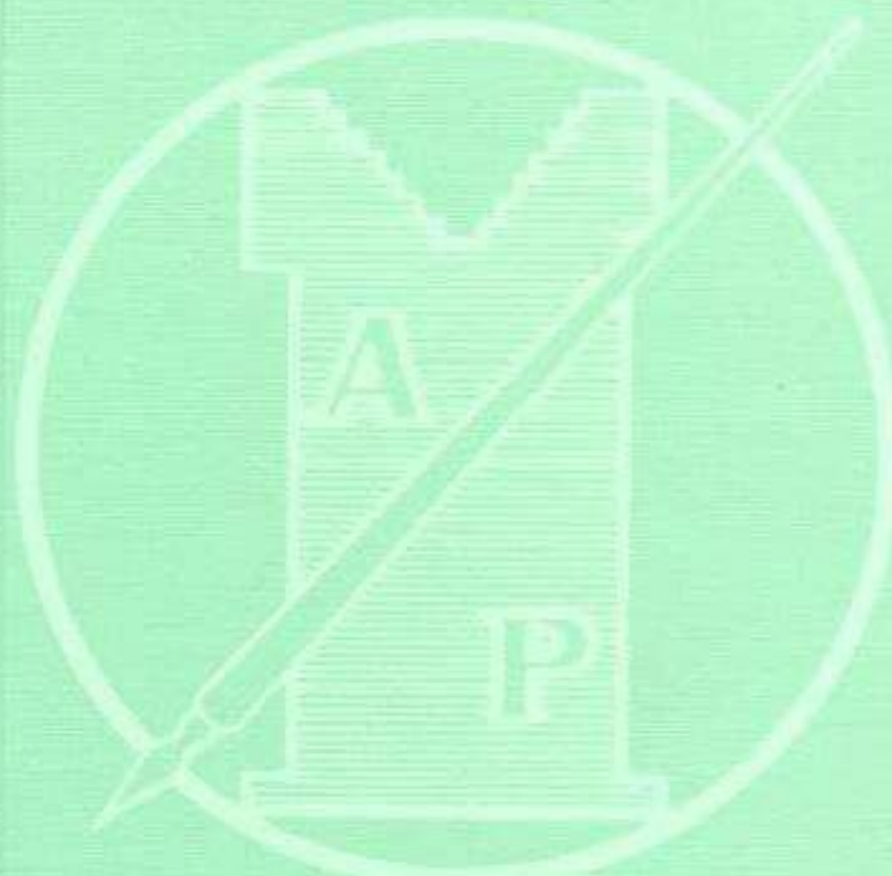


94
Beltrán S., Luis Ramiro (1991) Marco teórico de las políticas de Comunicación del Estado. En: Asociación de Periodistas de La Paz. Políticas de Comunicación del Estado. La Paz. pp. 17-37. (Serie: Debate).

Políticas de Comunicación del Estado

Colecc. LR Beltrán
PP-AI-059



Humberto Vacaflor G.
Luis Ramiro Beltrán S.
Ana María de Campero
Mario Rueda Peña
Herman Antelo L.
Manfredo Kempff S.

Serie: Debate

No. 1

Marco Teórico de las Políticas de Comunicación del Estado

Luis Ramiro Beltrán

Luis Ramiro Beltrán es periodista e investigador. Trabajó en los diarios "La Patria" de Oruro y "La Razón" de La Paz, de 1942 a 1952. Fue corresponsal. Trabajó en periodismo radial. Dirigió la agencia "Life" de Publicidad. Entre 1955 y 1965, trabajó en el exterior en organismos internacionales en el campo de la educación para el desarrollo. De 1966 a 1970, estudió para obtener el grado de master en comunicación en los Estados Unidos. De 1971 a la fecha se dedica a trabajos de investigación en comunicación y actualmente es consultor de la UNESCO. En 1983, fue distinguido con el primer Premio de Comunicación MacLuhan, en Canadá. En Bolivia, recibió la condecoración del Cóndor de los Andes y el Doctorado Honorario de la Universidad Católica, de La Paz, y de la Universidad Técnica de Oruro.

Como escritor, es miembro correspondiente de la Academia Boliviana de la Lengua. Escribió una antología de la poesía boliviana y tiene más de 140 publicaciones.

