

PUNTO CERO

Año 26 - Nº 42 Julio de 2021
Revista de la Carrera de Comunicación
Social - Bolivia
ISSN 1815-02676 (impresa)
ISSN 2224-8838 (on-line)



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
BOLIVIANA
COCHABAMBA

FORMATO DE PRESENTACIÓN DE TRABAJOS PARA LA REVISTA PUNTO CERO

Requisitos para la presentación de los artículos:

- Los artículos (investigaciones, revisiones, artículos reflexivos) o ensayos deben tener una extensión mínima de 5000 palabras y máxima de 7000 palabras. Las reseñas deben tener una extensión mínima de 1000 palabras y máxima de 2000 palabras. Este conteo incluye todas las secciones del documento: título, resumen, desarrollo, conclusiones y referencias.
- La fuente debe ser Calibri de 11 puntos, con interlineado doble en hoja tamaño carta.
- El documento debe incluir en la primera página:
 - o Título
 - o Nombre y Apellido del autor o autores
 - o Breve reseña biográfica del autor o autores considerando la siguiente información y puntuación: Nacionalidad, grados académicos alcanzados. Filiación o cargo(s) que actualmente se encuentra desempeñando y lugar(es) en el que lo hacen. Código de registro ORCID.
 - o Resumen en español e inglés, mismo que no debe exceder las 10 (diez) líneas.
- El cuerpo central del trabajo debe ser escrito sin márgenes especiales o sangrías. El uso de mayúsculas sólo corresponde a nombres propios, inicios de títulos, párrafos o frases después de punto seguido.
- Los títulos y subtítulos deberán ser jerarquizados de acuerdo al sistema decimal de nomencladores (1., 1.1., 1.1.1, etc.) según corresponda.
- La consignación de fuentes en caso de citas textuales o paráfrasis debe hacerse en el mismo párrafo de acuerdo al siguiente formato: (Apellido, año, p. número de página), por ejemplo (Beltrán, 2002, p. 56). En caso de haber realizado una paráfrasis no debe consignarse ni comillas ni número de página, por ejemplo (Kaplún, 1998).
- Se recomienda verificar que toda fuente citada sea referenciada luego en la bibliografía, constatando que no existen modificaciones en el año, lugar, nombre, etc.
- Toda nota aclaratoria debe realizarse a través de una llamada numérica al final del trabajo (y no así a pie de página), justo antes de la bibliografía, bajo el título "Notas".
- La bibliografía con las respectivas referencias bibliográficas de los textos utilizados debe incluirse al final del trabajo, después del título "Notas", en orden alfabético y considerando el siguiente formato y puntuación:

Libros: Apellido, N. (año). Título del trabajo. Editorial.

Libro en Internet: Apellido, Inicial del nombre. (año). Título del libro. Editorial. DOI o URL

Revistas: Apellido, Inicial del nombre. (año). Título del artículo específico. Título de la Revista, Volumen (número de la revista), número de página inicio - número de página fin.

Doc. Electrónicos: Apellido, Inicial del nombre. (Año). Título de la página web. Nombre de la página. Recuperado el DÍA de MES del AÑO de URL.

- Si el trabajo incluyera Tablas o Figuras (fotografías o gráficas), los mismos deben enviarse por separado. La numeración de tablas y figuras se realiza por separado. Se debe indicar claramente su ubicación en el interior del texto de la siguiente manera: Tabla o Figura (Según corresponda) N°, Título (ej. Figura 1 Comparación sobre las nociones de comunicación). Al pie de la ilustración, cuadro o gráfico en caso de no ser de elaboración propia debe indicarse la fuente siguiendo el siguiente formato: Recuperado o Adaptado (Según corresponda) de "Título del documento" (p. Número de página), de Apellido, G., (Año de publicación).

o Ejemplo: Recuperado de "Introducción a la metodología de la investigación científica" (p.154), de Piura, J., (2000).

- Considerar que la digitalización de fotografías o ilustraciones, para ser incluida en el trabajo, deben ser realizadas con una resolución de 300 dpi al momento de realizarse el escaneado, en formato de archivos gráficos JPG, GIF o TIF.
- En cuanto al idioma, los artículos publicados hasta el momento en la revista han sido escritos en español, si bien esta es la preferencia, se aceptan artículos en portugués e inglés.
- Se sugiere el uso de un gestor de bibliografía para el manejo de la referencia bibliográfica (Algunos recomendados son: Mendeley o Zotero) y realizar el ajuste a normativa APA 7ma edición.
- El artículo enviado deberá ser preferiblemente inédito. En caso contrario, se deberá incluir el nombre y la fecha de la publicación en la que ha aparecido, la dirección del editor y una carta del autor o del editor en la que se autoriza su reproducción.
- El formato usado en la revista está basado en las normas APA en su 7ma edición. En caso de alguna duda particular que no se pueda resolver con esta breve guía sugerimos revisar la versión completa de la normativa en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3sogPWH> o escaneando el siguiente código QR:



- Los criterios que guían la selección de los trabajos son los siguientes:

Prioridad para trabajos inéditos como ser

- o Artículos que presenten hallazgos de una investigación y que incluyan una introducción, metodología, resultados y conclusiones.

Sin embargo, también se acepta:

- o Ensayos argumentativos, debidamente sustentados en una adecuada investigación documental;
- o Artículos de reflexión basados en resultados de investigaciones;
- o Artículos de revisión que muestren resultados, sistematizaciones y avances del campo de estudios y que presenten una revisión bibliográfica cuidadosa y exhaustiva.

Colaboraciones y/o consultas pueden ser enviadas a:
puntocero.cba@ucb.edu.bo (Favor indicar en ASUNTO: Punto Cero #)

El Director

PUNTO CERO

Año 26 - N° 42 Julio de 2021
Revista de la Carrera de Comunicación
Social - Bolivia
ISSN 1815-02676 (impresa)
ISSN 2224-8838 (on-line)



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
BOLIVIANA
COCHABAMBA

UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA "SAN PABLO"

UNIDAD ACADÉMICA - REGIONAL COCHABAMBA

Mgr. Ruth Tania RiskowskyArraya
RÉCTORA REGIONAL

Mgr. Yanina Galaburda
DIRECTORA ACADÉMICO REGIONAL

Mgr. Carlos Alberto Colomo Vargas
DIRECTOR ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO REGIONAL

Pbro. Mario Enrique de Alarcón Irueta
DIRECTOR PASTORAL UNIVERSITARIA

Mgr. Véronique Thomas Gerbe
DIRECTORA DEPTO. CIENCIAS SOCIALES

Dr. Camilo Kunstek
DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Mgr. Carlos Mauricio Arroyo Gonçalves
DIRECTOR Punto Cero

Comité Científico

Dr. Raúl Rodríguez	(Universidad Nacional de Córdoba - Argentina)
Mgr. José Luis Aguirre	(Universidad Católica Boliviana "San Pablo")
Dr. Luis Ramiro Beltrán (+)	(ABOIC - Bolivia)
Mgr. Alvaro Hurtado	(Universidad Católica Boliviana "San Pablo")
Mgr. Erick Torrico	(Universidad Andina Simón Bolívar - Bolivia)
Dr. César Bolaño	(Universidad Federal de Sergipe - Brasil)
Dra. Cicilia Peruzzo	(Universidad Metodista - Brasil)
Dra. Margarida Krholling	(Universidad de Sao Paulo - Brasil)
Dr. Guillermo Orozco	(Iteso - México)
Dra. Rossana Reguillo	(Iteso - México)
Dr. Valerio Fuenzalida	(Pontificia Universidad Católica de Santiago - Chile)
Dr. Alejandro Barranquero	(Universidad Carlos III - España)
Dr. Fernando Andrade	(Universidad Católica Boliviana "San Pablo")
Mgr. Rafael Loayza	(Universidad Católica Boliviana "San Pablo")
Dr. Fernando Garcés	(Univesidad Mayor de San Simón)
Dr. Marcelo Guardia	(Universidad Católica Boliviana "San Pablo")
Dr. Antonio Gómez	(ABOIC - Bolivia)

Comité Editorial:

Lic. Ivonne Rojas Cáceres (Universidad Católica Boliviana San Pablo - UCB, Cochabamba)
Mgr. Pablo Bustamante Salinas (Universidad Católica Boliviana San Pablo - UCB, Cochabamba)
Mgr. Alfonso Alarcón Luján (Universidad Católica Boliviana San Pablo - UCB, Cochabamba)

Diseño y diagramación: Jessica Patricia Valenzuela Patzi

Asistente de edición: Jorge Lucas González Camacho

Foto de portada: Mgr. Alfonso Alarcón Luján

Redacción y estilo: Mgr. Gabriel Iriarte Rico - Mgr. Carola Zenteno Saavedra

ISSN 1815-0276 (Edición impresa)

ISSN 224-8838 (on line)

Punto Cero es una revista de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Está indizada en las redes Scielo Bolivia y Latindex.

Misión: Difundir la producción científica y académica de docentes, estudiantes e investigadores locales, nacionales y extranjeros, en el área de comunicación y cultura en particular y de las ciencias sociales en general.

Criterio de originalidad: Punto Cero mantiene la exigencia de ORIGINALIDAD de los artículos científicos que publica, los mismos que son responsabilidad de los autores. Los ensayos académicos también deben ser originales y no publicados antes en otra revista similar.

PUNTO CERO

Dirección: Calle M. Márquez esquina parque J. Trigo A. - Cochabamba-Bolivia

Teléfono: (591) 4 4293100 (int. 228) Fax: (591) 4 4291145 Apartado Postal: 5381

Scielo: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_serial&pid=1815-0276&lng=es&nrm=iso

Redalyc: <http://www.redalyc.org>

e-mail: puntocero.cba@ucb.edu.bo

Bolivia

Punto Cero

CONTENIDO

7	PRESENTACIÓN
11-16.....	EL DERECHO A LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN, LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y PROPAGANDA ELECTORAL Gissela Dávila Cobo
17-23.....	LAS POLÍTICAS PÚBLICAS SOBRE COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA SOCIEDAD Guilherme Canela
24-31	COMUNICAR PARA LA PARTICIPACIÓN Y LA INCIDENCIA Washington Uranga
32-43.....	DESAFÍOS PENDIENTES EN EL DISEÑO DE POLÍTICAS PÚBLICAS EN COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA SOCIEDAD BOLIVIANA Santra Villegas Taborga
44-55.....	INVESTIGACIÓN TRANS-DISCIPLINARIA DESDE Y CON LA COMUNICACIÓN Marcelo Guardia Crespo
56-67.....	EDUCACIÓN Y COMPETENCIAS MEDIÁTICAS FRENTE A LA DESINFORMACIÓN Rigliana Portugal Escobar
68-83.....	EN TIEMPOS DE PAWIPACHA: PONER LA TEORÍA Y LAS PRÁCTICAS DE POLÍTICAS PÚBLICAS EN COMUNICACIÓN AL DÍA Adalid Contreras Baspineiro
84.....	CONVOCATORIA PUNTO CERO Nº 43

Punto Cero

PRESENTACIÓN

Marzo de 2020 marca un antes y un después en la producción y difusión de conocimiento, no sólo en Bolivia sino a nivel mundial. Gestionar conocimiento en tiempos de crisis, especialmente sanitaria es un reto y un aprendizaje resiliente.

El 21, 22 y 23 de octubre de 2020 se desarrolló el IX Ciclo de Estudios Especializados “Comunicación: lo político, lo público y su incidencia en la participación ciudadana” organizado por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) , la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación (ABOIC), la Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación Social (ABOCCS) y la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Unidad Académica Cochabamba. En este evento académico, tuvo trascendental importancia la Revista Punto Cero, instancia que se constituye en referente científico en comunicación a nivel nacional e internacional.

La cita académica a la que hago referencia contó con la participación de expositoras y expositores que desde distintas aristas, enfoques y miradas, nutrieron la discusión al respecto de la temática central del Ciclo; y cuyos aportes al conocimiento se encuentran contenidos en el Número 42 de la Revista Punto Cero.

En total acuerdo con lo expresado por Gissela Dávila, Directora del CIESPAL, sin duda la democratización de la comunicación pasa por trascender los espacios de investigación y de producción y socialización de publicaciones científicas. Este trascender permite reflexionar, escuchar, comprender y construir “en comunión” una suerte de aprendizajes que interpelan la realidad, la nutren y la transforman.

La Revista Punto Cero, pone en la mesa de la gestión del conocimiento y la discusión, reflexiones y propuestas valiosas y provocadoras, de la mano de importantes estudiosos de la comunicación.

Guilherme Canela, Jefe de la Sección de Libertad de Expresión y Seguridad de Periodistas de la UNESCO, a través de su aporte reflexivo intitulado “Las políticas públicas sobre comunicación y su incidencia en la sociedad”, nos invita a fortalecer las discusiones transdisciplinarias que vinculan la investigación en comunicación con el derecho, las ciencias políticas, la psicología, la ingeniería digital, entre otras áreas de conocimiento. Sugiere Canela que es posible enriquecer la discusión seria y solvente sobre políticas públicas en comunicación; y explicita cinco áreas que ameritan ser integradas a la discusión de las políticas públicas: la seguridad de los periodistas; la estructura misma del ecosistema multimediático; los estándares internacionales de libertad de expresión vinculados al derecho a hablar, buscar y recibir informaciones; las políticas de telecomunicaciones e innovación, relacionadas

a la libertad de expresión y privacidad; y las políticas públicas en consideración a las poblaciones vulnerables.

Por su parte, Washington Uranga, investigador argentino y docente de la Universidad de Buenos Aires, la Universidad Nacional de La Plata y la Universidad Nacional de San Luis comparte el trabajo “Comunicar para la participación y su incidencia”, donde recupera la reflexión al respecto de comprender la comunicación desde los procesos sociales y su complejidad, pues son ellos los que construyen la relación social y constitución como comunidad. Desde una propuesta provocadora Uranga señala que hoy “necesitamos pensar la comunicación en el marco de la política y la política en el escenario de la comunicación”. Apunta pensar estratégicamente la comunicación, inmersos en el entramado social y complejo, donde habitan y transitan ciudadanías diversas, con heterogéneas posiciones, identidades diferentes, expresiones y luchas de poder. Bajo ese paraguas reflexivo analiza la relación comunicación, poder e incidencia; misma que se complejiza cuando surge la pregunta respecto al rol de comunicadoras y comunicadores en la sociedad actual.

Junto a Sandra Villegas, Magister en Comunicación Estratégica y docente de la Universidad Mayor de San Andrés y la Universidad Católica Boliviana “San Pablo, transitamos por la investigación intitulada “Desafíos pendientes en el diseño de políticas públicas en Comunicación y su incidencia en la sociedad boliviana”. En el estudio, a partir de los resultados del Informe de los Indicadores de Desarrollo Mediático (IDM) de la UNESCO en Bolivia, se develan temas urgentes de atención como el diseño de Políticas Nacionales de Comunicación; así como los retos de la participación ciudadana. Villegas aporta reflexiones a la luz del sistema regulador conducente a la libertad de expresión; la pluralidad y diversidad de los medios de comunicación; los medios como plataforma para el discurso democrático; la capacitación profesional e institucional en el marco del pluralismo; y la capacidad infraestructural de apoyo a los medios independientes.

Asimismo, la Revista Punto Cero presenta el aporte de Marcelo Guardia, docente universitario y Doctor en comunicación, derecho a la información y ética. El investigador parte de una crítica profunda a los paradigmas clásicos de las ciencias sociales: funcionalismo, marxismo y estructuralismo, que han “impuesto” modelos privilegiados en los estudios desarrollados en el siglo XX principalmente, donde la investigación es concebida y abordada mono-disciplinariamente, bajo el norte de la “objetividad”. A decir de Guardia uno de los desafíos más grandes de la investigación en la actualidad es trascender la comprensión hacia la importancia y valor de “la subjetividad como dato social y de los procesos de generación de pensamiento y comportamiento”. Se propone trascender la mirada hacia el enfoque inter y transdisciplinario asentado en el paradigma de la complejidad. Es valioso en el análisis atender las mutaciones a las que hace referencia el autor, vinculadas a los cambios registrados en la sociedad, desde la tecnología y la academia; y paralelamente reflexionar sobre las dinámicas de producción de significado cuya fuente se da en los “mundos de referencialidad” propuestos por Guardia.

La docente universitaria, Magister en Ciencias Sociales y Presidente de la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación (ABOIC), Rigliana Portugal comparte la investigación intitulada “Educación y competencias mediáticas frente a la desinformación”. El estudio explica el valor de la educación y competencias mediáticas, sobre todo en un contexto donde el ecosistema digital enfrenta los

avatares de la desinformación e infoxicación. Se explicita la importancia de potenciar las dimensiones propuestas por Pérez-Tornero y Varis (2012) con especial interés en la comprensión crítica que promueve la autonomía personal y la capacidad resolutive ante los problemas.

Finalmente, el sociólogo, comunicólogo boliviano y Ex Secretario general de la Comunidad Andina (CAN) Adalid Contreras comparte un valioso trabajo titulado “En tiempos de Pawipacha: poner la teoría y las prácticas de políticas públicas en comunicación al día”. El autor de forma ilustrativa parte con la explicación del Pawipacha o “tiempo de incertidumbre”, que expresa una “crisis multidimensional” con cariz de “realismo, pero sin derrotismo”. Este “poner al día” que propone Contreras se sustenta en cuatro factores identificados de forma pertinente: la interpelación de la (in)comunicación en su contexto y relaciones de poder; la interpretación de las políticas públicas en comunicación centradas en la dinámica mediática, aperturando la misma la naturaleza de las redes sociales digitales; la interpelación a la naturaleza occidental de las políticas públicas con la energía de la convivencia intercultural; y la interpelación a la noción de lo público desde la constitución híbrida de lo público y lo privado. Con profunda claridad Contreras contribuye en la precisión de lo que es la Libertad de Opinión, la Libertad de Expresión, el Derecho a la Información, Derecho a la Comunicación; siendo el último la expresión de la democratización de la palabra que recupera la voz ciudadana, “para democratizar la sociedad”. Desde el aporte de Contreras, queda evidente que la utopía está vigente.

De forma sucinta se ha dado un breve pantallazo de lo que viene en este importante número de la Revista Punto Cero. Quedan cordialmente invitados a conocer las diversas miradas de reflexión en torno a estudios que hoy convocan la agenda de investigación de la academia, pero sobre todo que se constituyen en puente que vincula, desde el conocimiento, el cotidiano de las personas permitiendo aproximarse a comprender sus intereses, necesidades y retos.

M. Sc. Rigliana Portugal

**Presidente de la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación -
ABOIC**

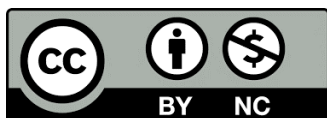
EL DERECHO A LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN, LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y PROPAGANDA ELECTORAL

Gissela Dávila Cobo

Palabras de la directora de CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina), Gissela Dávila Cobo, en el marco del IX Ciclo de Estudios Especializados de ABOIC, en coordinación con la carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica San Pablo regional Cochabamba, realizado los días 21, 22 y 23 de octubre de 2020.

La autora declara no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero.

Dávila, Gissela. (2021). El derecho a la información y la comunicación, libertad de expresión y propaganda electoral. Punto Cero, año 26 n°42, julio de 2021. Pp 11-16. Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Cochabamba.



Marco general

“Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideraciones de frontera ya sea oralmente, por escrito, o en forma impresa o en forma artística o cualquier procedimiento de su elección” (CADH, Art. 13)

Este artículo de la Convención Americana de Derechos Humanos (CADH) enmarca todo el trabajo y cómo se proyecta el derecho humano a la información.

Asimismo, en el Informe anual de la Relatoría Especial para la libertad de expresión, la Corte Interamericana de

Asimismo, en el Informe anual de la Relatoría Especial para la libertad de expresión, la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) propone lo siguiente:

“Para afrontar el déficit de protección de libertad de expresión de los grupos marginados y la insuficiente información de las sociedades, la Relatoría Especial debe seguir trabajando en dos áreas diferentes. En primer lugar, es necesario insistir en la urgente necesidad de aplicar leyes antimonopólicas para evitar la concentración en la propiedad y en el control de los medios de comunicación. En segundo término, es necesario lograr que la asignación de frecuencias y licencias de todo el espectro radioeléctrico y en especial del nuevo dividendo digital, respete la obligación de inclusión que le impone a los Estados el marco jurídico interamericano y fomente así, de manera decisiva, el pluralismo y la diversidad en el debate público” (CIDH, 2018) (La negrillas son nuestras).

Este es uno de los temas que más ha mermado la libertad de expresión y que ha hecho que no se pueda cumplir con el real derecho a la información y la comunicación de todos los seres humanos, no solamente en nuestros países latinoamericanos sino en realidad en todo el mundo. Por eso, estos proponen leyes antimonopólicas que eviten la concentración de la propiedad. Habrá países donde encontremos que existe mayor distribución del espectro radioeléctrico. Sin embargo, ello no significa que realmente se tenga la dimensión respecto a quiénes pertenecen estos medios de comunicación.

Se puede decir que tenemos un espectro radioeléctrico finito (por ejemplo, 1000 frecuencias de radio y 500 de televisión) ¿Qué pasa cuando analizamos frecuencia por frecuencia? Resulta que esas frecuencias normalmente están concentradas bajo grupos monopólicos u oligopólicos. Una sola familia, un solo grupo, controla 100, 50 o 20 frecuencias; lo que los ciudadanos comienzan a consumir como tales termina siendo un espejismo.

Esto pasa en todos los países de Latinoamérica donde se habla de leyes que permitan la redistribución de frecuencias. Normalmente dicen: “Usted puede decidir qué medio escuchar, cambiando de canal o frecuencia”. Podemos cambiar de emisora o de canal de televisión; sin embargo, se sigue consumiendo el mismo grupo que presenta una programación distinta.

El otro término que se menciona en este informe especial es la Asignación de frecuencias y licencias en todo el espectro radioeléctrico; en especial, lo que vendrá después cuando haya frecuencia digital. Tiene que respetarse la obligación de inclusión. La inclusión debe garantizar pluralismo y diversidad que garantice un debate público transparente y abierto.

En materia de legislación, Uruguay y Argentina han sido pioneros en trabajar leyes de comunicación, de información y de redistribución de frecuencias. En otros países, se ha seguido este camino con claroscuros; se habla de medios comunitarios que están restringidos, como en el caso de Colombia, con espectros limitados. Por su parte, en Ecuador, se hizo una modificación a una ley, actualmente de baja, donde se asignaba el 34% a medios comunitarios, 33% a medios públicos y 33% a medios privados dando una equivalencia en el espectro. Se reconocía desde el Estado una deuda histórica con los medios comunitarios que asumieron un papel estatal ante el incumplimiento público en el área de educación y alfabetización en diferentes zonas.

En este marco regulatorio, base para tratar los derechos a la información y comunicación, se relaciona la potestad y la obligación de los Estados para administrar el espectro radioeléctrico, de acuerdo a la normativa de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

La UNESCO declara el espectro radioeléctrico como bien de la humanidad, que debe ser preservado para el disfrute de todos los seres humanos; de igual manera, la UIT presenta una normativa para distribuir el espectro radioeléctrico.

Los Estados, NO los gobiernos, tienen límites y responsabilidades para aplicar esta potestad:

- No pueden impedir la igualdad de oportunidades para su acceso.
- Deben considerarse los estándares internacionales en materia de Derechos Humanos firmados por esos países (por ejemplo, el Pacto de San José de Costa Rica).

El Estado es permanente, está conformado por todas y todos nosotros, que somos quienes estamos tributando, votando y organizando la existencia del mismo. El espectro radio electromagnético constituye un bien que corresponde a todas y todos. Por tanto, su distribución debe ser equitativa.

El Estado tiene límites y responsabilidades; por ejemplo, no se puede impedir la igualdad de oportunidades para su acceso. En muchos países, las acciones o frecuencias se subastan; entonces, aquellos que poseen los recursos suficientes poseen acceso a estas frecuencias. Esta situación de desproporción contradice los pactos firmados en materia de derechos, como el citado Pacto de San José.

Propuesta académica de CIESPAL

En la Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui No. 59 (1997), José Marques de Melo, en su artículo Derecho a la información: Agenda para el Debate, define este derecho a "una categoría jurídica en proceso de consolidación". Lamentablemente, aún en nuestros días, el Derecho a la Información sigue siendo una categoría en proceso de consolidación.

CIESPAL trabaja por este derecho a la comunicación; a tal fin, organiza el trabajo alrededor de propuestas puntuales:

La organización de la sociedad a través de la educación

Si no existe educación para participar de los medios de comunicación, la sociedad no va a conseguir de manera adecuada esta redistribución. Cuando una sociedad toma conciencia de su derecho para acceder a los medios de comunicación, entonces comienza a participar en estos y a bregar por espacios en el espectro radioeléctrico pero, también, a exigir que los medios de comunicación ya en el aire tengan la capacidad, mucho más

amplia, para representar lo que necesita la sociedad.

Aunque sea un medio de comunicación privado, este tiene la obligación de realizar un servicio a través de su trabajo 'público' con la programación diaria, por ser parte de este espectro radioeléctrico que corresponde a todas y todos.

Por otro lado, tenemos también un trabajo donde se pide y exige a los Estados una redistribución de las frecuencias de una manera más equitativa, con el fin de respetar las diferentes maneras de observar el mundo, de plantearse frente a este, de usar idiomas de diferentes países, estados o provincias.

También se habla de un Derecho a la Comunicación, en estrecha vinculación con el espacio de representación para identificarse desde una propia nación, desde los propios grupos de interés y desde cómo organizarse.

A partir de esto, se generan otros procesos: Si se da el acceso a un medio de comunicación alternativo comunitario ¿cómo se mantiene? Ahí emerge un espacio de gestión que tiene ver con un trabajo y la relación con el tema de la publicidad electoral.

La publicidad electoral

Se ha trabajado mucho en temas de legislación, sobre el mismo principio de equidad y transparencia para el manejo de la publicidad. En este sentido, se plantea que, al estar pagada por todos y todas, la publicidad cuando sale del Estado debe ser redistribuida de igual manera y de forma equitativa. Es decir, si tenemos 33% para públicos, 33% privados y 34% para comunitarios, de igual manera debe ser redistribuida la publicidad estatal.

O los Estados deben al menos garantizar que parte del presupuesto de la publicidad anual sea redistribuida entre los medios de comunicación comunitarios, ya que

estos también cumplen con su labor de alfabetización, salud, mantención de culturas vivas, etc.

Todo es un conjunto en relación, por un lado, con un asunto de derechos y de acceso y por otro, con la temática de gestión y cómo organizarse. Y existe un espacio intermedio vinculado con la legislación.

Marques de Melo afirmaba:

“No basta que la ley garantice libertad de expresión a todos. Condición sine qua non es la capacidad que tienen los ciudadanos para saber, hacer, transformar, crear. Si no es así, el derecho de comunicar se convierte en cosa vacía, pues su ejercicio se queda limitado a las pocas personas que tienen instrucción y, por lo tanto, son capaces de producir mensajes, llenarlos de contenido y difundirlos adecuadamente” (MARQUES DE MELO, 1997).

Esta es la situación en estos momentos. Cerramos con esta frase también de Marques de Melo: “Derechos de educación, información, expresión, participación y vigilancia son, por lo tanto, apartados integrantes de una categoría más amplia que es el derecho a la comunicación, sustentáculo de la propia democracia” (MARQUES DE MELO, 1997).

