

DIA·LOGOS

Colecc. LR Beltrán
PP-AI-060

DE LA COMUNICACION

29

ENSAYO

- CRISIS DEL MARKETING POLITICO EN EL PERU
 - PROCESOS POLITICOS EN NICARAGUA
 - VIDEOPOLITICA Y CULTURA
- COMUNICACION POLITICA Y POLARIZACION ELECTORAL
 - ELECCIONES Y COMUNICACION EN COLOMBIA
- COMUNICACION POLITICA MASIVA: NUEVAS ESTRATEGIAS DE PERSUASION
 - INDUSTRIA DE LA COMUNICACION Y ELECCIONES EN BRASIL
 - COMUNICACIONES Y DEMOCRACIA EN CHILE

INVESTIGACION

- TELEVISION PARA EL DESARROLLO ¿EXISTE EN BOLIVIA?
 - REPLICA

REVISTA
DE LA FEDERACION LATINOAMERICANA
DE ASOCIACIONES
DE FACULTADES
DE COMUNICACION SOCIAL
FELAFACS

**TELEVISION
PARA EL DESARROLLO:
¿EXISTE EN BOLIVIA?**

Luis Ramiro Beltrán

LUIS RAMIRO BELTRAN

Periodista boliviano ex-consejero regional del área de comunicaciones de la UNESCO. En 1983 recibió el McLuhan Teleglobe Canada Award y en 1990 el Premio de la Unión Cristiana Brasileña de Comunicación Social, entre otros reconocimientos a su trayectoria profesional, sus aportes a la investigación crítica y a la literatura de la profesión así como a su labor de asesoramiento a gobiernos y entidades privadas de la región.

Dirección: Casilla 5067 CCI Quito. Teléfono: 459410-459914. Télex: 21015 UNESC ED. Fax: (5932) 443816.

Sin comunicación no hay sociedad. La comunicación es el proceso aglutinante vital para el funcionamiento de cualquier organización humana. Puede servir para mantener a una sociedad en *status quo* o para facilitar su evolución. Respecto de este segundo caso la teoría atribuye a los medios masivos de comunicación —con buenas razones— una virtud instrumental para el desarrollo nacional. Les confiere una alta capacidad para propiciar la adopción de cambios en el comportamiento de la población favorables a la eliminación del subdesarrollo. Pero la práctica muestra que la vigencia de esa potencialidad de los medios depende ante todo de quienes los poseen.

PROPIEDAD Y DESARROLLO

En América Latina, mucho más que en ninguna otra región del "Tercer Mundo", la prensa, el cine, la radio y la televisión son de propiedad privada y orientación comercial salvo muy contadas excepciones. En el caso de la televisión muchos estiman que en los 40 años de existencia que tiene ese medio en la región su aporte a los requerimientos del cambio social y económico ha sido escaso. Y, por inversa, lo critican por entender que ejerce influencias que se juzgan nocivas para el desarrollo nacional autónomo y democrático. Por ejemplo, el investigador venezolano **Alejandro Alfonzo (1990)** anota que "... a diferencia de Europa, donde la TV nace estatal y cultural sin ánimo de lucro, en América Latina la mayoría de las estaciones privadas surgen con un claro interés mercantil, sin vocación cultural..." Los empresarios privados no consideran válida esta clase de apreciaciones pues sienten que, en un sentido amplio, sus labores tienen por definición carácter educativo-cultural. Ellos analizaron su papel en tal sentido en reuniones internacionales del gremio e inclusive formularon bases para una política educativa de la radiodifusión privada. Ya en 1977 el presidente de la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR) sostenía que la educación es un proceso cuyo objetivo es la cultura. Y afirmaba: "*El proceso requiere los medios sociales de comunicación entre los cuales está la*

*radiodifusión, siendo la radio y la televisión los medios más poderosos de comunicación masiva. Así, pues, deseo destacar el hecho de que la radiodifusión ha sido siempre un instrumento para diseminar productos de cultura de las más variadas clases al llegar a los más remotos lugares superando toda clase de barreras geográficas, intelectuales y políticas. (IAB, 1977).**

¿Es la televisión estatal diferente a la privada comercial? ¿Presta servicios útiles a tal desarrollo? Con mínimas excepciones la respuesta es negativa. Descontando al Ecuador y Honduras todos los países latinoamericanos cuentan por lo menos con un canal estatal de televisión. Todos estos nacieron con el propósito de contribuir a la educación para el desarrollo y al fomento de la cultura propia en resguardo de la identidad y la soberanía nacionales. Pero prácticamente ninguno de ellos ha sabido cumplir ese mandato, si bien algunos ensayaron por un tiempo la "teleeducación" en auxilio de la instrucción escolar y cooperación en actividades de "educación a distancia".

¿A qué se debe esta lamentable falla? En principio a la crónica y marcada falta de recursos financieros que determina baja potencia, mal equipo, personal deficiente y programación de calidad inferior a la de los canales privados. Pero en el fondo, detrás de esas razones están las verdaderamente raigales. Por una parte, la ansiedad de los dirigentes políticos por emplear el medio para fines puramente propagandísticos en desmedro de lo educativo para el desarrollo. Por otra parte, la ausencia de voluntad política en los gobernantes para formular políticas y fortalecer al medio público por temor a la reprobación del sector empresarial y a las consecuencias de ésta. En tales condiciones la televisión oficial no se distingue sustantivamente de la comercial puesto que, desprovista de fondos para la producción endógena (que no es barata), recurre también a la importación de programas "enlatados" de poco costo y mala calidad. Con mínimas excepciones las emisoras estatales se distinguen pues, solamente por su bajo nivel de audiencia y por su carácter propagandístico gubernamental.