Antecedentes

Muchas gracias, queridos colegas y amigos. Mi reconocimiento a los dirigentes de nuestra Asociación por su gentil invitación a este encuentro y por su generosa presentación de mis antecedentes. Espero dar cumplimiento adecuado al encargo que se me ha hecho.

Pero antes de hacer esto, quisiera expresar mis sinceras congratulaciones al Directorio de nuestra entidad por propiciar este tipo de diálogo. Creo que hace muy bien la Asociación en auspiciar estos encuentros. Esperemos que sean más frecuentes y más concurridos, porque es tarea primordial de la entidad que maneja el esfuerzo gremial la de provocar el diálogo sobre la problemática de nuestro oficio en forma constante y sistemática. Este empeño se conjuga muy bien con los esfuerzos semejantes que hacen agrupaciones privadas y núcleos universitarios. Nuestra profesión no puede ser solamente un oficio de la práctica diaria sin reflexión. Estas ocasiones de reflexión son, por lo tanto, útiles para todos nosotros.

En los 30 minutos que se me han concedido para esta presentación, intentaré hacer un repaso bastante esquemático de lo que se entiende o se ha entendido hasta la fecha por teoría de políticas de comunicación. Conviene advertir que esa teoría o estas políticas son un fenómeno bastante nuevo en nuestro oficio en todo el mundo, no solamente en Bolivia, no solamente en América Latina.

El concepto de políticas nacionales de comunicación arranca con alguna formalidad allá por 1973. Aunque algunos que no favorecen la aplicación de ese tipo de políticas las conservan como un esquema subversivo de origen izquierdista, en realidad el origen de las políticas de comunicación está en Estados Unidos. Los primeros profesionales de comunicación que plantean como sugerencia al mundo en desarrollo la conveniencia de tener políticas y planes de comunicación no son ciertamente intelectuales de la Unión Soviética, ni gentes de nuestros países comprometidas en el cambio social radical. Son exactamente dos núcleos de intelectuales norteamericanos, uno de la Universidad de Stanford, donde brilla el doctor Wilbur Schramm, primordial teórico de la comunicación para lo que llamaba la modernización, y otro en Harvard, en el Instituto Tecnológico de Masachussets, el doctor Daniel Lerner. Estos señores, allá por el 65 y 66, comenzaron a propiciar hallazgos de investigación mundial, incluyendo varios de los países llamados en desarrollo. Encontraron que estos países, a diferencia de los países industrializados, necesitaban organizar su sistema de comunicación y que lo lógico era que para ello establecieran políticas y planes.

Ese pensamiento de raíz norteamericana fue experimentando adaptaciones, y fue finalmente acogido universalmente al ser propiciado por la UNESCO a partir de principios de la década del 70. Hay aportes ulteriores de pensamiento radical pero no son muchos ni muy conocidos, porque cuanto mayor es la radicalidad de pensamiento, menor fe se tiene en las políticas como procedimiento para cambiar los regímenes de comunicación que se consideran indeseables. En efecto, no se manifiesta gran preocupación por políticas en los círculos del pensamiento marxista europeo. Más bien ese pensamiento más tarde se hace latinoamericano y llega a forjar un planteamiento

que alcanzaría rápidamente aceptación y circulación mundial. O sea, si las raíces estaban en Norteamérica, el lanzamiento formal y el desarrollo importante (de la teoría de las políticas de comunicación) son contribución de Latinoamérica al mundo.

Noción de Política

Para dar el marco que se me ha pedido para este importante debate, comencemos por revisar, primero, la noción de qué es una política en general, antes de hablar de una política de comunicación, porque obviamente las políticas de nuestro oficio no son totalmente independientes o distintas de las políticas en otros dominios de la actividad social. La noción más aceptada, más universal a la fecha, es que una política es un conjunto de normas para moldear conductas. En su esencia, en su forma más concreta y sustantiva, eso es lo que es cualquier política: un juego de prescripciones de comportamiento social, tanto positivas como negativas, para determinar fenómenos, procesos o problemas. Cuando alguien formula una política, lo que está queriendo hacer es determinar una cierta manera de pensar, sentir y actuar de parte de la gente.