Sin medios de comunicación comunitarios, públicos y privados, viviendo en un ambiente mucho más sano e integrador, no se podrá tener la capacidad real de gozar de una democracia ni hablar de libertad de expresión, cuando realmente quienes alcanzan a manifestarse a través de medios libres, no son los ciudadanos de a pie sino personas con poderes políticos, económicos y con beneficios en su educación.

De esa manera, por un lado, el Derecho a la Comunicación tiene que ser garantizado por los Estados; por otro lado, al no existir

esta garantía real en nuestros procesos y nuestras democracias es importante que la ciudadanía se empodere y empiece a exigir este derecho que le corresponde.

La sociedad no debe dejarse engañar sobre esto de 'Vayan a internet para tener sus propios medios de comunicación'. Internet no llega a todas las comunidades y es pagado.

Comunicación y publicidad

La comunicación es un derecho humano y natural. Lamentablemente, por considerarlo un derecho natural, no se ejerce con la fuerza que se debería en términos de ciudadanía y participación.

La comunicación permite garantizar, por ejemplo, el conocimiento propio, la consolidación con un territorio, su proyección con la globalidad y todas las actividades inherentes a las relaciones humanas con espacios académicos, políticos y sociales.

Por otra parte, la publicidad tiene objetivos y efectos muy puntuales. Por ejemplo promocionar un mensaje, no solo un producto sino alguna campaña en específico que logre objetivos inmediatos, se vincula con conseguir seguidores y seguidoras para causas en específico.

Rol de los medios comunitarios

El rol de los medios comunitarios inclusive ha sido un rol de suplantar al Estado sin recibir ninguna gratificación económica y tampoco por interés personal. Al contrario, los medios de comunicación comunitarios nacen a partir de una necesidad para atender necesidades colectivas, como se han visto en Bolivia, Ecuador y Colombia respecto a las escuelas radiofónicas. Se ha trabajado en temas específicos que tienen que ver con garantizar el derecho de las personas a una vida digna y, por lo tanto, los medios de comunicación comunitaria han contribuido a la organización de las comunidades.

En Ecuador, hay muchas experiencias de medios de comunicación comunitarios que se han organizado en redes y han estado trabajando en zonas determinadas. Las personas que son parte de este territorio no han tenido una concepción propia de sus derechos; entonces, el trabajo ha sido desde cero; incluye el tomar conciencia de que son personas con derechos, para luego organizarse y demandar, por ejemplo, el derecho a hablar en idioma propio, a tener educación, salud y alimentación dignas. Estos medios han estado acompañando tales procesos sociales, han amplificado las demandas y, desde allí, han transformado sociedades.

Rol de CIESPAL

CIESPAL cuenta ya con un trabajo de 61 años a lo largo de los cuales ha ido cambiado los procesos, fortaleciéndolos. El principal rol ha sido democratizar la comunicación, llevando espacios de investigación y de publicaciones a otros niveles. Normalmente y lamentablemente para nuestra región, la comunicación se ha visto muy influenciada por conocimientos y teorías que vienen desde Europa, EE.UU. y, no tanto, dándole valor al conocimiento propio y al pensamiento latinoamericano.

El objetivo importante de CIESPAL consiste en construir este pensamiento, mantenerlo y amplificarlo, no solamente desde los espacios tradicionales (y ahora, mediante redes sociales) sino también a través de textos y artículos, contribuyendo este proceso y brindando distintas capacitaciones; en articular y abrir espacios de concientización, de investigación y poner a la comunicación, esta otra comunicación, en espacios de disputa de lugares y acciones.

CIESPAL ha trabajado con varios países de la región para generar políticas públicas, cambios en las legislaciones y redistribución del espectro. Ha trabajado permanentemente por la democratización

de la comunicación.

Experiencias de países respecto a legislación y distribución de espectros

A pesar de que existen legislaciones regionales que indican que deben ser respetados todos los procesos y la normatividad por el Estado y no por los gobiernos, siempre son estos últimos los cuales intentan aprovecharse de los medios de comunicación y más cuando se entrega publicidad o equipamiento. Esto ha ocurrido con algunos medios, por ejemplo, en México. En Ecuador, hay un reconocimiento a medios de comunicación comunitarios por su trabajo y, también, porque no han concedido que su programación u objetivos sean cambiados por recibir publicidad o algún equipamiento.

Hay que tener mucho cuidado y saber diferenciar. Cuando se trata de un medio de comunicación comunitario, se refiere a un medio que nace desde la necesidad de la comunidad, no de una propuesta del Estado; luego, se debe garantizar que su programación sea protegida.

Asimismo, tener conciencia de que los medios de comunicación privados no declaran que su contenido está condicionado a su pauta y línea editorial. Y muchas veces, estos son los que más pauta reciben desde el Estado. Ello sucede en algunos de los países de la región, a excepción de Bolivia, donde han recibido más dinero los medios comunitarios, que no pueden ser todos llamados comunitarios.

Entonces, es el mismo tratamiento para los medios comunitarios. Pueden recibir fondos del Estado; no obstante, por ello, deben ser condicionados en su programación y en su línea editorial. Para garantizar esto, hay procesos de transparencia, de veeduría ciudadana y observatorios que garanticen que

el Estado no imprima incidencia en la programación de los medios.

Asimismo, es importante recalcar que no todo medio que provenga de un sector indígena u organización sindical sea necesariamente comunitario. Por eso, se hablaba en algunos países, en Ecuador específicamente, del Plan de Comunicación. El Plan de Comunicación tenía que ir acompañado de un estudio radioeléctrico-técnico de cuál será su cobertura, un estudio de gestión sostenibilidad, qué objetivo tiene, a qué público va a servir y cuál va a ser su programación. Si la programación cambia, se debe comunicar frente al público abiertamente a través de redes y a la autoridad competente que están modificando el objetivo o la programación porque esto garantiza que sea o no un medio comunitario.

LAS POLÍTICAS PÚBLICAS SOBRE COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA SOCIEDAD¹

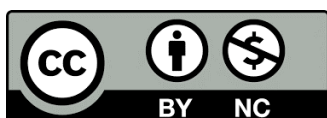
Guilherme Canela

Brasileño, licenciado en Relaciones Internacionales por la Universidad de Brasilia (UNB) y master en Ciencias Políticas por la Universidad de São Paulo (USP). Actualmente, es jefe de la Sección de Libertad de Expresión y Seguridad de periodistas de la UNESCO (sede París).

g.godoi@unesco.org

El autor declara no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero.

Canela, Guilherme. (2021). Las políticas públicas sobre comunicación y su incidencia en la sociedad. Punto Cero, año 26 n°42, julio de 2021. Pp 17-23. Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Cochabamba.



Resumen:

El nudo de la discusión sobre las políticas públicas sobre comunicación en este momento es consecuencia de que, por varias décadas, los investigadores en el campo de la comunicación hemos dedicado nuestras labores al análisis y diseño de las políticas públicas (ANDI, 2007). Sin embargo, lo hemos hecho de una manera muy frecuentemente aislada, en el sentido de que no teníamos la necesaria interdisciplinariedad y multidisciplinariedad para trabajar un tema complejo, multifacético y que necesita de distintos actores para que estas políticas sean efectivas para construir una mejor ciudadanía en relación con estos temas.

Palabras clave:

Políticas Públicas, Comunicación, América Latina

Public policies on communication and their incidence on society

Abstract:

The core of the discussion about public policies on communication at this time is the consequence of the fact that, for several decades, researchers in the field of communication have dedicated their work to the analysis and design of public policies (ANDI, 2007). Nevertheless, we have done it in a very frequently isolated way, in the sense that we did not have the necessary interdisciplinarity and multidisciplinary to work on a complex, multi-faceted subject which needs different actors for these policies to be effective in order to build better citizenship in relation to these subjects.

Key words:

Public Policies, Communication, Latin America

Este aislamiento desafortunadamente fue adoptado en muchas de las unidades académicas de investigación sobre políticas públicas respecto a la comunicación. Hoy en día es imposible hacer políticas públicas sobre comunicación sin una perspectiva que tome en cuenta que existen muchos actores y disciplinas involucrados. Nos arriesgaríamos a producir una investigación académica con una muy baja capacidad de eficiencia y de eficacia².

El punto central de lo que planteo aquí es que, si no caminamos para que el mundo de la investigación y la docencia en el área de la comunicación realmente incluya al universo del derecho, las ciencias políticas, la psicología, la ingeniería digital, las ciencias de la computación, no vamos a lograr producir una discusión efectiva y sería sobre las políticas públicas respecto a la comunicación.

Hay cinco grandes áreas que deberían estar integradas de manera coherente y sinérgica en la discusión de las políticas públicas sobre comunicación en América Latina (Cf. UNESCO, 2019). Estos grandes temas no han cambiado tanto desde hace quince años, lo cual significa que en las últimas décadas seguimos teniendo desafíos muy comunes.

El primer tema es el de la seguridad de los periodistas³.

Desafortunadamente, América Latina sigue siendo una de las regiones más violentas del mundo para los periodistas y, por lo tanto, una agenda de políticas públicas de comunicación que no esté claramente dedicada a este tema es una agenda equivocada. Cuando hablamos de seguridad de periodistas estamos hablando de la seguridad física, como las distintas formas de intimidación de los y las periodistas incluyendo el alto número de asesinatos en muchos países. Pero también estamos hablando

de la seguridad jurídica, la seguridad laboral y psicológica de ellos y ellas y sus familias, así como la nueva amenaza de la seguridad en línea. Esta amenaza afecta, particularmente, a las periodistas mujeres con todas las formas de acoso en línea que vemos contra los y las periodistas.

Hay también temas que son relativamente nuevos como, por ejemplo, el caso de líderes políticos que hacen un acoso en línea contra la prensa cuando utilizan expresiones como: “toda la prensa es fake news, toda la prensa es corrupta, etc.”. En resumen, las políticas públicas sobre comunicación en el ecosistema mediático latinoamericano que no incluyan de manera clara un enfoque sobre la seguridad de los periodistas están dejando al lado una cuestión que es relevante y que está en el centro de las discusiones sobre la libertad de expresión.

Cuando hablamos de políticas públicas que incluyan la cuestión de la seguridad de los periodistas es importante tener en cuenta las “tres P”. Cualquier política pública acerca de la seguridad periodística tiene que contener un pilar central de prevención, un pilar de protección y un pilar de procuración de justicia para luchar contra la impunidad en relación con estos temas.

El segundo tema son las cuestiones estructurales del ecosistema mediático de la región. Estas cuestiones son también viejos temas. Por ejemplo, las altísimas tasas de concentración de propiedad en los medios que todavía tienen lugar en muchos de los países de la región (MENDEL, GARCÍA Y GÓMEZ, 2017). Para resolver este problema es fundamental abordar la cuestión de independencia de los órganos reguladores de los medios en particular de la radio difusión (SALOMÓN, 2016). Este es un tema clave en América Latina y que tiene una fundamental relevancia para respetar los estándares

internacionales de libertad de expresión. Desafortunadamente, pocos ejemplos de órganos reguladores independientes siguen los estándares internacionales.

De la misma manera, para que los llamados medios públicos de difusión⁴ sean efectivamente públicos y no gubernamentales, tienen que haber políticas públicas de comunicación que tomen en cuenta la pluralidad y la diversidad. Esto también tiene que ver, por ejemplo, con el fortalecimiento de los medios comunitarios (MENDEL, 2016) o la regulación de la publicidad gubernamental y la transparencia de estos procesos.

Estas cuestiones estructurales necesitan de buenas legislaciones y una implementación de políticas públicas concretas, con una fuerte conexión con el órgano regulador independiente para que, efectivamente, tengamos políticas públicas que lleven el ecosistema multimediático a ser un sistema a favor de la libertad de expresión.

El tercer tema tiene que ver con que las políticas públicas deben estar en constante diálogo con los estándares internacionales de libertad de expresión (UNESCO, 2017). Estos pueden ser resumidos en dos artículos. En el caso del Sistema Universal de los Derechos Humanos, el artículo diecinueve de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. En el caso del Sistema Interamericano de los Derechos Humanos, es el artículo trece.

Para definir la libertad de expresión, no solo la de los periodistas, pero también la de cada ciudadano incluyendo niños, niñas y adolescentes, estos dos artículos utilizan tres verbos. La libertad de expresión tiene que ver con el derecho de hablar, de divulgar opiniones, arte, periodismo, noticias, información, conocimiento científico, etc. Pero también tiene que ver con el derecho de recibir y con el derecho de buscar informaciones. Entonces, para

hacer políticas públicas, no podemos pensar solamente en la comunicación a partir de la forma, un poco más sencilla, de ampliar el derecho a hablar. También tenemos que pensar en los otros dos verbos: la búsqueda y la recepción de información.

Y en este contexto es particularmente importante que las políticas públicas tomen en cuenta la discusión sobre el acceso a la información pública (ORME, 2017). En este tema, hace veinte años solo un país de América Latina tenía una ley de acceso a la información pública. Hoy solo cuatro no tienen una ley. Sin embargo, una vez que se establezca una ley de acceso a la información pública, como pasa con otras legislaciones, es fundamental que las políticas públicas consideren el acceso a la información pública. En este punto, la política pública tiene que considerar cómo se implementa este tipo de legislación, cómo avanzar con las políticas de transparencia activa, transparencia pasiva, y cuál es el rol del nuevo órgano regulador independiente en la aplicación de este tipo de legislación. En todo esto también hay que considerar el rol de la participación ciudadana y la activa necesidad de los ciudadanos y ciudadanas de tener acceso, de hacer la búsqueda y de recibir información por parte del Estado.

La Agenda de Desarrollo Sostenible 2030 toma en cuenta esta última cuestión, así como el caso de la seguridad de los periodistas en su Objetivo de Desarrollo Sostenible 16.10. Por lo tanto, las políticas públicas sobre comunicación tienen también una fuerte conexión con la agenda global de desarrollo sostenible inclusivo.

El cuarto tema es el relativo al mundo digital. Esta es la gran novedad debido al fuerte crecimiento del Internet en los últimos 10 años. Este tema está relacionado

con las políticas de telecomunicaciones, con las políticas de innovación y también con la discusión más amplia acerca de la libertad de expresión, pero también de otro derecho muy importante, que es el derecho a la privacidad, cuya complejidad es necesario entender para que la discusión en torno a las políticas públicas sobre comunicación sea completa y seria.

La UNESCO ha subrayado que la discusión sobre las políticas públicas digitales tiene que ocurrir bajo 4 grandes parámetros (SOUTER Y VAN DER SPUY, 2019): Primero, estas discusiones tienen que estar basadas en Derechos Humanos. Cualquier discusión de políticas públicas digitales debe tener un pilar claro de conexión a una agenda amplia de derechos humanos incluyendo por supuesto la libertad de expresión y la privacidad, pero también al derecho a la educación, a la salud, entre otros.

El segundo criterio se basa en la apertura. Por ejemplo, la apertura del Internet y la idea de apertura de otras tecnologías tienen que ser tomadas en cuenta al discutir sobre las políticas públicas, particularmente en el mundo digital. Estamos hablando, por ejemplo, sobre los recursos educativos abiertos, sobre opciones libres, sobre recursos científicos abiertos y la misma apertura de la red en general.

El tercer criterio es el de accesibilidad. De nada vale tener Internet con todas estas maravillas si la gente no accede a estas plataformas. Sin embargo, la accesibilidad no debe ser entendida solamente como la accesibilidad de conexión, sino también como la accesibilidad lingüística, la accesibilidad a personas con discapacidad, por ejemplo.

El último elemento en este conjunto de pilares definidos por la UNESCO es lo que llamamos la gobernanza de múltiples partes interesadas de la Internet.

Cuando estamos tomando decisiones sobre políticas públicas relativas a la comunicación en el mundo digital, las distintas partes interesadas tienen que estar involucradas en esta discusión, como son: el gobierno, el sector privado – las plataformas digitales, la sociedad civil y la comunidad de ingenieros que construyen la Internet.

Los desafíos generados por la revolución digital son enormes. Podría yo enunciar varios, pero hago énfasis en dos que están particularmente ocurriendo en este momento. El primero es la lucha contra la desinformación y las mal llamadas *fake news*⁵. Las políticas públicas tendrán que ser muy específicas en áreas clave, por ejemplo, en el impacto de la desinformación en el contexto electoral (PUDEPHATT, 2019), o el impacto de la desinformación en la salud pública⁶ como el producido por la pandemia de la COVID-19 y la discusión sobre las vacunas. También es importante enfocarse en el impacto de la desinformación sobre las discusiones del cambio climático, que han desatado querellas que son más anecdóticas como el negacionismo científico. Esto demuestra como la desinformación impacta a la ciencia, cuya importancia ya había supuestamente ganado sólido terreno para la construcción de políticas públicas, pero que hoy vemos cómo se pone en tela de juicio hasta “si la Tierra es plana” y otros maleficios.

La lucha contra la desinformación implica una discusión amplia, que incluya múltiples partes interesadas y no solo gobiernos, sino también a la sociedad civil, al sector privado, y al mundo de la educación. Algunas palabras clave para esta discusión son transparencia, rendición de cuentas y políticas públicas de alfabetización mediática informacional. Otro problema grave en esta cuestión del mundo digital es el tema del discurso del odio (GAGLIARDONE et. al., 2015).

Tenemos que considerar esta temática en la discusión de las políticas públicas sobre comunicación y en particular cómo es tratado por el sistema internacional de derechos humanos. La clave, por ejemplo, es conocer lo que dice el Plan de Rabat sobre el combate del discurso del odio.

El quinto tema es el relativo a que las políticas públicas sobre comunicación tienen que ser transversales para ayudar a las poblaciones más vulnerables. Esto significa pensar en cómo

impacta a los niños, niñas y adolescentes, a las personas con discapacidad, a mujeres o a la población LGBTYQ. Es muy importante tomar en cuenta a las poblaciones más vulnerables como las poblaciones indígenas. Todo va a depender de la situación de cada país.

Finalmente, y vuelvo al nudo central del cual hablé al inicio, nada de todo esto es posible si no tenemos una perspectiva multidisciplinaria que tome en cuenta a los distintos actores interesados. Es fundamental que el mundo de la comunicación rompa las barreras y empiece, si todavía no ha empezado, a fortalecer las discusiones transdisciplinarias con el mundo del derecho, con el mundo de la ciencia política, con el mundo de las ingenierías informáticas, con el mundo de la psicología, con el mundo de las ciencias de datos. Será imposible construir políticas públicas sobre comunicación coherentes si no incluimos la sabiduría y el conocimiento que también está siendo producido por estas otras áreas de conocimiento.

NOTAS

1. Este texto es una transcripción de la participación del autor en el IX Ciclo de Estudios Especializados de ABOIC.

2. Para una mirada desde la UNESCO, ver, por ejemplo: <https://en.unesco.org/unesco-series-on-journalism-education> , visto en 16/11/2020.

3. Para estadísticas del último bienio, ver: <https://es.unesco.org/themes/safety-journalists/dgreport>, visto en 16/11/2020.

4. Para una reflexión más amplia sobre estos temas, ver: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000234746?posInSet=2&queryId=4e24813e-8ef7-4793-a320-4a766994d6ca> y https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216616_spa?posInSet=3&queryId=4e24813e-8ef7-4793-a320-4a766994d6ca, visto en 16/11/2020.

5. Un informe reciente sobre el tema puede ser encontrado acá: Kalina Bontcheva & Julie Posetti (2020). Balancing Act: Countering Digital Disinformation While Respecting Freedom of Expression. Broadband Commission research report on 'Freedom of Expression and Addressing Disinformation on the Internet'. Recuperado en: https://www.broadbandcommission.org/Documents/working-groups/FoE_Disinfo_Report.pdf, visto en 16/11/2020.

6. Sobre el concepto de desinfectodemia, ver <https://es.unesco.org/covid19/desinfectodemic>, visto en 16/11/2020.

Bibliografía

ANDI (2007). Mídia e políticas públicas de comunicação. Brasília. <<http://www.andi.org.br/file/50190/download?token=OxqpRlmc>>. (16/11/2020).

GAGLIARDONE, I.; GAL, D.; ALVES, T. Y MARTINEZ, G. (2015). Counterin online hate speech. UNESCO París. <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000233231>>. (16/11/2020).

MENDEL, T.; GARCÍA, A. Y GÓMEZ, G. (2017). Concentración de medios y libertad de expresión: Normas globales y consecuencias para las Américas. Oficina de la UNESCO en Montevideo. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000248091_spa?posInSet=1&queryId=b725e433-040c-4481-9e84-26529d7a3102> (16/11/2020).

MENDEL, Toby (2016). Sintonizar el desarrollo: estudio comparativo internacional sobre la regulación de las emisoras comunitarias. UNESCO París. <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000243745?posInSet=14&queryId=143fb55e-d7f5-4ca0-ac0e-749f5e71b86c>>. (16/11/2020).

ORME, Bill (2017). Acceso a la información: Lecciones de la América Latina Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información. UNESCO Uruguay. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000249837_spa?posInSet=1&queryId=e9e95ed3-e183-4cbd-a84e-f75bd119a713>. (16/11/2020).

PUDDEPHATT, Andrew (2019). Redes sociales y elecciones. Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información. Oficina Regional de Ciencias de la UNESCO para América Latina y el Caribe, Oficina de UNESCO en Montevideo. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000370634_spa>. (16/11/2020).

SALOMÓN, Eve (2016). Regulación independiente de la radio y teledifusión: Una revisión de políticas y prácticas internacionales en cooperación con: Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información. Oficina de la UNESCO en Montevideo. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246055_spa>. (16/11/2020).

SOUTER, David y VAN DER SPUIY, Anri (2019). Indicadores de la UNESCO sobre la universalidad de Internet: Marco para la evaluación del desarrollo de Internet. UNESCO París. <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367860?posInSet=2&queryId=d3c15d38-ffa1-483f-9c3d-5467d1a03048>>. (16/11/2020).

UNESCO (2019). Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios: informe regional para América Latina y el Caribe 2017/2018. <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000366564?posInSet=5&queryId=6448cd2-e2fc-4974-9593-ad54a237a889>>. (16/11/2020).

UNESCO (2017). Caja de herramientas para escuelas judiciales iberoamericanas: Formación de formadores en libertad de expresión, acceso a la información pública y seguridad de periodistas. <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000251593?posInSet=5&queryId=b3f3b228-981a-49d8-bf3f-c1e361338eef>>. (16/11/2020).

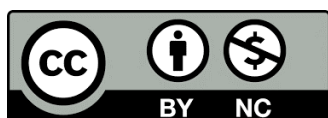
COMUNICAR PARA LA PARTICIPACIÓN Y LA INCIDENCIA

Washington Uranga

Profesor. Comunicador social. Docente investigador Universidad de Buenos Aires y Universidad Nacional de La Plata. Director de la Maestría en Comunicación Institucional, Universidad Nacional de San Luis. Argentina.

urangaw@gmail.com

El autor declara no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero



Uranga, Washington. (2021). Comunicar para la participación y la incidencia . Punto Cero, año 26 n°42, julio de 2021. Pp 24-31. Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Cochabamba.

Resumen:

Es necesario repensar la comunicación como categoría para volver a la esencia de la socialidad humana y a las formas de relacionamiento entre los sujetos. En la actualidad, lo anterior remite a la vincularidad entre comunicación y política, y a los juegos de poder en el escenario simbólico. Para comprender la comunicación es preciso hacerlo desde la complejidad de los procesos sociales. El derecho a la comunicación como derecho habilitante, el rol de los comunicadores, participación e incidencia.

Palabras clave:

Comunicación - participación - incidencia
- poder

Communicate for participation and incidence

Abstract:

It is necessary to rethink communication as a category to return to the essence of human sociality and the forms of relationship between subjects. Currently, the above refers to the link between communication and politics, and to the power games in the symbolic scenario. In order to understand communication it is necessary to do so from the complexity of social processes. The right to communication as an enabling right, the role of communicators, participation and incidence.

Key words:

Communication - participation - incidence
- power

1. Comunicación y política: dos ámbitos de actuación inseparables

¿De qué estamos hablando cuando decimos “comunicación”? ¿de los medios?, de ¿todos los medios?, ¿del “sistema de medios” muchas veces actuando corporativamente? ¿Apenas de lo que llamamos redes sociales? ¿O de aquello que está en la base de la condición humana y trasciende lo antes citado?

En realidad, la comunicación es todo lo anterior apoyado en la complejidad de las relaciones sociales que van tejiendo y construyen nuestra relación social, nuestra constitución como comunidad.

El maestro Jesús Martín-Barbero afirma que “como fundamento y raíz de la socialidad, la comunicación viene a ser el tejido en el que se enlazan y se anudan los hombres”. Y agrega que “de ahí que toda revolución es la búsqueda de una forma nueva de comunicación y que todo cambio que afecte a la comunicación ataca los elementos de la convivencia” (MARTÍN-BARBERO, 2018: 83).

Podemos afirmar que la comunicación se constituye a partir de un juego de subjetividades que se entrelazan y tensionan entre sí, manifestándose en intereses políticos, económicos, sociales y culturales hasta traducirse en significaciones que aportan a la configuración del territorio simbólico que habitamos.

En la sociedad mediatizada en la que vivimos podemos sostener que la comunicación es un escenario de representación donde se ponen de manifiesto de manera simbólica, las luchas por el poder que existen en la comunidad.

El escenario comunicacional hoy debe ser comprendido como una plaza simbólica, donde los actores juegan todas sus posibilidades, cada uno en función del poder que puede ejercer de acuerdo al tema y a las circunstancias.

Por todo eso hoy necesitamos pensar la comunicación en el marco de la política y la política en el escenario de la comunicación. Sin limitar nuestra mirada comunicacional a los medios o al sistema de medios. No para excluir a éstos, sino para tenerlos como un componente fundamental, aunque no excluyente de prácticas sociales atravesadas por procesos de construcción de sentidos colectivos que van configurando los modos de ser y actuar en la sociedad y el entramado que sostiene las relaciones sociales.

2. ¿Cómo pensar la comunicación entonces?

Fundamentalmente como relaciones entre sujetos, en nuestra mirada particular entre ciudadanos, que intercambian, negocian y producen sentidos colectivos en la vida cotidiana. Es decir, como procesos comunicacionales, que se generan en la interrelación y la vincularidad entre sujetos y actores sociales en el marco de una comunidad y de una cultura, produciendo efectos de sentido que inciden en las prácticas.

¿Cuál es entonces nuestro objeto de estudio?

Jesús Martín-Barbero nos ha dicho que “pensar los procesos de comunicación desde la cultura significa dejar de pensarlos desde las disciplinas y desde los medios. Significa romper con la seguridad que proporcionaba la reducción de la problemática de la comunicación a las tecnologías” (MARTÍN-BARBERO, 1991: 227).

Sin embargo, esto que dimos por cierto y aprendido hace muchos años, parece ahora revertirse con el desarrollo tecnológico y la invasión de las redes sociales digitales. Y si en un momento nada existía fuera de los medios masivos, ahora parece ser que el único escenario posible es el de las redes sociales digitales.

Para volver a focalizar nuestros estudios sobre comunicación, es preciso recuperar la complejidad de lo comunicacional a partir del sujeto actuante y constructor de la vida social. Es decir que de lo que denominamos prácticas sociales protagonizadas por las personas en el territorio.

Y para eso debemos entender a la sociedad como un territorio complejo dentro del cual se recortan escenarios diversos. Pensar la comunicación allí y desde allí, hacerlo estratégicamente, es adentrarnos en esa complejidad y comunicar desde el entramado que genera el propio territorio y sus escenarios.

