

Beltrán S., Luis Ramiro (2000) El festín de la palabra, de Sandro Velarde: palabras de Luis Ramiro Beltrán en la presentación del libro. *Comunicación XXI* (Bolivia) año III, no. 4:36-37. Noviembre-Diciembre.

COMUNICACION XXI

Colecc. LR Beltrán
PP-AII-027

Noviembre / Diciembre 2000

Bolivia

Año III No. 4

BOLIVIA
UNIVERSIDAD CATÓLICA



II ENCUENTRO NACIONAL
DE INVESTIGADORES
DE LA COMUNICACION
EN BOLIVIA

SEGUIMOS INVESTIGANDO
EN COMUNICACION



El Festín de la Palabra

Sandro Velarde Vargas

El movimiento de la investigación comunicacional se vio fortalecido con un nuevo aporte, El Festín de la Palabra de Sandro Velarde Vargas, quien tuvo la fértil iniciativa de condensar en un trabajo el pensamiento de los más notables investigadores latinoamericanos de este campo y de este tiempo.

El vivo contacto con la trascendencia del mágico mundo categorial y conceptual en la unidad de nuestra diversidad cultural latinoamericana y por supuesto boliviana, nos sitúa en la oportunidad de aprovechar con satisfacción ese consistente nexo entre la construcción de sentido desde la comunicación y la multidimensionalidad de nuestras realidades.

En ese ámbito de certezas, el movimiento de la investigación comunicacional continúa madurando un horizonte cada vez más propio e integral. Esta dimensión es la que sintetiza el aporte de El Festín de la Palabra, porque tiene el acierto de invitar a su escenario a los líderes comunicólogos contemporáneos. con sus coincidencias, discrepancias, visiones de la realidad comunicacional y contribuciones al debate franco y abierto de ese campo de conocimiento.

El Dr. Luis Ramiro Beltrán, quien no necesita presentaciones, hizo el comentario de fondo, la exposición central y la evaluación del trabajo, cuyas consideraciones son:

En el campo de la producción y distribución de mensajes se registra hoy en Bolivia amplia e intensa actividad. Los medios masivos han proliferado en la presente década al punto de desborde en relación con la magnitud del público y de la publicidad. También en el campo de la docencia universitaria las carreras de comunicación han llegado a trece, número igualmente excesivo respecto de la población y sobre todo del mercado de trabajo en el ramo. Hasta el momento estos incrementos tan altos y acelerados no han venido a redundar en un aumento de la investigación y de la reflexión sobre la materia. En Bolivia averiguamos poco y pensamos muy poco sobre la comunicación. Ni leemos ni escribimos sobre ella como pudiéramos hacerlo contando con tanta gente dedicada al oficio. El acceso a la literatura del ramo es mínimo; las bibliotecas universitarias son magras y las librerías ofrecen poco material y a precio generalmente elevado. Aunque la docencia universitaria comenzó en el país hace ya casi treinta años, todavía no se ha editado siquiera un catálogo de tesis de grado. Y la publicación de libros sobre comunicación, producto casi en su totalidad del meritorio empeño individual, es ínfima y no encuentra mecanismos para una fácil y amplia circula-

ción. Por todo ello la producción de conocimientos es harto modesta y la relación entre el cultivo de la teoría y el ejercicio de la práctica es escasa. En general los productores de mensajes, envueltos en el tráfico del oficio cotidiano, son ajenos a la reflexión y los investigadores y docentes, reclusos en aulas y gabinetes académicos, tienen poco trato directo con las realidades del quehacer comunicativo.

Es con referencia a este deplorable contexto que tiene que verse una obra como la que hoy entrega al público Sandro Velarde porque así es que se puede apreciar a cabalidad la condición excepcional de ella.