Aquí no debe haber ningún equívoco, porque aquí es también donde comienza el problema; a partir de este instante, cualquier política, en cualquier campo, se constituye en un ejercicio restrictivo de la libertad total. O sea, política es racionalidad, negación de anarquía, y, al tratar de moldear un comportamiento, lo que estamos proponiendo es ciertamente inhibir ciertas prácticas y fomentar otras. Vamos a avalar ciertas ideas, mientras vamos a desahuciar otras. Toda política es eso. Yo diría que los dos mejores ejemplos que se conocen de qué es una política

en sentido técnico, político, ético, religioso, son el Credo cristiano –condensación de doctrinas– y los Diez Mandamientos –prescripción de comportamiento–. También es buena ilustración el librito rojo de Mao.

Pero en materia ética, siempre me fascina la capacidad de formulación de políticas de tres instancias señeras de la cultura que nos es conocida. En la raíz de nuestra cultura autóctona está el precepto central del Imperio Incaico, la trilogía del comportamiento "Ama Sua, Ama Llulla, Ama Quella" (No mientas, no robes, no seas perezoso). Ella constituye toda una política para el comportamiento moral de los ciudadanos.

La política traza el comportamiento, la política marca la senda por la que la gente debe ir, restringe ciertos comportamientos. Por eso es atacada por aquellas personas que creen que la sociedad no debe aceptar ningún tipo de limitaciones al comportamiento humano y que la persona tiene libre albedrío y no debe ser coartada por ninguna formulación de políticas.

Observemos que en casi todos los casos se enuncia una política por el método positivo o negativo, por ejemplo, no matarás, no mentirás, no serás ladrón; o a veces en positivo: ama a tu prójimo como a ti mismo. ¿Qué va aparejado a esto? Cuando yo planteo: hagan esto que es bueno, hay implícitamente, y a veces explícitamente, un premio a esa conducta, para lograrla, para conquistarla o fortalecerla. Y, cuando una persona se aparta de ese esquema, de ese planteamiento, de ese modelo de conducta que planteo, entonces hay castigo. Toda política es un régimen de estímulo y sanción, propicia algunas cosas e inhibe otras; por eso se enuncia a menudo en negativo, pero también en positivo. Eso es en general, para mí, la esencia

de lo que se puede considerar hoy una política en cualquier terreno.

¿Quiénes pueden implantar políticas? Obviamente los que tienen poder para determinar la conducta de los demás. En nuestra sociedad, se encuentran tres agrupaciones que son generadoras de políticas:

- Las agrupaciones profesionales, por ejemplo, una Federación de Médicos, que plantea su código ético que es una política de servicio, lo que va a dar o lo que no va a dar, y en qué condiciones.
- Instituciones, por ejemplo, una Cámara de Comercio, que plantea un código mercantil para que el país lo apruebe y una política de importaciones y exportaciones que recomienda al gobierno.
- Y el ente más ocupado en formular políticas por encargo del conjunto de las instituciones de la sociedad es sin duda el Estado, a través de los distintos regímenes de Gobierno que lo conforman.

Siempre ha habido políticas. Si tomamos Bolivia desde la fundación de la República, ha habido políticas de gobierno que han comenzado por una política militar, una política educativa –desde que el Mariscal Andrés de Santa Cruz determinó ciertas creaciones institucionales, estaba haciendo un trazo de una política–. Hoy, obviamente, las políticas más sobresalientes son las de educación, salud y población, así como la de preservación ambiental y la lucha contra la drogadicción, porque son los problemas atinentes de la sociedad de hoy. Igualmente, es fundamental para un país como Bolivia definir una política de recupe-

ración marítima.

Por iniciativa propia o cediendo a presiones, todo gobierno tiene que trazar políticas en los distintos campos de acción: Políticas de impuestos, de precios, de salarios, de seguridad, de defensa, de relaciones exteriores, de reforma agraria, en fin... No es, por tanto, lógico pensar que una política nacional de comunicación sea algo que un grupo pequeño de conspiradores inventó para inquietar o perjudicar a nadie.

Hay políticas de comunicación desde hace muchos años, pero son parciales y transitorias. Las más obvias y tradicionales en nuestros países, no solamente en Bolivia, son, por ejemplo, políticas de libertad versus censura. Hay una ley de prensa y hay también una ley contra el libelo. Hay normas legales que definen qué se permite, qué no se permite, qué se estimula y qué se castiga. Eso es una política parcial. Hay también la política del uso del espectro radioeléctrico: El gobierno dispone que ese espectro es de propiedad del Estado; el pueblo representado por el Estado es dueño del espectro eléctrico. Por tanto, el Estado asigna las frecuencias solamente en uso y puede retirarlas cuando los concesionarios no cumplen las disposiciones. Existen igualmente disposiciones sobre importación de papel o reducción de derechos a la entrada de libros, etc. Hay, pues, muchas políticas de comunicación, pero son sueltas y fragmentarias.