Siguiendo a Michel de Certeau, podemos decir que el territorio es lugar más espacio (Cf. CERTAU, 2007: 130). Es necesario entender a la ciudadanía como un lugar, como un mapa. Estratégicamente es preciso conocer a los actores en profundidad, también en sus subjetividades, para poder apreciar las movilidades que generan y transitan por ese lugar para convertirse en espacio. Porque tales movilidades, expresiones, manifestaciones, tomas de posición, luchas por el poder, son comunicacionales.

Esto es lo que necesitamos captar, describir y comunicar. Me refiero a los sentidos ciudadanos que se expresan en diversidad de ciudadanías que transitan el espacio público y que deben ser puestas en la escena pública. Es el reconocimiento de la diversidad que habita en nuestras sociedades. Su visibilización y el desarrollo de capacidades para expresar tales identidades heterogéneas y disímiles hace a la cuestión esencial de la transparencia y la participación.

3. El derecho a la comunicación como derecho habilitante

Así como sostuvimos antes que no podemos pensar la comunicación al

margen de la política y ésta al margen de la comunicación, en otros momentos aseguramos que no existe ciudadanía democrática sin comunicación democrática.

En coherencia con lo que venimos desarrollando, la ciudadanía democrática requiere de una comunicación que también lo sea porque la comunicación es, hoy por hoy, uno de los principales sostenes de la participación en comunidad. La plaza simbólica de la comunicación no solo permite el reconocimiento de las identidades diversas, es el lugar para darles visibilidad y para expresarlas, sino que también es un ámbito de participación por antonomasia. Entiéndase bien. No el único, pero sí un escenario preponderante y de enorme importancia en la sociedad comprendida como el territorio en el que se plasman las prácticas sociales.

En ese y en muchos otros sentidos, el derecho a la comunicación se convierte en un eje primordial de los derechos. Podemos decir que el derecho a la comunicación es un derecho habilitante de la integralidad de derechos. Porque permite el acceso a los otros derechos y, sobre todo, porque nadie puede demandar para sí algo que no sabe que le pertenece como derecho.

La comunicación democrática, transparente y participativa, es una puerta de acceso al goce integral de los derechos políticos, sociales, económicos y culturales. Sin comunicación democrática no puede haber democracia plena.

4. Comunicación, poder e incidencia

No podríamos avanzar en esta reflexión sin aludir, en este camino, al “poder” como un dato siempre presente. Sabemos que aquello que se reconoce como “conocimiento” (categorías, modos de comprender, criterios interpretativos) no puede ser reconocido como legítimo si no está avalado por algún dispositivo de

poder. Pero, al mismo tiempo, quien tiene el poder precisa de los saberes reconocidos en determinada época histórica para legitimar y conservar su poderío. Poder y saber interactúan constantemente, y ninguno puede sostenerse sin el otro.

La historia nos demuestra la existencia de saberes que, asociados a determinados poderes y relacionados con las prácticas sociales predominantes en una época histórica dada, guían la acción de las personas, los grupos y las comunidades. Tales saberes se disipan cuando el poder que los sostiene entra en descomposición o se desvanece.

Afirma la filósofa Esther Díaz que "hubo (y sigue habiendo) una voluntad generalizada de hacernos creer que la verdad no tiene nada que ver con el poder. O, dicho de otra manera, que quien ejerce el poder no posee la verdad o que quien posee la verdad, no ejerce poder, ya que la verdad -se supone- es un ámbito privativo de la ciencia. Sin embargo, mientras se ejerce el poder se trata de hacer valer las verdades propias y suelen rechazarse las ideas ajenas como falsas. El poder siempre se ejerce en nombre de ciertas verdades. Por otra parte, quienes consiguen imponer verdades están apoyados en algún tipo de poder. Pero como el poder tiene mala prensa, los modernos quisieron seguir manteniendo la antigua patraña de que la verdad no tiene nada que ver con el poder" (DÍAZ, 2004: 1).

No hay una verdad "objetiva" o una única verdad. Aquello que denominamos la realidad es una convención que emerge de las relaciones de poder -material y simbólico- y que se constituye como referencia para la acción colectiva.

El escenario de actuación está atravesado por esas referencias. Pensar la incidencia política de los actores sociales -sean individuos u organizaciones- supone reconocer simultáneamente la puesta

en juego de valores (una comprensión del mundo y del ser humano como protagonista), de modos de conocimiento (categorías interpretativas), de métodos de intervención (capacidades y habilidades para la transformación de las prácticas) y de comunicación (la lucha simbólica acerca de los sentidos que atraviesan la vida social y que se constituyen en la cultura).

En el cruce de todas estas variables se sitúan los desafíos para la intervención desde la comunicación con vocación de incidencia política.

Esta comprensión de la comunicación y el acento en la complejidad, sumado a la perspectiva integral de derechos (que incluye el derecho a la comunicación) redefine, por un lado, el quehacer y el rol del/de la comunicador/a en la sociedad, pero también reposiciona a la comunicación en el marco de la política y de las decisiones políticas. No se puede, a nuestro juicio, pensar la comunicación al margen de la política, de las relaciones de poder, de la construcción social.

Ejercer el poder es pretender incidir. Entendiendo por incidencia la acción sostenida en el tiempo que busca la transformación social desde una determinada perspectiva para influir y generar discusión pública sobre un tema en alguno de estos niveles que expresamos a continuación:

- Dar visibilidad a un tema. Cuando el actor social percibe o reconoce la existencia de un asunto que, a su juicio, requiere la atención pública y, en consecuencia, se moviliza e inicia acciones para instalarlo en la agenda social.

- Sensibilizar sobre un tema a otros actores clave. Cuando ese mismo actor promueve el debate y moviliza a otros y otras a partir de la conciencia de que

los cambios demandan del trabajo conjunto y del apoyo multiactoral.

- Instalar el tema en la agenda pública. Emerge cuando el asunto en cuestión cobra relevancia como prioritario y urgente para la actualidad de la comunidad, tanto en los medios de comunicación, en la producción de bienes culturales, en las redes sociales y ámbitos de debate político. Este nivel también implica la sensibilización de actores políticos partidarios y/o gubernamentales clave, a fin de que asuman el tema como parte de su agenda y se pronuncien públicamente al respecto.

- Participar en la definición de políticas públicas. Un grupo, una organización, puede acceder a este nivel de incidencia cuando es reconocida y convocada como un actor legítimo para ser parte en alguna o varias etapas del diseño de una estrategia o política pública, transformándose en actor protagónico de la misma.

La incidencia debe ser leída como una instancia esencial de participación en la sociedad actual, porque es una manera de ejercer el poder y de disputar sentidos en la sociedad.

5. Comunicar sentidos y con sentido

Todo lo anterior no lleva a la necesidad de perfilar estrategias de comunicación para la incidencia y participación.

Podemos sintetizar esas estrategias en:

- comunicar sentidos,
- comunicar con sentido.

Comunicar sentidos se traduce en encontrar mediaciones para generar procesos de comunicación que habiliten la construcción colectiva de sentidos compartidos. En otras palabras, que aquello que se vaya instalando como “sentido común”, como categoría

interpretativa, también como criterios éticos o políticos, sea el resultado del diálogo social y comunitario.

Teniendo en cuenta que cada palabra, mensaje, imagen, acción y omisión deja huellas en los ciudadanos y que el límite entre lo público y lo privado se vuelve muy difuso y difícil de establecer para quienes actúan en el ámbito de la sociedad; que las prácticas comunican más allá de la intencionalidad manifiesta o no de hacerlo porque todas nuestras actitudes y acciones son leídas como modos de enunciación del discurso de aquellos espacios a los que pertenecemos o con los que se nos identifica.

Comunicar sentidos supone entonces una gran coherencia entre lo dicho y lo hecho, entre lo actuado y lo verbalizado.

Y a cuento de esto viene la idea de comunicar con sentido.

Lo que se construye como comunicación expresa y explícita, como mensaje de las organizaciones, de los grupos, de las comunidades, tiene que estar cargado de los mismos sentidos, de las mismas categorías valóricas, de miradas complementarias tomadas a partir de ese diálogo y de la construcción colectiva de la que hablamos antes y que surge de los mecanismos permanentes de intercambio entre los diferentes actores y la sociedad.

6. El rol de comunicadores/as en la sociedad

En este mundo que se supone súper informado me pregunto quién necesita de comunicadores y comunicadoras para estar informado.

No estoy diciendo que la sociedad pueda prescindir de nosotros, de nosotras, periodistas, comunicadores y comunicadoras sociales. Sí digo, que tenemos que repensar nuestra tarea atendiendo al nuevo territorio en el que nos estamos desarrollando y dejando

atrás construcciones que ya no responden a lo que hasta no hace mucho vivimos.

Sandra Massoni sostiene que "la especificidad del comunicador es generar espacios de encuentro como una búsqueda que se propone articular prácticas de comunicación y movimientos sociales" (MASSONI, 2011: 62). Y agrega que "ser comunicador es, ante todo, un estilo de hacer" (MASSONI, 2011: 32).

Me atrevo a decir que nuestra tarea se complejiza hoy para abordar el sentido estratégico de la comunicación, asumiendo su carácter complejo, pero a la vez permeable a la emergencia de lo fluido del territorio y de los escenarios, y reconfigurando nuestro hacer en línea con poner a dialogar el propio territorio, aquel que nos corresponda habitar (las organizaciones, las instituciones, la gestión o la política), con la sociedad toda comprendida como el territorio contextual que lo contiene.

Como comunicadores y comunicadoras, asumiendo una mirada estratégica y participativa, necesitamos cumplir el papel de mediadores/as del diálogo público entre actores diversos y plurales en un territorio que también lo es.

En el entendido de que la comunicación se constituye en hito fundante, eje de construcción de la sociedad y de la condición ciudadana, cuyo objetivo final es y debe ser siempre el hombre, la mujer, el sujeto de derechos para quien queremos trabajar y a quien queremos servir.

Esto es también imaginar la comunicación no apenas como acto aislado, no solamente como medios, sino básicamente como procesos comunicacionales que expresan diversidades culturales, identidades diferentes y subjetividades que se construyen y constituyen a partir de las mismas.

Imaginar la comunicación desde esta perspectiva supone además trabajar sobre la idea de procesos comunicacionales, entendidos como complejidad de factores que se entrecruzan en el quehacer de los individuos y de los actores sociales, y que van adquiriendo significación y produciendo sentidos en el ámbito de la vida cotidiana.

Planificar estrategias de comunicación desde esta mirada es, en consecuencia, mucho más que diseñar modos de acceder a los medios, de generar informaciones desde una oficina de prensa o elaborar productos culturales. Es mucho más próximo a desatar y promover acciones destinadas a generar diálogos e intercambios públicos, con el fin de suscitar sentidos políticos y culturales que permitan la construcción conjunta y participada de una ciudadanía que también es colectiva. Es hacerlo desde la convicción de que la participación ciudadana es esencial para producir cambios genuinos. Porque, como bien afirma Adalid Contreras Baspineiro "es la comunidad la que decide el sentido de los cambios, que no operan solamente en las condiciones de vida, sino también en la trama de relaciones comunitarias caracterizadas por la colaboración, la solidaridad, la cooperación y la expresión de la palabra" (CONTRERAS, 2018: 38).

Para lograr ese propósito quienes hacemos comunicación debemos abrir espacios sistemáticos de autocrítica, para revisar nuestras acciones a la luz de principios éticos que están en permanente reformulación. También para agudizar la escucha, porque esa es la única y verdadera manera de que nuestra palabra se potencie cobrando sentido. Implica, ciertamente, abandonar nuestras zonas de confort, nuestras presuntas certezas profesionales y también académicas, para reconocer que la información y el saber no anidan apenas en nosotras y en

nosotros, sino que, siendo protagonistas importantes de la sociedad en que vivimos, somos sin embargo apenas simples servidoras y servidores de lo social y de lo público, que es espacio de diálogo y de construcción de lo colectivo en la diversidad.

Bibliografía

CERTEAU, Michel de (2007). La invención de lo cotidiano. Volumen I. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Universidad Iberoamericana. s/n, México.

CONTRERAS BASPINERO, Adalid (2018). Recordar el futuro. Planificación de la comunicación desde la comunicación. Neiva (Colombia), Universidad Surcolombiana.

DÍAZ, Ester (2004). Foucault y el poder de la verdad. <http://www.estherdiaz.com.ar/textos/foucault_verdad.htm>. (11/10/2020).

MARTIN-BARBERO, Jesús (2018). La palabra y la acción. Por una dialéctica de la liberación. Bogotá. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

MARTIN-BARBERO, Jesús (1991). De los medios a las mediaciones. Barcelona, Editorial Gustavo Gili. Versión revisada.

MASSONI, Sandra (2011). Comunicación estratégica. Comunicación para la innovación. Rosario. México, Homo Sapiens.

URANGA, Washington (2006). Conocer, transformar, comunicar. Buenos Aires, Editora Patria Grande.

URANGA Washington y THOMPSON, Héctor (coordinadores) (2006). La incidencia como camino para la construcción de ciudadanía. Buenos Aires, Editora Patria Grande.

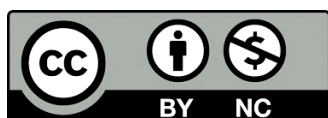
DESAFÍOS PENDIENTES EN EL DISEÑO DE POLÍTICAS PÚBLICAS EN COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA SOCIEDAD BOLIVIANA

Sandra Villegas Taborga

Boliviana, Magister en Comunicación Estratégica por la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB). Docente de las carreras de Comunicación de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) y la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”.

stvillegast@gmail.com

La autora declara no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero



Villegas, Sandra (2021). Desafíos pendientes en el diseño de políticas públicas en Comunicación y su incidencia en la sociedad boliviana. Punto Cero, año 26 n°42 julio de 2021. Pp 32-43. Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Cochabamba.

Resumen:

El artículo enfatiza en la relevancia del derecho a la información (en tanto acceso a la información pública, transparencia, control social y rendición de cuentas) y el derecho a la comunicación (expresado en la libertad de expresión y de prensa) para el ejercicio pleno de la participación ciudadana y el diseño de políticas públicas en Comunicación en Bolivia. El objetivo del artículo consiste en analizar algunos de los desafíos de las políticas públicas en Comunicación en el escenario socio-político boliviano el 2020 a partir de los resultados del Informe de los Indicadores de Desarrollo Mediático (IDM) de la UNESCO en Bolivia; de esa forma, se fundamenta la necesidad de diseñar Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) de forma consensuada entre distintos actores sociales como el Estado, las organizaciones gremiales y la ciudadanía.

Palabras clave:

Comunicación, políticas públicas, participación ciudadana

Pending challenges in the design of public policies in Communication and their incidence on Bolivian society

Abstract:

The article emphasizes the relevance of the right to information (as access to public information, transparency, social control and accountability) and the right to communication (expressed in freedom of speech and of the press) for the full exercise of citizen participation and the design of public policies in Communication in Bolivia. The objective of the article is to analyze some of the challenges of public policies in Communication in the Bolivian socio-political scenario in 2020 based on the results of the Report of Media Development Indicators (IDM) of UNESCO in Bolivia; In this way, the need to design National Communication Policies (PNC) in a consensual manner between different social actors such as the State, trade-union organizations and citizens, is based.

Key words:

Communication, public policies, citizen participation

Introducción

Es importante recuperar la noción de la comunicación como un derecho humano fundamental que permite lograr el diálogo entre iguales pero diferentes, la comunicación contribuye a empoderar a la ciudadanía en sociedades democráticas (Gumucio en VILLEGAS, 2019:51). En esa perspectiva, la comunicación deja de ser patrimonio de especialistas, de periodistas o de propietarios de medios, sino un derecho de todos y todas, que implica el acceso y la participación en procesos individuales y colectivos de construcción del conocimiento.

En los últimos 70 años el derecho a la comunicación se fue configurando muy lentamente como un nuevo derecho humano de todas las personas más allá de la labor y efectos de los medios de comunicación. La Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) encargó la elaboración de la Comisión para el Informe MacBride (1980) que expresa que el derecho a comunicar es un prerrequisito para la realización de otros derechos humanos. En particular, debemos reconocer la relación que existe entre el derecho a comunicar y aquellos que garantizan la participación pública.

Pero no es posible estudiar el derecho a la comunicación sin tomar en cuenta su estrecha relación con el derecho a la información. Bajo la perspectiva de Jorge Carpizo y Ernesto Villanueva (2015) "el derecho a la información es garantía a atraerse a información, a informar y ser informado". La información no pertenece ni al poder, ni a los empresarios, ni a los periodistas; la información es de los ciudadanos, es un valor social que le permite analizar y conformarse una opinión sobre todos y cada uno de los fenómenos sociales de una sociedad determinada (REYES, 2007).

El derecho a la comunicación amplía el derecho a la información porque va más allá del ejercicio de los medios, sus propietarios y los periodistas, sino que plantea que el titular del derecho a la comunicación son todas las personas (AGUIRRE, 2013). Según Tamayo (2011, p. 109) existe una urgente necesidad de nuevos derechos, especialmente comunicativos porque el nuevo régimen socio-comunicativo proporciona otras formas de comprender el rol de la comunicación en la esfera pública y cómo este rol transforma el significado tradicional de conceptos como democracia, representación, derechos, deberes, responsabilidades y participación en las estructuras sociales contemporáneas.

Para Botero (2006, p. 25) la comunicación pública y la comunicación política se constituyen en un espacio propicio para fortalecer la democracia y la participación ciudadana, dados los vacíos conceptuales, teóricos y prácticos, sobre la comunicación, lo público y lo político. En ese contexto, la comunicación pública tiene por finalidad poner en marcha procesos de concertación social para la movilización, a partir del consenso y el disenso bajo la negociación de propósitos colectivos. Por ello, la comunicación pública no sólo es un concepto, sino una oportunidad para la construcción democrática de sociedad, a partir de una comunicación estratégica que posibilite escenarios para el desarrollo de las comunidades (CUADROS, ARIAS y VALENCIA, 2015).

El año 2008, el Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) de la Organización de Naciones Unidas para la Educación y la Cultura (Unesco por sus siglas en inglés) elaboró los Indicadores de Desarrollo Mediático (IDM) con el propósito de ofrecer una metodología integral que

evalúe las circunstancias específicas del entorno mediático de un país. Los IDM constituyen “una importante herramienta de diagnóstico para que todos los actores evalúen el nivel de desarrollo de los medios de comunicación en un determinado país y de esta manera determinen las áreas en las cuales más apoyo se requiere” (Organización de Naciones Unidas México, 16/08/2019). Los IDM contemplan 5 categorías: 1) Sistema de regulación, 2) pluralismo, 3) medios y democracia, 4) capacitación y apoyo a la libertad de expresión y 5) infraestructura mediática.

CATEGORÍA 1: Un sistema regulador conducente a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación social. Se refiere a la existencia de un marco jurídico, político y reglamentario que proteja y promueva la libertad de expresión e información, en base a las normas internacionales que constituyen mejores prácticas y desarrollado participativamente con la sociedad civil.

CATEGORÍA 2: Pluralidad y diversidad de los medios de comunicación social, igualdad de condiciones económicas y transparencia en la propiedad. Destinado a evaluar la forma en que cada Estado promueve activamente el desarrollo del sector mediático de manera que evite una indebida concentración y asegure la pluralidad y transparencia de la propiedad y el contenido entre los medios públicos, privados y comunitarios.

CATEGORÍA 3: Los medios como plataforma para el discurso democrático. Plantea el análisis de los medios de comunicación social, dentro de un clima general de auto-regulación y respeto hacia el periodismo como profesión, reflejan y representan la diversidad de criterios e intereses en la sociedad, incluyendo los de los grupos marginados. Hay un alto nivel de “alfabetización” en

materia de la información y los medios de comunicación social.

CATEGORÍA 4: Capacitación profesional e instituciones de apoyo a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad. Analiza si el personal de los medios tiene acceso a la capacitación y desarrollo profesional, tanto en lo práctico como académico, en todas las etapas de su carrera, y el sector mediático en su conjunto se somete a la vigilancia y se beneficia por el apoyo de los gremios profesionales y de las organizaciones de la sociedad civil.

CATEGORÍA 5: La capacidad infraestructural es suficiente para apoyar a medios independientes y pluralistas. Alude a cómo se caracteriza el sector mediático por niveles altos o crecientes de acceso público, incluyendo a los grupos marginados, y un uso eficiente de la tecnología para recoger y distribuir las noticias e información, de manera apropiada para el contexto local (UNESCO, 2008: 7-8).

En Bolivia el estudio para la aplicación de los Indicadores de Desarrollo Mediático fue implementado por el Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) de la Fundación UNIR, por encargo de la ex Consejera de Comunicación e Información para los Países Andinos de la UNESCO (Quito), a cargo de Rosa M. González. La ejecución de esta investigación se desarrolló entre el 15 de junio de 2011 y el 15 de junio de 2012. No obstante, su publicación fue posible recién el año 2016 gracias al apoyo de Guilherme Canela, Responsable Regional de la oficina de Unesco en América Latina, Unesco Quito y el PIDC (sede de la Unesco en París).

El estudio de los Indicadores de Desarrollo Mediático (IDM) en Bolivia diagnosticó el rol de los medios como plataforma del discurso democrático, la normativa existente relacionada a la Comunicación

y al Periodismo, así como las garantías constitucionales de libertad de expresión de la ciudadanía en general y de los periodistas en particular. Sin embargo, asociaciones de medios de comunicación privados manifestaron que existía una crítica sostenida desde el Órgano Ejecutivo contra los medios privados y se los calificó como “opositores” (TORRICO y VILLEGAS, 2016:11).

1. Metodología

Este artículo fue elaborado a partir del análisis de las conclusiones del estudio “Análisis del Desarrollo Mediático en Bolivia” basado en la aplicación de los Indicadores de Desarrollo Mediático en Bolivia (2016), datos que fueron analizados y contrastados con los resultados de una revisión bibliográfica y hemerográfica en el contexto actual. La implementación de los IDM en Bolivia se inició con la conformación de un Grupo Consultivo con representantes de 22 instituciones de la sociedad civil, la academia y del gobierno que contribuyó con sugerencias al diseño metodológico inicial. Adicionalmente involucró la recopilación y análisis documental, bibliográfico, hemerográfico y cibergráfico; entrevistas a 80 informantes clave; el análisis de los datos de monitoreo, consultas ciudadanas, grupos focales y encuestas con periodistas elaborados por el ONADEM de la Fundación Unir Bolivia (2005-2014).

Para los fines de este artículo algunas de esas conclusiones relacionadas a la participación ciudadana fueron complementadas con una nueva revisión bibliográfica-documental más actual.

2. Contexto de la Comunicación y los medios de comunicación en Bolivia

En enero de 2010 el gobierno del Movimiento al Socialismo (MAS) manifestó su deseo de crear una Ley de medios que reemplace a la Ley de Imprenta de

1925. Posteriormente el 14 de febrero de 2012, el ex presidente Morales se reunió con directivos de la Asociación Nacional de la Prensa, la Asociación Boliviana de Radiodifusoras, la Asociación Nacional de Periodistas de Bolivia y la Asociación de Periodistas de La Paz y se comprometió a no impulsar ninguna normativa. En el año 2011 se creó el Ministerio de Comunicación que poseía un viceministerio de Políticas Comunicacionales y el Viceministerio de Gestión Comunicacional.

Durante el año 2019 se hicieron públicas varias denuncias relativas a la política de distribución de asignación publicitaria del gobierno, el gasto en el pago de propaganda (La Razón, 07/05/2020). Según un editorial del diario Página Siete (9/07/2020) el gobierno de Evo Morales usó como principal mecanismo para cooptar y controlar a los medios la distribución de la publicidad estatal. Según Julio Linares, entre 2010 y 2018, se gastaron 750 millones de dólares, sin contar con la publicidad de las empresas estatales como YPFB y Entel que poseían su propio presupuesto para propaganda.

Por otro lado, existía la obligatoriedad de asignar espacio en prensa y tiempo en radio y televisión a la difusión de al menos 13 nuevas normativas (PÁGINA SIETE, 08/04/2019), entre las que están: la Ley 348 Integral para garantizar a las mujeres una vida libre de violencia, la Ley 548 Código Niña, Niño y Adolescente, la Ley 045 Ley Contra El Racismo Y Toda Forma De Discriminación y Ley N° 263 Ley Integral contra la Trata y Tráfico de Personas.

El 29 de abril de 2019, luego de una reunión entre las principales autoridades del gobierno y la Asociación Nacional de Periodistas (ANP) y la Asociación Boliviana Radiodifusora (Asbora) se acordó la modificación de las leyes pertinentes para dejar sin efecto la difusión obligatoria

de leyes sino que se continuaría de manera voluntaria. Adicionalmente, se postergó la asignación de licencias en el espacio radioeléctrico previsto en la Ley N° 164 General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación (08/08/2011) y se amplió el plazo para ejecutar la primera fase del denominado ‘apagón analógico’ de las transmisiones televisivas para migrar a la señal digital en alta definición (MINISTERIO DE COMUNICACIÓN, 29/04/2019).

El último hecho que marca este breve contexto histórico vinculado a la Comunicación se dio el 4 de junio de 2020, fecha en la que el gobierno de transición anunció el cierre del ministerio de Comunicación, de Cultura y el de Deportes para ahorrar recursos económicos para mejorar la atención en salud durante la pandemia por el Covid-19. La cartera de Comunicación pasó a depender del Ministerio de la Presidencia. (Comunicado Ministerio de Comunicación, 04/06/2020).

3. Avances y retrocesos en el diseño de políticas públicas en Comunicación

El análisis bibliográfico documental, de las entrevistas y los datos cuali-cuantitativos recopilados de otros estudios en Comunicación producidos en Bolivia permitió elaborar conclusiones luego de aplicar los IDM en Bolivia. A continuación, se evalúan aquellas conclusiones por categoría que se han modificado en el marco de la coyuntura actual y que coinciden con aquellos ejes temáticos más sensibles de abordar como parte de una política pública:

3.1. Categoría 1. Un sistema regulador conducente a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación social

A pesar de las normas establecidas sobre libertad de expresión aún existe censura y

autocensura a la labor periodística y a las expresiones de ciudadanos; mientras unos fueron presionados para “bajar el tono” de las noticias a cambio de recibir publicidad del Estado, los otros fueron “perseguidos virtualmente” por la Dirección General de Redes Sociales (Decreto Supremo 2731 del 14/04/2016) del ex ministerio de Comunicación e incluso formalmente en el caso de periodistas que fueron despedidos de sus fuentes laborales por opinar en contra del gobierno de turno.¹

En el año 2020, se promulgaron tres polémicos decretos supremos durante el gobierno transitorio de Añez que fueron local e internacionalmente cuestionados. “El gobierno interino de Bolivia aprovecha la pandemia para arrogarse el poder de sancionar penalmente a quienes publiquen información que las autoridades consideren ‘incorrecta’, y esto viola el derecho a la libertad de expresión”, destacó José Miguel Vivanco, director para las Américas de Human Rights Watch (sitio web Human Rights Watch, 07/04/2020). Esa posición fue compartida por la Misión en Bolivia de la Oficina de la Alta Comisionada de Naciones Unidas para los Derechos Humanos (OACNUDH) y el relator especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), Edison Lanza (LA RAZÓN, 13/05/2020).