Excepcional porque no es común que un canal de televisión produzca una serie de entrevistas a miembros de la comunidad académica de comunicación ni, menos, que las reproduzca en forma de libro. Hay en ello un doble mérito: ventilar algo de la problemática de la comunicación por un medio abierto a todo público y trasponer luego ese debate de la pantalla al papel por la vía de resúmenes en lenguaje no erudito para expandir el alcance de la reflexión hacia muchos otros.

Atento a la presencia en el país de investigadores y teóricos extranjeros, Ve-

larde se esmero en captar los planteamientos de estos para que no quedaran confinados a las aulas universitarias. Consiguió para ello el apoyo de la Universidad Andina Simón Bolívar, que invitara para disertar en su Programa de Maestría en Desarrollo Sostenible a los comunicólogos mexicanos Guillermo Orozco y Rosana Reguillo y al argentino Washington Uranga. Hizo lo propio con la Universidad Católica Boliviana en el caso de la investigadora peruana María Teresa Quiroz. Y, apoyado también por la Maestría en comunicación Social con mención en Estudios Políticos que auspicia el Centro Boliviano de Estudios Multidisciplinarios (CEBEM), logró igualmente el concurso de tres catedráticos visitantes de España: Javier del Rey Morató, José Luis Dader y Alejandro Pizarroso. Vino así a conjugar empeños y recursos de esas tres universidades con el impulso inicial que ejerció desde la Universidad Mayor de San Andrés por medio del Canal 13 que ella opera y del que él es jefe de producción.

Aprovechar la presencia en Bolivia de tan destacados estudiosos del exterior no fue algo que Velarde hizo con descuido de voces bolivianas en su programa "Medios y Mediaciones". Al contrario, comenzó su serie televisiva con entrevistas



a cinco de sus compatriotas y colegas: Adalid Contreras (actualmente radicado en Ecuador), Erick Torrico, José Luis Aguirre, Cesar Rojas Ríos y quien ahora les habla.

El propósito que animó a Velarde en sus entrevistas y que es también patente en su libro es el de activar y ampliar la reflexión comprometiendo en ella no sólo a unos pocos especialistas sino a muchos profesores, estudiantes y profesionales y no únicamente en el ámbito de la profesión de comunicación. Se valió de la entrevista como recurso para servir esa finalidad de divulgación estimulante. El explica esto así "El formato de la entrevista trata de desmitificar la visión clásica del intelectual como astro que esta fuera del mundo cotidiano y habla solo para si mismo y sus pares.

El conjunto de las entrevistas desmiente tal imagen porque todos hablan de manera accesible para un público lego en los temas estructurales y coyunturales de la comunicación. La contribución, así, resulta enorme. Y el debate intelectual resulta tonificado."

Este libro es, sin duda, valioso por su sólo contenido. Pero ese contenido no habría sido debidamente aprovechado si no hubiera sido presentado en la forma en que lo ha sido. Además de su probada pericia y creatividad en el manejo del medio audiovisual, Velarde muestra en el capacidad analítica, talento de escritor y aptitud como editor. Como entrevistador rechaza la improvisación y la ligereza; estudia la temática sobre la que va a conversar y formula sus preguntas con precisión y orden, sin cargar las tintas en ningún sentido; sabe sacar jugo al dialogo sin imposiciones ni desvíos. En su prólogo y en sus breves notas introductorias a cada texto del libro hay ideas propias y claras junto con expresiones felices y buen manejo del idioma. En pocas palabras explica bien lo que se propuso hacer y trasunta la esencia del planteamiento de cada autor comprendido en la edición. Frente a la diversidad temática natural en esta compilación atina, sin embargo, a identificar afini-

dades que le permiten organizar los escritos en cuatro partes: cultura, comunicación política, comunicación urbana, investigación y medios masivos y globalización. La primera parte aborda la cuestión de la televisión en lo negativo y en lo positivo, poniendo especial atención a aspectos como su relación con la educación y con el manejo manipulativo de la información. Por otra parte, pasa revista a la comunicación para el desarrollo desde sus orígenes a la mitad de este siglo hasta su inserción en la era neoliberal y mundializadora. También se ocupa de la privatización de las comunicaciones, de

