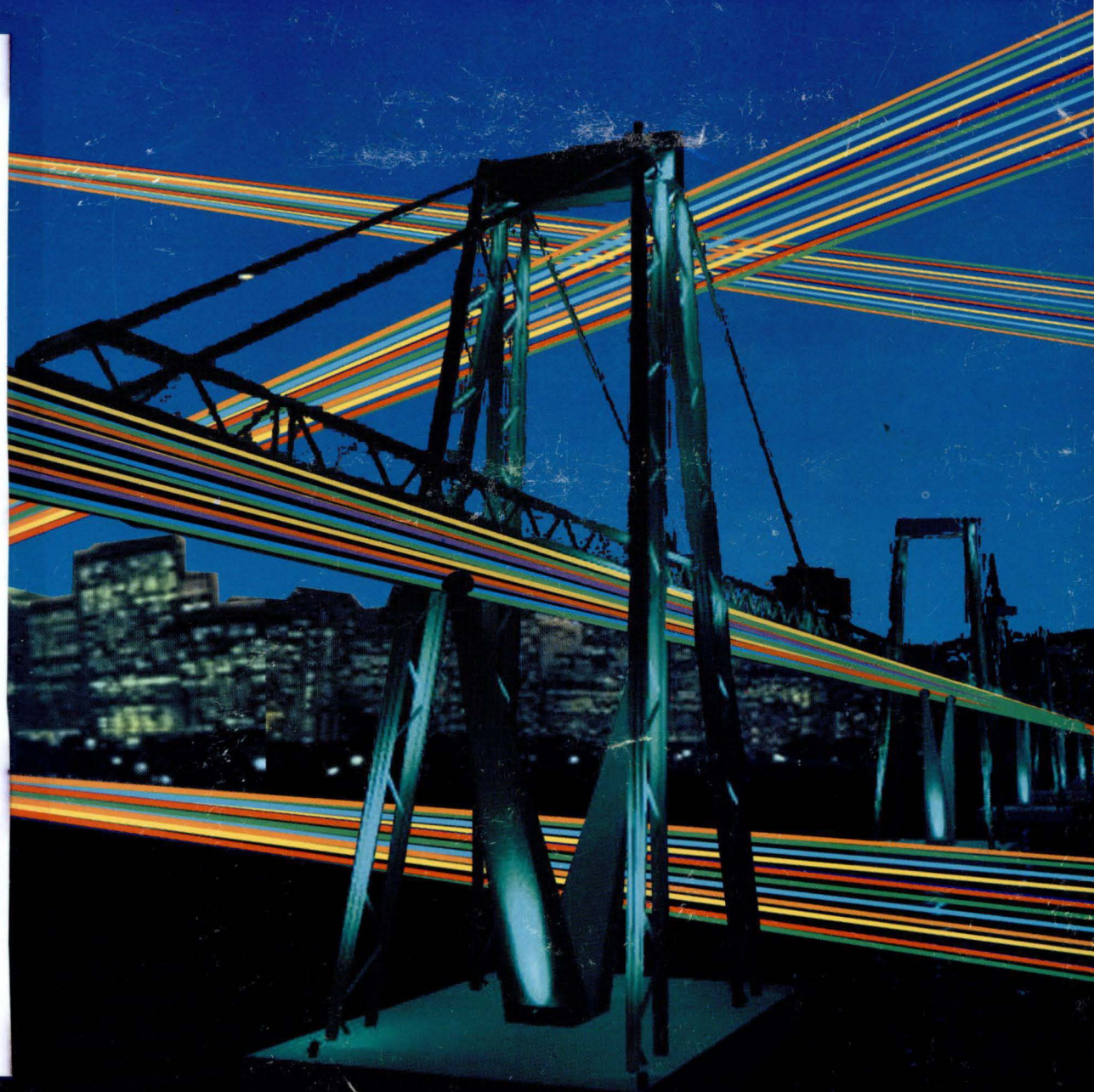


SOCIEDAD E INFORMACIÓN

Colecc. LR Beltrán
PP-AIII-036

Urquieta, Patria (2003) Luis Ramiro Beltrán: entrevista. En: Radio Nederland y UNESCO, Quito. Sociedad de la información. Hilversum, Holand, Radio Nederland. (<http://www.rnw.nl>)



LUIS RAMIRO BELTRÁN.