3.2. Categoría 2. Pluralidad y diversidad de los medios de comunicación social, igualdad de condiciones económicas y transparencia en la propiedad

Aunque existe pluralidad y diversidad de medios, no coexisten en igualdad de condiciones. A la fecha sigue sin aplicarse plenamente la Ley de Telecomunicaciones porque aún no ha redistribuido las frecuencias para el servicio de radiodifusión y televisión entre los medios estatales, comerciales, del sector social comunitario, de pueblos indígenas

originarios campesinos y las comunidades interculturales y afrobolivianas.

Por otro lado, Bolivia aún no cuenta con una ley sobre publicidad comercial ni publicidad estatal. Aunque hubo un avance con la promulgación de la Ley N° 453 (04/12/2013) General de los derechos de los usuarios, usuarias, consumidores y consumidoras y la creación de un Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor (D. S. 29894 07/02/2009) que prevé el derecho al suministro e información fidedigna de alimentos, fármacos y productos en general en condiciones de inocuidad, calidad y cantidad disponible adecuada y suficiente.

3.3. Categoría 3. Los medios como plataforma para el discurso democrático

Un país democrático precisa medios de comunicación que contribuyan con información y educación al fortalecimiento ciudadano. No obstante, hubo un retroceso, el 4 de junio de 2020, el gobierno transitorio en Bolivia anuló el ministerio de Comunicación y reestructuró totalmente las atribuciones conferidas en esa cartera para la administración de medios estatales (cuyo personal fue despedido en un gran porcentaje) (Viceministerio de Comunicación, 04/06/2020). La dependencia del viceministerio de Comunicación bajo la tuición del Ministerio de la Presidencia limita las competencias, personal y presupuesto asignados a la antigua cartera de gobierno. Por tanto, actualmente el viceministerio de comunicación posee menos autonomía política y económica, lo mismo que los medios gubernamentales a su cargo.

Por otra parte, a pesar de la riqueza en los enunciados de la Ley de Imprenta, el sector gremial desconfía de intereses políticos ante la posibilidad de actualizar y dar vigencia a esta norma; situación que

repercute en la falta de supervisión a las fallas técnicas y éticas de los periodistas, en especial de radio y televisión. Otros países han consensado entre organizaciones de la sociedad civil, gremios periodísticos y el Estado para elaborar una Ley de radio y televisión (Perú, Ley 28278 del 15/07/2004 y México Reforma DOF 09/04/2012); no obstante, esa es una tarea pendiente en Bolivia. También existen ya experiencias positivas como la del Consejo Nacional de Televisión de Chile es el organismo que debe velar por el correcto funcionamiento de la televisión chilena a través de políticas institucionales.

3.4. Categoría 4. Capacitación profesional e institucional de apoyo a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad.

Esta categoría posee indicadores que plantean que se evalúe si existen organizaciones de la sociedad civil que promuevan activamente la libertad de expresión y el derecho a la información, a través de diversas actividades y de la participación en el debate y propuestas a las normativas relacionadas a la comunicación.

En ese sentido, ante la ausencia del ONADEM, desde junio de 2019, surgió la iniciativa Chequea Bolivia cuyo objetivo es detectar las noticias falsas (fake news) que se difunden en Facebook, Twitter y WhatsApp en y sobre el país.³ Así también, la Fundación para el Periodismo creó en junio de 2019 “Bolivia Verifica” que es un medio digital sin fines de lucro ni tendencia política que tiene como objetivo verificar noticias y el discurso público para luchar contra la desinformación y mejorar la participación democrática.⁴

3.5. Categoría 5. Capacidad infraestructural es suficiente para apoyar a medios independientes y pluralistas

En junio de 2018, acertadamente se publicó el informe denominado Estado TIC.

Estado de las Tecnologías de Información y Comunicación en el Estado Plurinacional de Bolivia coordinado por la Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación (AGETIC). En ese informe se rescata la labor del proyecto de telecentros educativos comunitarios (TEC) dirigido, a través del Programa Nacional de Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (PNTIC), por el Ministerio de Educación, en coordinación con Entel S.A. y la Agencia Boliviana Espacial (ABE). No obstante, para el año 2020, estas políticas públicas demostraron sus dificultades porque la cuarentena un alto porcentaje de estudiantes no pudieron continuar con su educación por la cuarentena, a lo que se sumó la falta de internet y dispositivos para acceder a clases virtuales en sus hogares.

4. Los nuevos desafíos: acceso a información pública y transparencia

El Art. 106 de la Constitución Política del Estado (CPE) garantiza el Derecho a la Información y el derecho a la comunicación; no obstante, en la práctica gran parte de la población desconoce ambos derechos, no los ejerce. El derecho a la información tiene como uno de sus pilares el acceso a la información pública, pero este derecho tampoco ha sido ni es impulsado de forma eficiente por el Estado. Ante la ausencia de una Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y control social.

La transparencia de la gestión gubernamental permite una eficiente participación ciudadana para fiscalizar su labor, aplicar el control social y supervisar la constante rendición pública de cuentas. Sólo entonces se garantizará el derecho a la información y el derecho a la Comunicación de los ciudadanos bolivianos. La transparencia es definida como el manejo honesto y adecuado

de los recursos públicos, así como la facilitación de información pública desde los Órganos del Estado y las entidades privadas que administran recursos fiscales y/o recursos naturales, de forma veraz, oportuna, comprensible y confiable (Art. 4, Ley N° 341 de Participación y Control Social, 5 de febrero de 2013).

La Política Nacional de Transparencia (PNT) aprobada mediante D.S. No. 214 (22/07/2009) era responsabilidad del ex Ministerio de Transparencia Institucional y Lucha contra la Corrupción⁵; esta norma contenía 4 ejes o áreas de acción en ámbito preventivo y de lucha contra la corrupción: 1) fortalecimiento de la participación ciudadana; 2) fortalecimiento de la transparencia en la gestión pública y el derecho de acceso a la información; 3) Medidas para eliminar la corrupción y 4) mecanismos de fortalecimiento y coordinación institucional.

Además, la Ley de Participación y Control Social N° 341 (05/02/2013) fortaleció el marco normativo Constitucional en relación a la obligación de rendir cuentas públicamente, incluyendo la evaluación de resultados, ante la sociedad civil y los actores que ejercen Control Social en particular (arts. 8 y 37).

En esa perspectiva, en la práctica la ciudadanía no supervisa la gestión pública, aunque la Constitución Política del Estado (CPE) establece que la sociedad civil organizada participará en el diseño de las políticas públicas y estipula además que entidades del Estado generarán espacios de participación y control social por parte de la sociedad (Arts. 241 y 242).

5. Internet, uso de TIC, participación y educación

Internet es un nuevo espacio de política ciudadana y esta forma de política se expresa con mayor frecuencia en el apoyo a reivindicaciones de causas puntuales,

mayormente asociadas con la defensa de derechos y no de ejercicio político partidario (Fundación Internet Bolivia, 2018). Sin embargo, según Quiroz (2017) a menudo, “la voz libre de los ciudadanos en el espacio público digital es editada y mutilada”.

Adicionalmente, la Ley N° 164 General de Telecomunicaciones (08/11/2011) no ha involucrado a representantes de la ciudadanía en la conformación de directorios con en el Plan Nacional de Telecomunicaciones de Inclusión Social (PRONTIS, Art. 65) ni en el Plan Nacional de Frecuencias (Art. 8) para planificar el uso del espacio radioeléctrico (Art. 9) y la distribución de frecuencias para radiodifusión (Art. 10). Lo mismo ocurre con el directorio del Comité Plurinacional de Tecnologías de Información y Comunicación (COPLUTIC) (Art. 73) o el Consejo Sectorial de Telecomunicaciones y Tecnologías de Información y Comunicación (COSTETIC) que sólo posee representantes de entidades públicas (Informe Bolivia digital 2025, AGETIC, 2017).

En todos los casos sería vital conocer el nivel de coordinación con todos o la mayoría de los 342 municipios en el país, el rol de la Federación de Asociaciones Municipales (FAM).

Por otro lado, el Art. 110 de la Ley de Telecomunicaciones contempla la Participación y Control Social en el diseño de políticas desde el gobierno central y los gobiernos municipales, pero no existe información pública disponible sobre la forma en que se prevé alguna representación ciudadana ni los aciertos o cuestionamientos a la gestión gubernamental en esos ámbitos. También se tiene pendiente legislar en torno a las medidas que es necesario tomar para vivir sin sobresaltos el apagón analógico hacia la era digital, se avanzó a nivel

técnico pero la ciudadanía posee escasa información de cuánto puede afectar su economía y forma de vida esa transición.

Por otro lado, la democracia digital en procesos electorales es un tema nuevo que se ha impulsado con mayor fuerza durante esta gestión 2020 a causa de la pandemia del COVID - 19. En ese sentido, sería necesario que se amplíe el debate planteado por la Fundación Internet Bolivia y su propuesta sobre una Política Ciudadana digital que revela la forma en que la esfera pública está en constante tensión y conflicto.

6. Educación virtual, medios de comunicación y alfabetización mediática

La Ley N° 164 de Telecomunicaciones (08/08/2011) tenía prevista la obligatoriedad de las redes públicas de telecomunicaciones del Estado para garantizar la interconexión y acceso (Art. 45) que se vincula a la itinerancia y roaming en áreas rurales (Art. 49) y los servicios públicos de internet (Art. 51) y los derechos de usuarias y usuarios (Art. 54). No obstante, hoy muchos municipios aún no cuentan con esos beneficios y tampoco conocen la norma. En el escenario actual, estas medidas han cobrado relevancia ante la interrupción de la educación presencial debido a cuarentena por crisis sanitaria desatada por el coronavirus en Bolivia y el Mundo.

En Bolivia, las clases escolares fueron suspendidas por la cuarentena desde el mes de marzo de 2020 y en julio de 2020 el gobierno dispuso la clausura anticipada del año escolar porque los estudiantes de las áreas rurales (40% de la población) carecen de acceso adecuado a internet, lo que les impedía tener acceso a la educación virtual. (SEMANA, 16/10/2020).

Las principales dificultades para la educación virtual en cuarentena por COVID-19 están: la baja conectividad de

la red de Internet, el alto costo económico que representa el uso de datos, la falta de equipos digitales como celulares, laptops y computadoras y el choque de horarios en las clases (LOS TIEMPOS, 14/07/2020). Respecto a la educación virtual, un sondeo de UNICEF en Bolivia señaló que casi el 90% consideró que el costo de la conexión a internet es alto (UNICEF,s/f).

Durante la pandemia por la Covid-19, la radio comenzó a usarse para dictar clases, pero no de forma planificada, sino más como efecto de la crisis. La maestra América Sevillano empezó a enviar clases de inglés grabadas hasta San Matías (Santa Cruz) para que se difundan por radio Pantanal de Comunicaciones 93.1 FM (Los Tiempos, 14/07/2020). En Trinidad, a partir del 23 de septiembre de 2020 se imparten clases a través del canal 11 y de radio Ibare (Bolivia.com, 23/09/2020). Asimismo, en Copacabana los estudiantes continúan sus estudios a través de Radio Copacabana y Canal 9 Cruz Andina, las tareas se envían por Whatsapp (PÁGINA SIETE, 07/9/2020).

En ese contexto, es urgente debatir sobre el rol educativo que pueden tener los medios de comunicación -en especial comunitarios- y la importancia de trabajar en la alfabetización mediática e informacional con maestros, estudiantes y la población en general. La alfabetización mediática e informacional facultan a los ciudadanos a comprender las funciones de los medios de comunicación y de información, a evaluar críticamente los contenidos y a tomar decisiones fundadas como usuarios y productores de información y contenido mediático (UNESCO, 2017).

7. Política Nacional de Comunicación consensuada y participativa

La comunicación democrática para el desarrollo es la utopía orientadora del pensamiento, la obra y la enseñanza

de Luis Ramiro Beltrán Salmón, el más reconocido comunicador e investigador boliviano. Dos de los grandes temas en los que contribuyó a poner en la agenda regional e incluso mundial fueron el Derecho a la Comunicación y las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC), gracias a su prolífico aporte fue invitado a asesorar a la UNESCO. Beltrán definió una política nacional de la comunicación como “un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales, organizadas en un conjunto coherente de principios de actuación y normas aplicables a los procesos o actividades de comunicación de un país” (Beltrán en TORRICO, 2009:10)

En ese sentido, es necesario abrir un debate serio y amplio sobre la relación entre las PNC - la libertad de expresión y la libertad de prensa porque se han asumido como de competencia de los políticos, de los empresarios que dirigen los medios y de los periodistas. El gran ausente y actor central de cualquier PNC es la ciudadanía (en especial las organizaciones sociales y agrupaciones ciudadanas) y su derecho a la información y a la Comunicación que hasta ahora ha permanecido indiferente (VILLEGAS, 2013, p. 71).

A partir de lo anterior, las líneas estratégicas que deberían guiar un proceso participativo, horizontal y dialógico para elaborar políticas públicas en Comunicación deberían contemplar la formulación de una ley de acceso a la información pública y transparencia y cumplir con la Ley Telecomunicaciones.

Además, una Política Nacional de Comunicación debería también completar los vacíos fundamentales en relación al futuro de los medios de comunicación digitales, la asignación de frecuencias, la formulación de una ley de radio y televisión, el rol educativo de los medios de comunicación, TICs y la alfabetización

mediática, los derechos ciudadanos, las garantías para el respeto a la libertad de expresión y la participación ciudadana plena que empodere a cada personas sin importar su edad, género, origen social, regional o racial.

NOTAS

1 Como ejemplo se puede citar el caso de Jhon Arandia quien fue despedido del canal de televisión Cadena A y luego manifestó sentirse perseguido por la Policía (Correo del Sur, 27/11/2018) y Amalia Pando quien denunció la persecución del gobierno (El Deber, 08/12/2015), entre otros.

2 <https://www.cntv.cl>

3 <https://www.chequeabolivia.bo>

4 <https://boliviaverifica.bo/>

5 En enero de 2017, ese ministerio pasó a ser viceministerio del Ministerio de la Justicia.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación (AGETIC) (2018). Estado TIC. Estado de las Tecnologías de Información y Comunicación en el Estado Plurinacional de Bolivia. Recuperado en: <https://www.agetec.gob.bo/pdf/estadotic/AGETIC-Estado-TIC.pdf> (Consultado 12/08/2020).

AGUIRRE, José Luis (2013). El derecho a la comunicación base para la construcción de la comunidad. Revista Punto Cero v.18 n.27 Cochabamba. Recuperado en: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762013000200008 (Consultado 14/08/2020).

BOTERO, Luis Horacio (2006). Comunicación Pública, Comunicación Política y Democracia: Un cruce de caminos. Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación, vol. 5, núm. 9, Universidad de Medellín, Colombia.

Recuperado en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=491549032001> (Consultado 1/08/2019).

CUADROS, Jonatán Alejandro; ARIAS, Sebastián y VALENCIA, Alejandro (2015). La comunicación pública como estrategia orientadora en los procesos de participación ciudadana de los jóvenes. Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe, 13 (1). DOI: <http://dx.doi.org/10.15665/re.v13i1.353> (Consultado 1/08/2019).

LA RAZÓN (13/05/2020). DDHH de la ONU pide modificar el Decreto 4231 'para no

criminalizar la libertad de expresión'. Recuperado en: <https://www.la-razon.com/sociedad/2020/05/13/ddhh-de-onu-pide-modificar-decreto-4231-para-no-criminalizar-libertad-de-expresion/> (Consultado 13/05/2020).

LOS TIEMPOS (14/07/2020). Menos del 50% de escolares accede a las clases virtuales en cuarentena. Recuperado en: <https://www.lostiempos.com/actualidad/cochabamba/20200714/menos-del-50-escolares-accede-clases-virtuales-cuarentena> (Consultado 1/08/2019).

PÁGINA SIETE (07/09/2020). En Copacabana la educación no para y va de las aulas a la radio y la televisión. En el epicentro turístico, las clases se imparten a los escolares en las tardes dos veces por semana y llegan a cada rincón del municipio. Las radiodifusoras no dudaron en abrir sus puertas de par en par. Recuperado en: <https://www.paginasiete.bo/gente/2020/9/7/en-copacabana-la-educacion-no-para-va-de-las-aulas-la-radio-la-television-267071.html> (Consultado 21/08/2020).

REYES, Ma. Cristina (2007). Comunicación política y medios en México: el caso de la reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión. Universidad Autónoma del

Estado de México. Revista Convergencia vol.14 no.43 Toluca, México. Recuperado en:

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352007000100005 (Consultado 5/11/2019).

SEMANA (16/10/2020). ¿Por qué los estudiantes en Bolivia no tendrán clases virtuales durante 2020? Recuperado en: <https://www.semana.com/educacion/articulo/por-que-los-estudiantes-en-bolivia-no-tendran-clases-virtuales-durante-el-2020/692220/> (Consultado 8/09/2020).

TAMAYO, Camilo Andrés (2011). Ciudadanía Comunicativa. Aproximaciones preliminares. Universidad de Nottingham, Reino Unido. Recuperado en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2415> (Consultado 4/07/2019).

TORRICO, Erick y VILLEGAS, Sandra (2016). Análisis del Desarrollo Mediático en Bolivia. Basado en la aplicación de los Indicadores de Desarrollo Mediático de la Unesco. Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC), ORGANIZACIÓN de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Recuperado en: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246822_spa (Consultado 11/05/2020).

TORRICO, Erick (2009). “Luis Ramiro Beltrán. Por una comunicología de la liberación” en Revista Latinoamericana de comunicación Chasqui N° 105, Quito, p. 8-13. Recuperado en: https://ciespal.org/wp-content/uploads/sites/5/2019/04/CIESPAL_Chasqui.105.pdf (Consultado 10/10/2019)

UNESCO (2008). Indicadores de Desarrollo Mediático. Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social. Recuperado en: <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-development-indicators-a-framework-for-assessing-media-development/> (Consultado 7/05/2019).

UNESCO (2017). Alfabetización mediática e informacional. Recuperado en: <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/> (Consultado 9/09/2020).

UNICEF (s/a). La continuidad educativa durante la cuarentena Recuperado en: <https://www.unicef.org/bolivia/media/2581/file> (Consultado 5/06/2020).

VICEMINISTERIO DE COMUNICACIÓN (04/06/2020). Gobierno reduce tres ministerios y cierra dos embajadas, para incrementar recursos en lucha contra el Covid-19. Recuperado en: <https://comunicacion.gob.bo/?q=20200604/29638> (Consultado 14/06/2020).

VILLEGAS, Sandra (2019). “Medios de Comunicación y Derechos Humanos”. Revista Temas y Problemas de Comunicación. Departamento de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Río Cuarto. Año 18, Vol. 17. Argentina. Recuperado en: <http://www2.hum.unrc.edu.ar/ojs/index.php/TyPC/issue/view/61> (Consultado 22/08/2020).

VILLEGAS, Sandra (2013). “Vigencia del pensamiento crítico de Beltrán en diferentes áreas de la Comunicación” en Memoria Académica V Ciclo de Estudios Especializados en Comunicación. Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación (ABOIC). Sucre - Bolivia.

INVESTIGACIÓN TRANS-DISCIPLINARIA DESDE Y CON LA COMUNICACIÓN

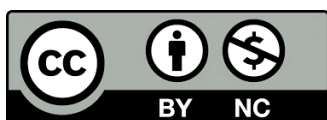
Marcelo Guardia Crespo

Boliviano, Comunicador social, docente universitario, de pre y postgrado en comunicación social, Universidad Católica Boliviana San Pablo, Cochabamba. Doctor en comunicación, derecho a la información y ética por la Universidad Complutense de Madrid, España.

eguardia@ucb.edu.bo

El autor declara no tener conflicto de interés alguno con la Revista Punto Cero.

Guardia, Marcelo. (2021). Investigación Trans-disciplinaria desde y con la Comunicación. Punto Cero, año 26 - n°42 Julio de 2021. Pp 44-55. Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Cochabamba.



Resumen:

El enfoque inter y trans-disciplinario que asume la academia bajo el paradigma de la complejidad puede ser abordado desde la comunicación como disciplina, objeto, método y estrategia de intervención. La comprensión de la realidad desde la perspectiva y la subjetividad de los sujetos está ampliamente discutida en la teoría pero su aplicación en la investigación no está generalizada. La investigación debe orientarse a resolver problemas sociales con la participación de los actores para mejorar la calidad de vida de las personas.

Palabras clave:

Interacción, complejidad, subjetividad, inter y trans-disciplina, vulnerabilidad.

Trans-disciplinary research based on and with communication**Abstract:**

The inter-disciplinary and trans-disciplinary approach that academia adopts within the paradigm of complexity can be approached from communication as a discipline, object, method and intervention strategy. The understanding of reality from the perspective and subjectivity of the subjects is widely discussed in theory but its implementation in research is not generalized. Research should be aimed at solving social problems with the participation of actors in order to improve people's quality of life.

Key words:

Interaction, complexity, subjectivity, inter-discipline and trans-discipline, vulnerability.

Agarre unas tijeras y corte la historia de Bolivia el día 20 de octubre del 2019. Haga otro corte en la misma fecha en el 2020. Junte las dos partes de la cinta e interprete. Los bolivianos estaban yendo en un micro azul por un camino tortuoso pero funcional. Por muchas razones se cansaron del torpe chofer y lo botaron. Lo sustituyeron por un conductor diferente pero con el mismo uniforme. Los otros no inspiraron suficiente confianza. El problema era el chofer.

Comprender este hecho, inesperado por muchos bolivianos, exige entrar en la profundidad de las formas de producción de conocimiento y comportamiento humano, en el entendido de que se trata de procedimientos cognitivos que incluyen fuerzas emotivas, sensoriales, cognitivas que oscilan entre la racionalidad y la subjetividad. Para hacerlo, hay que realizar un desplazamiento radical desde la comodidad simplista de los enfoques ilustrados pasados hacia la comprensión de la perspectiva de los actores.

Referirse al enfoque trans-disciplinario como una opción más en la investigación en ciencias sociales y otras áreas; no da cuenta de la profundidad de los cambios que están ocurriendo en el campo académico de la producción de conocimiento. Es relegar las nuevas visiones que la ciencia ha reconocido, como avances de la investigación científica. Este enfoque integra los principales avances en la epistemología del conocimiento de fines del siglo XX e inicios del XXI.

La investigación transdisciplinaria toca el núcleo de la crisis del modelo moderno de investigación que enfatizó la racionalidad plasmada en las ciencias, y también en el periodismo, bajo la noción de "objetividad". Supera el supuesto de que con la ilustración existe un sujeto crítico que es responsable por el proceso de producción de conocimiento y otra persona, hacia

quien va dirigida la investigación, que recibe la clasificación de "objeto". Es decir que, por una condición estructural descriptible y comprensible por los intelectuales, las personas investigadas no tienen capacidad de tomar conciencia de la realidad en la que están inmersos.

La gran pregunta luego de las recientes elecciones presidenciales es: ¿Por qué la gente votó así? El investigador tiene que hacer un esfuerzo por entender lo que hace el otro más que tratar de convencerlo de lo que él piensa.

Los grandes paradigmas de las ciencias sociales: marxismo, estructuralismo y funcionalismo; han coincidido en que las personas carecen de capacidades críticas frente a la realidad como un todo y en particular a la mediática, que es el ámbito donde la comunicación ha nacido como disciplina científica. El marxismo parte del supuesto de que las ideas de una sociedad son las de la clase dominante. Por tanto, los dominados, al no tener ideas propias, sobreviven como seres inconscientes, acríticos y sumisos. El funcionalismo norteamericano nace con la preocupación por los efectos de la comunicación de masas en las personas, basado en la "certeza" proporcionada por la física newtoniana y del positivismo. Así, todo fenómeno tendría causas y consecuencias medibles y controlables. El estructuralismo completa la mirada proporcionando elementos teóricos y metodológicos orientados a descubrir los contenidos ocultos en todo tipo de mensajes que circulan especialmente en los medios.

Son modelos que se pusieron de moda el siglo XX, con los cuales hemos sido formados, y de los cuales no podemos sacudirnos porque nuestro "chip" está demasiado moldeado en esos esquemas. Por eso pensamos que los mensajes tienen dos contenidos: un discurso y

una ideología, un nivel latente y otro manifiesto, un mensaje connotativo y un mensaje denotativo. Todas esas paranoias que se han iniciado en el siglo XXI, están presentes en nuestras formas de entender la comunicación, sin comprender a cabalidad el sentido de esta palabra que repetimos todo el tiempo, porque comunicación es poner en común y no es solamente poner lo mío, sino también recibir lo del otro, entender lo que el otro dice desde su perspectiva, haciendo un esfuerzo por entrar a entender por qué el otro piensa como piensa y no solamente creer que porque no piensa como yo, es un ignorante, inconsciente o un alienado.

Actualmente, los desafíos más importantes de la investigación radican en la comprensión de la subjetividad como dato social y de los procesos de generación de pensamiento y comportamiento, en dinámicas emocionales, sensoriales y racionales, tal como ocurrió en las últimas elecciones presidenciales en Bolivia.

Más allá de la insuficiencia de estos postulados, ampliamente demostrada por los cambios en los paradigmas de las ciencias sociales y especialmente por las transformaciones en las formas de entender los cambios (mutaciones) ocurridos en la comunicación en las últimas décadas. Conviene recordar algunos hitos, sin cuya comprensión no es posible visualizar la necesidad de transitar hacia enfoques inter y transdisciplinarios.

I. Contextos de la mutación comunicacional

Las transformaciones en las formas de interacción y producción de significado de las últimas décadas están íntimamente relacionadas con los cambios en la sociedad contemporánea, al menos en sus dimensiones económica, política, ambiental, tecnológica y académica. Mencionaremos algunas.

1.1 Mutaciones tecnológicas en la comunicación.

No se puede perder de vista que el inicio de gran parte de estas transformaciones está en la digitalización de la información en los años 80 del siglo XX, cuando los datos verbales, escritos, icónicos, sonoros, pudieron ser convertidos en códigos binarios, reduciendo al mínimo los soportes, superando el tiempo y el espacio y eliminando la noción de ruido.

Esta innovación tecnológica ha tenido como consecuencia la invención del medio de comunicación más grande de la historia de la humanidad, la red Internet. Este nuevo medio integró todos los medios inventados por el hombre, desde la pizarra prehistórica, pasando por los papiros, el libro, la carta, el periódico, la revista, la pintura, la fotografía, el cine, la radio, la televisión, el ordenador, el teléfono, etc. Pero además, la gran posibilidad de producir y difundir contenidos, a un sujeto acostumbrado a solo recibir y ser el punto de llegada de las estrategias persuasivas de la comunicación unidireccional masiva.

En pocos años esa revolución informacional y comunicativa se optimizó al haberse creado la posibilidad de que la red Internet y todas sus posibilidades interactivas, puedan ser controladas o manejadas desde el aparato telefónico celular. Luego, la Internet 2.0 consolidó la llamada "Condición Comunicacional" (OROZCO: 2011) que inauguraba técnicamente la horizontalidad tan deseada como propuesta tecno-política, desde la Escuela Latinoamericana de la Comunicación, fuera de las luchas de movimientos sociales y de la mano de la acelerada globalización, en contexto neoliberal.

1.2 Transformaciones en la sociedad

La digitalización de la información aceleró la globalización de manera irreversible, con

consecuencias en lo económico, político y cultural. A eso se suma la implementación de políticas neoliberales en todo el mundo, generando distintas y nuevas formas de exclusión social y mayor desequilibrio en la distribución de la producción mundial. Como consecuencia, cientos de miles de familias se fragmentan especialmente en América Latina, a través de procesos de migración de millones de hombres y mujeres hacia Europa y EEUU. Nuevas formas de pobreza y vulnerabilidad se combinan con los efectos del cada vez más creciente impacto del cambio climático.