Para unos la televisión privada es la única deseable puesto que la oficial es mediocre y sofocantemente propagandística. Para otros la televisión oficial es la única deseable puesto que la privada es trivial y desmedidamente publicitaria. Pero este aparente antagonismo tiende a diluirse cuando se percibe que en ambos casos la intención del comunicador parece ser, en el fondo, la misma: la persuasión de la masa televidente. Persuasión, en un caso, para la sumisión al gobernante y el repudio al opositor. Y persuasión, en el otro caso, para la compra y el consumo irracional de bienes y servicios y la adopción indiscriminada de valores foráneos. En ambos casos la comunicación es unidireccional, monológica y de intención dominante. Puede ser por esta razón —este paralelismo entre intereses particulares distintos del interés colectivo— que, hasta la fecha, tanto la empresa privada de televisión como la estatal se han mostrado, con escasas y loables excepciones, poco sensibles a los requerimientos del desarrollo democrático de la sociedad en Latinoamérica. En efecto, nadie, ni gobernantes ni comerciantes, emplea debidamente este poderoso medio en América Latina para apuntalar ese desarrollo en favor del pueblo. Y no se han dado aún en esta parte del mundo formatos de propiedad no mercantiles ni gubernamentales, como el

comunitario autónomo de ciertos países europeos occidentales, el colectivo— autogestionario de Yugoslavia o el privado sin ánimo de lucro.

¿Es irremediable tal situación? No lo es. Casi en todos los países latinoamericanos el Estado puede mejorar mucho su desempeño televisivo pro desarrollo sin grandes dificultades si se da la voluntad política para ello. La empresa privada puede asumir, espontáneamente y de modo formal, parte de la responsabilidad de la educación masiva para el desarrollo como ya lo está haciendo en Brasil y México. La crisis económica que azota hoy a la región es de tal magnitud y su secuela de decomposición social y violencia política es tan peligrosa que tal vez todos, tirios y troyanos, tendrán que recurrir pronto a los medios masivos de comunicación para alcanzar fines más altruistas y constructivos que los de la propaganda política y la publicidad comercial. Y en ese empeño compartido quizá llegarán a deponer afanes manipulativos y aprenderán a cooperar en vez de competir.

Entre tanto, si bien no se hallan diferencias sustantivas entre empresa privada y pública respecto del contenido de los programas, hay una gran disparidad entre ellas en cuanto al número y potencia de emisoras, así como en lo referente a presupuesto. El total de canales (excluyendo repetidoras y cable) es a la fecha de 570 para 31 países de América Latina y el Caribe. De ese total solo 18%, 105 canales, son de servicio público sin fin de lucro. Pero nada más que 64 de ellos son de carácter educativo y cultural pues los restantes 41 son estatales, pero no tienen dicho carácter. O sea que, en último análisis, solo un 7% del total de los canales constituyen agentes de apoyo al desarrollo. La potencia conjunta de transmisión de todos los canales comerciales, 435, se ha estimado en alrededor de 21.000 Kw, algo más del 80% del total, en tanto que la de los canales de servicio público desinteresado, unos 6.000 Kw, apenas se estima en algo menos del 20% del total. En 1987 el presupuesto anual de las emisoras de servicio público fue estimado en alrededor de 200 millones de dólares. Esto representaba apenas el 6% del presupuesto anual de las emisoras comerciales. (Alfonzo, 1990).

LA TELEVISION ESTATAL EN BOLIVIA

Establecida a mediados de 1969, con 15 años de atraso respecto de los primeros países que introdujeron el medio en la región, la televisión nació en Bolivia como monopolio estatal. Se justificó este formato de propiedad excluyente de los demás otorgando a la teleemisora del Estado la misión de apoyar al desarrollo nacional como su mandato primordial. Sus objetivos específicos eran, según lo anotan Caballero y Duchén (1985) "... la defensa y la preservación de la cultura nacional, el impulso a la integración de las diversas nacionalidades existentes y el fomento de la educación, además de la satisfacción del interés de cada uno de los sectores sociales..." Pero en la práctica, lo señala Rivadeneira (1984), "la televisión nació en Bolivia bajo los signos de instrumento político propagandístico del régimen barrientista y de medio alienante difusor de enlatados de procedencia extranjera sin ninguna relación con la mentalidad e idiosincracia y menos

con las necesidades reales del país." Coincide Gumucio (1988) en la apreciación: "El canal 7 de televisión del Estado estuvo desde su creación librado a los vaivenes del juego político. Entre los golpes militares y los afanes de propaganda de uno u otro de los gobiernos que se sucedieron no cumplió la función que, en el diseño, justificaba su nacimiento". Reiteran Rivadeneira y Tirado (1986) esa evaluación negativa al sostener que desde su nacimiento "el Canal 7 se apartó casi totalmente de sus objetivos educativos y culturales." Y Süsz (1990) corrobora tal análisis al afirmar lo siguiente: "Salvo esporádicos espacios teleducativos, estructurados por lo demás con escaso conocimiento de las posibilidades del medio, poco aportó la televisión estatal en un rubro de singular relevancia vistos los altos índices de analfabetismo aún vigentes. Lo mismo puede verificarse en el aspecto cultural dado que casi nunca existió un planteo orgánico, racional y sistemático para encarar esa cuestión."

Soslayando pues, sus fines de utilidad social, la empresa estatal de televisión se dedicó a la alabanza del gobernante de turno. Pero como las demandas del público llegaban más allá de los simples programas informativos y de los debates políticos, esa empresa solicitó recursos financieros sustantivos para ampliar, diversificar y mejorar su programación. Nunca le fueron concedidos. En todos los gobiernos las asignaciones presupuestales al Canal 7 han sido marcadamente insuficientes y los ingresos por concepto de publicidad han sido siempre tan bajos que no han alcanzado para cubrir el crónico déficit de fondos.

En esas condiciones el Canal 7 no ha podido ofrecer salarios comparables a los de la televisión comercial; ha tenido que resignarse a operar con personal de menos experiencia y calificaciones. Además, no ha contado con partidas importantes para producir programas propios o contratarlos entre empresas audiovisuales y grupos de videístas independientes. Y así su programación ha llegado a conformarse de material barato de procedencia foránea en un 80%, deplorable extremo en el que sólo otros dos países han caído en la región: Panamá y El Salvador. En consecuencia, el contenido del medio no resulta distinguible del de una televisión privada comercial. Se le parece hasta en el "pirateo" de señales del exterior. Incluso el 20% correspondiente a producción nacional está formado por nada más que noticiosos, deportes y algunos programas de entretenimiento, a menudo imitativos de los extranjeros. Sólo muy ocasionalmente se incluye algún programa cultural o educativo.