Luis Ramiro Beltrán Salmón, periodista, comunicólogo y escritor boliviano, doctorado en comunicación por la Universidad del Estado de Michigan, conocido internacionalmente por sus tempranas contribuciones a la reflexión crítica latinoamericana para democratizar la comunicación en la teoría y en la práctica, tanto en la esfera nacional como en la internacional.

Por muchos años y en varios países de la región fue funcionario de la OEA, del gobierno de Canadá y de la UNESCO. Se distinguió como asesor, docente e investigador de comunicación. Es igualmente consultor de organismos internacionales, gobiernos nacionales e instituciones privadas. Autor de numerosos escritos técnicos profesionales, ha publicado también obras de poesía, análisis literario, dramaturgia y reseñas testimoniales de proyectos periodísticos.

Por toda esa labor a lo largo de medio siglo, ha recibido muchas distinciones en el exterior, como el Premio Mundial de Comunicación McLuhan-Teleglobe del Canadá; y en su país, logró la Condecoración del Cóndor de los Andes y el Premio Nacional de Periodismo. Por otra parte, el doctor Beltrán ha hecho –sin militancia política alguna– especiales aportes al desarrollo y a la construcción democrática en Bolivia: en 1991 fundó el Programa Nacional de Reforma Educativa con el apoyo del Banco Mundial, y del 2001 al 2002 presidió la Corte Nacional Electoral, y condujo las elecciones nacionales de junio de este último año.

En la actualidad es, simultáneamente, defensor del lector para los ocho diarios que forman el Grupo de Prensa Líder, y consejero de la Universidad Johns Hopkins en Comunicación para la Salud en Latinoamérica.

EDUCACIÓN, DESARROLLO Y MEDIOS.

Entrevista realizada por Patricia Urquieta, colaboradora de Radio Nederland, en Bolivia.

Doctor Luis Ramiro Beltrán, en la década de 1970 se produjo un intenso y significativo movimiento mundial de reflexión académica y propuesta política para democratizar la comunicación. Usted fue uno de los latinoamericanos que desempeñó un papel de liderazgo en este movimiento. Tres décadas más tarde, ¿qué se puede decir de ello?

En efecto, yo tuve el privilegio de participar en el movimiento y creo que puedo tener una visión retrospectiva de eso. Pero, vamos a ser lo más breve posible, señalando lo siguiente. El movimiento comenzó por plantear tres principios básicos de cambio:

Uno: ampliar el acceso de la población, de la gente, del común de los ciudadanos de abajo a los medios de comunicación que eran privilegio de las elites.

Dos: propiciar la participación de éstos, aunque parecía entonces inverosímil, en la influencia de conducción de dichos medios; y

Tres: fomentar por distintos recursos, masivos y no masivos, el diálogo verdadero entre las personas con rumbo a la libertad y al desarrollo. Ahora, las áreas que cubrió nuestro esfuerzo fueron numerosas; por ejemplo, existía la preocupación con el exceso de concentración de la propiedad de los medios. Había la preocupación por la naturaleza de los mensajes que se producían en el sentido de estar dedicados simplemente a los intereses de la elite; desinteresados en el desarrollo; mensajes triviales; en fin, varios aspectos. Luego, la preocupación respecto de la distribución de los mensajes: algunos países inclusive no alcanzaban ni siquiera con la radio a llegar a toda la población. Entonces había un desequilibrio en materia de recursos informativos, que se proponía curar.

También se tomaron otras áreas de cambio. En la formación profesional hubo una evolución de escuelas muy dedicadas al arte, a escuelas con algo de participación de la ciencia para investigar y la agremiación creció mucho, se crearon varias agrupaciones profesionales y se logró intensificar sustantivamente la investigación académica en la materia que antes no había, que no estaba muy formalizada.