La globalización ha traído y diseminado diversos debates de actualidad como los Derechos Humanos, la importancia de la discusión de las desigualdades de género, los problemas ambientales y otros. Más ciudadanos mundializados se han enterado que tienen derechos y que también les gustaría disfrutar de las bondades del capitalismo del cual algunos pueden extraer ciertas ventajas. Las personas han apostado por la movilidad social en un contexto global tanto por la vía legal: trabajando y emprendiendo; como por la ilegal: narcotráfico y mafias de diversa naturaleza. Como un telón de fondo, el consumismo es la marca de un modelo de crecimiento extractivista cuya obsesión es el crecimiento. Nadie se salva de sus garras, ni las personas o los autoproclamados gobiernos de izquierda. Los sistemas mediáticos, acompañan estas tendencias contribuyendo a su éxito y generando una cultura que privilegia lo emocional antes que lo argumentativo (AMADO: 2016). La televisión, que es uno de los medios de mayor alcance en muchos países del continente, ha optado por formatos en los que se prioriza la sensorialidad y el miedo antes que la información técnica y éticamente producida.

1.3 El campo académico

La reflexión académica mundial suele estar al tanto de lo que ocurre en el ámbito de la comunicación y la cultura, aunque los hechos tecnológicos y sociales suelen ocurrir antes de que los intelectuales puedan predecirlos. La realidad comunicacional estuvo sesgada por miradas académicas pretendidamente críticas, prácticamente todo el siglo XX, relegando la inteligencia de la población a estados de pasividad. Es necesario criticar las posturas autodenominadas críticas, cuando éstas están basadas en la noción racionalista de comunicación y cultura. Ese es uno de los grandes desafíos que las universidades todavía tienen, pese a varias décadas de su reflexión.

La teorización de la microfísica del poder, la acción comunicativa, la teoría de los campos, las mediaciones, etc. son importantes propuestas teóricas que permiten ver el mundo de las interacciones humanas como algo completamente distinto a los supuestos del paradigma moderno. Los años 80 también han sido un tiempo de ruptura de esos supuestos. La corriente de los estudios culturales es uno de los campos más fructíferos en el continente, gracias a las reflexiones de la teoría de mediaciones. Además, la única que no es estática, se ha actualizado y adaptado a las mutaciones de la comunicación y la cultura en el mundo.

Al presente y con la diversidad de experiencias en la academia, la comunicación debe ser vista al menos en cuatro posibilidades: disciplina científica, campo de estudio, método y estrategia.

II. Dimensiones múltiples de la interacción

La pregunta antigua sobre si la comunicación es una ciencia, con objeto y método propios, ha perdido relevancia en el contexto de la complejidad con la que se debe mirar la realidad social. Toda

realidad humana es multidimensional, por tanto, no puede ser comprendida desde una sola disciplina. Los conocimientos generados por la ciencia moderna están fragmentados desde hace más de tres siglos. Los profesionales dominan sus campos e ignoran a los demás. Son estructuras que persisten en las instituciones universitarias, donde su cuestionamiento está apenas siendo “comentado” por las burocracias académicas ocupadas más en luchas de poder. La comunicación es una disciplina de las ciencias sociales y como tal, recurre a sus métodos y a los que sean necesarios. Muchas veces los fenómenos exigen inventar o adaptar los métodos tradicionales.

La investigación comunicacional aborda objetos complejos, compartidos con otras disciplinas y en contextos socio-económicos concretos. Son todas las formas de interacción de los humanos con sus semejantes y con el entorno, incluyendo a las plantas, animales y objetos materiales, como los astros, los dioses, etc. En esas interacciones aborda los procesos de producción de significado, en el entendido de que los mensajes cobran vida cuando entran en contacto con las capacidades mentales de los humanos. La psicología también estudia las interacciones y dimensiones profundas que configuran la conducta. La antropología hace etnografía de las estructuras sociales y también de los comportamientos. Por tanto, estamos frente a objetos compartidos, sobre los cuales nuestra disciplina no puede reclamar exclusividad, ni delimitar las fronteras disciplinarias. El desafío del presente es resolver problemas sociales con enfoque holístico y no así encriptar la investigación mono-disciplinariamente, como en los enfoques del siglo XX.

Las personas interactúan y producen significaciones y mensajes en diversos

lenguajes, permanentemente. Hablar, escribir, dibujar, esculpir, narrar, adoptar un comportamiento, hacer un gesto, estar quieto y en silencio, son todos mensajes. La mente humana está llena de ideas, conocimientos, percepciones, con las cuales genera imaginarios e ideales para construir su realidad, en el presente y en el futuro. Donde hay personas, mensajes e interpretaciones, hay comunicación. Esos son los temas de investigación de esta disciplina que concentra su especial atención en saber escuchar.

La comunicación también es un método, porque sirve para dialogar y entrar en la subjetividad de la cultura humana. Escuchar al otro para entender la subjetividad. Así, en esta experiencia transdisciplinaria, trabaja el enfoque de las llamadas “prácticas colaborativas y dialógicas”, que las diversas disciplinas sociales utilizan para construir comunidades inter y trans-disciplinarias. La comunicación es un poderoso recurso del que disponen los investigadores que requieren producir conocimiento para generar cambio social, con la participación igualitaria de los actores involucrados. Donde se borra la diferencia entre el conocimiento académico y el cotidiano. Ambos son sujetos con saberes válidos e importantes que interactúan para generar nuevos conocimientos.

Finalmente, es una estrategia de intervención en la realidad con la cual se puede mejorar las condiciones de vida de las personas. Los comunicadores estudian esta profesión para saber producir medios y mensajes con fines sociales y basados en la verdad que debe ser alcanzada con procedimientos metodológicos. La comunicación estratégica, analiza el entorno cultural y determina competencias comunicativas para que, con esos insumos, pueda diseñar planes, políticas y estrategias que promueven la modificación del conocimiento y del

comportamiento y así cambiar o mejorar algo. Implementa procesos educativos, de formación, capacitación. Organiza eventos, talleres, foros y otros, en los que desarrolla actividades didácticas con materiales educativos adecuados a las competencias comunicativas de los actores sociales. Es un trabajo que se complementa con el de investigación porque las nuevas tendencias de la producción del conocimiento se orientan a la transformación participativa de la realidad.

III. Conocimiento y comportamiento

Por todos los factores antes mencionados y por muchos otros que no pueden ser abordados en esta limitada reflexión, la sociedad se ha transformado radicalmente en los últimos 30 o 40 años en todas sus dimensiones comunicativas y culturales. Tanto así que hasta las nociones de comunicación, conocimiento y verdad están en permanente debate, debido al estallido y multiplicación de perspectivas para la comprensión de lo social, sobre todo al profundo cuestionamiento de la visión monista de verdad, enraizada y asumida dogmáticamente como única e indiscutible.

La teoría de mediaciones creada por Martín Barbero, en la interesante década de los años 80 del siglo pasado, da cuenta de estas importantes transformaciones y desafíos para la academia. Es una propuesta profunda y visionaria que no se detiene. Es la única teoría latinoamericana que se ha ido actualizando en diversas ocasiones, en sus más de 30 años de vigorosa vigencia, de acuerdo con los cambios (mutaciones) ocurridos en el campo cultural. En un reciente libro organizado por Jacks, Schmitz y Wottrich (2019), un grupo de investigadores analiza esas transformaciones del "sensorium contemporáneo", desde 1987 hasta el 2017.

Propone nuevos ejes y mediaciones para la comprensión de las mutaciones comunicacionales y tecnicidad, ciudadanía, identidad, narrativa y redes, algunos de ellos ya presentes y otros inéditos en el trazado intelectual del autor. (JACKS, SCHMITZ, WOTTRICH: 2019: contratapa)

Sus postulados iniciales dieron lugar a una suerte de corriente investigativa conocida como estudios de audiencia o de recepción, cuyos productos se extendieron a lo largo del continente dando lugar a importantes constataciones respecto al campo de la recepción, usos, consumo, resemantización de contenidos mediáticos, todos atravesados por esa noción abstracta pero evidente llamada "mediación" que puede facilitar el proyecto de la retórica, así como oponerse radicalmente a sus propósitos.

Toda la semiología basada en el análisis de contenidos latente y manifiesto, que tiene su correlato en la interpretación de los sueños del psicoanálisis; así como en la certeza de que todo discurso tiene un contenido ideológico, del marxismo; se diluyen ante la posibilidad ineludible de que la significación ocurre en un proceso de interacción entre los signos del mensaje con las mediaciones culturales (referentes) del receptor.

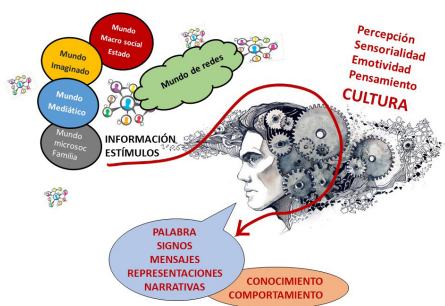
Esta dimensión dinámica de la actividad mental, denominada hace décadas por Juan Díaz Bordenave "pulsación vital" (DÍAZ BORDENAVE: 1989); está configurada por factores emocionales, sensoriales y cognitivos, con un concepto que Martín Barbero recupera pertinentemente de Walter Benjamin: el sensorium. Es la cultura de los ciudadanos.

"... la mente es un flujo de experiencias subjetivas, como dolor, placer, ira y amor. Dichas experiencias mentales están constituidas por sensaciones emociones y pensamientos interconectados, que surgen como un

fogonazo y desaparecen de inmediato. Después, otras experiencias titilan y se desvanecen, surgen un instante y desaparecen. (...) Esta colección frenética de experiencias constituye la secuencia de la conciencia.” (HARARI: 2018: 124)

Contrariamente a la creencia de que la realidad es (o debe ser) asimilada solo racionalmente, innumerables estudios demuestran que la percepción y el comportamiento se construyen dinámicas altamente subjetivas, así como lógicas. Por tanto, la criticidad no es un atributo exclusivo de personas iluminadas por lógicas argumentativas. En las dinámicas cognitivas están presentes conocimientos lógicos, así como mitológicos, creencias, tradiciones, sensaciones, sentimientos en una especie de ebullición permanente. La criticidad es una construcción en la que interactúan datos y pulsiones provenientes de los diferentes mundos de referencialidad (GUARDIA: 2018). Mundo macro y micro social, mundo mediático, mundo imaginado y mundo de las redes.

Figura 1: Dinámicas de producción de significado



Fuente: Elaboración propia

Las mediaciones son factores con los cuales el receptor se defiende o acepta todo tipo de retórica (falsa o verdadera) y los mundos de referencialidad son las fuentes de donde las personas obtienen permanentemente información para construir sus pensamientos y configurar sus comportamientos.

La vida cotidiana en familia está condicionada por el trabajo, la estratificación social, el acceso a la información, la calidad de educación, el consumo cultural y otros. Es el mundo micro-social que proporciona fuertes elementos de referencialidad para la percepción de la realidad. Del mismo modo, el mundo macro-social, el espacio público de la política, la economía, la institucionalidad municipal, departamental, nacional y global; entran en juego contradiciendo o sintonizando con lo vivido en el mundo privado.

Los medios de comunicación proporcionan una gran referencialidad mediada por factores económicos y políticos que suelen impedir el ejercicio pleno de su rol satisfactor de los Derechos a la Información y Comunicación. El mundo mediático no es un mundo de angelitos, donde sus empresarios quieren satisfacer el derecho a la información y que la gente se comunique democráticamente. Esa es una ilusión, eso no existe. El empresario quiere ganar plata y para eso, especialmente los medios televisivos, mezclan los géneros: la información, el periodismo con la ficción y la publicidad. Hacen exactamente lo contrario de lo que enseñamos en las carreras de periodismo y comunicación. Entonces la información que nos llega de los medios, no es la ideal, es una información contaminada por intereses, En los medios sensacionalistas, que son cada vez más, lo importante es provocar sensaciones en la gente, hacer asustar con las noticias en tono de catástrofe, con accidentes, muerte, sexo y conflictos. Eso genera más dinero para ellos. El miedo tiene valor monetario.

El mundo imaginado es un poderoso factor subjetivo basado en las religiosidades y el deseo impulsado por la imaginación de progreso, movilidad y ascenso social. La política y toda la cultura está atravesada por sentimientos religiosos.

Finalmente, el mundo referencial, de las redes sociales, que son conexiones entre personas y actores sociales cuyas motivaciones oscilan entre el ejercicio de la comunicación lúdica/ recreativa y propósitos comerciales o políticos, bajo el ejercicio de la Libertad de Expresión. No así del Derecho a la Información que rige la actividad de los medios de Comunicación. Precisar esa diferencia es fundamental.

Con las mediaciones culturales y los referentes originados conflictivamente o en sintonía, las personas construyen y convierten sus ideas en palabras o signos no verbales que configuran sus percepciones. La palabra oral o escrita, las representaciones diversas, las narrativas, son la materialización de las percepciones o conocimientos humanos que pueden convertirse en comportamientos o (re) acciones con las cuales se interactúa en la sociedad.

Así podemos entender por qué Bolivia vuelve a votar por el "micro azul", reconociendo que hay proyectos de vida que las personas asumen porque quieren trabajar, tener sus ingresos, con estabilidad, sin conflictos. Entonces toman decisiones en base a una cantidad importante de elementos que vienen de los mundos de referencialidad, no solamente de los medios de comunicación, ni de las redes. Eso se mezcla con otros factores e informaciones que pueden convertirse en voto y quedarse como ideas y abstracciones pensadas o expresarse a través de palabras, signos, mensajes, representaciones y narrativas, cuya comprensión por parte del investigador y los actores debe ocurrir en su contexto, no tratando de identificar la ideología o lo que pasa en el inconsciente.

Conocer todo ese mundo cognitivo es altamente relevante en la investigación transdisciplinaria, en la perspectiva de producir conocimiento para comprender

la realidad y mejorar las condiciones de vida de las personas, en procesos de investigación e intervención planificados participativamente.

La subjetividad es un dato social cuyo abordaje exige la construcción de un clima comunitario, de confianza y relacionamiento democrático. Las nuevas técnicas de investigación-acción proyectivas son apropiadas como complemento de las técnicas tradicionales cualitativas o cuantitativas. La comunicación dialógica como método, no solo es importante como indispensable. El reconocimiento de "la verdad del otro" demanda un sacudón de los preconceptos académicos del pasado que se aferran a las nociones de inconsciencia o acriticidad, condicionados por ideologismos de un marxismo simplista o las paranoias respecto de mensajes ocultos basadas en visiones básicas provenientes del psicoanálisis y la semiología concentrada en el puro análisis de mensaje. No es lo mismo desinformación que acriticidad.

IV. Comunidad Transdisciplinaria de Aprendizaje

La experiencia del equipo P-1 Vulnerabilidad Social, de la UCBS, regional Cochabamba, parte de la consulta con los actores hombres y mujeres de la comunidad sobre cuáles son los problemas más importantes en su vida familiar y social. La importancia de esta consulta consiste en que, a diferencia de la investigación tradicional, los temas de investigación nacen de la necesidad de la comunidad y no así del bagaje teórico de los académicos, quienes suelen "inventar" temas y problemas en una suerte de búsqueda de la constatación de la teoría, aplicada a la realidad. El resultado es que se producen documentos sin más utilidad que la promoción de los profesionales.

Para el desarrollo de esta identificación o problematización del proceso

investigativo, como se dijo antes, es necesario generar un clima de confianza con los sujetos de la comunidad a fin de comentar la construcción del componente colaborativo. Este momento también requiere de la participación de otros actores relevantes del entorno, como instituciones municipales, ONG, iglesias, organizaciones sociales, etc.

Figura 2:

Temas demandados por la comunidad de Tiraque



Fuente: Elaboración propia

Ese mapa de problemas enunciados por la comunidad pasa a ser analizado inter-disciplinariamente, en un abordaje sistémico denominado “ecosistemas de vida”, que incluye aspectos económicos, políticos, culturales y ambientales. De ese modo, se puede visualizar la interconexión no solo entre las dimensiones antes mencionadas, sino también entre los problemas, en una suerte de red tejida, donde unos factores inciden y reciben la incidencia de otros. De ese modo, se aborda la multidimensionalidad de los problemas sociales desde la mirada de la teoría de la complejidad, superando el principio lineal de causa/efecto de los modelos del siglo XX.

Figura 3:



Fuente: Elaboración propia

En esta experiencia se está trabajando con familias, Escuela de Padres, Consejo Municipal de Juventudes de Tiraque – COMUJU, la Defensoría de la Niñez y Adolescencia, SLIM, Dirección de Desarrollo Humano del municipio, Dirección Distrital de Educación, Central Campesina de Mujeres Bartolina Sisa, Unidades Educativas y otros. Se ha determinado trabajar con COMUJU, por ser ésta una organización apoyada por el municipio y sus instituciones, para promocionar la proyección de alrededor de 180 jóvenes representantes de 12 unidades educativas del municipio, bajo la orientación del Artículo 3 de la Ley de la Juventud de Bolivia 243.

La presente Ley tiene como finalidad lograr que las jóvenes y los jóvenes alcancen una formación y desarrollo integral, físico, psicológico, intelectual, moral, social, político, cultural y económico; en condiciones de libertad, respeto, equidad, inclusión, intraculturalidad, interculturalidad y justicia para Vivir Bien; a través de las políticas públicas y de una activa y corresponsable participación en la construcción y transformación del Estado y la sociedad (ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA; Ley de la Juventud; 2013).

Tratándose de una entidad organizada y activa, resulta conveniente realizar el trabajo de formación complementaria a la escolar, con sus integrantes, por su condición de estudiantes y por el potencial que supone su juventud y la proyección hacia la etapa de adultos. El COMUJU tiene en su proyecto constitutivo el desarrollo de trabajo en los siguientes ejes denominados “Mesas de Trabajo”: Liderazgo, Ley de Juventudes-342, Medio Ambiente, Incidencia Política, Género, TIC y Educación. Temas con los que se adaptan los problemas detectados en la consulta a la comunidad, anteriormente mencionada.

De ese modo, a partir del análisis interdisciplinario se realiza una consulta a fondo con los jóvenes de la organización, para determinar los temas de investigación que se desarrollarán como tesis o investigaciones que tienen como eje central la tesis doctoral “Familia rural en el mundo globalizado”.

Figura 4 Temas de investigación del equipo P-1



Fuente: Elaboración propia

Las investigaciones tienen, o deben tener, dependiendo de la modalidad de los trabajos de grado, un componente de intervención que supone el diseño de estrategias o al menos la visualización de líneas de acción.

V. Contra la afectación e indefensión

La producción de conocimiento científico no tiene sentido si solo acaba en la publicación de un artículo o un libro.

Lo más importante es la incidencia en la realidad de las comunidades, favoreciendo al mejoramiento de la calidad de vida de las familias y generando capacidades resilientes ante toda forma de vulnerabilidad. Esto supone entender, por un lado, que la vulnerabilidad es un estado en el que diversos factores de orden económico, político, cultural o ambiental afectan el desarrollo normal de las familias e individuos al interior de una comunidad. Por otro lado, la vulnerabilidad supone también indefensión, es decir, el desconocimiento de formas de reacción de los sujetos que les permitan mitigar los efectos de esa vulnerabilidad, sin que la dignidad humana sea afectada.

Entonces a través de preguntas movilizadoras, estrategias lúdicas y literarias; se descubren discursos culturales, que tienen su acervo en los saberes populares. Así mismo, se indagan acontecimientos extraordinarios que son experiencias positivas que las personas y los grupos han tenido y no han contado. Este proceso posibilita el desarrollo de relatos alternativos y el agenciamiento para el empoderamiento personal y comunitario (CAMACHO et. al. 2016: 14).

El conocimiento producido debe tener utilidad, de modo que la universidad cumpla su rol frente a la sociedad, ayudando a comprender y resolver sus problemas. Esto supone asumir el desafío del modelo educativo basado en competencias que entiende la educación como un proceso de co-construcción al lado de y para la sociedad.

Comprender cómo se configuró la votación de las elecciones presidenciales, en Bolivia y en cualquier país, exige volcar hacia la mente del otro y así descubrir la sensorialidad que construye el pensamiento y el acto de votar. En esa decisión intervienen elementos originados en la vida cotidiana, contrastados con

la información del mundo público, atravesados y recocinados por las lógicas (interesadas) mediáticas, la subjetividad de las creencias y la religiosidad y el desorden lúdico que oscila entre lo falso digital y manipulado, con las nuevas formas de construcción viral de verdad.

JACKS Nilda, SCHMITZ Daniela, WOTTRICH Laura (org.), RINCÓN Omar Editor 2019; Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural, diálogo con la propuesta de Jesús Martín Barbero; Quito; CIESPAL.

SÁ MARTINO Luis Mauro 2009. Teoría da comunicação: ideias, conceitos e métodos, Petrópolis, RJ; Vozes.

Bibliografía

AMADO Adriana 2016; Política POP, de líderes populistas a telepresidentes: Buenos Aires; Ariel.

BAUMAN Zygmunt 2008. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias; Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed.

CAMACHO-Peña Sandra Esmeralda, MORENO-Solis Vicente, SILVA-Giraldo Edward Johnn, VELASQUEZ-Mantilla Daniel 2018; Prácticas colaborativas y dialógicas en el contexto terapéutico; Bogotá; UNIMINUTO.

DÍAZ BORDENAVE Juan 1989; Comunicação e Sociedade. São Paulo, Brasiliense, 2a edición.

ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA; Ley de la Juventud 342, 05 febrero 2013.

GUARDIA Crespo Marcelo 2018; Fuentes de referencialidad para la significación, pistas para el abordaje de la complejidad de la recepción, en: Rev. Punto Cero vol.23 no.37, Cochabamba, UCBSP.

GUARDIA Crespo Marcelo 2019; Transversalización de los estudios culturales en Ciencias Sociales. Tarija; (ponencia) ABOIC/UCBSP: Jornada regional de investigación de la comunicación y democracia.

HARARI Yuval Noah 2018; Homo Deus, breve historia del mañana, 10ª edición, Buenos Aires; DEBATE.

EDUCACIÓN Y COMPETENCIAS MEDIÁTICAS FRENTE A LA DESINFORMACIÓN

Rigliana Portugal Escóbar

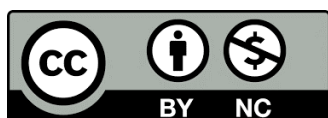
Boliviana. Docente titular Universidad Mayor de San Andrés, Master en Ciencia, Tecnología, Comunicación y Cultura. Doctoranda en el Programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación (Universidades Huelva, Sevilla, Cádiz y Málaga). Bolivia. Presidente de la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación. Especialista en Gestión del Conocimiento y Comunicación en HELVETAS Swiss Intercooperation <https://orcid.org/0000-0002-4174-2911>.

riglianaximena.portugal201@alu.uhu.es

rigliana@gmail.com

La autora declara no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero.

Portugal, Rigliana (2021). Educación y competencias mediáticas frente a la desinformación. Punto Cero, año 26 n°42 julio de 2021. Pp 56-67. Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Cochabamba



Resumen:

En el contexto de desinformación existente en la esfera digital internacional, destaca la presencia de noticias falsas (fake news) que deliberadamente pueden causar daño, confundir o manipular a los ciudadanos, creando desconfianza en las normas, instituciones o en las estrategias definidas y consensuadas democráticamente. En ese contexto queda expuesta la importancia de fortalecer la educación y competencias mediáticas (saber, saber hacer y saber ser) de prosumers que producen y consumen contenido, de forma tal que se oriente el acceso y uso a los medios, pero también la comprensión crítica ante los mensajes.

Palabras clave:

Educación mediática, competencias mediáticas, desinformación, infoxicación

Education and media skills against misinformation**Abstract:**

In the context of disinformation existing in the international digital sphere, the presence of fake news stands out, which can deliberately cause harm, confuse or manipulate citizens, creating distrust in the norms, institutions or in the defined strategies and democratically agreed. In this context, it is exposed the importance of strengthening the education and media skills (knowing, knowing how to do and knowing how to be) of prosumers who produce and consume content, in such a way that access and use of the media is oriented, but also the critical understanding of the messages.

Key words:

Media education, media skills, misinformation, infoxication.

1. DISCUSIÓN TEÓRICA

Educación y competencia mediática

El estudio aborda la reflexión en torno a la educación y competencias mediáticas, frente a la desinformación en un contexto caracterizado por la infoxicación. El ecosistema mediático, en la actualidad destaca la presencia de noticias falsas, ante las cuáles es importante actuar desde el conocimiento, las habilidades y las actitudes.

Afirma Buitrago (2014) que la educación mediática es la vía para superar el subdesarrollo y estimular la conciencia crítica de la ciudadanía. Buckingham (2006: 272) precisa que “(...) seis son los aspectos clave de la educación mediática: las agencias de los medios, los lenguajes, las categorías, las representaciones, las técnicas de producción y los públicos”. A su vez explican Fedorov y Levitskaya (2015: 108) “que estos mismos aspectos de los medios de comunicación están sujetos a la competencia mediática” del profesional y del público de masas. La educación mediática “se constituye en una herramienta, capaz de fortalecer a la ciudadanía en el terreno de lo mediático, favorecida por el uso adecuado de la tecnología comunicativa” (GARCÍA-RUIZ, AGUADED & RODRÍGUEZ-VÁZQUEZ, 2014:585).

Investigadores como Joan Ferrés (2014) dan cuenta de que el tema de la educación mediática va más allá de la preocupación respecto a la cantidad de personas que son más reflexivas y críticas estando expuestas a las pantallas y los mensajes que transmiten las mismas. El autor considera prioritario tomar en cuenta las emociones y sensaciones que fluyen en las personas de manera desapercibida. Por ello establece que el objetivo de la educación mediática es “dotar de poder al ciudadano y ciudadana para que puedan hacer frente, de manera autónoma, al

poder de las pantallas, y para que sea capaz de transmitir a través de ellas unos mensajes potentes” (2014: 21). Establece que la educación mediática debe incorporar los distintos aspectos de la educación emocional (FERRÉS, 2014:20) desde la definición y reconocimiento de cada emoción, hasta la gestión de la misma.

Considerando el contexto actual mediatizado, donde las tecnologías emergentes y el entorno digital influyen en la vida de las personas y sobre todo el ámbito educativo, la educación mediática, en criterio de García-Ruiz y Contreras-Pulido (2018) constituye una oportunidad para avanzar en la mejora de la calidad de la enseñanza, permitiendo “promover la actitud crítica de la ciudadanía ante los medios, por lo que se presenta como un elemento que contribuye a la promoción de la igualdad de oportunidades y la participación activa en la sociedad” (2018: 32). Sin embargo, pese a su importancia “tiene un desarrollo asimétrico en el mundo” (MATEUS, et al., 2019: 288).

El desarrollo del sentido crítico ante los medios, de parte de la ciudadanía, es una construcción que implica trabajar competencias en las y los ciudadanos. Un estudio realizado por Muñoz (2018) sobre educación mediática y políticas públicas en discapacidad, permitió establecer el rol protagónico de la educación mediática en la formación ética, en las competencias ciudadanas y en la construcción de la subjetividad de los actores sociales. Por cuanto, la educación mediática “permite acceder a la información y el conocimiento de manera amigable y lleva a la persona a tener una participación más activa y crítica en la medida en que puede expresar sus reflexiones, ideas y opiniones a través de la producción de sus propios contenidos” (MUÑOZ, 2018: 164). Por ello la exigencia en la educación mediática es evidente, sobre todo si se reconoce el crecimiento

en la mediación con tecnologías nuevas y viejas, que visibilizan la necesidad de potenciar la gestión en la interacción crítica con los medios.