A esta situación se agrega el escaso alcance territorial de la señal televisiva oficial, problema que en años recientes ha experimentado alivio, primero por uso de la microonda y ahora por la disponibilidad del satélite. Pero el alcance demográfico sigue limitado. El Canal 7 no se ha preocupado por llegar a la gran mayoría de los bolivianos, los cuatro millones o más de campesinos que —en su mayoría— no tienen al español como su idioma nativo. Su programación en aymara y quechua es ínfima. "El acceso de quechuas y aymaras a los grandes medios de comunicación de masas—señala Bredow (1989)— es obstaculizado por la lógica mercantil. Sólo son informados y entretenidos los potenciales clientes de cervezas, automóviles, cosméticos y partidos políticos."

Un problema poco percibido en la sede de gobierno pero crecientemente sentido en el interior de la república fue el

*“... con mínimas excepciones las emisoras estatales se distinguen...
solamente por su bajo nivel de audiencia y por su
carácter propagandístico gubernamental.”*

excesivo centralismo en el enfoque del canal estatal. Ello contribuyó a excitar la inquietud de las cabeceras departamentales por el soslayamiento de sus intereses y a despertar en ellas la aspiración de contar con expresión televisiva propia para abogar por aquellos. Se sumaron a esto la preocupación por emisiones de un país vecino en un caso y la vocación regionalista exacerbada en otro.

Al mismo tiempo los partidos políticos de oposición se percataron de su desventaja frente a los partidos de gobierno en materia de comunicación masiva a escala nacional. Y comenzaron a presionar en contra del monopolio estatal de la televisión, especialmente en vista de que éste era ejercido por gobiernos dictatoriales opuestos al régimen democrático.

LA TELEVISION UNIVERSITARIA

Así, tan solo unos cuatro años después de iniciadas las labores del canal estatal, llegará a cristalizar un impulso de objeción colectiva a la continuidad indefinida del monopolio estatal. Surgió a partir de 1973 el establecimiento —ilegal pero incontenible— de la televisión universitaria, casi en la totalidad de los departamentos de la república. Se anunció como propósito principal de ella el brindar apoyo audiovisual a la docencia académica; por eso se previeron dotaciones de equipos para operar en circuito cerrado. Ante ello el gobierno —impresionado por las reclamaciones regionales y las presiones políticas— toleró la ruptura de su monopolio.

Dada aquella intención pedagógica y la condición pública de las universidades se consideró indeseable la publicidad comercial. En la práctica, sin embargo, la televisión universitaria nada importante hizo para cumplir su misión de auxilio a la enseñanza en aula pues operó sólo en circuito abierto; además, bien pronto tuvo en sus pantallas avisos comerciales. Y, tal como en el caso de la televisión estatal, la universitaria mostró —especialmente en La Paz— una militante preocupación política. Su antagonismo con los gobiernos hizo aún más difícil su operación a base de ínfimos subsidios del tesoro universitario. Así cayó pronto en la financiación comercial, que en principio le era vedada, y en la utilización de “enlatados” extranjeros. Limitados por equipos elementales y personal mínimo e inexperto, los ocho canales universitarios emitieron con sacrificio escasas horas de programación lamentablemente poco distinguibles de la comercial o la estatal. “Los límites que han conocido los canales de las universidades —destaca Gumucio (1988)— radican en parte en su

capacidad económica restringida, pero también en la ausencia de formulación de una política cultural y en el uso indiscriminado de los canales por el poder administrativo y/o el poder de las organizaciones de estudiantes. En ambos casos lo efímero y lo coyuntural parecen haberse impuesto sobre una proyección socio-cultural más ambiciosa.”

En vano se hicieron entre 1979 y 1986 cuatro diagnósticos derivados en recomendaciones correctivas de la situación. En vano se intentó constituir un sistema, una red de intercambio y cooperación efectiva. En vano se adscribió a los canales universitarios la misión de comportarse como agentes de comunicación popular alternativa. En vano se recalcó alguna vez el deber de hacer educación superior a distancia. Bajo el peso de la miseria presupuestal, la militancia ideológica y la influencia del contenido foráneo la televisión universitaria de Bolivia quedó lamentablemente relegada a un nivel marginal. Como lo han señalado varios analistas — Rivadeneira y Tirado (1986), Grebe (1985), Gumucio (1988) y Rodrigo (1987—1988) ella no llegó a constituirse en alternativa plausible a la televisión estatal ni a la comercial. Por ejemplo, la catedrática Ruth Llanos de Navarro (1986) llega a conclusiones nada alentadoras en este sentido. Ella afirma lo siguiente:

“La mayor parte de los canales universitarios, si bien en teoría son componentes de una nueva concepción de una comunicación participativa, alternativa, dialógica, nacional, popular, democrática y anti-imperialista, en la práctica cotidiana, contradictoriamente y por diversas razones, son canales que vehiculizan los antivaleores y los contenidos de la televisión privada... La lógica de la programación diaria es similar a la lógica del canal estatal y los canales privados; de esta forma no hay personal preparado para esta tarea, no existen estudios de públicos o audiencias y la improvisación y el “relleno” de la programación es una práctica común... Sus informativos... son pesados, con escaso apoyo de la imagen y con una fuerte similitud a la estructura del género radiofónico... La definición de los programas, en algunos canales, se improvisa diariamente en función de lo que se pueda conseguir como préstamo o pirateo...”