Repasando, la política es, pues, un trazo para la acción, y este diseño conlleva el afán de racionalidad. En cierto modo, formular una política equivale a responder a la pregunta crucial que se hacía Lenin: ¿Qué hacer, hacia dónde ir, cuál es el camino para llegar a donde queremos llegar?

Racionalidad. ¿Qué quiere decir esto? La voluntad de prever en vez de improvisar. O sea, la política es antianárquica. Cuando no hay una política, cualquiera puede hacer lo que le parezca. Cuando hay una política, se recorta esa libertad, ya no puede hacer cada uno lo que le venga en gana. La política trata de prever, de organizar, de anticipar, en vez de improvisar, y de concertar para lograr eficiencia. La política, si es democrática, busca aunar recursos e ideales, conciliar aspiraciones e intereses opuestos en torno a una causa común que beneficie a toda la población.

Las políticas, precisamente por ser racionales, para ser enunciadas debidamente, claramente, para que sean cristalinas o para que la población las pueda entender y aplicar normalmente, incluyen principios en su enunciado. ¿Qué quiere decir un principio en este caso? Es un precepto central, un modelo ideal de conducta. Todos nuestros países, por ejemplo, creen que la libertad de prensa debe ser completamente irrestricta. Es una creencia, no es un mandato de comportamiento; es un principio. Para aplicar el principio se lo convierte en objetivo. Entonces, se dice que este país hará respetar la libertad de prensa mediante estos mecanismos. Estas ya son finalidades para aplicar el principio. Trazadas esas finalidades y objetivos, se ejecutan las acciones estratégicas, para alcanzar esos objetivos en un plan de organización racional.

Un Estado que tenga una política de comunicación para todo el país hecha por consenso de la comunidad, puede hacer muchos ejercicios de racionalidad para ahorrar recursos, para conciliar intereses, para optimizar esfuerzos. De las políticas se derivan estrategias en un nivel menor de diseño, más preciso y más operativo. También se derivan programas de planes de largo plazo. Estos tienen pro-

gramas específicos y de ellos se derivan nuevos proyectos.

Hay, pues, políticas de comunicación que son parciales, que se ocupan solamente de una parte del universo posible; no son políticas que ven el conjunto de la problemática de la comunicación.

Por otra parte, algunas políticas son explícitas; por ejemplo, están contenidas en leyes, reglamentos o discursos. Estos formatos de políticas dicen claramente lo que se debe hacer y lo que no se ha de hacer. Constan en documentos que cualquiera puede verificar. En cambio, se dan casos de políticas que son sólo implícitas. En el primer caso, la intención es manifiesta. En el segundo caso, ella está velada.

Para algunas personas de posición sumamente liberal en esta materia de la comunicación, toda política es mala, toda política es indeseable porque es restrictiva de aspectos de las libertades; por tanto, ellos sostienen que la mejor política es no tener ninguna. Esto que a ellos les parece normal para otros luce indeseable. Y es que la política implícita no está a la luz pública para que los ciudadanos puedan verla y cobrarle al gobernante que la aplica o no la aplica. Es una formulación subyacente, a veces ambigua, y como tal se presta al manejo arbitrario. En cambio, la política enunciada taxativamente, claramente, obliga al gobernante a responder por las aplicaciones de su enunciado.

Política Nacional

El fenómeno común de la política es que haya dispersión, incoherencias en su formulación. A veces hasta hay

contradicción entre políticas. Una norma que está opuesta a otra porque no hay la unidad de criterio que se logra bajo un sistema conceptual que las armonice y convierta en un todo orgánico.

Cuando se le agrega el adjetivo nacional a una política, sea o no de comunicación, se está haciendo una cosa muy importante, se está indicando que la política tendrá varias características. Primero, no será parcial, será integrada. Tal como se usa en la teoría, el término nacional no se refiere sólo a la jurisdicción territorial ni demográfica. Se refiere a que esa política propone comportamientos deseables para todos los integrantes de un sistema social, de una nación. Sugiere que debe ser formulada, si es democrática, con el concurso de todos los ciudadanos, por medio de sus delegados, en pos de consenso.