Para llegar a tener una educación mediática es prioritario avanzar en la alfabetización mediática. Como señala Manuel Área, “la alfabetización fue enseñar a leer y escribir mediante los códigos textuales en materiales impresos” (2008: 9). Es decir, una alfabetización comprendida sólo desde el ámbito vinculado a la lectoescritura, desde una lógica relacionada al texto impreso.

Sin embargo, con el transcurrir del tiempo el campo semántico de este término se ha ampliado, más aún con la presencia de los medios masivos de información (radio, televisión, cine, prensa) y posteriormente con las tecnologías de la información y la comunicación y su uso a través de Internet, redes sociales, entre otras. El escenario hoy nos sitúa en un contexto de convivencia compleja entre los medios tradicionales y aquellos que se visibilizan en dispositivos multipantalla que tiene como paraguas Internet.

Continuando con el repaso histórico, la alfabetización puede ser entendida como “el proceso de capacitación de un sujeto para que pueda acceder y comprender los contenidos y las formas simbólicas a través de los cuales se transmite el conocimiento y la cultura, así como dominar las herramientas y códigos que le permitan expresarse y comunicarse socialmente”; ello demanda que el concepto de alfabetización en la lectoescritura sea ampliado, siendo capaz de “abordar e incorporar nuevas fuentes de acceso a la información, así como dominar las competencias de decodificación y comprensión de sistemas y formas simbólicas multimediadas de representación del conocimiento” (ÁREA, 2008: 9).

La definición de Área (2008) cobra fuerza considerando el surgimiento de la Web 1.0 inicialmente de lectura, con usuarios que sólo consumían los productos presentados a través de páginas estáticas. Posteriormente, la Web 2.0 “simultáneamente, una biblioteca universal, un mercado global, un gigantesco puzzle de piezas informativas conectadas hipertextualmente, una plaza pública de encuentro y comunicación de personas que forman comunidades sociales, es un territorio donde prima la comunicación multimedia y audiovisual, así como la diversidad de entornos virtuales interactivos” (ÁREA & PESSOA, 2012: 14).

En ese avance cronológico, en paralelo, el paradigma de la Web 3.0 abre un escenario donde los usuarios conversan e interactúan, y donde la navegación es personalizada. Por ello, es evidente que se “requieren nuevas alfabetizaciones a los ciudadanos del siglo XXI que les capaciten para actuar como sujetos autónomos, críticos y cultos en el ciberespacio” (ÁREA, 2008: 9).

Es decir que todo el centro de la interacción ciudadanía-medios (tradicionales y virtuales) no tiene sólo que privilegiar lo tecnológico, sino sobre todo la comprensión crítica, la autonomía y la independencia en el análisis de contenidos que se producen, circulan, consumen e intercambian.

La UNESCO había apuntado que la alfabetización mediática está centrada en cinco posibles competencias básicas, “comprensión, pensamiento crítico, creatividad, conciencia intercultural y ciudadanía” (comprehension, critical thinking, creativity, cross-cultural awareness and citizenship) (2008: 6). En la misma línea, esta precisión da cuenta del alcance de la alfabetización, más allá del determinismo tecnológico e instrumental.

Como señalan Hobbs (2004), Hobbs y Jensen (2009) los avances superan la visión y enfoque instrumental, centrando el interés en los temas de desarrollo del pensamiento crítico y la colaboración. Por ello se "estiman las habilidades de aprendizaje, orientadas al proceso cognitivo, la comunicación y habilidades de resolución de problemas, así como las herramientas de aprendizaje" (DELGADO-PONCE y PÉREZ-RODRÍGUEZ, 2018: 20), donde están presentes las tecnologías de la información y de la comunicación"

Profundizando en la reflexión, es preciso señalar el aporte de los investigadores Paolo Celot y José Manuel Pérez-Tornero (2009) en el desarrollo de la investigación denominada "Study on assessment criteria for media literacy levels". Bajo este paraguas de análisis, se entendió a la alfabetización mediática como "la construcción compleja que expresa intrínsecamente diferentes ideas y corrientes de pensamiento e investigación" (CELOT & PÉREZ-TORNERO, 2009: 4).

Competencia mediática

Ingresando en el terreno de la competencia mediática es preciso recordar que la palabra competencia viene del latín *competentia*. Y según la Real Academia Española significa: "disputa o contienda entre dos o más personas sobre algo; oposición o rivalidad entre dos o más personas que aspiran a obtener la misma cosa" (REAL ACADEMIA ESPAÑOLA).

Explica Mertens (1996) que dentro el modelo conductual la competencia es la "capacidad real para lograr un objetivo o resultado en un contexto dado" (MERTENS, 1996: 61), por ello señala el autor que el modelo conductual situado en el mundo laboral establece que la competencia se expresa en aquellos trabajadores que hacen bien su labor y cuyos resultados son los esperados por la empresa. De esta forma se determinan

sus características y sus competencias, con la finalidad de definirles un puesto.

La palabra competencia se origina en el ámbito empresarial e inicia su paso bajo la herencia conductista a nivel de los aprendizajes para asegurar la competencia de la mano de obra. Posteriormente, fue desarrollándose con mayor fortaleza en el ámbito de la educación. La competencia mediática propuesta por Ferrés y Piscitelli (2012) es definida como "la capacidad de interactuar de manera crítica con mensajes mediáticos producidos por los demás, y siendo capaz de producir y diseminar mensajes propios (77-78). Como apuntan Delgado-Ponce y Pérez-Rodríguez (2018) el término competencia "entraña una visión holística y contextualizada de los aprendizajes" (DELGADO-PONCE y PÉREZ-RODRÍGUEZ, 2018: 18), eso implica que "los conocimientos, habilidades y actitudes, de manera interrelacionada y compleja, se ponen en práctica para intervenir eficazmente en situaciones concretas" (DELGADO-PONCE y PÉREZ-RODRÍGUEZ, 2018: 13). Para las investigadoras, en el ámbito comunicativo la competencia mediática es asumida "desde un planteamiento de convergencia e integración que reúne lo informacional, lo audiovisual y lo digital" (DELGADO-PONCE y PÉREZ-RODRÍGUEZ, 2018: 13).

Si vivimos en un contexto de ecosistema mediático que cambia permanentemente, es indudable la necesidad de desarrollar competencias mediáticas. La educación y la competencia mediática ponen especial interés y "(...) énfasis en el desarrollo del pensamiento analítico en la audiencia.

Uno de los principales objetivos de la educación mediática es enseñar a la audiencia no sólo a analizar textos mediáticos de diferentes tipos y géneros, sino enseñar a comprender los mecanismos de su producción y funcionamiento en la

sociedad” (FEDOROV y LEVITSKAYA, 2015: 115).

La competencia mediática parte de la necesidad de educar para los medios a nivel escolar (GUTIÉRREZ y TYNER, 2012); su tendencia establece la determinación del contexto digital y el desarrollo de aptitudes que se orientan hacia la educación de los medios, y las tecnologías de la información y de la comunicación (LUKE, 2007: LEE et al., 2013). A su vez, el proceso de aprendizaje es dinámico, no lineal, de habilidades interpretativas hacia nuevos medios (LIVINGSTONE, 2004). Para su implementación requiere soporte institucional y apoyo de educadores (HOBBS, 1998; LIVINGSTONE, 2004). Su finalidad es ofrecer herramientas para aumentar la conciencia, desarrollar el pensamiento crítico sobre el rol de las comunicaciones comerciales y el fomento a la educación democrática (HOBBS, 1998; KOLTAY, 2011), (ROMERO-RODRÍGUEZ, TORRES-TOUKOUMIDIS, PÉREZ-RODRÍGUEZ y AGUADED, 2016: 15-16). Desde un abordaje integral, Fedorov y Levitskaya (2015) precisan que “la competencia mediática es un concepto multidimensional y requiere una perspectiva amplia, basada en el conocimiento fundacional bien desarrollado. (...) en teoría, se puede aumentar el nivel de competencia mediática, al percibir, interpretar o analizar cognitiva, emocional, estética y éticamente la información multimedia” (FEDOROV Y LEVITSKAYA, 2015: 108).

En un análisis profundo para comprender la competencia mediática, los investigadores Celot y Pérez-Tornero (2009) precisaron como central la interacción entre las competencias individuales (definidas como el uso técnico, conocimiento crítico y habilidades sociales); y los factores ambientales (definidos como la disponibilidad de medios, educación de medios, políticas y regulación y otras

funciones de los interesados, es decir, la industria de los medios y sociedad civil).

Más tarde, la Comisión Europea en 2011 estableció que la competencia mediática sería entendida como “la capacidad para percibir, analizar y disfrutar del poder de los mensajes, imágenes, estímulos y sonidos que se perciben de los medios de comunicación, usándolos para satisfacer las necesidades de comunicación, expresión, formación o información que puedan generarse en diversas situaciones cotidianas (GARCÍA-RUIZ, GOZÁLVEZ-PÉREZ, Y AGUADED, 2014: 18), “así como la habilidad de comunicar de un modo competente mediante los medios disponibles a nuestro alcance” (UNIÓN EUROPEA, 2007).

Para fines de la presente investigación se ha considerado el aporte de los investigadores Pérez-Tornero y Varis (2012) quienes plantearon tres dimensiones para entender la competencia mediática. La dimensión de “Acceso y Uso”, la de “Comprensión Crítica”, y finalmente la “Comunicativa y Producción creativa”.

La primera dimensión propuesta es el “Acceso y Uso”. Esta dimensión a su vez fue dividida en dos componentes, por una parte el “Acceso” y por otra el “Uso”. El “Acceso” hace referencia al ingreso “físico a los medios y sus contenidos mediáticos que depende de la disponibilidad (availability) en un contexto determinado” (PÉREZ-TORNERO Y VARIS, 2012: 104). El “Acceso” por tanto va más allá de contar o tener a disposición el recurso o equipo tecnológico, implica ingresar de forma apropiada a los contenidos que están soportados en los medios tanto masivos tradicionales como digitales, es “la capacidad de conocimientos básicos y manipulación práctica para iniciar el funcionamiento de los equipos y recursos técnicos” (ZEBALLOS, 2017: 58).

El "Uso" aborda los saberes "cognitivos y prácticos", es decir implica tener conocimiento teórico y también práctico. Sin embargo, como señala Zeballos (2017) es una "manipulación sin mayor conciencia y comprensión crítica, es más operativa" (ZEBALLOS, 2017: 59). Por ende, se observa al receptor de los mensajes como un ser pasivo, que no es productor de contenido, sino como usuario que opera.

La dimensión de "Comprensión crítica" demanda habilidades que tienen un nivel mayor de complejidad como "el pensamiento crítico, autonomía personal y capacidad de resolver problemas" (PÉREZ-TORNERO Y VARIS, 2012: 105). Es tomar conciencia, "adquirir pensamiento crítico, lo que significa pensar por sí mismo de manera autónoma, frente a la realidad y por tanto frente a los medios de comunicación y sus contenidos" (ZEBALLOS, 2017: 59).

La dimensión "Comunicativa y Producción creativa" se refiere al: conjunto de capacidades que permiten a un individuo crear y producir mensajes -utilizando diferentes códigos- y difundirlos a través de diferentes plataformas. Esta incluye, por tanto, las competencias creativas, las competencias expresivas, las semióticas, y las sociales -de relación entre individuos y colectivos-" (PÉREZ-TORNERO Y VARIS, 2012: 106).

Desinformación y noticias falsas

El estudio de Bloem; van Doorn y Duivestien (2009), afirma que sólo en 2007 se generó más información que toda la que se documentó por la humanidad desde la Mesopotamia del siglo IV a.C. Vale decir que "en sólo 365 días se generaron más mensajes que en más de dos milenios" (ROMERO-RODRÍGUEZ, DE-CASAS, CALDEIRO, 2018: 74). Un estudio de Shenk (2003) afirma que una edición del periódico The New York Times, congrega más información que toda la

que manejaba en su vida un londinense promedio en el siglo XVII.

Estos ejemplos muestran los cambios que se han suscitado a nivel de las audiencias y el paradigma desarrollado en torno a ellas. La denominada por Aguaded y Romero-Rodríguez (2015) mediamorfosis es "el fenómeno en el que los medios de comunicación convencionales luchan por mantener cuotas de audiencia contra sus pares, pero también contra medios digitales y creadores de contenidos, con el riesgo que significa la banalización desde la inmediatez de productos enlatados (AGUADED y ROMERO-RODRÍGUEZ, 2015: 50).

En este contexto los medios convencionales ingresan en el tráfico web para mantener su presencia, dado el contexto de cambio. "Nace así la era de la infoxicación en la que se le da a la audiencia el contenido que ésta desea, generalmente de infoentretenimiento, con el fin de asegurar cuotas de publicidad (ROMERO-RODRÍGUEZ y MANCINAS-CHÁVEZ, 2016). Sin embargo aquí la pregunta es saber si los receptores son capaces de realizar un correcto filtrado de las informaciones.

Recuperando el aporte de Cornellá (2004), los investigadores Romero-Rodríguez y Aguaded (2016) estructuraron las características propias de la infoxicación que vienen a ser las siguientes:

- Sobreexplotan el interés de la audiencia: Las informaciones están diseñadas desde su origen para atraer el interés de la audiencia y re-convertirlas en visitas web. Por ello portales pseudo-informativos tratan contenidos relacionados con sexo, conflicto, morbo, rumores y farándula.
- No se cumplen los principios de tratamiento periodístico: Los contenidos no siguen fundamentos éticos del ejercicio del periodismo. Las fuentes no

se contrastan, están sesgadas, sin autoría, entre otras.

- Son desinformativos: Partiendo desde los titulares creados con narrativa de clicbait (cebo de clics), tratamiento temático y estético, y pseudo-informaciones.

- Narrativas minimalistas: Los contenidos se planifican para ser viralizables en las redes sociales.

Así la triada mediamorfosis-prosumidores-infoxicación en criterio de Aguaded y Romero-Rodríguez (2018) marcan de forma visible el ecosistema desde finales de los años noventa hasta nuestra época. Ante eso la presencia de la desinformación, configura de manera vertiginosa la reproducción de contenidos vía redes sociales, ausentes de veracidad, fuente y manejo ético. “La desinformación incluye todas las formas de información falsa, inexacta o engañosa diseñada, presentada y promovida para causar intencionalmente daño público o beneficios” (BUNING et al., 2018)

Existen diversas definiciones en torno a la información falsa y engañosa. Se considera que apela a “contenidos falsos que tienen efectos potencialmente perjudiciales, por ejemplo, en la salud y la seguridad de las personas y en la funcionalidad de los sistemas y el funcionamiento de la democracia” (BONTCHEVA & POSETTI, 2020: 18). El análisis se complejiza si tomamos en cuenta el aporte de Vosoughi, Roy y Aral (2018) que dan cuenta de que las noticias falsas tienen un 70% de probabilidades de ser compartidas y, del mismo modo, creídas por los usuarios. Lo cual muestra la alta vulnerabilidad existente ante la viralización de noticias falsas.

Asimismo, la desinformación como acción deliberada puede causar daño, confundir o manipular a los ciudadanos, crear desconfianza en las normas, instituciones o

en las estrategias definidas y consensuadas democráticamente. Asimismo, puede ser un “contenido creado deliberadamente con la intención de perturbar los procesos electorales” (GIGLIETTO et al., 2016). O pintar una imagen falsa sobre los desafíos que se tienen respecto al cambio climático; y en el contexto actual, puede ser ser mortal, como la “desinfodemia” de COVID-19 (POSETTI y BONTCHEVA, 2020a; POSETTI y BONTCHEVA, 2020b).

La desinformación presenta modalidades que son nocivas, como: “campañas de desinformación patrocinadas por el Estado; propaganda política (anti) gubernamental; líderes políticos que generan y amplifican contenidos falsos y engañosos; Clickbait; anuncios falsos relacionados con la política o anuncios de empleo; suplantación de medios de comunicación autorizados (...)” (BONTCHEVA & POSETTI, 2020: 23).

Asimismo, en el ámbito investigativo, el estudio de la desinformación suele vincularse con las redes sociales Twitter, Facebook y YouTube, también, con las plataformas sociales como Reddit, Instagram, TikTok, 4chan, Pinterest; y aplicaciones de mensajería como WhatsApp, Telegram, SnapChat e iMessage; así como motores de búsqueda como Google. (BONTCHEVA & POSETTI, 2020: 21). Bajo el esbozo desarrollado, la necesidad de formación a nivel de competencias mediáticas para el uso y consumo de los medios, por ejemplo, constituye una prioridad.

Metodología de abordaje

El estudio es de tipo descriptivo, bajo el enfoque metodológico cualitativo. Aplica el método de análisis documental que permite revisar la producción de artículos científicos referidos a la temática de la competencia mediática y la desinformación, contribuyendo de forma significativa en la comprensión y

abordaje de las variables identificadas. El método de análisis-síntesis aportó en la descomposición del todo (competencias mediáticas y desinformación) para posteriormente en la síntesis comprender la integralidad del sistema observado en el estudio.

Conclusiones

Los estudios muestran que si bien hoy en día existen personas, que tienen ciertas competencias mediáticas y digitales desarrolladas a nivel de conocimiento en cuanto al uso y acceso a la tecnología (privilegiando Internet), así como a las redes sociales; todavía no se tiene el desarrollo de capacidades en cuanto al manejo crítico y con autonomía frente al consumo sobresaturado de información y sobre todo frente a la desinformación. Investigaciones realizadas por Romero-Rodríguez et al. (2016) dan cuenta que no se han desarrollado las competencias mediáticas para manejar de forma adecuada la infoxicación existente, así como la desinformación. Hay una sobreexposición a contenidos, donde las audiencias no tienen desarrolladas las dimensiones de la competencia mediática, a la que hace referencia Pérez-Tornero y Varis (2012), es decir: uso y acceso, comprensión crítica, y comunicación y producción creativa.

Las investigaciones precisan que la dimensión tecnológica vinculada al uso, está en incremento, sin embargo las competencias referidas a la Comprensión Crítica y a la Producción Creativa están en nivel inferior de desarrollo.

La desinformación, la sobresaturación informativa y de otro tipo de contenido está dada en el ecosistema mediático, y ante ello es fundamental el desarrollo de competencias mediáticas, capaces de permitir que las personas consumidoras y productoras de contenidos (prosumers) puedan desarrollar habilidades capaces

de promover el fortalecimiento de la comprensión crítica ante los contenidos a los que son expuestos. Esto contribuirá de seguro en el desarrollo de capacidades críticas para descubrir la manera en que las representaciones mediáticas estructuran nuestra percepción de la realidad.

Bibliografía

AGUADED, I. y ROMERO-RODRÍGUEZ, L. M. (2015). Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo. *Education in the Knowledge Society*, 6(1), pp. 44-57.

ÁREA, M. (2008). La innovación pedagógica con TIC y el desarrollo de las competencias informacionales y digitales. *Investigación en la escuela*, 64, 5-17.

ÁREA, M. & PESSOA, T. (2012). De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0. doi: 10.3916/C38-2011-02-01 (13-04-2018)

BLOEM, JAAP; VAN DOORN, MENNO & DUIVESTIEN, SANDER (2009): *Me the Media: Rise of the Conversation Society*, Groningen: Uitgeverij kleine Uil.

BONTCHEVA, K. & POSETTI, J. (2020). *Balancing Act: Countering Digital Disinformation While Respecting Freedom of Expression* Broadband Commission research report on 'Freedom of Expression and Addressing Disinformation on the Internet'. Recuperado de: http://www.broadbandcommission.org/Documents/working-groups/FoE_Disinfo_Report.pdf.

BUCKINGHAM, D. (2006). Defining Digital Literacy. *Digital Kompetanse*, 1(4), 263-276.

BUITRAGO, A. (2016). *Los profesionales de la comunicación ante la competencia mediática*. Segovia: Universidad de Valladolid. Tesis para optar al grado de Doctor por la Universidad de Valladolid.

- BUNING, M.D.C. et al. (2018). 'A multi-dimensional approach to disinformation'. Report of the independent High Level Group on Fake News and Online Disinformation. European Commission, 12 March 2018. Recuperado de <http://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>
- CALDEIRO, M. & AGUADED, I. (2015). Alfabetización comunicativa y competencia mediática en la sociedad hipercomunicada. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*. 9(1), 37-55.
- CELOT, P. & PÉREZ-TORNERO, J.M. (2009) Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels. A comprehensive view of the concept of media literacy and an Understanding of how media literacy level in Europe Should Be Assessed. Brussels: European Commission. Recuperado de <http://goo.gl/rnXfa8>
- CORNELLÁ, A. (2004). *Infoxicación: Buscando un orden en la información*. Barcelona: Infomanía.
- DELGADO-PONCE, A. & PÉREZ-RODRÍGUEZ, A. (2018). La competencia mediática. En R. García-Ruiz, A. Pérez-Rodríguez & A. Torres (Eds.), *Educación para los nuevos medios. Claves para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital* (pp. 13-25). Cuenca: Abya Yala Universidad Politécnica Salesiana
- FEDOROV, A. & LEVITSKAYA, A. (2015). Situación de la educación en medios y la competencia crítica en el mundo actual: opinión de expertos internacionales. *Comunicar* 45(23) 107-116. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C45-2015-11>
- FERRÉS, J. y PISCITELLI, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 38, 75-82. <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>
- FERRÉS, J. (2014). *Las pantallas y el cerebro emocional*. Barcelona, España: Gedisa.
- GARCÍA-RUIZ, R., AGUADED, I. & RODRÍGUEZ-VÁZQUEZ, A. I. (2014). Propuesta de alfabetización mediática ante los estereotipos de género en los medios de comunicación: Resultados y valoración de "Rostros de Mujer". *Prisma Social*, (13), 576-609. <http://goo.gl/EmoqLg>
- GARCÍA-RUIZ, R. y CONTRERAS-PULIDO, P. (2018). La escuela prosumidora: del recurso didáctico al contenido curricular. En R. García-Ruiz, A. Pérez-Rodríguez y A. Torres (Eds.), *Educación para los nuevos medios. Claves para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital* (pp. 28-41). Cuenca: Abya Yala.
- GARCÍA-RUIZ, R., GOZÁLVEZ, V. & AGUADED, I. (2014). La competencia mediática como reto para la educación: instrumentos de evaluación. *Cuadernos. Info*, 35, 15-27 <https://doi:10.7764/cdi.35.623>
- GIGLIETTO, F., IANNELLI, L. ROSSI, L. & VALERIANI, A. (2016). Fakes, News and the Election: A New Taxonomy for the Study of Misleading Information within the Hybrid Media System. *Convegno AssoComPol 2016*. SSRN, <http://ssrn.com/abstract=2878774>
- GUTIÉRREZ, A. y TYNER, K. (2012). Alfabetización mediática en contextos múltiples. *Comunicar*. 19(38), 10-12. <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-02-00>
- HOBBS, R. (1998). The seven great debates in the media literacy movement. *Journal of Communication*, 48(1), 16-32. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1998.tb02734.x>

HOBBS, R. (2004). A Review of School-Based Initiatives in Media Literacy Education. *American Behavioral Scientist*, 48(1), 42-59. doi: 10.1177/0002764204267250

HOBBS, R. & JENSEN, A. (2009). The Past, Present, and Future of Media Literacy Education. *Journal of Media Literacy Education*, 1, 1-11. Recuperado de <http://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol1/iss1/1/>

KOLTAY, T. (2011). The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211-221. <https://doi.org/10.1177/0163443710393382>

LIVINGSTONE, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3-14. doi: <http://doi.org/db96bn>

LEE, A., LAU, J., et al. (2013). Conceptual relationship of information literacy and media literacy in knowledge societies. París: UNESCO.

LUKE, C. (2007). As seen on TV or was that my phone? New media literacy. *Policy Futures in Education*, 5(1), 50-58. doi: <http://doi.org/cczb2k>

MATEUS, J., ANDRADA, P. y FERRÉS, J. (2019). Evaluar la competencia mediática: una aproximación crítica desde las perspectivas pedagógica, política y metodológica. *Revista de Comunicación*, 18(2), 287-301

MERTENS, L., (1996). Competencia laboral: sistemas, surgimientos y modelos. Montevideo: Cinterford.

MUÑOZ, P. (2018). Educación mediática y políticas públicas en discapacidad. En R. García-Ruiz, A. Pérez-Rodríguez y A. Torres (Eds.), *Educación para los nuevos medios. Claves para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital* (pp. 163-174). Cuenca: Abya Yala.

PÉREZ-TORNERO, J.M. & VARIS, T. (2012). Alfabetización mediática y nuevo humanismo. Barcelona: UNESCO, UAB y ATEI.

POSETTI, J. & BONTCHEVA, K. (2020a). 'Disinfodemic - Deciphering COVID-19 disinformation'. Policy Brief 1. UNESCO, April 2020. https://en.unesco.org/sites/default/files/disinfodemic_deciphering_covid19_disinformation.pdf

POSETTI, J. & BONTCHEVA, K. (2020b). 'Disinfodemic - Dissecting responses to COVID-19 disinformation'. Policy Brief 2. UNESCO, April 2020. https://en.unesco.org/sites/default/files/disinfodemic_deciphering_covid19_disinformation.pdf

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2018). Diccionario de la lengua española. <http://www.rae.es/>

ROMERO-RODRÍGUEZ, L. M. y RODRÍGUEZ-HIDALGO, C. (2019) Desinformación y posverdad en los medios digitales: del astroturfing al click-baiting. En L. M. Romero-Rodríguez y D. Rivera-Rogel, *La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y perspectivas* (pp. 378-407). Juárez: Pearson.

ROMERO-RODRÍGUEZ, L. M., DE CASAS, P., CALDEIRO, M. C. (2018). Desinformación e infoxicación en las cuartas pantallas. En I. Aguaded y L. M. Romero-Rodríguez (Eds.), *Competencias Mediáticas en Medios Digitales* (pp. 73-92). Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

ROMERO-RODRÍGUEZ, L. M., TORRES-TOUKOUMIDIS, A., PÉREZ-RODRÍGUEZ, A., & AGUADED, I. (2016). Analfanauts and Fourth Screen: Lack of Infodiets and Media and Information Literacy in Latin American University Students. *Fonseca Journal of Communication*, 12, 11-25. doi: <http://dx.doi.org/10.14201/fjc2016121125>

ROMERO-RODRÍGUEZ, L. y MANCINAS-CHÁVEZ, R. (2016). Sobresaturación informativa: visibilizar el mensaje institucional en tiempos de infoxicación. En L. M. Romero-Rodríguez y R. Mancinas-Chávez (Eds.) Comunicación institucional y cambio social (pp. 111.137), Sevilla: Egregius.

ROMERO-RODRÍGUEZ, LUIS M.; AGUADED, IGNACIO (2016): «Consumo informativo y competencias digitales de estudiantes de periodismo de Colombia, Perú y Venezuela», *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, núm. 70, pp. 35-57.

SHENK, DAVID (2003): Information Overload, Concept of. En: *E- Science, Encyclopedia of International Media and Communications* (vol. 2, p. 396), Boston: Elsevier

UNESCO (2008). Teacher Training Curricula for Media and Information Literacy. Report of the International Expert Group Meeting. Paris: International UNESCO. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/teacher_training_curricula_mil_meeting_june_2008_report_en.pdf (30-01-2018).