LA TELEVISION PRIVADA

La consolidación de los ilícitos canales universitarios mostró que no era imposible romper el patrón de propiedad estatal exclusiva de la televisión. Antes de cumplida una

década de la iniciación de la televisión en Bolivia comenzó a manifestarse con firmeza el interés empresarial por acabar con el monopolio oficial para dar paso a emisiones comerciales. El Director de la Cinemateca Boliviana, Pedro Süsz (1979) advirtió "...que todo lo que se habrá conseguido será duplicar la mediocridad y multiplicar la alienación al precio de un gasto insulso para las familias y de una mayor fuga de divisas para el país". Estas presunciones se irían a probar proféticas unos cuantos años después, pero hasta 1983 los sucesivos gobiernos, casi todos dictaduras militares, mantuvieron el monopolio fiscal con la sola excepción de los poco influyentes canales universitarios. Desgraciadamente no lo mantuvieron para propiciar la educación y la cultura y apuntalar los planes de desarrollo. Lo hicieron solamente para tratar de manejar la opinión pública en su favor por medio de la propaganda sin que hubiera más presencia que la suya en las pantallas.

A principios de 1984, al abrigo de un profundo debilitamiento de la autoridad estatal frente a la gravísima crisis económica y social, surgió en Santa Cruz el primer canal privado de televisión. El gobierno no estuvo en posibilidad de contener y sancionar esta ilegal irrupción. Y así, poco después apareció un canal privado ilícito en Cochabamba y otro en La Paz. Para fines de 1985 esos canales habían llegado ya a 36 en todo el país. Y en la actualidad el total general pasa holgadamente del medio centenar. Así lo verificó recientemente el investigador venezolano Alejandro Alfonzo (1990). Afirma él que las estaciones emisoras (estatales, universitarias y privadas) "...para el mes de marzo de 1990 eran 57, de las cuales 46 están debidamente registradas y con sus respectivas licencias mientras que 11 (todas en VHF) son declaradas clandestinas y por consiguiente su actual funcionamiento está al margen de la ley."

Una proliferación de canales de tal magnitud y velocidad no se ha dado en ningún otro país de la región y probablemente en ninguna otra parte del mundo. Como ya se indicó antes, el total de estaciones de televisión en América Latina y el Caribe es a la fecha de 570. Diez por ciento de esta cifra corresponde hoy a Bolivia con sus 57 emisoras. De aquel total regional 108 emisoras están en los países andinos. Y de este total subregional algo más de la mitad corresponde a un solo país, Bolivia, el que tiene la menor población de los cinco. Con apenas siete millones de habitantes Bolivia tiene 57 canales. Argentina se acerca a esta cifra, tiene 42 canales, pero ellos se dirigen a una población de 32 millones de habitantes. Países ciertamente más poblados que Bolivia, como Chile y Colombia, solo tienen siete canales. Y aquél que cuenta con una población equivalente a la de Bolivia, la República Dominicana, tampoco tiene más de siete estaciones. Por otra parte, esta nación del Caribe tiene 61 receptores de televisión por cada mil habitantes en tanto que Bolivia, con 400.000 aparatos, solo alcanza a 55, una de las cifras más bajas de la región latinoamericana; sólo Honduras con 28, y Haití con 4, le quedan por debajo. En cambio Brasil ocupa la delantera con 224 receptores por cada millar de habitantes y están en alrededor de 200 unidades países como Cuba, Argentina, Chile y Colombia. En Norteamérica y Europa Occidental la cifra se acerca a 400. (Alfonzo, 1990).

El crecimiento desorbitado de la televisión privada en Bolivia fue posible por la ausencia de autoridad para subordinarla —como hace el Estado en todos los países— a disposi-

ciones legales que racionalicen su evolución. Así ella pareciera haber nacido, salvo contadísimas excepciones, bajo el móvil de obtener máximo beneficio con mínima inversión. "Consideramos que ésta es insignificante en nuestro medio —sostuvieron los investigadores Caballero y Duchén (1985)— puesto que en el mejor de los casos no llega a los 900,000 dólares. Si comparamos esta inversión con la realizada por otros canales televisivos de la región veremos la abismal diferencia existente..." Para respaldar esta afirmación baste citar el caso de Venezuela, país en el que surgieron dos nuevos canales privados en 1988. Uno de ellos (Televen) declaró su inversión solamente para equipo en 16 millones de dólares, y el otro (Omnivisión) tuvo como presupuesto de arranque algo más de ocho millones de dólares. (Alfonzo, 1990). La Venezuela de hoy, acosada por la crisis económica, ciertamente no es más un opulento paraíso petrolero. Así, tales cifras no son desusadas para el promedio latinoamericano, pero lucen espectaculares frente a la exigüidad de las bolivianas.

Aunque algunas de las inversiones en Bolivia pueden haber aumentado después de 1985 es muy improbable que ninguna de ellas vaya a alcanzar el mínimo de ocho millones de dólares que Caballero y Duchén (1985) estiman indispensable para que una telemisora pueda operar profesionalmente en Bolivia y contar con producción propia sustantiva. Y, en efecto, en esas condiciones de magro aporte financiero la mayoría de los canales privados bolivianos revisten características de nivel "amateur". Transmisores de baja potencia y equipos de producción muy elementales. Locales estrechos e improvisados. Personal no idóneo ni experimentado. Salarios exigüos. Improvisación en vez de planificación. En semejantes circunstancias, ¿cómo se podía esperar una programación distinta a la que hoy se critica cada día más? El negocio tenía que subsistir y prosperar sobre la base de "enlatados" baratos y franca "piratería". Y de ahí proviene un cuadro de contenido que Grebe (1985) resume así: "De la programación general se puede afirmar que, con excepción de los programas que Transtel, de Alemania Federal, vende a los canales de televisión y son de carácter científico, cultural deportivo e informativo, el resto de los enlatados importados se ocupan de presentar telenovelas, teleseries y películas donde predominan las escenas de violencia, crímenes, torturas y asesinatos masivos..." Este mismo investigador encontró que de un total de 286 horas semanales de emisión por cuatro canales solamente 15, o sea el 5% de ese total, tenían carácter educativo—cultural. Anotó además Grebe que la programación televisiva de entretenimiento, principalmente telenovelas y seriales, a menudo presentaba contenidos opuestos a los programas de enseñanza escolar.