Una política nacional, por tanto, tiene que caracterizarse por tres factores que son destacables, que son verificables casi al momento. Debe ser explícita para ser nacional, debe ser integrada, y debe ser duradera. Es decir, no podrá ser implícita, porque si es implícita no podrá ser una política que todos los ciudadanos puedan aplicar; si no es integrada será incoherente, dispersa y caprichosa; y si no es duradera también resultará inadecuada, pues al ser sólo coyuntural y momentánea, se va perdiendo.

¿Cuál es el papel del Estado en la formulación y aplicación de las políticas nacionales de comunicación? El papel del Estado, en la teoría de la sociedad democrática, tiene varios componentes o funciones. El Estado es el ente que hace diseños y planificaciones, el Estado tiene que montar la propuesta de una política. También se ha adscrito al Estado la función de arbitraje, el Estado es responsable de dirimir en situaciones de conflicto.

Si la sociedad es autoritaria, si no es democrática, todo este aparato conceptual se desploma, porque un sistema dictatorial no necesita de consulta, de consenso, de ningún mecanismo así. No necesita ser explícito, no necesita formular nada. Tiene políticas, no las cuenta a nadie y las aplica con fuerza y a veces con aspereza. Allá donde la coerción y la fuerza son primordiales, la persuasión es accesoria. En las sociedades democráticas, en cambio, hay una combinación de persuasión y coerción en la aplicación de políticas, pero predomina la persuasión sobre la coerción.

Para enunciar una política hay muchos instrumentos. Estos varían en ámbitos, en el grado de territorio que alcanzan y en complejidad. Puede trazarse toda una política aunque sea en un solo párrafo.

Una política no es necesariamente un documento de 50 páginas con incisos. En el momento en que el gobernante anuncia que éste es el trazo a seguir, está sentando la base de una política. Luego se va bajando de nivel, más hacia lo operativo. Por ejemplo, puede haber una declaración ministerial que aclare un poco más lo que hubiera dicho un mandatario.

Posteriormente, habrá presiones para que ciertos elementos de esa declaración ministerial sean expresados en forma de decretos taxativos y concretos, y más tarde, si hay muchos de esos decretos, alguien pretenderá que se los junte como Ley General. Y esta ley para ser puesta en práctica en distintos ámbitos exigirá a menudo reglamentos aplicativos.

Las políticas son evidentemente normas, pero las normas no son solamente jurídicas; también son morales, so-

ciales, etc. Hay muchos tipos de normas y las más evidentes suelen tener reglamentos. De ahí la forma más organizada y estricta de la política.

Pero las políticas no nacen generalmente en enunciados legales. Nacen en enunciados de estrategias de política del Estado para la conducción del país.

Políticas de Comunicación

En nuestro campo específico, las políticas de comunicación también las formulan empresarios, gremialistas y gobiernos. Son por lo general parciales, no integradas y poco duraderas. Por eso hubo en los años 70 un movimiento regional para formular políticas nacionales de comunicación explícitas, duraderas e integradas, tal como el modelo ideal lo había sugerido.

Este movimiento fue de carácter mundial. La UNESCO fue encargada por sus 160 estados miembros de ayudar a propiciar las políticas nacionales de comunicación en el mundo en desarrollo. Así lo hizo mediante una serie de organismos y actividades. Una primera reunión de expertos sobre políticas de comunicación en el mundo tuvo lugar en América Latina. Se realizó en 1974 en Bogotá, con participación de dos colegas miembros de esta Asociación, por el lado boliviano: Mariano Baptista y Hugo Alfonso Salmón. Sobre la base de un documento preparado un poco antes, un comité de expertos independientes se reunió para reafirmar el concepto y avanzar la propuesta, y preparar la agenda para una reunión interministerial.

Venciendo grandes dificultades y oposiciones, la primera reunión en el mundo a nivel gubernamental sobre

políticas nacionales de comunicación se realizó en San José, Costa Rica, en 1976. Aprobó una declaración por unanimidad, que es todo un credo de la democratización de la comunicación en América Latina, y aprobó también un conjunto frondoso de recomendaciones, de las cuales lamentablemente las posibilidades de aplicación eran de nacimiento escasas. La reunión, pese a ser de gobiernos, no tenía facultades para dictaminar la conducta de cada uno de ellos. Apenas formalizaba al nivel político la propuesta técnica de los expertos. Cada país miembro quedaba en libertad en su territorio para decidir si hacía o no hacía una tal política. Lo que hizo la reunión de San José fue dar todas las bases principales para que pudieran hacerla.