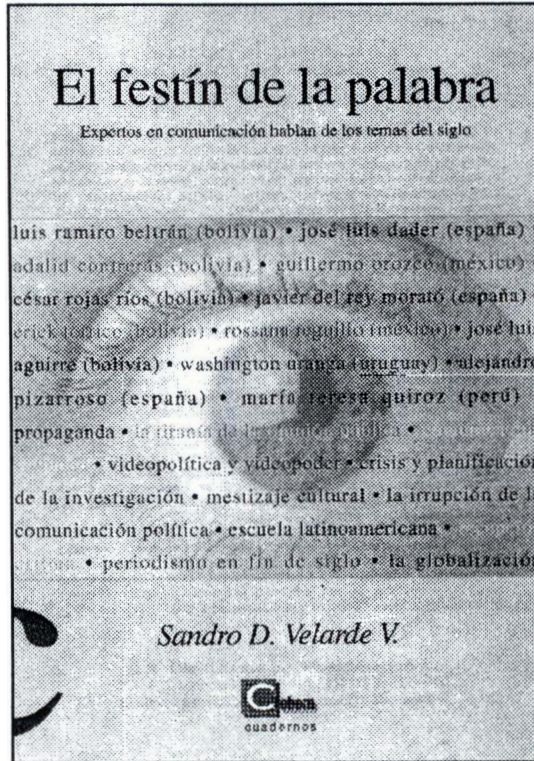
ción sobre comunicación, haciendo un recuento de la tradición de la "Escuela Latinoamericana", anotando la difusión de la metodología cualitativa y analizando problemas y oportunidades. Y, por ultimo, la quinta parte presta especial atención a la situación actual de los medios masivos en Bolivia a la luz de la concentración de la propiedad por formaciones oligopólicas y de ciertos formatos periodísticos de reciente aparición. Corresponde anotar, finalmente, que Velarde, diseña el volumen con eficacia y buen gusto, luciendo una portada sencilla pero atractiva y dicente. En suma, en fondo y en forma, se nota en esta obra la mente y la

mano de un comunicador profesional de múltiples competencias que navega a gusto entre las aguas de la teoría y las de la práctica. Y se siente que lo hace movido por la convicción que manifiesta: "... la comunicación no solo es acción, sino también reflexión; solo así la acción será lucida en la búsqueda constante de una sociedad mas justa."

La metáfora que da titulo al libro es apropiada. Hay en estas paginas tal riqueza y variedad de ideas que bien puede comparársela con las abundantes ofertas de un espléndido convite, si bien anotando la diferencia de que este es brindado a cualquiera sin cobrarle cubierto ni exigirle chaqué. Dice, en efecto, Sandro: "El festín, desde siempre, fue de pocos, mientras la palabra fue de todos. Pero he aquí la pretensión de hacer de este festín de la palabra asunto de todos.

El banquete esta servido, no en una mesa privada con candelabros de plata, sino en un libro que espera ser tomado por una mano atenta en un banco de la plaza. El agora, y no un comedor amurallado, es el lugar a que aspira este libro para que se de El Festín de la Palabra."

La aspiración es valida y hay que confiar en que será alcanzada a plenitud bien pronto, pues la clientela potencial para la obra luce grande. Entre tanto, felicitemos con cálido abrazo al chef del sabroso ágape y a sus patrocinadores: la UMSA y el CIBEM.



la concentración de la propiedad y del planeamiento de las actividades de comunicación. La segunda parte trata de la relación entre comunicación y democracia, de la opinión pública y de la propaganda política. En la tercera parte se analiza la comunicación bajo la lupa de la globalización Y sus efectos sobre las identidades locales y, de otra parte, se examina la relación entre comunicación y educación, con énfasis en la televisión, especialmente respecto del público infantil y escolar. La cuarta parte esta dedicada a la investiga-