UNIÓN EUROPEA (2007). Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, de 20 de diciembre de 2007, “Un planteamiento europeo de la alfabetización mediática en el entorno digital” [COM (2007) 833 final - no publicada en el Diario Oficial]. Recuperado en <http://goo.gl/Dv8Qhk>

VOSOUGHI, S.; ROY, D. & ARAL, S. (2018). The spread of true and false news online, *Science*, 359(6380), 1446-1151. <http://dx.doi.org/10.1126/science.aap9559>

ZEBALLOS, R. (2017). La competencia mediática de jóvenes de la ciudad de La Paz. Capacidades ciudadanas para la interacción con los medios y tecnologías de comunicación. La Paz: SIRCA.

EN TIEMPOS DE PAWIPACHA: PONER LA TEORÍA Y LAS PRÁCTICAS DE POLÍTICAS PÚBLICAS EN COMUNICACIÓN AL DÍA

Adalid Contreras Baspineiro

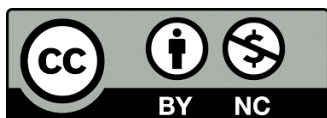
Boliviano, Sociólogo y comunicólogo.

Ex Secretario General de la Comunidad Andina - CAN

adalid.contreras1@gmail.com

El autor declara no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero.

Contreras, Adalid. (2021). En tiempos de Pawipacha: poner la teoría y las prácticas de políticas públicas en comunicación al día. Punto Cero, año 26 n°42, julio de 2021. Pp 68-83. Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Cochabamba.



Resumen:

La teoría de la comunicación se ha enriquecido con el planteamiento de las políticas públicas en comunicación, que condensan un acumulado de conquistas por la democratización de la comunicación y de la sociedad. También la legislación ha abierto caminos de formas de democracia participativa con el ejercicio del derecho a la información y la comunicación. Sin embargo, las prácticas de comunicación en los niveles de decisión sobre estas políticas, no están marchando a la par de la teoría altruista ni de la legislación humanista. Por el contrario, se ha hecho instrumentalista, funcional a los poderes, desarraigándose de las ciudadanías.

En este ambiente, inmersos en un tiempo de incertidumbre (Pawipacha), proponemos poner al día la teoría y las prácticas de las políticas públicas en comunicación, considerando críticamente los siguientes factores: i) interpelar la (in)comunicación en su contexto y relaciones de poder; ii) interpelar las políticas públicas en comunicación centradas en la dinámica mediática, abriéndola a la naturaleza de las redes sociales digitales; iii) interpelar la naturaleza occidental de las políticas públicas, para complementarla con la emergencia vivificante de los paradigmas interculturales; y iv) interpelar la noción de lo público desde las formas de constitución híbridas de lo público y lo privado en la descentralización de las sociedades.

Poner al día la teoría, legislación y prácticas de las políticas públicas en comunicación, constituye una oportunidad para retomar las banderas de la democratización de la comunicación y de la sociedad.

Palabras clave:

Políticas públicas en comunicación / Pawipacha / derecho a la comunicación / democratización de la comunicación y de la sociedad / redes sociales digitales / comunicación política / interculturalidad / hibridación público - privado / sentipensamientos.

In the times of Pawipacha: putting the theory and public policies practices in communication up to date

Abstract:

The theory of communication has been enriched with the approach of public policies in communication, which condense an accumulation of achievements for the democratization of communication and society. The legislation has also opened paths of forms of participatory democracy with the exercise of the right to information and communication. Nevertheless, communication practices at the decision-making levels about these policies are not keeping pace with altruistic theory or humanist legislation. On the contrary, it has become instrumentalist, functional to the powers, uprooting itself from the citizenships.

In this environment, immersed in a time of uncertainty (Pawipacha), we propose to update the theory and the practices of public policies in communication, critically considering the following factors: i) question (in) communication in its context and relations of power ; ii) question public policies in communication focused on media dynamics, opening it up to the nature of digital social networks; iii) question the western nature of public policies, in order to complement it with the vivifying emergence of intercultural paradigms; and iv) question the notion of the public from the hybrid forms of constitution of the public and the private in the decentralization of societies.

Updating the theory, legislation and practices of public policies in communication, constitutes an opportunity to retake the flags of the democratization of communication and society.

Key words:

Public policies in communication / Pawipacha / right to communication / democratization of communication and society / digital social networks / political communication / interculturality / public-private hybridization / feelings.

1. Tiempos de Pawipacha

Pawi es desorientación o aturdimiento que, cuando se territorializa en un espacio y un tiempo, se establece como Pawipacha, o tiempo de incertidumbre, que podría aquietarse en las opacidades del horizonte, o sembrar para arribar a otro ciclo, fértil. Siguiendo este sentido, Pawipacha, en su carácter social, implica asumir un tiempo de incertidumbres con realismo, pero sin derrotismo ni resignación ni pasividades, sino con la decisión de superarlo para seguir en camino. Así viene a ser un tiempo de profunda creatividad, de encuentro, de unidad y de solidaridades, un tiempo de siembra para superar el momento gris y renacer.

Estamos viviendo tiempos de Pawipacha porque estamos inmersos en una compleja crisis multidimensional, que es al mismo tiempo una crisis sanitaria mundial por la pandemia de Covid-19; una crisis económica nacional e internacional; una crisis política que reaviva polarizadas diferencias territoriales, ideológicas y étnicas; una crisis (in)humana que multiplica expresiones de violencia intrafamiliar y feminicidios; una estridente crisis ambiental ecocida; una crisis social con incremento dramático de los índices de pobreza y niveles de desempleo; una crisis de valores e insolidaridades; y una crisis de gobernabilidad con políticas públicas que desestiman los fundamentos participativos de la democracia.

Estamos, en suma, en presencia de una crisis multipolar que es alimentada por otra crisis, comunicacional, que se dejó arrastrar por el retorno a sistemas en los que la intervención de diversas institucionalidades pretende resolver el clima social incierto en base a (re) producciones de las relaciones verticales entre un emisor sabido y un mundo receptor desvalido. Esto configura un

ambiente en el que, en tiempos de incertidumbre, las políticas públicas y las angustias, temores, incertidumbres, ilusiones y esperanzas cotidianas ciudadanas, se han incomunicado; un tiempo en el que la naturaleza de las políticas públicas en comunicación se ha puesto en receso.

Pero los tiempos de Pawipacha son también espacios para repensar las historias y los futuros, en la perspectiva de poner en orden la vida y armonizar los sentipensamientos con las prácticas sociales. En este sentido, son una oportunidad para bajar las loables políticas públicas en comunicación de los cielos académicos y de los discursos de los organismos internacionales, y ponerlas en los andares cotidianos de los pueblos, que es el lugar de donde han surgido, para que sirvan como narrativas de lo vivido y no solo como relatos inalcanzables de lo esperable, porque al final de cuentas, son también construcciones sociales, y tienen que seguir empujando su exigibilidad y justiciabilidad en las políticas estatales.

Y, en este contexto, son las mismas prácticas sociales, como zafándose de las políticas públicas, las que están señalando los caminos de la esperanza. Hablo de esas experiencias cotidianas que tejen comunalidades de solidaridad en los barrios, en las comunidades, o en las esperas de los migrantes en los puntos fronterizos. La pandemia ha sido también un espacio de recuperación del don de la reciprocidad entre los pobres, reestableciendo sus lazos de intercambios de conocimientos, de tecnologías, de recursos para resistir, y para exigir su derecho a la vida.

En su sentido amplio, los tiempos de incertidumbre son aptos para la siembra, para que las políticas públicas en comunicación, tan importantes en sus alcances y en sus perspectivas, ajusten

su teoría y su legislación con las prácticas sociales, poniéndose al día con las nuevas realidades que ha abierto el mundo de la comunicación digital; con los avances conceptuales y tímidas prácticas de las políticas estatales que no se atreven a reales procesos de descentralización; así como con las nuevas emergencias interculturales ciudadanas y sus formas de participación más proclives a las causas concretas que a los grandes idearios.

Por todo eso decimos que los tiempos de Pawipacha, tiempos de incertidumbre y de creación colectiva, son apropiados para rescatar de los anaqueles a la teoría y a las prácticas de políticas públicas en comunicación, y así, puestos como semillas en la realidad contemporánea, ponerlas al día con el futuro, para seguir avanzando.

2. Las paradojas de las políticas públicas en comunicación

Las políticas públicas en comunicación son conquistas de alto valor democrático, expresadas en principios y en legislaciones con reconocimiento, sustento y proyección del protagonismo ciudadano, así como de formas de comunicación enmarcadas en una deontología con primacía de derechos y de comportamientos éticos. Constituyen un legado que cumple la función de un faro que guía las navegaciones con o sin brújula de los procesos comunicacionales.

Sin embargo, en la realidad, entre conquistas conceptuales y legales invaluable y la vigencia de sistemas sociales comunicados, las políticas públicas de comunicación están viviendo un tiempo de paradojas entre: i) la presencia en teoría de principios altruistas; ii) la existencia de legislaciones humanistas; y iii) el desarrollo de prácticas instrumentalistas con inaplicabilidad de los principios altruistas y de las legislaciones humanistas.

En teoría, el altruismo de las políticas públicas es un referente ético y democrático de alta trascendencia. Son expresiones de aspiración de formas de democracia participativa que han logrado consagrarse en la búsqueda de la democratización del Estado, el reconocimiento del protagonismo ciudadano, y el diálogo como mecanismo de construcción de acuerdos políticos en función del bien común. En estos cometidos, el deber ser de la comunicación se convierte también en una aspiración como derecho, así como en el dispositivo llamado a generar la construcción de las democracias participativas.

Una de las características de las políticas públicas en comunicación pasa por su aporte conceptual a la recomposición de los roles tradicionales del Estado, trascendiéndolos del monopolio del poder a la inclusión de la sociedad civil en el diseño, control y fiscalización de la gestión gubernamental. De este modo, el Estado se convertiría en “promotor de la interlocución, de la concertación de los intereses sociales y de la negociación de pactos ciudadanos en los procesos de planificación y ejecución de los planes y programas de desarrollo”, garantizando en su gestión el valor de la transparencia y, añadimos, del acceso a la información como un elemento fundamental de un gobierno con sentido público.

En cualquier circunstancia, las políticas públicas en comunicación se asientan en la inclusión ciudadana para Estados sociales de derecho, cuyas acciones se inspiran en la ética y la justicia social, dinamizando democracias deliberativas construidas en base al diálogo social y acuerdos entre sociedad civil y autoridades, con criterios de universalidad, equidad, transparencia, calidad y responsabilidad social.

Como se puede apreciar, son expresiones radicales de democracia participativa, cuyos componentes de política pública están soportados, fundamentados y tejidos por procesos de comunicación, cuyo carácter transdisciplinario articula las realidades sociales con las aspiraciones políticas e institucionales.

En síntesis, la teoría de las políticas públicas es una formulación bien intencionada y legitimada de una democracia participativa, deliberativa, dialógica, generadora de pactos sociales, sistemas de transparencia y gobernanza con responsabilidad social por el bien común.

En un ámbito conexo, lo recorrido en la formulación de leyes y normas de políticas públicas, expresa encaminamientos hacia la democratización de la comunicación. Existe una legislación que refleja el acumulado y la naturaleza social y política de las conquistas en diferentes procesos históricos, a la par de las reivindicaciones ciudadanas por sus derechos individuales y colectivos.

La libertad de opinión y la libertad de expresión, contenidos en el Derecho a la Información¹, reflejan los alcances y limitaciones que tienen los derechos de primera generación o derechos civiles y políticos, que están basados en el ejercicio de las libertades individuales, de la autonomía y defensa de las ciudadanías frente a los Estados.

También el Derecho a la Información establece los roles y deberes del periodismo, así como el sentido público de los medios de comunicación, cuya orientación ya no es solo inherente al individuo, sino que contiene responsabilidades con la sociedad; responsabilidades que McBride (1980) define en cuatro direcciones: “contractual,

social, hacia la ley y hacia los valores universales”, y el Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos (PIDCP) los define en la aspiración de asegurar el respeto a la reputación de las personas, la protección de la seguridad nacional, el orden público y la salud o moral pública.²

Estas conquistas, desde el espacio latinoamericano, que cuando se las formula había ya opuesto la comunicación horizontal y participativa a la difusión, así como la comunicación para el desarrollo democrático al progreso, guardan relación con la búsqueda de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), que se encamina con el planteamiento de las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC), presentado en reunión de la Unesco, el año 1976 en San José.³

Mirando estas conquistas desde las prácticas sociales y políticas, ya el año 2006 advertíamos que “la distancia entre la norma y la práctica de aplicación del Derecho a la Información presenta una brecha extensa y profunda, que se expresa en normas constitucionales nacionales inconclusas y prácticas desfasadas, tanto de las legislaciones, como de los principios”. Esta afirmación fue corroborada con un análisis comparado de legislaciones de comunicación en los distintos países del continente, sujetos a fuertes violaciones de las libertades de expresión y de prensa. Ya entonces, y en realidad siempre, se sabía que la formulación de un derecho no es suficiente, cuando no se acompaña para su aplicación de la capacidad de exigibilidad colectiva, como una tarea ciudadana fundamental.

Siguiendo el proceso, de la mano de las corrientes y experiencias de comunicación educativa y popular que se desarrollan en nuestro continente, y con resistencias en una parte del mundo institucional,

académico y político, que entiende que el Derecho a la Información contiene los derechos de los polos de la emisión, de la circulación y también de la recepción, se plantea el Derecho a la Comunicación, sintonizándose con el carácter colectivo de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales (PIDESC),⁴ en el marco de la emergencia de movimientos y formas societales participativas.

El Derecho a la Comunicación parte de los derechos de los ciudadanos, para construir sentidos de sociedad, de cultura, de política y de espiritualidad en procesos dialogales y de radicalidad democrática popular. Se trata también de superar la realidad normativa que muestra que “prácticamente todos los dispositivos de Derechos Humanos se refieren a la comunicación como un proceso de transferencia de mensajes”. Y se puede afirmar también que, a diferencia de los derechos a la libertad de expresión y a la información, son derechos pensados no solamente desde la perspectiva del derecho conteniendo una visión instrumental de la comunicación, sino también desde la naturaleza democratizadora de los paradigmas comunicacionales.

En tiempos de Pawipacha, se trata pues de superar esta paradoja que desajusta principios y legislación con prácticas, transgrediendo la concepción instrumentalista de la comunicación reducida a medios de comunicación o a la relación informacional entre un emisor y receptores mediados por un mensaje. Una conceptualización de la comunicación que acompaña con pertinencia a los principios y legislación de las políticas públicas en comunicación, es aquella que se entiende como un proceso de construcción, de/construcción y re/construcción de sentidos de sociedad y de cultura, realizado por seres humanos

en relación, que están histórica, cultural y socialmente situados, y que ponen en común proyectos de sociedad a través del intercambio de discursos, constituyendo prácticas sociales transformadoras.

El Derecho a la Comunicación es, en cualquier circunstancia, una apuesta por una comunicación donde se democratice la palabra para democratizar la sociedad, en un mundo con derechos exigibles, ejercibles y justiciables, en los que Estado y sociedad interactúan con responsabilidad social⁵ en función del interés común.

Los principios altruistas y la legislación humanista no se están correspondiendo a las prácticas de gestión de las políticas públicas en comunicación, entre otras razones, porque la generalidad de los gobiernos con su comprensión reduccionista de la comunicación a difusión, establece Estados en estado permanente de publicidad, que creen ingenuamente que con inversiones millonarias en marketing y propaganda proselitista de sus acciones e intenciones pueden organizar sociedades en democracia. Su concepción verticalista de la comunicación no les deja ver que más allá de los oyentes, consumidores o clientes con los que pretenden comunicarse, existen ciudadanos con derechos exigibles, con historias de vida y con voz propia.

Esto no está siendo posible hacerse realidad en las políticas públicas de comunicación, porque mientras principios y normas son expresiones de democracias participativas, las formas de gestión son expresiones de deformadas democracias representativas, cuando no autoritarias (democraduras), que no siempre respetan la legislación y que, por lo general, aíslan de sus mandatos a la participación y opinión ciudadana.

Las institucionalidades centralistas de los gobiernos son estructuras premeditadamente desobedientes de la legislación de las políticas públicas en comunicación, porque les es más fácil y más cómodo gobernar ejerciendo hegemonías sin reconocimiento ciudadano, manipulando en lugar de dialogar y reduciendo la noción de lo público al ámbito gubernamental.

Desde el territorio de la sociedad civil, las estructuras de exigibilidad de los derechos de la comunicación han logrado importantes conquistas, por ejemplo, en el reconocimiento de las radios comunitarias, así como en la reflexión sobre los derechos de la comunicación y de las prácticas contemporáneas de la comunicación popular y participativa. Del mismo modo, la academia y los organismos internacionales no han descuidado el conocimiento de los principios y legislaciones; así como los periodistas se han apropiado retóricamente de los códigos de ética.

Sin embargo, faltan consolidarse los espacios de exigibilidad que incidan en las políticas de los gobiernos y de los organismos internacionales, asumiendo las políticas públicas como derechos ciudadanos ejercibles. Para ello, en tiempos de Pawipacha, se tiene que transitar de la declamación de los principios altruistas y las legislaciones humanistas a las conquistas de la palabra en la práctica social, encarnada en las luchas de los pueblos por una democracia que los incluya, con voz y con justicia.

Dada esta realidad, se hace imperioso actualizar la teoría y las prácticas de las políticas públicas en comunicación, si se quiere reconocer el poder de la palabra para construir el mundo, disputando los sentidos de la vida con propuestas por la esperanza y por la vida digna. Con este cometido, en lo que sigue del presente

documento vamos a abordar los siguientes puntos: i) poner al día las políticas públicas en comunicación interpelando la (in)comunicación en sus condiciones de reproducción social, cultural y política; ii) poner al día las políticas públicas en comunicación interpelando el carácter mediático de los principios y legislaciones; iii) poner al día las políticas públicas en comunicación con la energía de la convivencia intercultural; y iv) poner al día las políticas públicas en comunicación interpelando la institucionalización de lo público.

2.1. Poner al día las políticas públicas en comunicación interpelando la (in)comunicación en sus condiciones de reproducción social, cultural y política

La comunicación es un hecho social, esto es incuestionable. En el fondo de las construcciones discursivas, mediadas por las prácticas sociales, se encuentra la realidad, compuesta de distintas dimensiones (económica, social, cultural, política, ambiental, espiritual, educativa...) y también la comunicación, que además cumple la tarea de provocar intercambios entre estas distintas dimensiones, operando como una disciplina de fronteras. También opera generando significaciones de la vida, articulando el mundo individual con el colectivo, el público con el privado, y el presente con el pasado y el futuro.

Por eso afirmamos que la comunicación es un tejido de significaciones y resignificaciones simbólicas de la realidad real y virtual, enraizándose tanto en la vida cotidiana, como en la vida organizativa y de movilización social, en los imaginarios, los conocimientos, las actitudes, las prácticas y las esperanzas, en suma, en los sentipensamientos de las personas en su vida individual y colectiva. La comunicación, es la obligatoria puesta en común de los sentipensamientos, desarrollando procesos de dinámico

intercambio discursivo que se piensa, se siente, se sueña y se palpa, así como de encuentros sociales, culturales, políticos y espirituales.

Enfatizamos en esta noción, porque uno de los problemas en la paradoja entre principios altruistas, legislación humanista y práctica instrumentalista de las políticas públicas en comunicación, radica precisamente en que a la comunicación se le desprende de su pertenencia social, pretendiendo un acto de levitación que la pone por encima de la realidad, en el intento de procesos de ordenamiento de la realidad desde mensajes preelaborados y difundidos con fines efectistas y de persuasión para moldear pensamientos y conductas.

Trabajar las políticas públicas en comunicación implica la tarea de sintonizar los latidos de los espacios donde la palabra se construye y se expresa, es decir, la discursividad social, concepto con el que Eliseo Verón (1997) establece que toda acción social es portadora de sentido y de interpretación de la realidad articulada con una práctica social, porque “[sólo] en el nivel de la discursividad el sentido manifiesta sus determinaciones sociales y los fenómenos sociales develan su dimensión significativa”.

En definitiva, toda producción de sentido es necesariamente social y todo fenómeno social es una de sus dimensiones constitutivas. Como dice Erick Torrico (1992), tanto en su naturaleza comunicable o de exteriorización subjetiva y por ello, soporte material, así como también en sus intenciones y efectos de poder, o su dimensión política, como objetivación y signica de una ideología.

Por ello, afirmamos que el discurso y, particularmente el discurso político,⁶ no se limita al pensamiento verbalizado, manifiesto y expresado con algún soporte comunicacional. Discurso es, además, lo

que no se expresa, lo que vive latente en las subjetividades, aquello que radica en las intuiciones que se conectan con los latidos de la realidad, que parten y discurren el sentido común para colectivizarse en tomas de distancia crítica de la realidad. Hablamos de los sentipensamientos que, explícitos o implícitos, verbalizados o subjetivados, aportan a la construcción de la palabra en sus contextos, como el marco indesligable en el que se explica, cobra vida y genera interacciones en las que las ciudadanías resignifican los mensajes.

En nuestro planteamiento tienen valor comparable tanto el sentido común, o los sentidos de los comunes, labrados en el pensamiento más inmediato de la vida cotidiana, así como las ideologías establecidas como abstracciones críticas de las aproximaciones a la realidad. En consecuencia, el discurso político viene a ser una forma de acción política, que contiene, expresa y construye sentidos de política y de sociedad en las posibilidades y limitaciones de los contextos donde se elaboran los textos.

Dicho esto, y retomando el tema de las políticas públicas en comunicación, hay que reconocer autocriticamente que vivimos un tiempo de receso, de esfuerzos voluntaristas dispersos, de buenas iniciativas desconectadas, de impotencias frente a retrocesos como el desempleo, de limitaciones frente a la magnitud de la crisis sanitaria y económica, de retornos paradigmáticos a un difusionismo que no contribuye a superar las incertezas, y de asentamientos en democracias imperfectas.

Las políticas públicas en comunicación, que tienen su fuente de inspiración en el camino recorrido de la democratización de la comunicación, en estrecha articulación con la exigibilidad de los derechos humanos, están en estos tiempos ahí,

en los anaqueles de los principios y de las legislaciones, guardadas como un baluarte descuidado, desportilladas por las predominantes concepciones utilitarias de la participación, ajadas por las hendiduras del diálogo que no escucha, suspendidas por la pasividad de la auto regulación periodística, y subvaloradas por las nociones de la casi-comunicación virtualizada que no sabe que existen normativas, o si lo sabe, las ignora, y se ampara en la libertad de expresión, igual que los empresarios de los medios de comunicación para violentar los códigos de ética, ni más ni menos.

Tenemos que leer los procesos de comunicación en sus contextos, son parte de ellos. Son una de sus dimensiones. Se nutren de las dinámicas socioculturales y de las prácticas sociales, influyéndose y alimentándose, al mismo tiempo que construye sentidos de sociedad, de cultura, de política y de espiritualidad siguiendo y recreando rutinas institucionalizadas. No es la comunicación quien lleva de la mano a las estructuras sociales, caminan juntas, correspondiéndose.

Mucho ha avanzado en conceptualizaciones y en metodologías la investigación de la comunicación, en todos sus campos. Valiéndose de este arsenal, en estos tiempos es imprescindible aproximarse a las realidades para desentrañarlas desde los recorridos discursivos. No se trata de describir la realidad o el contexto en el que ocurren los procesos de comunicación con diagnósticos demográficos que hacen caminar por separado las estadísticas de las discursividades.

No se trata ni siquiera de establecer las hablas entre los sujetos sociales estableciendo sus interacciones. Se trata de avanzar, con todo esto, y más, discurriendo los caminos de las construcciones discursivas, a interpelar la realidad, a desmenuzarla, cuestionarla,

explicarla en las relaciones de sus distintas dimensiones y en los ¿por qué? de sus determinaciones.

Los procesos comunicacionales tienen que explicarse en las articulaciones de los discursos, en el enlace que hacen con distintas dimensiones de la vida, para que la aplicación de las políticas públicas y de las acciones que inspiran, se conecten con la realidad vivida por las ciudadanías, que no siempre, o casi nunca, se corresponden con la realidad pensada por las burocracias institucionales. Se trata de deconstruir e interpelar las condiciones de reproducción social, que están hechas de dinámicas socioculturales, prácticas sociales y rutinas institucionales en, desde y para las que se tejan los imaginarios individuales y colectivos, desarrollando batallas simbólicas por la convivencia social en democracia.

Las condiciones de reproducción social, como lo sugiere su nombre, son construcciones eminentemente histórico-sociales. Uno de sus motores es la articulación entre rutinas institucionales, en las que se explican los sentidos y orientaciones que asumen las políticas públicas, sujetas a proyectos y explicables en las orientaciones de los gestores de dichas políticas. Como ya hemos visto en las paradojas, el rol garante de la legislación que les corresponde no siempre es cumplido, así como tampoco son aplicados los principios, aunque se los recite.

Por otra parte, las rutinas institucionales se reflejan en dinámicas socioculturales en las que las ciudadanías participan como beneficiarias o como marginadas de las políticas públicas. Dependiendo de la situación que ocupen, estas dinámicas socioculturales podrán ser aliadas de las políticas o demandantes de las que se correspondan con sus intereses.

Esto explica las prácticas sociales, que son intervenciones organizadas de las sociedades, ya sea para acompañar, o para demandar, para proponer, o para exigir acuerdos de beneficio colectivo y para el bien común. Es importante establecer en este punto que los principios y la legislación de las políticas públicas de comunicación per se, no forman parte de las agendas reivindicativas de las ciudadanías. Esta afirmación no niega la exigibilidad más amplia de la participación y la expresión como derechos ciudadanos para ser escuchados.

Lo afirmado, tampoco niega la importancia que han adquirido los movimientos por el reconocimiento de los derechos a la comunicación, por ejemplo de las radios comunitarias y su particular identidad, incluso como emprendimientos colectivos, y con líderes comunitarios cumpliendo el rol de comunicadores, aspectos que no necesariamente se recogen en las legislaciones.

Sobre estas bases se tienen que interpelar las prácticas de (in)comunicación para construir estrategias que, siguiendo el espíritu de las políticas públicas en comunicación, contribuyan a cambios societales institucionalizados, con interlocución entre instituciones, organizaciones sociales y ciudadanía, en contextos históricos con memoria acumulada, dinámicas presentes y creación simbólica y prácticas de futuros esperados.

2.2. Poner al día las políticas públicas en comunicación, interpelando el carácter mediático de los principios y legislaciones

Como ya vimos, la legislación existente tiene su fuente de inspiración y de realización en las características de los derechos humanos, y de las concepciones de la comunicación fuertemente arraigadas a su mediatización, es decir,

a su realización como práctica social en los intercambios e interacciones, a partir de las funciones decisivas que cumplen y han cumplido los medios de comunicación. De aquí resulta entonces que la libertad de expresión y el derecho a la información tienen fuerte asentamiento en el campo de la emisión y en el mensaje, con adicional consideración del campo denso y dinámico de la recepción activa, especialmente en las dimensiones de su acceso a los medios y a una información digna.

Este paradigma, ya enriquecido con el planteamiento del derecho a la comunicación, que asume las políticas públicas desde las mediaciones, con protagonismo ciudadano, impulsado por las corrientes de comunicación participativa, necesita consolidarse y profundizarse aún más en las características particulares de las nuevas tecnologías que definen sistemas de comunicación digital.

