

¿Cómo va la comunicación para el desarrollo en Bolivia?*

BIBLIOTECA CENTRAL
 UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA SAN PABLO

✓ Luis Ramiro Beltrán S.**

Los gobiernos autocráticos determinan el comportamiento de la gente por medio de la coerción y, por tanto, necesitan muy poco de la comunicación. Los gobiernos democráticos inducen esos comportamientos por medio de la persuasión y, por tanto, necesitan mucho de la comunicación. Cuando un gobierno democrático es - además - revolucionario, necesita aun mucho más de la comunicación pues debe tratar de persuadir a la gente para que adopte con celeridad nuevas conductas que, por su complejidad y radicalismo, suelen despertar resistencias.

El actual gobierno de Bolivia es democrático porque proviene de la voluntad que el pueblo expresó en las urnas y funciona bajo fiscalización parlamentaria. Y es revolucionario porque propugna nada menos que la redistribución equitativa del poder político, económico y cultural por medio de la participación popular, de la capitalización de las empresas estatales para sustentar la seguridad social universal, y de la reforma integral de la educación. Por ser, pues, democrático y revolucionario y porque asume el gran desafío de conjugar la prosperidad económica con la justicia social,

No muy bien, según el propio Gobierno y el MNR

- *Es indispensable y urgente mejorarla mucho para que apoye los cruciales procesos de reforma*
- *Pero esto no se puede lograr con sólo cambiar de Ministro*
- *Hay que separar la propaganda de lo educativo, concentrar autoridad y aumentar recursos*
- *Y... todo ello ¡de una vez!*

tica de relación del Poder Ejecutivo con los medios de comunicación masiva representando al Gobierno como el portavoz del Presidente de la República y del Gabinete Ministerial.

¿Estará ese órgano llenando las expectativas de su bien intencionado creador? Aparentemente no las está llenando, a juzgar por las numerosas y fuertes críticas que se le han venido haciendo casi desde el principio de sus labores. A poco más de un año de iniciadas ellas, un editorial de «La Razón» expresó el descontento en términos como éstos:

«... El eje de la comunicación oficial es el Ministerio correspondiente. Empero, al margen de los esfuerzos que despliega su titular para 'apagar los incendios' y de hacer elaborar unos spots televisivos caracterizados por las generalizaciones de sus mensajes, no se advierte un trabajo sistemático de información y orientación a la ciudadanía... El Ministerio de Comunicaciones no tiene nexos directos e inmediatos con los medios de comunicación social. A pesar de estar dotado de una planta burocrática, a la hora del trabajo real se esfuma como por encanto...»

En ese mismo diario dos comentaristas independientes reprobaron también el desempeño del Ministerio de Comunicación Social censurándolo por dedicarse a la propaganda política y no a la comunicación para el desarrollo. El politólogo César Toranzo abogó porque el MCS auscultara a la sociedad y la informara en vez de tratar de inducirla y el periodista Julio C. Peñaloza llegó inclusive a recomendar su eliminación para reemplazarlo por equipos sectoriales de comunicación no propagandística. Y un político opositor, el cruceño Jerjes Justiniano, se sumó a las censuras aduciendo que el gobierno invertía «... millones de dólares en propaganda política, con el fin de distorsionar la realidad de pobreza y hambre que vive el pueblo boliviano...»

Todos la reclaman

Pero las mayores y más frecuentes críticas no provinieron de la oposición ni se limitaron a reprobar la propaganda. Se originaron en altos personeros del propio gobierno, incluyendo a los principales dirigentes del Movimiento Nacionalista Revolucionario, y se centraron, más bien, en el incumplimiento por el MCS de aquella obligación que la ley le asignara de formular políticas para normar racionalmente el desempeño de la comunicación gubernamental. Se trataba, pues, de un reproche a la improvisación coyunturalista debida a la ausencia de trazos y principios, a la derivada falta de claridad y coherencia entre enunciados oficiales y, más que todo, a la escasa capacidad para explicar al pueblo las reformas planteadas y ganar su adhesión. De todo esto hablaron en 1993 y 1994 en la prensa, a veces con dureza, desde el Vicepresidente de la República hasta el Jefe del

canto con la comunicación estatal al admitir que, por atender lo urgente en esta materia, el gobierno no había podido hacer lo importante. Unos meses después el Lic. Sánchez de Lozada llegaría a dar a entender públicamente que pensaba asumir una responsabilidad periódica de contacto directo con el pueblo por medio de la televisión. Este propósito no se materializó, pero mostró de nuevo la preocupación del primer mandatario por las insuficiencias de su gobierno en cuanto a comunicación. Y en abril de 1995, el Presidente hizo esta declaración: «Soy Jefe de Estado y jefe de mi partido, y eso absorbe completamente mi tiempo. Qué más quisiera yo que ser lo que fui en el gobierno del Dr. Paz, el comunicador, el que vaya por todas partes explicando las cosas». De ahí que, aun en mayo de 1995, parecía haber justificación para objeciones como ésta de Lupe Cajías: «... No apareció evidente una política comunicacional, por lo menos una estrategia a corto, mediano o largo plazo, para dar a conocer las reformas. Se cambiaron constantemente lemas, consignas, campañas y se cometieron errores en diversas situaciones concretas».

Reaccionando constructivamente a las críticas, el Asesor del Ministerio de Comunicación Social, Mauricio Antezana, hizo notar, entre otras cosas, que «... los procesos informativos gubernamentales no siempre son adjudicables en su totalidad al Ministerio del área sino al conjunto de factores políticos que hacen a una gestión de gobierno, como el partido, la coalición, el propio Poder Ejecutivo, el estilo presidencial, etc.». Basta para demostrar la validez de esta anotación mencionar, por ejemplo, el hecho de que el Ministerio de Desarrollo

(Pasa a la pág. 4)



Hermann Antelo

este gobierno necesita de la comunicación social más que ningún otro en la historia de Bolivia. ¿Estará el régimen consciente de ello? Lo está, a juzgar por ciertas acciones y manifestaciones del Presidente de la República.

Nació bajo fuego

Por ejemplo, el Lic. Sánchez de Lozada creó - con acertada previsión - el Ministerio de Comunicación Social. La ley dio al órgano las siguientes atribuciones:

1. Formular y aplicar políticas de comunicación social asegurando su compatibilidad con las estrategias aprobadas por el Presidente de la República.
2. Organizar y desarrollar un sistema de información que investigue y sistematice demandas sociales y de opinión pública.
3. Dirigir y coordinar la comunicación interministerial y las acciones de difusión de las políticas de gobierno.
4. Promover, a través de los medios de comunicación, la difusión nacional e internacional de la imagen del país, en coordinación en este último caso con el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto.
5. Planificar, orientar y ejecutar la polí-

HUMOR



UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA "SAN PABLO"
 UNIDAD CENTRAL LA PAZ



100055351