Análisis de grupos de evaluación realizados a los cinco y diez años después del 76 indicaron que las realizaciones eran ínfimas, inclusive que los intentos mismos eran mínimos. Así que los gobiernos aprueban la declaración y luego muy pocos se acuerdan de ello. Cuando algunos pocos se acordaron y quisieron hacer algo, los círculos político-empresariales opuestos a este tipo de actividad hicieron campañas tan poderosas que lograron frustrar los intentos.

Y a mediados de la década de los 70 algunos países de la región procuraron formular políticas, aunque no tenían una hermeneútica globalista. Bajo distintos enfoques hubo tres ejercicios muy importantes, fallidos pero aleccionadores.

El primer intento serio de hacer una política estatal de medios de comunicación, solamente para mejorar la radio y la televisión gubernamentales de Venezuela, se hizo en ese país a principios de la década del 70. Se proponía crear

el Consejo Nacional de Cultura y una especie de Instituto Nacional de Radio y Televisión que se llamaría R-TELVE. Y el Consejo llegó a nacer, pero el proyecto R-TELVE fue frustrado del todo, por una dura campaña de medios masivos. Después de San José, el Presidente Carlos Andrés Pérez y su Ministro de Informaciones Guido Groscors, que fueron los puntales de la reunión de Costa Rica, los líderes del movimiento, no pudieron aplicar la idea de la política en su propio país debido a una frontal oposición empresarial.

Quizás con menos preparación conceptual o doctrinal pero con más capacidad ejecutiva, el Perú produjo una transformación total de los medios del Estado y en parte hasta del sector privado. Fue el período de los militares. Ningún otro país llegó a formular, por ejemplo, una ley de radio y televisión tan progresista y racional, la más avanzada que ha habido en América Latina. Pero se le haría imposible aplicar dicha legislación por circunstancias también muy semejantes. Su mayor audacia fue tratar de crear un formato de propiedad de los medios que fueran de naturaleza social, cooperativa, en sustitución del formato estatal y de su opuesto, el formato privado comercial. Eso se llamó el plan de "socialización de la prensa". El gobierno revolucionario peruano tomó los grandes diarios de Lima, los pasó a poder del Estado y anunció su intención de entregarlos a las comunidades laborales de la nación. Esto nunca ocurrió; pasaron los meses, los años, y el gobierno, que no tenía una base propia de sustentación popular, evitó la entrega de los diarios confiscados a las organizaciones populares. Así, en lo que quedó el ensayo fue simplemente en un nuevo formato de dominación estatal que en nada reemplazaba con ventaja al sistema comercial. El remedio no fue muy distinto de la enfermedad.

Varios años después, el ejercicio más integrado, más completo, más profundo que se haya hecho para cambiar toda la comunicación bajo una gran política central tuvo lugar en México. Por varios meses, un grupo de trabajo de la Secretaría Nacional de la Presidencia de México hizo un trazo sumamente avanzado y completo para transformar la comunicación en ese país, para democratizar desde el concepto de comunicación y el concepto de derecho de comunicación hasta el ejercicio del oficio y el manejo y financiación de los medios, para que sirvieran al desarrollo nacional. Cuando casi todo estaba listo para entrar en vigencia, súbitamente cambió el Secretario Nacional de Informaciones. El personal fue desbandado y todo el proyecto pasó al archivo del olvido.

Experiencia Boliviana

No tengo ventaja, dada la presencia de distinguidos colegas –prácticos, académicos y políticos– que saben tanto de esto. Por ello no pretendo entrar en el terreno del análisis de las experiencias que se han hecho, o se vayan a hacer en Bolivia, en materia de políticas de la comunicación. Que yo sepa, en Bolivia nunca se ha intentado, ni antes ni después de San José, la formulación de una verdadera política nacional global que abrace a todos los medios, públicos y privados. Lo que ha habido son intentos meritorios, pero ocasionales y modestos, de formular políticas estatales de comunicación, a veces parciales. Precisamente ante la imposibilidad de hacer una política global nacional que toque el terreno neurálgico del sistema comercial, los gobiernos se limitan entendiblemente, a políticas para los medios estatales. Buscan así lograr racionalidad siquiera dentro de la casa, por lo menos mejorar lo poco que tiene el gobierno para hacer la tarea de comu-

nicación educativa para el desarrollo, que debe hacerse más allá de la simple publicidad gubernamental.