O sea, hubo reflexión fértil y creativa en Latinoamérica. Se hizo este diagnóstico sistemático de la situación de comunicación y se plantearon propuestas creativas. Se hizo una crítica a la dominación interna y a la dependencia externa en materia de comunicación y se desembocó en propuestas sobre políticas nacionales de comunicación, o sea crear sistemas normativos democráticos, teoría y práctica de la comunicación alternativa y bases de planificación de la comunicación al servicio del desarrollo democrático. O sea, en esa década, y en la que le sigue si se quiere, hubo considerable labor útil y productiva.

Sin embargo, ¿por qué eso no cuajó?, ¿por qué fue declinando como lo ha hecho más todavía hasta la fecha? Porque no hubo eco para la acción correctiva en los núcleos de poder, en los estamentos de decisión política y de conducción social. Ni los partidos políticos, ni los más progresistas, ni los sindicatos, ni las juntas de vecinos; solamente la Iglesia Católica se comprometió con este movimiento de cambio.

Es más, ni siquiera todo el sistema universitario participó de la preocupación y menos aún los profesionales en producción de mensajes, con excepción de unas cuantas agrupaciones de periodistas. Por eso, el movimiento fue cediendo en materia de generación teórica, los objetos de estudio cambiaron, se mercantilizó mucho la inquietud de la profesión; pero, en la práctica, bajo distintos nombres, no desapareció, y evidencias de ello son, las más claras, todo el universo vinculado al sistema popular de radio. Hay un gran movimiento latinoamericano representado por ALER, por las agrupaciones católicas y por AMARC (Asociación Mundial de Radios Comunitarias), que es mundial, pero tiene singular actividad en la región.

Entonces podemos hacer un balance muy rápido de todo eso diciendo que no se logró todo lo que se hubiera querido, ni suficientemente a fondo, pero no fue en vano el ejercicio ni ha desaparecido la inquietud. Los problemas no solamente no han desaparecido, sino que lo que se denunció entonces es evidente, ahora son más graves por nuevas razones, como las nuevas tecnologías y los factores de globalización.

Usted tiene una larga y reconocida trayectoria internacional en la promoción de la comunicación para el desarrollo, una disciplina en que la práctica comenzó a fines de los años 40 y la teoría a fines de la década del 50, habiendo alcanzado ambas, intensidad y preeminencia aproximadamente hasta mediados de los 80. ¿Cómo ve usted el estado actual de esa disciplina en Latinoamérica?

Lo veo bien y lo veo mal. Me explico. Mal porque los gobiernos no han trazado políticas y no han construido estructuras adecuadas para valerse de la comunicación para el desarrollo en general. Es decir, con pocas excepciones siguen entendiendo la comunicación, principalmente, como propaganda política y relaciones públicas, no como un sistema de educación informal, para lograr el desarrollo democrático.

Mal también porque las facultades universitarias de comunicación, que son más de doscientas en toda la región; con mínimas excepciones, no hacen docencias ni investigaciones en este campo. Avasalladas por el mercantilismo mediático se han desentendido de la responsabilidad de educación, para llegar a forjar el desarrollo democrático.

Diría también por varias razones bien, porque han surgido recientemente algunos intentos de reformulación teórica, como la propuesta de comunicación enfocada directa y específicamente a lograr el cambio social para el desarrollo. Como la tendencia a pasar de la propuesta meramente instrumental de usar los medios de radio y televisión; para apoyar a: la salud, la educación, etc; a la mediación para aumentar la capacidad propia y el poder de la gente misma para valerse y hacer una mejor comunicación por su cuenta.