Se aduce que la proliferación de emisiones televisivas genera saludable competencia entre empresas y multiplica las opciones programáticas de los espectadores. Se atribuye a esto último una virtud democratizante. El argumento es válido cuando se hace comparación con la presencia exclusiva de un canal estatal. Pero la multiplicidad no necesariamente es un sinónimo de pluralidad, de efectiva libertad de selección de ofertas realmente distintas. Los investigadores bolivianos Rivadeneira y Tirado (1986) sostienen lo siguiente:

"En el caso boliviano el influjo de los monopolios de la información y la comunicación uniforma los mensajes y

“Casi en todos los países latinoamericanos el Estado puede mejorar mucho su desempeño televisivo pro desarrollo sin grandes dificultades si se da la voluntad política para ello.”

hace impracticable esa libertad. El mismo mensaje es difundido por varios canales en forma monosémica y redundante, privando a los perceptores de alternativas y de contextualización de los hechos... En líneas generales la televisión ofrece un mensaje unidimensional que gira alrededor de la inducción al consumo irracional de bienes y servicios, a la vez que inculca imágenes estereotipadas que bloquean y anulan el desarrollo de la conciencia crítica y la capacidad creativa... Son muy raros los programas que rescatan la cultura popular y canalizan las expresiones creativas de los diferentes grupos culturales... En resumen... la televisión en Bolivia no es un instrumento facilitador del desarrollo nacional, de los procesos de toma de conciencia, organización ni movilización de la comunidad para la toma de decisiones y la práctica de la democracia”.

Es innegable que la televisión destaca la violencia, favorece el hipererotismo y propicia el consumismo. Pero ella además —en múltiples formas, no todas obvias— refleja los problemas, traduce las aspiraciones y expresa los valores de las sociedades en que se originan los programas. Esto es lógico y —excepto para una posición xenofóbica— ello no es condenable a priori por el sólo hecho de que tales materiales lleguen a sociedades distintas de aquéllas. Resulta serlo sólo cuando entra en choque con los valores propios o predomina avasalladoramente sobre éstos. Es entonces que se da el fenómeno llamado alienación, el enajenamiento de la identidad propia para adoptar la foránea. Infortunadamente, vista la extrema pobreza de la producción televisiva de Bolivia, en este país el riesgo de alienación colectiva es muy alto. Lo es ya no sólo respecto de materiales de origen norteamericano o europeo ni nada más que a programas de aventuras y series policiales. Ahora lo es también —por efecto de la difusión incontrolada de antenas parabólicas— con referencia a programas noticiosos de estaciones latinoamericanas. En 1986 la señal del canal estatal no llegaba a Copacabana, pese a la cercanía de ella a La Paz. Entraban en cambio emisiones peruanas. Una encuesta del Ministerio de Informaciones halló que cuando menos el 50% de los niños y jóvenes de esa ciudad lacustre afirmaban que el Presidente de Bolivia era Alan García. El alcance de las emisoras privadas es también, en la mayoría de los casos, limitado. El riesgo de alienación no sólo proviene del Perú, sino también de Chile, Argentina y, muy frecuentemente, Brasil; un canal cruceño llegó a transmitir los domingos hasta 10 horas de televisión brasileña. Minúsculas estaciones privadas provistas de aquellas antenas captan —sin costo ni permiso— las señales televisivas foráneas transportadas por satélites y las retransmiten a los receptores de pequeñas poblaciones

fronterizas abandonadas por las autoridades centrales. En algunas localidades de mínima población hay, sin embargo, más de una de tales televisoras.

Varios analistas sostienen que todo esto puede ocurrir debido a que no hay en Bolivia ni una política global de comunicación ni una política específica que norme el comportamiento de la televisión, sea ésta pública, universitaria o privada. Hay legislación sobre algunos aspectos del medio pero es parcial, errática y a veces puede ser hasta contradictoria. Y esa legislación hasta ahora sólo ha beneficiado a gobernantes y a comerciantes, no al pueblo. Un inventario reciente de las políticas de la televisión en los países andinos ofrece esta explicación de tal fenómeno: “Los gobiernos de los casos estudiados han continuado como entes rectores de la actividad televisiva, ya sea ejerciendo el control de las emisiones a través de concesiones a la empresa privada o regulando y reglamentando su producción, pero su potestad está sujeta a los designios de los empresarios, que no sólo controlan la televisión sino los demás medios de información, con prolongación en todas las actividades sociales.” (IPAL, 1988).

En ausencia de normas explícitas, coherentes y durables, y de firmeza y rectitud para aplicarlas, la televisión en Bolivia no puede mejorar de manera que sirva al desarrollo democrático nacional y al interés colectivo sobre el particular. Formulada por amplia consulta a todos los sectores pertinentes, esa política no podría ser tan severa y restrictiva que atentara contra la libertad de expresión. Pero tampoco debería ser tan laxa, incompleta y ambigua que permita confundir la libertad con la anarquía.

EL MAL TIENE REMEDIO

Los problemas que han sido mencionados no son insolubles. Pero alcanzar las posibles soluciones requiere, sin duda, de una conjugación de esfuerzos públicos y privados. Son, pues, lógicas propuestas como las de Rivadeneira y Tirado (1986) que recomiendan la “concertación y armonización entre los sectores estatal, universitario y privado en el marco del proyecto nacional”. En efecto, la prevalencia excluyente de un sólo formato de propiedad de la televisión no es justificable. La privatización absoluta de ella redundaría en alejamiento de los intereses de las mayorías para favorecer a minorías y en descuido de los requerimientos de la comunicación del desarrollo social. Y el monopolio estatal, además de ser repudiable por antidemocrático, es inhibidor de la creati-

vidad y del espíritu innovador. Bolivia no debe caer en ninguno de estos extremos. La restitución del monopolio estatal ya no luce posible ni es deseable. Pero tampoco sería deseable la supresión del canal (ni el gubernamental ni los universitarios) por muy desventurada que de momento parezca su situación. Corresponde, por tanto, consolidar y perfeccionar el régimen mixto de propiedad, y en vez de atizar las diferencias entre sus componentes, propiciar la colaboración entre ellos, todos con un mismo fin: ayudar al pueblo a vencer al subdesarrollo.