-01-

26] Creo que uno de los ejemplos más recientes e interesantes en ese sentido fue el presidido por nuestro colega Mario Rueda, Ministro de Información en época de Dr. Hernán Siles. El realmente intentó, casi solitariamente, hacer toda una política estatal de comunicaciones, con énfasis en el medio televisivo.

911]

110] Herman Antelo, a su vez, ha participado en distintos intentos y experiencias parecidos en este sentido y así también nos puede dar mucha información sobre lo que se puede y no se puede en el terreno de la práctica. Y reconozco a Ana María de Campero una antigua preocupación por esa temática. Este seminario está, pues, muy bien dotado de gente que tiene base conceptual en la materia, además de haber vivido las experiencias, las frustraciones, los anhelos, las aspiraciones de intentar hacer algo en esa materia.

-10] La otra cosa que se puede decir de Bolivia es que hay un olvido que yo no me canso de recalcar, en cualquier forma, en cualquier ocasión, cuando se habla de políticas de comunicación. La mayoría de la gente piensa en medios masivos pero de los medios interpersonales nadie se acuerda, soslayando el hecho de que la gran mayoría de esa población, por lo menos el 50%, casi no tiene acceso importante a los medios masivos, excepto la radio. Y, lo que es mucho más grave todavía, es que aunque es evidente que uno de cada dos bolivianos no tiene al español como idioma propio, cuando se hacen políticas de comunicación, cuando se hacen planes de comunicación de salud, agricultura y alfabetización, esa gruesa realidad no es tomada en cuenta. Es patético ver cómo, aunque todo el

mundo reconoce que el sector más abatido de la población, más sufrido por el subdesarrollo, es el sector indígena rural, o el del suburbio de extracción autóctona, todos los programas y planes se dirigen a la gente de las ciudades, a las minorías de estatus social, económico e intelectual superior. Esto es apuntar a un lado y, paradójicamente, disparar hacia el opuesto. Tal conducta envuelve la negación de la raíz y verdad de este país.

Yo no he visto nunca un intento de comunicación que favorezca a los extraordinarios ejercicios de comunicación autóctona que se han dado en este país. Esto es más increíble cuando es más notable en esos desarrollos la alta creatividad de los indígenas bolivianos para comunicarse, admirada en el exterior. Me refiero al gran ejercicio de democratización de la comunicación hecho por el pueblo boliviano, sin doctrina, sin gobierno, sin partido, sin plata y sin ninguna teoría. Cuando se habla de comunicación "dialógica", "popular", "alternativa", "horizontal", etc., se aplican adjetivos a posteriori. Los indígenas bolivianos, mineros o campesinos, la están haciendo desde hace más de 40 años, sin reflexión, sin nombre. Han creado tres formatos: El de las radios mineras es el más conocido por su notoriedad política. Otro es el de los radialistas nativos de la madrugada, pequeños empresarios independientes que reemplazan al telégrafo, al correo, al periódico y al teléfono, a todo lo que la sociedad colonial les ha negado. Y el tercer ejercicio es el que hoy se conjuga en esa extraordinaria empresa que se llama ERBOL, en el que el personaje inspirador es la Iglesia Católica. En los tres casos, este país, por obra de su gente de raíz nativa, ha dado ejemplo al mundo sobre cómo hacer comunicación democrática.

Nadie, sin embargo, se ha ocupado nunca de tales experiencias. Los estudios que hay en este país son insignifi-

cantes; respecto de las radios mineras no hay más de seis o siete estudios; sobre la radio campesina de la madrugada, sólo dos estudios, y sobre ERBOL hay diez estudios. En ningún gobierno se ha planteado una política de comunicación para fomentar esta extraordinaria iniciativa de la base autóctona de nuestro país.

Yo confío en que cuando sea posible formular una tal política nacional de comunicación por lo menos para los medios estatales, que ésta no se limite simplemente a pensar qué va a hacer con la radio y televisión del Estado, sino que también se preocupe por ver cómo la comunicación para el desarrollo debe funcionar en todos los sectores del Estado, y respaldar esta formidable iniciativa indígena de nuestro país.

Muchas gracias