Por otra parte, los amantes de la radio popular educativa, no sólo no han claudicado, no han renunciado a su compromiso con el desarrollo humano equitativo, sino que han aumentado su actividad productiva y asociativa y no hablamos sólo de la radio. Piénsese que un solo país, Colombia, hoy día tiene alrededor de 250 canales de televisión comunitaria, un gran progreso en materia de comunicación alternativa, y bien también, porque ante la indiferencia del Estado y de las empresas privadas, varias organizaciones no gubernamentales han tomado la bandera, ahora especialmente en el campo de la comunicación para la salud y para la ecología, a favor del desarrollo sostenible, y otros.

Por último, porque se ha avanzado mucho, sobre todo en los últimos doce años en sustituir la improvisación para hacer comunicaciones con programación estratégica.

En el amplio campo de la comunicación y del desarrollo quiero referirme a la educación. Existe una especie de convencimiento histórico que asegura que los medios de comunicación son instrumentos idóneos para la educación. No nos referimos aquí a la educación formal como aquella que se dedica a dar clases por radio o televisión o Internet, sino a la educación como parte indisoluble del quehacer de la comunicación. ¿En qué medida esta creencia se asienta en realidades históricas?.

A mi ver, en amplia medida. Basta con recordar unos pocos ejemplos para que la respuesta sea afirmativa.

No todos los casos fueron exitosos; muchos proyectos de comunicación educativa para el desarrollo no tuvieron el éxito que debieron, algunos malgastaron fondos por falta de programación o por no conocer las realidades en que estaban operando. Pero muchos otros sí fueron exitosos.

Remontémonos al origen, y de ello va más de medio siglo. La comunicación para el desarrollo, en realidad, comienza en radio en Colombia y en Bolivia. En Colombia con las famosas radios Sutatenza, de acción cultural popular. En Bolivia con las radios mineras que eran de los Sindicatos de Trabajadores. Esos dos ejercicios democráticos de comunicación eran de apoyo al desarrollo y de apoyo a transformar la sociedad, no solamente de darles sostén para mejor agricultura, mejor salud, sino para más libertad y para mayor equidad. Era combinar la educación en sentido amplio. Aunque Radio Sutatenza y las mineras han desaparecido, no ha desaparecido la cantidad enorme que hay en la región, más que en ninguna otra del mundo en desarrollo, de radios educativas de carácter católico o no católico y, últimamente, de carácter comunitario. O sea que esas son las evidencias de que constituye una realidad histórica la función educativa de la comunicación.

Educación supone participación. Al mismo tiempo se nos quiere hacer creer que los medios han creado oyentes, televidentes y lectores pasivos cuya participación sería mínima. Todo ello conduciría a la indiferencia y a la apatía en un cierto sentido. ¿Existen razones para pensar lo contrario?

El principio de que la educación implica o demanda participación sigue siendo válido. Ahora, veamos, la aplicación del principio no ha sido lo exitosa y amplia que quisiéramos, por diversas razones. Pero, por eso mismo es que hay que promover esa participación más que nunca porque, es cierto que más que nunca también, los medios están convirtiendo a la gente en consumidores pasivos. ¡Un muchacho pasa encerrado en su casa!

Estaba viendo una reciente información de Bolivia, un estudio que indica que los niños y los jóvenes pasan de tres y media a cuatro horas diarias viendo la televisión, sin participar ni siquiera con los demás miembros de su familia, sin conversar con nadie. ¡Para qué hablar de Internet y de la gente que se pone cascos para buscar realidades ajenas y etéreas!

Con la tecnología se ha producido una tendencia a la reclusión en sí mismo, al aislamiento, a la quiebra de la ya debilitada relación social. Pero, admitiendo que eso es así, creo que es una razón mayor para que desarrollemos imaginación, para propiciar la participación que alivie por lo menos esa lamentable situación.

Educación implica un esfuerzo de producción y un esfuerzo de recepción. En otras palabras, no se puede pretender educar desde la improvisación ni educarse desde la atención fugaz o la indiferencia. ¿No constituyen estos dos factores una barrera severa para implementar la educación a través de los medios, dadas estas tendencias actuales de los propios medios y de los mismos receptores?