La convicción de esta necesidad de articulación conciliadora está generalizándose según lo anota el investigador peruano Roncagliolo (1990) al sostener que "... ha llegado la hora de repensar los sistemas de televisión desde una óptica pluralista, en la cual puedan coexistir y cooperar entre sí canales y espacios de distinta naturaleza: privados, públicos, educativos y de autogestión social." Pero propiciar tal coexistencia no es negar la necesidad de reorganizar, fortalecer y reorientar la televisión de servicio público desinteresado. Así lo cree Roncagliolo (1990):

"En el viejo continente estamos asistiendo al nacimiento y desarrollo de una sana convivencia entre televisión comercial y televisión de servicio público, entre rentabilidad socio-cultural y rentabilidad económica. En América Latina, en cambio, la demanda y la necesidad de proteger las identidades culturales clama por la aparición de una verdadera televisión de servicio público, cuya lógica socio-cultural coexista y sirva de balance al abultado y asfixiante predominio de la pura lógica comercial".

Para que llegue a existir en Bolivia una "verdadera televisión de servicio público" lo primero que las emisoras estatales —la gubernamental y las universitarias— deben hacer es eludir la propaganda y seleccionar la publicidad.

Que la emisora gubernamental no sea propagandística no quiere decir que resulte apolítica, cosa imposible. Todo gobierno tiene el deber y el derecho de informar al pueblo sobre su gestión y es lógico y lícito que se valga del canal estatal para dar esa información. Pero ésta debería ser responsabilidad de la Secretaría de Información de la Presidencia y no de la emisora —autónoma, técnica y neutral— cuyo papel sería el de simple portador de los noticiosos oficiales. En cambio esa emisora debería asumir las responsabilidades de producir por su cuenta otros programas políticos y de formación cívica, tales como debates entre dirigentes, encuestas a los ciudadanos, entrevistas a líderes, etc. En cuanto a la información el gobierno debería ejercer máximo recato para no caer en el afán de persuasión manipulatoria. Y en cuanto a sus programas informativos (no noticiosos) propios la emisora debería asegurar espacios razonablemente proporcionados a todas las tendencias políticas en vez de actuar como vocero del partido oficial o agencia promotora del gobierno.

Respecto de la publicidad comercial las emisoras estatales en Bolivia, y casi en toda América Latina, no pueden dejar de apelar a ella como fuente de ingresos para atender sus costos de operación. En las actuales condiciones de extrema crisis económica es menos válido que antes el argumento de que el Estado debe sufragar todo el costo de la televisión educativa y cultural. Es cierto que el gobierno tiene, de todas maneras, que aumentar muchas veces su hoy insignificante asignación presupuestal a la televisión estatal. Pero no es menos cierto

que así y todo ella no alcanzaría para subvenir todos los gastos y de ahí la necesidad de aceptar avisos pagados. Esto no debe ser, sin embargo, incondicional: las emisoras estatales no pueden hacer publicidad para productos nocivos para la salud del pueblo ni deben fomentar el consumismo indiscriminado; tienen pues, que ser selectivas y amoldarse a la restricción financiera que ello conlleva. Pero debe quedar, en todo caso, consolidado el principio de que la publicidad comercial no puede ser privilegio de la empresa privada de televisión. En el mundo de la libre competencia el anunciador debe poder acudir tanto a los canales comerciales como a los oficiales. Del mismo modo la publicidad que paga el propio Estado no debe ser asignada exclusivamente al canal estatal o a los universitarios. Y, por supuesto, el gobierno debe abstenerse de manejar esta fuente de financiación en perjuicio de sus adversarios. El anunciador público o privado debe usar libremente el vehículo, público o privado, que le convenga. Esto exigirá un profesionalismo tal de todos los productores televisivos que la emulación deberá redundar en mejoramiento de la programación y aumento de la audiencia.

Además de no ser propagandística ni publicitaria la televisión de servicio público en Bolivia debería mostrar otras características principales como las siguientes:

1. Tener por misión primordial el auxilio a la educación y la promoción de la cultura, especialmente la propia.
2. Apuntalar metódica y sostenidamente las acciones —gubernamentales y privadas— en servicio del desarrollo económico, social y físico del país.
3. Dar sistemáticamente respaldo a la integración nacional sin descuido de enfoques regionales** y con atención particular a las fronteras.
4. Cultivar intensa y firmemente una vocación de equidad, a expresarse permanentemente en trato justo y equilibrado a las diversas capas sociales, a las distintas etnias y culturas y a los diferentes credos (religiosos, políticos, etc.).
5. Brindar atención especial a los sectores autóctonos de la sociedad y respaldarlos en la preservación de sus identidades culturales y sus idiomas.
6. Asumir la responsabilidad de producción televisiva con amplitud que, a más de aumentar y mejorar la producción propia, fomente y difunda la de otros entes estatales, de organismos no gubernamentales pro desarrollo, de agrupaciones de la base del pueblo, de videntes independientes e inclusive de los canales comerciales.
7. Sustituir la improvisación por la planificación, la fiscalización y la evaluación, así como sustentar las operaciones por medio de investigación científica continua y de capacitación profesional constante de todo el personal técnico.

El concepto "televisión de servicio público" abarca en Bolivia tanto el canal gubernamental como a los de las universidades. En consecuencia, es sobre todos ellos que recae la responsabilidad de auxiliar a la educación y a la cultura. Y esto determina que debe haber una racional división de labores entre ellos para evitar duplicaciones y forjar cooperación.