Con las nuevas tecnologías, el problema ya no está tanto centrado en el acceso a la información y a la participación. En cierto modo, y con las limitaciones conocidas, su emergencia en la cotidianeidad comunicativa ha instalado dos preguntas clave: ¿Para qué participar? y ¿Qué decir? Como se sabe, en las redes sociales digitales, la casi-participación ha modificado los protagonismos ciudadanos en la construcción discursiva, ha abierto las puertas del acceso a la participación. Sin embargo no ha resuelto el tema de fondo: el discurso argumentado. Desde la perspectiva de las políticas públicas en comunicación, la palabra con sentido es la que lleva a que los sentipensamientos guíen los pulgares, y no al revés, como ocurre ahora.

Vivimos tiempos de mayor autonomía ciudadana en las re/significaciones de los mensajes, que rasgan la noción

fundamentalista de la influencia efectista de los medios. Las características de la comunicación en redes sociales informáticas, cuyas burbujas no caben en las concepciones centralistas de los medios, ni en sus formas expansivas sin fronteras, configuran un mundo comunicacional fragmentado, cuando no individualizado. Y los encuentros se tejen desde estas explosiones de mensajería, poniendo en las agendas multiplicidad de temas, de convicciones particularizadas y causas concretas, cada una remando en sus aguas, simultáneamente.

Los algoritmos de la Internet están modificando las tradiciones mediáticas de la libertad de expresión que, en su función como política pública, establece filtros de ética que garantizan niveles y formas de construcción y circulación discursiva. Los lenguajes y las narrativas en las redes sociales están transgrediendo estos límites, vaciándole su sentido a la libertad de expresión con estructura deontológica, para admitir como válidas las fakenews, así como las malas noticias y la desinformación.

Y en este ambiente contemplativo, son precisamente las políticas públicas en comunicación las que tienen que cumplir la función de reconducir estos procesos por las sendas de la construcción democrática, para que los tiempos de posverdades no se naturalicen como el signo contemporáneo de la vida. En sistemas particularizados, son imprescindibles formas de consumo responsable de la producción discursiva de las redes sociales digitales, así como mecanismos empoderados de auto regulación en las subjetividades.

Solo a modo de ejemplo, recuperamos como una alternativa el método del triple filtro socrático con sus componentes que velan por la verdad, la bondad y la utilidad, como criterios válidos para calificar las argumentaciones discursivas. Veamos:

- ¿Sabes, Sócrates, lo que acabo de oír sobre uno de tus discípulos?

- Antes me gustaría que pasaras la prueba del triple filtro. El primero es el de la Verdad ¿Estás seguro de que lo que vas a decirme es cierto?

- Me acabo de enterar y...

- O sea que no sabes si es cierto.

- El segundo filtro es el de la Bondad ¿Quieres contarme algo bueno sobre mi discípulo?

- Todo lo contrario.

- Con que quieres contarme algo malo de él y sin saber si es cierto. No obstante, aún podría pasar el tercer filtro, el de la Utilidad, ¿me va a ser útil?

- No mucho.

- Si no es cierto, ni bueno, ni útil, ¿para qué contarlo?.

Es cierto, ¿para qué contarlo?, o ¿para qué transmitirlo?, o ¿para qué adelantarlo como primicia informativa?, o ¿para qué compartirlo?, o ¿para qué retuitearlo?

Es tarea contemporánea el pensar caminos de incorporación de la casi-comunicación digital en los marcos de las políticas públicas, sin forzar sus prácticas a las características mediáticas de los principios y legislaciones, sino abriéndolas a la incorporación de las formas descentradas y simultáneas en las responsabilidades sociales. Para eso se tienen que recuperar los idearios y las causas concretas, que son las conexiones de las redes con la realidad, y tejer desde allá empoderamientos particularizados y colectivos que se sumen a la lucha por la democratización que, desde cualquier perspectiva, se hace en las batallas por formas de sociedad inclusivas, armónicas, convivenciales.

2.3. Poner al día las políticas públicas en comunicación con la energía de la convivencia intercultural

Entendemos la Comunicación para el Vivir Bien / Buen Vivir como “[...] un proceso de construcción, de/construcción y re/construcción de sentidos sociales, culturales, políticos y espirituales de convivencia intercultural y comunitaria con reciprocidad, complementariedades y solidaridad; en el marco de una relación armónica personal, social con la naturaleza y el cosmos; para una vida buena en plenitud que permita la superación del vivir mejor competitivo, asimétrico, excluyente e individualizante cosificados en el capitalismo y el (neo)colonialismo

[...]. En este proceso, la construcción del discurso promueve una interacción participativa desde las diversidades y alteridades; poniendo en relación enunciaciones desde el espacio público y privado, estatal y ciudadano, real y virtual; compartiendo signos y significados para la construcción del Vivir Bien / Buen Vivir a través de múltiples recursos y medios de comunicación, en sistemas plurales enmarcados en el ejercicio del Derecho a la Comunicación” (CONTRERAS, 2019).

Este extenso concepto da cuenta del paradigma del Vivir Bien / Buen Vivir, concebido como una respuesta a la deshumanización capitalista, (neo) colonial, patriarcal, depredadora, individualista y desarrollista. En este ámbito, la Comunicación para el Vivir Bien / Buen Vivir es la respuesta a la funcionalización de los procesos de comunicación a estos sistemas, contraponiendo enunciaciones y prácticas colaborativas e inclusivas, porque no es posible pensar la democratización de la sociedad con sistemas comunicacionales mercantilizados, con manejo empresarial-utilitario de la libertad de expresión, dedicados a exaltar el individualismo, a

promover el culto al miedo y avalar las guerras mediáticas que agreden la vida.

Este enfoque está explícitamente ausente de las políticas públicas en comunicación y es necesario recogerlo, para enriquecer su teoría, sus principios, su legislación y sus prácticas. Precisamente, en este camino, resulta pertinente acudir al sentido de la comunicación contenido en el Aruskipasipxañanakasakipunirakispawa, que el pueblo aymara asigna la comprensión de que “necesariamente debemos siempre comunicarnos unos a otros, obligatoriamente, para arribar a entendimientos”. Como se ve, esta formulación tiene dos sentidos: uno inclusivo/dialogal (nos comunicaremos unos a otros) en el ámbito de los intercambios e interacción discursiva; y otro vinculante (la obligación de comunicarnos) en la práctica social, para arribar a entendimientos, compromisos y decisiones en un acto de humanización de la palabra.

Esta comprensión relacional de la comunicación, recupera las tres bases de la comunicación participativa que fundamenta las políticas públicas en comunicación: acceso, participación y diálogo, y las enriquece con la incorporación de otro elemento: la convivencia comunitaria identificada con la ecología integral que se construye en la espiritualidad compartida para combatir la pobreza, cuidar la naturaleza y devolver la dignidad a los excluidos.⁷

En esta concepción, el Vivir Bien / Buen Vivir es el punto de llegada o la sociedad utópica a ser construida, pero es también y, al mismo tiempo, el camino que se deber recorrer para llegar a ese punto, poniendo en práctica cotidiana la solidaridad, las complementariedades, las reciprocidades para una convivencia comunitaria. En esta dinámica, la comunicación viene a ser la palabra que camina el devenir histórico

de personas y sociedades múltiples que construyen y enuncian discursos dándole sentido a los tránsitos de una vida con principios de correspondencia y equilibrio con justicia. Es la palabra que fluye en las prácticas sociales, en las interacciones culturales, en los diálogos intrapersonales, en los intercambios y reciprocidades de los pueblos que interactúan y construyen vida digna, aquí y en el futuro.

Para la superación de la paradoja entre principios altruistas, legislación humanista y prácticas instrumentalistas, se tiene que recuperar la metodología de la Comunicación para el Vivir Bien / Buen Vivir, referida al saber comunicarse siguiendo cuatro principios: i) saber escuchar o escuchar para hablar; ii) saber lo que se habla o hablar con sentido y con sentidos; iii) saber compartir refrendando las palabras con los actos; y iv) saber celebrar y esperar.

Las políticas públicas en comunicación tienen que ganar en interculturalidad. Ésta, además de valorar el (re)conocimiento de los otros, propone dinamizar interacciones entre personas y culturas diferentes para enfrentar y superar las asimetrías bajo condiciones de respeto, igualdad y desarrollo en espacios comunes.

La vigencia de esta diversidad condiciona políticas públicas que superen las constituciones de una sola cultura, una sola religión, una sola matriz conceptual, una sola ideología. Las alteridades son necesarias para la democratización de la sociedad y de la comunicación, ejerciendo los derechos desde los lugares y recorridos por los que discurre el discurso, que son lugares situados en los sentipensamientos ciudadanos, intercambiando conjuntos textuales encadenados en un continuum simbólico cultural hecho de disputas, acuerdos, conflictos, por construcciones colectivas de sentido y de sentidos.

2.4. Poner al día las políticas públicas en comunicación interpelando la institucionalización de lo público

Otro campo de actualización trascendiendo el espacio reducido de la comunicación a medios de comunicación, o a información, o a intercambios de mensajes, y recuperando el sentido abarcador de las políticas públicas en comunicación, es devolverle su realización en los ámbitos del derecho a la comunicación de la mano de los derechos fundamentales. Nos referimos a la promoción de una justicia creíble; al funcionamiento de una verdadera auto-regulación; a la existencia de mecanismos de defensa de los ciudadanos en temas comunicacionales, mediante espacios de defensoría del lector, del televidente, de la audiencia, del internauta; a la profesionalización y garantías en el ejercicio periodístico; así como la incidencia en los Estados con políticas inclusivas.

Esto es el espacio público, antes reservado a la administración del Estado, y ahora ampliado a la intervención ciudadana que se involucra caminando desde lo común, desde su vida cotidiana, desde el sentido común y desde los sentidos de los comunes, con una fuerte carga solidaria, comunitarista y una orientación reivindicativa de reconocimiento de su palabra, de su vida, de sus proyecciones, horadando la normalidad excluyente.

La ciudadanía no puede pensarse solo en términos jurídicos, ni tan solo como sujeto de derechos, tiene que reconocerse como una construcción cotidiana del derecho a ser incluido, de escuchar, del derecho a ser escuchado y del derecho a la expresión. La democratización de la comunicación tiene que resolver a su vez la democratización de lo público, puesto que las políticas públicas en comunicación son, en cualquier circunstancia, un derecho, una actitud inclusiva, un servicio

público-privado ético, un colectivo de convivencias y un estallido de expresiones de la palabra.

Lo público restringido al espacio de acciones del Estado, sus autoridades y mecanismos ya ha sido superado por las conquistas de los movimientos de Derechos Humanos, como por ejemplo los derechos de las mujeres, que han tenido la capacidad de incorporar en el espacio público problemáticas que se escondían en la oscuridad de lo privado, como es el caso de la violencia intrafamiliar. Su visibilización ha servido para enfrentar el problema con los artefactos que contribuyan a conocerla, razonarla, cuestionarla, negarla y enfrentarla. El camino para su plena realización es todavía largo, pero se está caminando.

Y de eso se trata, de incorporar en el espacio público problemáticas que necesitan afrontarse con enfoque de derechos y que, en consecuencia, enriquezcan las bases de la democratización de la comunicación desde lo cotidiano, colectivizando las demandas, las necesidades, los intereses y las propuestas ciudadanas.

Las visiones apocalípticas de lo público como espacio privativo de los poderes han sido ya superadas. Muchos elementos del espacio privado forman parte constitutiva de ese poder que tiene que ser construido. Una parte de lo alternativo se ha reproducido en el seno de las políticas oficiales. Por eso es válido hablar de políticas públicas híbridas en comunicación, que combinen lo tradicionalmente público con los factores del espacio privado, que contribuyen a la democratización de la comunicación y de la sociedad.

Y, en consecuencia con esta concepción, se trata de incidir en la descentralización del poder comunicacional que han adquirido los Estados, al punto de convertirse, igual que los consorcios empresariales,

en oligopolios de la comunicación con infraestructura, posesiones, medios, manejo de publicidad, otorgación de licencias, patrocinio de eventos, regulación de los medios, contrataciones con flexibilidad laboral de los comunicadores, y otros factores que deben ponerse entre los elementos a ser superados con la energía de las políticas públicas en comunicación.

Sigue siendo una tarea fundamental en la democratización de la comunicación interpelar a los poderes que controlan, monopolizan o acallan la palabra, las políticas públicas en comunicación que promueven los diversos, respetan los distintos, tejen los encuentros, fomentan los debates y generan espacios para la conquista de la palabra. Ni los gobiernos, ni los monopolios mediáticos privados, ni las escuelas, ni los partidos, ni la academia, ni las redes pueden destinarse a opacar las sociedades y su palabra, su rol es visibilizarlos y, con la intervención de las políticas públicas en comunicación, además promoverlos con producciones y estéticas dignificadoras.

Lo público tradicional, de la mano de la pospolítica, está queriendo legitimar cambios de sentido en las palabras, deformándolas. Por ejemplo, a la interculturalidad se la confunde con dispersión, a la alteridad con consensos, al diálogo con el monólogo oficial, a las libertades con los libertinajes permisivos. Emergiendo significados desde el sentido común y desde la praxis política, las políticas públicas en comunicación tienen que concebirse como espacios de representación del conflicto social y de las construcciones de encuentros y concertaciones, de visibilización, de diálogos, de construcciones y no de monopolios de la palabra.

3. En tiempos de Pawipacha la utopía está vigente

La utopía de la democratización de la comunicación y de la sociedad sigue vigente. Se tienen que retomar sus banderas poniendo las políticas públicas en comunicación al día. No va a ser posible el mundo diferente, ni las sociedades igualitarias, plurales, inclusivas, respetuosas del medio ambiente, garantistas de la libertad de expresión, si de la mano de la comunicación dignificadora no se cambian radicalmente los sistemas sociales que estamos viviendo.

En tiempos de Pawipacha, los imaginarios colectivos se nutren de la memoria que une pasado, presente y futuro en un solo tiempo, con sentipensamientos recreadores de las esperanzas para reorientar los andares. Es un tiempo en el que hay que proponerse superarlo y saber salir de él, aprendiendo de lo hecho, recogiendo el pensamiento y las prácticas acumuladas con el rol promotor de los Estados, la tarea corresponsable de los empresarios, la auto-regulación ética de los periodistas y comunicadores, el rol iluminador y orientador de la academia, y el protagonismo irreverente, de superación de la subordinación, de la exclusión y del silencio de las ciudadanías presentes en la historia con su voz, sus rostros y sus sentipensamientos.

La Paz, 12 de noviembre de 2020

NOTAS

1. Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (PIDCP) Se promulga en la Asamblea General de la ONU, mediante la resolución 2.220 A(XXI) del 16 de diciembre de 1966, y entra en vigor el 23 de marzo de 1976.
2. La Convención Americana sobre Derechos Humanos en el punto 2 de su artículo 13, recupera esta formulación

y especifica que las libertades no pueden estar sujetas a censura sino a responsabilidades ulteriores.

3. La elaboración del documento sobre las Políticas Nacionales de Comunicación, entendidas como un conjunto integrado, explícito y duradero de normas, principios y aspiraciones que guían la acción, estuvo a cargo del maestro boliviano Luis Ramiro Beltrán Salmón.

4. Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, adoptado y abierto a la firma, ratificación y adhesión por la Asamblea General de las Naciones Unidas en su resolución 2200 A (XXI), de 16 de diciembre de 1966, con entrada en vigor el 3 de enero de 1976, de conformidad con el artículo 27.

5. Compartimos la comprensión de la responsabilidad social como "la conciencia de nosotros mismos en tanto sociedad y la conciencia de nosotros mismos en tanto individuos", en Fernández Fátima, La responsabilidad de los medios de comunicación, Paidós, México DF, 2002, p. 96 .

6. En su comprensión más sencilla, el discurso político se suele definir como todo aquello que es dicho por los políticos y actores que intervienen en la esfera pública y/o en una práctica política. Comparto el criterio de Teun van Dijck, cuando afirma que, para caracterizar el discurso político, en lugar de pretender una definición abstracta, resulta más efectivo caracterizarlo en función de sus propiedades, tales como el dominio societal o el terreno donde actúa la política; los sistemas políticos; los valores políticos; las ideologías políticas; las instituciones, organizaciones y grupos políticos; los actores políticos; y las relaciones, los procesos y las acciones políticas (en Van Dijck Teun, Estructuras y funciones del discurso. Una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto

y a los estudios del discurso, Siglo XXI, México. 5ª edición, 1988).

7. Laudato Sí, Capítulo IV.

BIBLIOGRAFÍA

CONTRERAS B., Adalid (2014). Sentipensamientos. De la comunicación-desarrollo a la comunicación para el vivir bien. UASB, Quito.

CONTRERAS B., Adalid (2017). Jiwasa. Comunicación participativa para la convivencia. FES, Quito.

CONTRERAS B., Adalid (2019). El buen-convivir y bien-transformar en la comunicación. Sistematización de prácticas innovadoras para el Buen Vivir. Signis América Latina, Quito.

CONTRERAS B., Adalid (2020). El discurso electoral, en su fondo y en su superficie, Columna de opinión "Todavía Soñamos". ERBOL, La Paz.

CONTRERAS B., Adalid y CARRASCO, Diego (2006). Transiciones de la libertad de expresión al derecho a la comunicación. Azul Editorial. La Paz.

FERNÁNDEZ, Fátima (2002). La responsabilidad de los medios de comunicación. Paidós, México DF.

HAMELINK, Cees (2005). Derechos humanos para una sociedad de información, en Marques de MELO, José (organizador), Derechos a la comunicación en una sociedad de la información. Universidad Metodista de Sao Paulo.

MCBRIDE, Sean (1980). Un solo mundo, voces múltiples. Fondo de Cultura Económica, México.

MEDELLÍN T., Pedro (2000). Et al., Guía para la estructuración de políticas públicas de seguridad ciudadana. Consejería Presidencial para la Convivencia y Seguridad Ciudadana, Escuela Superior de Administración Pública, Federación

Colombiana de Municipios y Fundación José Ortega y Gasset, Bogotá.

TORRICO, Erick (1992). Comunicación, política y emisión ideológica. Sindicato de Trabajadores de la Prensa de La Paz, Centro de Estudios de la Información y la Comunicación. La Paz.

VAN DIJCK, Teun (1998). Estructuras y funciones del discurso. Una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto y a los estudios del discurso. Siglo XXI, México. 5ª edición.

VELÁSQUEZ, Jorge Alberto (2014). La comunicación: fundamento de las políticas públicas. Revista Comunicación N° 31. Medellín.

VERÓN, Eliseo (1997). La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad. Gedisa, Barcelona.

WALSH, Catherine (2009). Interculturalidad, Estado, sociedad. Luchas (de) coloniales de nuestra época. UASB/Abya Yala, Quito.

CONVOCATORIA PRESENTACIÓN ARTÍCULOS REVISTA PUNTO CERO N° 43

La revista Punto Cero, de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana, convoca a todos(as) los(as) investigadores(as), profesores(as) y estudiantes del campo, a presentar sus contribuciones para el número correspondiente al semestre 2_2021.

Fecha límite para el envío de los documentos: Lunes 2 de agosto de 2021

Envío documentos: Los autores podrán realizar consultas o remitir manuscritos para su evaluación a la siguiente dirección:
Revista Punto Cero - puntocero.cba@ucb.edu.bo

Los criterios que guían la selección de los manuscritos son los siguientes:

- **Apego a los requisitos** de presentación de artículos
- Prioridad para **trabajos inéditos que sean artículos científicos** que presenten hallazgos de una investigación y que tenga la estructura básica de introducción, metodología, resultados y discusión más conclusiones. - Sin embargo, también se acepta:
- **Artículos de revisión** que muestren resultados, sistematizaciones y avances del campo de estudios y que presenten una revisión bibliográfica cuidadosa y exhaustiva.
- **Artículos de reflexión** basados en resultados de investigaciones
- **Ensayos argumentativos**, debidamente sustentados en una adecuada investigación documental.

Requisitos para la presentación de los artículos:

- Los artículos (investigaciones, revisiones, artículos reflexivos) o ensayos deben tener una extensión mínima de 5000 palabras y máxima de 7000 palabras. Las reseñas deben tener una extensión mínima de 1000 palabras y máxima de 2000 palabras. Este conteo incluye todas las secciones del documento: título, resumen, desarrollo, conclusiones y referencias.
- La fuente debe ser Calibri de 11 puntos, con interlineado doble en hoja tamaño carta.
- El documento debe incluir en la primera página:
 - o Título
 - o Nombre y Apellido del autor o autores
 - o Breve reseña biográfica del autor o autores considerando la siguiente información y puntuación: Nacionalidad, grados académicos alcanzados. Filiación o cargo(s) que actualmente se encuentra desempeñando y lugar(es) en el que lo hacen. Código de registro ORCID.
 - o Resumen en español e inglés, mismo que no debe exceder las 10 (diez) líneas.
- El cuerpo central del trabajo debe ser escrito sin márgenes especiales o sangrías. El uso de mayúsculas sólo corresponde a nombres propios, inicios de títulos, párrafos o frases después de punto seguido.
- Los títulos y subtítulos deberán ser jerarquizados de acuerdo al sistema decimal de nomencladores (1., 1.1., 1.1.1, etc.) según corresponda.
- La consignación de fuentes en caso de citas textuales o paráfrasis debe hacerse en el mismo párrafo de acuerdo al siguiente formato: (Apellido, año, p. número de página), por ejemplo (Beltrán, 2002, p. 56). En caso de haber realizado una paráfrasis no debe consignarse ni comillas ni número de página, por ejemplo (Kaplún, 1998).
- Se recomienda verificar que toda fuente citada sea referenciada luego en la bibliografía, constatando que no existen modificaciones en el año, lugar, nombre, etc.
- Toda nota aclaratoria debe realizarse a través de una llamada numérica al final del trabajo (y no así a pie de página), justo antes de la bibliografía, bajo el título "Notas".
- La bibliografía con las respectivas referencias bibliográficas de los textos utilizados debe incluirse al final del trabajo, después del título "Notas", en orden alfabético y considerando el siguiente formato y puntuación:

Libros: Apellido, N. (año). Título del trabajo. Editorial.

Libro en Internet: Apellido, Inicial del nombre. (año). Título del libro. Editorial. DOI o URL

Revistas: Apellido, Inicial del nombre. (año). Título del artículo específico. Título de la Revista, Volumen (número de la revista), número de página inicio - número de página fin.

Doc. Electrónicos: Apellido, Inicial del nombre. (Año). Título de la página web. Nombre de la página. Recuperado el DÍA de MES del AÑO de URL.

- Si el trabajo incluyera Tablas o Figuras (fotografías o gráficas), los mismos deben enviarse por separado. La numeración de tablas y figuras se realiza por separado. Se debe indicar claramente su ubicación en el interior del texto de la siguiente manera: Tabla o Figura (Según corresponda) N°, Título (ej. Figura 1 Comparación sobre las nociones de comunicación). Al pie de la ilustración, cuadro o gráfico en caso de no ser de elaboración propia debe indicarse la fuente siguiendo el siguiente formato: Recuperado o Adaptado (Según corresponda) de "Título del documento" (p. Número de página), de Apellido, G., (Año de publicación).

o Ejemplo: Recuperado de "Introducción a la metodología de la investigación científica" (p.154), de Piura, J., (2000).

- Considerar que la digitalización de fotografías o ilustraciones, para ser incluida en el trabajo, deben ser realizadas con una resolución de 300 dpi al momento de realizarse el escaneado, en formato de archivos gráficos JPG, GIF o TIF.
- En cuanto al idioma, los artículos publicados hasta el momento en la revista han sido escritos en español, si bien esta es la preferencia, se aceptan artículos en portugués e inglés.
- Se sugiere el uso de un gestor de bibliografía para el manejo de la referencia bibliográfica (Algunos recomendados son: Mendeley o Zotero) y realizar el ajuste a normativa APA 7ma edición.

-El artículo enviado deberá ser preferiblemente inédito. En caso contrario, se deberá incluir el nombre y la fecha de la publicación en la que ha aparecido, la dirección del editor y una carta del autor o del editor en la que se autoriza su reproducción.
-El formato usado en la revista está basado en las normas APA en su 7ma edición. En caso de alguna duda particular que no se pueda resolver con esta breve guía sugerimos revisar la versión completa de la normativa en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3sogPWH> o escaneando el siguiente código QR:



-Los criterios que guían la selección de los trabajos son los siguientes:

Prioridad para trabajos inéditos como ser

- o Artículos que presenten hallazgos de una investigación y que incluyan una introducción, metodología, resultados y conclusiones.

Sin embargo, también se acepta:

- o Ensayos argumentativos, debidamente sustentados en una adecuada investigación documental;
- o Artículos de reflexión basados en resultados de investigaciones;
- o Artículos de revisión que muestren resultados, sistematizaciones y avances del campo de estudios y que presenten una revisión bibliográfica cuidadosa y exhaustiva.

Colaboraciones y/o consultas pueden ser enviadas a:
puntocero.cba@ucb.edu.bo (Favor indicar en ASUNTO: Punto Cero #)

El Director



Punto Cero



SciELO - Bolivia, es una colección de revistas científicas electrónicas, a texto completo de acceso libre y gratuito disponible en línea.

En un trabajo conjunto que se inició en julio de 2008 con la participación de diferentes instituciones bolivianas entre las que se encuentran la Universidad Mayor de San Andrés, el programa de investigación Estratégica en Bolivia, la Universidad Católica Boliviana, la Asociación Boliviana de Editores de Revistas Biomédicas y el viceministerio de Ciencia y Tecnología con el apoyo de la Organización Panamericana de Salud Representación Bolivia.

La Coordinación Ejecutiva del sitio está a cargo del Viceministerio de Ciencia y Tecnología a través del Programa Sistema Boliviano de Información Científica y Tecnológica - SIBCYT, y la Coordinación Técnica de encuentra a cargo de la Universidad Mayor de San Andrés.

El proyecto SciELO es una iniciativa de FAPESP - Fundación de Apoyo a la Investigación del Estado de Sao Paulo y de BIREME (Centro Latinoamericano y del Caribe de Información en Ciencias de la Salud), que contempla el desarrollo de una metodología común para la preparación, almacenamiento, diseminación y evaluación de la literatura científica en formato electrónico. A través del portal www.SciELO.org que integra y provee acceso a la red de sitios SciELO, donde se pueden realizar búsquedas en las colecciones de SciELO existentes o a nivel de un país en particular.

Acerca del SciELO

El objetivo del sitio es implementar una biblioteca científica electrónica, que proporcione acceso completo a una colección de revistas bolivianas, una colección de números de revistas individuales así como al texto completo de los artículos. El acceso tanto a las revistas como a los artículos se puede realizar usando índices y formularios de búsqueda.

El sitio será constantemente actualizado tanto en forma como en contenido, en la medida en que el proyecto avance.

Interfaz SciELO

La interfase SciELO proporciona acceso a su colección de revistas mediante una lista alfabética de títulos, un índice de materias, o una búsqueda por palabra de las revistas, nombres de publicadores, ciudad de publicación y materia.

La interfase también proporciona acceso al texto completo de los artículos por medio de un índice de materias o un formulario de búsqueda por los elementos del artículo como nombre de autoras, palabras del título, materias y palabras del texto completo.

Punto Cero es una revista indizada a la Red SciELO Bolivia. Se puede consultar en:

<http://www.scielo.org.bo/scielo.php>