Yo creo que sí. Son una barrera y deben ser motivo de suficiente preocupación, a tal punto que considero que esto constituye un gran reto. Trabajar sobre dos caminos para tratar de aliviar eso y en uno de ellos hemos trabajado alentadoramente en los últimos años

La improvisación digamos es lo que no debe hacerse en la comunicación educativa y la comunicación popular para el desarrollo. La improvisación es ajena a la aspiración de eficiencia, de eficacia por lo menos. Entonces, felizmente, en comparación a hace veinte

años, en muchos aspectos, pero especialmente en comunicación para la salud, ha habido un considerable avance a favor de la planificación estratégica que comienza en la investigación y termina en la evaluación, soslayando o limitando al mínimo posible la improvisación. O sea, en eso estamos, no diga usted perfecto, todavía hay gente que inventa o que, sin investigación, se lanza a hacer mensajes, gasta plata. Pero, hay mucha más gente que hace 10 años que ya ha aprendido a hacer arquitectura, antes de entrar a la ingeniería. Y eso es alentador.

En el otro aspecto digamos que la barrera, la atención fugaz o la indiferencia es más difícil de vencer. Ahí también tenemos un desafío que lo ha planteado por ejemplo José López Vigil, recomendando cómo transformar la programación educativa para que esta sea competitiva con la comercial. Aunque aquí parece la pregunta orientada a decir: ¡bueno, el público también tiene la culpa porque es pasivo! Es cierto, pero nosotros tenemos la responsabilidad de activar ese público, tenemos que inventar maneras para que nuestros mensajes sean atractivos. Eso es lo que propuso un hombre como el colega López Vigil. Yo creo que esa línea debe ser cultivada, ampliada, intensificada, porque tenemos que luchar contra esta situación como un verdadero desafío.

Usted sabe que una de las críticas más agrias que se han hecho a los medios de comunicación se debe al tipo de cultura que promueven, canalizan o fomentan. Vulgarización, superficialidad, trivialidad, son vocablos recurrentes en esta crítica. ¿Es valedera esta apreciación?

Tristemente es del todo válida y cada vez en mayor medida y más gravemente. Hace 15 años aproximadamente el periodismo ha sufrido un cambio completo en toda la región latinoamericana, y Bolivia no es la excepción. El cambio ha sido de un gran avance tecnológico al precio inverso de un gran deterioro ético. ¿Por qué? En primer lugar, los diarios para defenderse de la incursión poderosa de la televisión la han imitado en teatralizar, en hacer espectáculo, en volver show cualquier cosa en muchos sentidos. Entonces, se ha vuelto un periodismo muy espectacular, cargado más al “divertimento” que a la información y, por supuesto, soslayando todo interés en la educación y en el desarrollo. Entonces, hay trivialidad muy claramente, hay superficialidad y hay falta de sensibilidad social, desinterés en el cumplimiento de la responsabilidad social que tienen los medios de comunicación. Esto ha producido en muchos países un fenómeno que era accesorio hace 10 o 15 años: el sensacionalismo. Hoy, órganos de prensa conocidos como serios, no digamos simplemente

periódicos que específicamente se dedican al sensaciona ismo, sino los periódicos que se suponen que no son sensacionalistas, a menudo manejan los titulares, manejan la información, de manera de ganarle al otro, para lo cual tienen que explotar no la reflexión, sino la sensación, entonces exageran, deforman, tuercen las noticias.

Yo estuve revisando hace poco, para un seminario reciente, literatura pertinente de toda la región; hay estudios, principalmente hechos a partir de algunos expertos de la Universidad de Florida, que han estado en contacto con un millar de periodistas en la región en los últimos 10 años y realmente presentan un cuadro de la situación ética lamentable en todos los sentidos, por estas razones. De modo que sí estamos ante un grave problema que tiene que ser resuelto con la participación de ellos mismos, de las propias empresas y de los propios periodistas.

Muchas agrupaciones internacionales y nacionales tienen códigos de ética, lo que es un buen principio porque es una autorregulación, pero abarca solamente a los que son socios de esas entidades, en tanto que el problema es mucho mayor.