En materia de educación correspondería al canal gubernamental el deber de estimular y sustentar la educación no formal (fuera del aula) y permanente, en especial la que corresponde a programas prioritarios de post-alfabetización. En cambio, tocaría a la televisión universitaria el apuntala-

“En ausencia de normas explícitas, coherentes y durables, y de firmeza para aplicarlas, la televisión en Bolivia no puede mejorar de manera que sirva al desarrollo democrático nacional y al interés colectivo sobre el particular.”

miento de la enseñanza formal en aula no sólo al nivel académico sino como apoyo a la alfabetización, así como a la instrucción primaria, secundaria y vocacional. Esta “teleducación” (educación a distancia) es de particular necesidad en un país de vasta geografía inarticulada y dispersa población como es Bolivia. En algunos casos ella puede ser brindada por una conjugación del canal estatal, de los universitarios e inclusive de los comerciales, estos últimos también en el orden no formal. En otros casos, por ejemplo en la divulgación del conocimiento científico, la especialista debiera ser la televisión universitaria. Por supuesto, parte de la educación vía televisión tiene orientación utilitaria y práctica y esa es precisamente la que opera como instrumento al servicio del desarrollo en campos como la salud pública (especialmente la materno-infantil), la producción agrícola, la protección del medio ambiente y la lucha contra el tráfico y consumo de drogas. Pero también debe la televisión de servicio público incorporar los principios y las nuevas estrategias de la comunicación educativa popular y alternativa desarrollados en Latinoamérica — con precursores y valiosos aportes bolivianos— a partir de principios de los años 50. Esa incorporación es vista por un investigador chileno así:

“Las nuevas metodologías de aprendizaje experimentadas por la educación popular están bastante más cercanas al modo televisivo de educar que las actividades de la enseñanza formal. La multiplicidad de géneros con los cuales es programada la TV es una ventaja pues ofrece una apertura capaz de asimilar una gran variedad de estas nuevas actividades educativas... La comunicación tendrá que aprender a reconocer, entonces, la variedad de géneros de la TV y las valoraciones del televidente para poder expresarse eficazmente en el lenguaje semiótico adecuado.” (Fuenzalida, 1990).

Por su carácter activo, lúdico y afectivo esas estrategias de la comunicación popular educativa constituyen, en efecto, una promesa para forjar una televisión educativa que no parezca tal. Esto —el dinamismo y la amenidad— es de suma importancia porque las experiencias latinoamericanas demuestran que el sólo colocar una cámara frente a un maestro o insertar cifras y dibujos en la pantalla no genera procesos educativos que interesen a los televidentes; tal recurso al contrario, los aburre y, en todo caso, poco añade a la anquilosada enseñanza en aula. El desafío es pues lograr que lo educativo tenga atracción comparable a la de lo recreativo comercial.

En materia de cultura las necesidades son tan grandes y las posibilidades tan amplias que no pareciera haber riesgo de una

indescable competencia entre la emisora gubernamental y las universitarias. Sin embargo, por su alcance circunscrito a una jurisdicción menos específica algunos de los canales universitarios como los de La Paz y Cochabamba tienen ventaja sobre el gubernamental en cuanto a televisión en idiomas nativos, especialmente la de vocación rural. En todo caso, empero, lo importante es que, sin descuido respecto de la cultura universal, la televisión de servicio público ponga énfasis en la cultura boliviana —en la plena riqueza de sus múltiples manifestaciones— y destaque también las demás culturas de Latinoamérica. Si entre bolivianos no nos conocemos bien la ignorancia respecto de los demás latinoamericanos —inclusive los vecinos— es aguda. Por tanto, cuidándose de no caer en chauvinismo parroquialista, la televisión estatal debería —por producción nacional e intercambio sistemático dentro de la región— destacar lo particular y cercano sobre lo general y lejano. Contribuiría así al robustecimiento de nuestra identidad nacional y a la integración regional, contrarrestando en ambos casos el riesgo de alienación.

Bien lo anota Portales (1968): *“La cultura del futuro no puede pensarse al margen de la televisión... La televisión ha llegado a ser el centro de las dinámicas culturales de la sociedad: es nuestra responsabilidad convertirla en una palanca efectiva de nuevas formas de convivencia social.”*

Convertir a la televisión oficial boliviana en una auténtica empresa de servicio público requiere de varias medidas mayores. Sería indispensable la radical transformación de sus funciones, estructura, instalaciones y equipamiento, y planta de personal. Con sus actuales características y en su presente estado no podría hacer frente en modo alguno a la transformación deseable. Esto conllevaría, obviamente, una sustantiva ampliación del presupuesto, nada fácil especialmente en las actuales condiciones de la economía. Pero el dinero se puede conseguir, en casa o afuera, cuando se da una clara y firme voluntad política para lograr el propósito. Tal voluntad política no se ha dado en 20 años. ¿Podría darse ahora? Por lo menos dos consideraciones abonan una respuesta afirmativa.

Por una parte, el Estado boliviano cuenta ahora con un transpondedor propio en el satélite “Domsat—Vista”, avance tecnológico del que todavía no se benefician todos los países latinoamericanos. Este hace posible que la señal de la teleemisora estatal, superando el servicio existente de la red de microondas, llegue simultánea y directamente a todos los confines del territorio nacional. La inversión necesaria para mejorar la transmisión y construir la infraestructura de captación y distribución es de bajo monto. Eso quiere decir que el gobierno está en vísperas de disponer —con legítima exclusi-

vidad— de una capacidad de comunicación audiovisual inmensamente ampliada y que, por tanto, puede alcanzar saturación de cobertura de toda la población, incluyendo por supuesto las de las áreas fronterizas. Ningún otro gobierno ha contado hasta la fecha con semejante privilegio, con tan grande potencia de auxilio a la integración nacional y a la comunicación para el desarrollo. Pero el satélite dará vueltas vacío mientras el gobierno no cuente con una infraestructura de producción televisiva apta para aprovecharlo.