Muchos periodistas, ahora más que nunca, cuando entra mucha gente joven al mercado, que no son miembros de esas entidades, entonces no son alcanzables con ninguna sanción, cuando incumplen con los principios deseados.

Hablemos un poco más de la ética. La ética como norma de comportamiento supone una forma de actuar y de estar en la vida y en los medios de comunicación, con cierto margen de responsabilidad social. Es evidente aquí, como en otros casos, que no podemos hablar en términos globales y que cada realidad exige una respuesta singular. Sin embargo, el comportamiento de los medios obedece a normas y reglas que cada vez se globalizan más. Teniendo presente estas premisas ¿cuáles deberían ser los valores éticos predominantes entre la gente que se dedica a la producción en los medios de comunicación?

Es difícil seleccionar porque los planteamientos de la ética periodística en todo el mundo, inclusive en América Latina, en agrupaciones, en periódicos y todo, involucran normalmente un conjunto de 10, 12 o 15 valores fundamentales.

Yo voy a mencionar, y muy por encima, tres que considero sustanciales en respuesta a su pregunta. Obviamente, aunque no se cumpla tan fácilmente, el valor central de toda propuesta ética en materia de prensa, de periodismo, de comunicación es “la veracidad”. El apego a la búsqueda obsesiva y rigurosa de la verdad. Digo búsqueda porque no hay una verdad que esté lista para encontrarla, que esté a la mano, sino que en cada caso hay que ir a buscarla, siendo rigurosos, siendo exactos, siendo equitativos, siendo información contextual, involucrando a dos o tres fuentes. En fin, son varios factores, pero, la veracidad, aunque parezca demasiado evidente, es el valor fundamental del ejercicio de la comunicación, sobre todo del periodista.

La otra, que es mucho menos visible y está todavía más abandonada, es la “responsabilidad social”. No solamente la responsabilidad en relación con la dignidad de la persona humana, con la intimidad, con el respeto a la persona, que hoy día es motivo de escándalo, de distorsión, de abuso, sino también en el sentido de responsabilidad con las inquietudes de la gente. La mayoría de los medios de comunicación se ocupan más de las elites que del pueblo raso. La mayoría prefiere la noticia de lo malo a la noticia de lo bueno, porque se sigue con el viejo precepto europeo de hace muchos siglos de que noticia es “cuando el hombre muerde al perro”. Entonces sobre esa base, lo bueno no es noticia. Y entre lo bueno está la preocupación, primero, para denunciar el subdesarrollo y la injusticia, y segundo, apoyar los esfuerzos para superar estas circunstancias y promover un desarrollo democrático y equitativo. Todo esto lo hacen muy pocos órganos de prensa, y eso es lamentable y deplorable, pero no creo que es irremediable y veo que hay en el horizonte algunas señales plausibles de mejoramiento.

¿La actual figura del defensor del lector que usted representa, en la que Bolivia ha incursionado nuevamente este año, es una garantía del reencuentro de los comunicadores, en este caso los periodistas y los ciudadanos, o lo que se ha llamado el pueblo raso?

No sé si llegue a constituir una garantía absoluta o no, porque depende, es un ejercicio nuevo, en que ambas partes tienen que aprender. El lector no sabe quejarse o no se atreve a quejarse. Ha tenido muy poca receptividad en los medios. Normalmente hay una especie de triunfalismo de sabiduría por parte de algunos periodistas que piensan que tienen toda la razón. Recuerde usted que en los últimos 10 años el poder del sistema de comunicación masiva, el poder de la radio, la prensa y la televisión, ha aumentado enormemente, a punto de que la vieja metáfora del cuarto poder deja de ser metáfora para volverse una realidad peligrosa, porque estamos abusando de ella, estamos haciendo mal uso de ese poderío, de esa influencia, y eso está causando muchos problemas a la gente. La gente no está acostumbrada, tiene que aprender y los periodistas también tenemos que aprender. Es decir, la preocupación ética está en cada individuo, pero tiene que ser una acción colectiva de reflexión y de acción para corregir los errores y las fallas.

Usted ha mencionado el ejercicio actual en Bolivia de “defensoría del lector” que en América Latina existe en pocos países y en pocos diarios. No hay más que uno o dos países donde también hay algo en televisión, principalmente Colombia y Perú. Entonces, “la defensoría del lector” es una institución de origen sueco y americano, pero muy nueva entre nosotros. En cada caso necesita un aprendizaje, el lector tiene que acostumbrarse a que tiene derecho, no es un favor que le hacen los periódicos, tienen derecho a reclamar, y el periodista tiene que acostumbrarse a que cuando falla, admitir el error, darle explicación, darle satisfacción y pedir excusas.

De momento, predomina una cierta soberbia de “yo lo sé todo y si me equivoco, mejor lo tapo y no hago la aclaración debida”. Las rectificaciones muchas veces no son muy claras y a veces son hasta todo lo contrario, añaden en vez de disminuir el daño. Entonces todas esas inquietudes no son solamente de Bolivia, están en toda la región latinoamericana, pero en Bolivia ha nacido afortunadamente esa voluntad de autorregulación por parte de un grupo, del grupo más grande de diarios de un país pequeño que tiene 8 periódicos, pero que voluntariamente propietarios y periodistas han hecho una declaración de principios, han formulado un código de ética que no existía y han hecho el estatuto del defensor del lector e, inclusive, acaban de publicar un manual de quejas para ayudarle a la gente, a orientarla cómo reclamarles. A mí me parece sorprendente. ¿Cuál es la idea del defensor del lector? Es un intermediario entre

el que escribe y el que lee. O sea, entre el pueblo o público, como queramos entenderlo, y los que producen el mensaje, entre el emisor y el receptor. Es un acercamiento democrático, ¿por qué? Porque al intensificarse, organizarse y mejorar el acceso, ha de darse una facultad de control social a la gente que no tiene intervención del Estado ni está determinada por el mercado, sino que ha sido pedida por los propios periodistas. Creo que eso es plausible y espero que haya mas ejercicios similares.

Esto comenzó en Colombia y Brasil y después se hizo en México, en Panamá, en Guatemala, en Ecuador, en Colombia, Argentina y ahora Bolivia. Es una de las buenas señales que hay en el horizonte. Hay otra buena señal en el sentido de la vocación en otros países, principalmente Chile, pero también comienza en Bolivia: el establecimiento de pluralistas consejos nacionales de ética periodística, con agrupaciones de prensa, de propietarios, de empresarios, docentes, e incluso para gente que no está asociada a determinado grupo. Entonces yo veo con optimismo esos ejercicios, esperando que rindan el acercamiento al que se refiere la pregunta.

La tendencia a un acercamiento entre los medios de comunicación y los ciudadanos, como usted la ha descrito ahora, es una razón para creer que el porvenir de la comunicación depara una sociedad más justa y equilibrada.

¡Así lo creo! Tengo muchos años de haber propiciado ese tipo de articulación de diálogo. La propia idea de las políticas de comunicación sugeridas a través de los años 70 no era una idea "estatista", no era una idea de que el gobierno tenía que decirle a los medios cómo portarse; era una idea para que se reunieran los empresarios, los periodistas y los representantes de la sociedad civil, para formular en conjunto, por acuerdo, un sistema normativo que luego se confiara al Estado, como árbitro por la vía legal de hacer cumplir las disposiciones que esta comunidad acordase. Sigo creyendo en eso, sigo soñando que es posible y, por tanto, creo que las señales que están en el horizonte son promisorias.

Es un momento muy difícil, tenemos una exageración mercantil, tenemos un momento de excesiva concentración de poder político, tenemos un momento en que el periodismo tiene un poderío desmedido, hay varias circunstancias que parecieran conspirar contra el ideal. Pero yo soy obstinado en la utopía, así que sigo creyendo que vamos a hacerlo mejor.