Por otra parte, nunca ha sido tan indispensable y apremiante aquel auxilio como lo es a la fecha. El gobierno boliviano lucha con denuedo por atender las necesidades sociales, especialmente las de los estratos más bajos, más afectados por la crisis. En Bolivia como en los demás países de la región, no sólo hay una situación de estancamiento de la economía sino una situación de retroceso. Abrumados por la colosal deuda externa los gobiernos cada vez pueden prestar menos atención a los naturales requerimientos de una población que sigue creciendo a una tasa demasiado elevada sin que aumente a nivel adecuado su producción de alimentos. Así los índices de educación y de salud están descendiendo, el ingreso y la propiedad se están concentrando en vez de repartirse equitativamente, el desempleo se expande y el medio ambiente continúa siendo deteriorado aceleradamente. En recientes encuentros mundiales los gobiernos latinoamericanos se han sumado a compromisos de asegurar para todos salud y educación en el año 2,000. Pero al traducir esas intenciones al nivel de programa y presupuesto en cada país, no pocas de las metas pactadas lucen desde ya poco alcanzables. Es que para lograrlas hace falta una movilización multitudinaria y continúa de ciudadanos que se resuelvan a participar activamente en la generación de los comportamientos señalados como deseables por los planificadores. Esa movilización sólo es posible por la vía de la comunicación social —masiva o personalizada— rigurosa y eficientemente organizada en torno a los planes nacionales de desarrollo. Salvo rarísimas excepciones no hay en la administración pública órganos de comunicación ni siquiera aproximadamente adecuados a la naturaleza y magnitud de semejante desafío. Entre tanto... la demanda social crece peligrosamente conforme se acentúa el deterioro de la economía y la insatisfacción comienza a generar violencia en varios puntos de la región. Es más urgente que nunca la comunicación entre el gobierno y el pueblo. Y Bolivia cuenta hoy, gracias al satélite, con la posibilidad real e inmediata de hacer una televisión educativa que provoque toda una verdadera revolución cultural y haga posible derrotar al subdesarrollo. ¿Cómo podría ningún gobierno desperdiciar tan singular oportunidad?

La comunicación por sí sola no puede, por supuesto, producir desarrollo. Ni siquiera la fabulosa televisión —el más influyente de todos los medios— puede generar cambio social y avance material por su cuenta. Pero la comunicación televisiva —si se le dan recursos adecuados para la nueva tarea y se la reorganiza y enrumba hacia aquélla— sí puede ser el instrumento decisivo para ayudar a derrotar al subdesarrollo propiciando el bienestar con justicia y el progreso con paz.

Confiemos en que así sea.

* Traducido del inglés por el autor de este documento.

** Desde mediados de la década del 80 se ha acentuado la tendencia hacia la operación regional de la televisión estatal en parte como respuesta a la formación de cadenas nacionales privadas. Aunque el fenómeno se aprecia en distintas formas y varios grados, desde México hasta Chile, es particularmente notorio en Colombia, país en el que han surgido ya cuatro estaciones regionales financiadas y manejadas por acuerdo entre el gobierno central, autoridades departamentales y universidades. El movimiento busca en todas partes romper el secante centralismo capitalino que prevalece en Latinoamérica y aún en países europeos como España. (Véase Jones, 1990).

LITERATURA CONSULTADA

- ALFONZO, Alejandro. Televisión de servicio público y televisión lucrativa en América Latina y el Caribe. Caracas, 1990. (Documento de trabajo realizado para el Ministerio de la Cultura de Venezuela y presentado en el Encuentro Latino-Caribeño de Televisión Cultural, Caracas, Venezuela, 25-27 de julio de 1990.) (Versión definitiva).
- BREDOW, Luis G. El video en quechua y aymara. Revista Imagen (Bolivia) No.7: 10-13. Junio-julio, 1989.
- CABALLERO HOYOS, Ramiro y DUCHEN CONDARCO Ramiro. Aproximación a la televisión en Bolivia. Revista Boliviana de Comunicación (Bolivia) No. 6-8: 9-24. Noviembre 1985.
- FOX, Elizabeth and ANZOLA, Patricia. Politics and regional television in Colombia. In Fox, Elizabeth, ed. Media Politics in Latin America: the struggle for Democracy. London Sage, 1988. pp 82-92.
- FUENZALIDA FERNANDEZ, Valerio. La televisión en los noventa. Santiago, Corporación de Promoción Universitaria, 1990. 158 p.
- GREBE-LOPEZ, Ronald. Violencia horror y sexo: Tv en Bolivia. Revista Boliviana de Comunicación (Bolivia) No. 6-8: 25-33. Noviembre 1985.
- GUMUCIO, Alfonso. Video nacional vs. enlatados extranjeros. Cuarto Intermedio (Bolivia) No. 7: 23-42. Mayo 1988.
- INTER-AMERICAN ASSOCIATION OF BROADCASTERS (IAB). The role of broadcasting in education and culture. Guarujá, San Pablo, Brasil, Inter-American Association of Broadcasters, 1977. 13 p.
- INSTITUTO PARA AMERICA LATINA (Perú). Políticas de televisión en los países andinos. Lima, IPAL, 1988. 132 p.
- JONES, Daniel E. La televisión autonómica en España: un modelo público descentralizado. Corto Circuito: Revista trimestral de comunicación y culturas latinas (Francia) No. 11: 28-29. Abril 1990.
- LLANOS, Ruth. Estrategias y modalidades de una política nacional de comunicación social en el sistema universitario. La Paz, 1986. (mimeo).
- PORTALES, Diego. El futuro de la cultura pasa por la televisión. Revista ILET (Chile) Año 1, No. 2: 8-10. Junio 1988.
- RIVADENEIRA PRADA, Raúl y TIRADO CUENCA, Nazario. La televisión en Bolivia. La Paz, Quipus, 1986. 217 p.
- RIVADENEIRA PRADA, Raúl. Bolivian Television: when reality surpasses fiction. In Fox, Elizabeth ed. Media and politics in Latin America: the struggle for Democracy. London, Sage, 1988. pp 164-170.
- RIVADENEIRA PRADA, Raúl. La comunicación en Bolivia a partir de 1952. Presencia (Presencia Literaria). La Paz, 29 de julio de 1984, pág. 3.
- RODRIGO, Iván. Algunas consideraciones sobre la producción videográfica en canal 13. Contacto (Bolivia) No. 25/26: 7-11. Diciembre 1987 / Enero 1988.
- RONCAGLILOLO, Rafael. América Latina, adiós a las dicotomías. Corto Circuito: revista trimestral de comunicación y culturas latinas, (Francia) No. 11: 7-9. Abril 1990.
- SUSZ, Pedro. Televisión estatal en Bolivia: un proyecto nunca acabado. Corto Circuito: revista trimestral de comunicación y culturas latinas (Francia) No. 11: 25-26. Abril 1990.