

APORTES

DE LA COMUNICACION Y LA CULTURA

Carrera de Comunicación Social - Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra - UPSA

Febrero 1993 - Año 1 No. 1 - Santa Cruz de la Sierra - Bolivia



• análisis • información

• investigación

P r e s e n t a c i ó n

Inquietos por difundir los resultados de observaciones científicas y puntos de vista sobre el mundo de la comunicación y la cultura cruceña, la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra abre este canal de expresión pensando en aportar al conocimiento y comprensión de nuestra realidad comunicacional y cultural, frágil todavía, debido a las dinámicas características que la circundan y a la joven trayectoria profesional y científica de uno de sus actores: el comunicador.

La comunicación social actualmente se sitúa como una práctica profesional emergente en Santa Cruz. Tanto los medios de comunicación social, como otras organizaciones de diversa índole cuentan con profesionales de la Comunicación entre sus ejecutivos y/o empleados. Al mismo tiempo existe un evidente cambio en favor de un juicio coherente del rol y las posibilidades profesionales del comunicador en nuestro medio, lo que revela por otro lado, el carácter profesional adquirido por la empresa moderna.

Sin embargo, mientras las posibilidades laborales se concretan y el comunicador inicia su real aprendizaje en el lugar de los hechos, generando a su vez nuevas y mayores dinámicas comunicacionales, queda relegada la sistematización y difusión de estos procesos.

Es aquí donde las Universidades deben recobrar su función investigadora y difusora del conocimiento. En nuestro caso, si bien nos interesa destacar el ámbito estrictamente comunicacional, extendemos nuestras páginas a otras áreas humanísticas, primero para subsanar la ausencia de otro canal académico de expresión y segundo porque consideramos que la cultura y la comunicación conviven de la mano y se alimentan mutuamente, pues todo hecho cultural conlleva procesos comunicacionales que además pueden ser difundibles, y viceversa.

Resulta interesante contar con dichas perspectivas, pues ellas también contribuyen al conocimiento de esta realidad regional y mientras la disciplina comunicacional se fortalece, su aporte nos enriquece.

Concretamente aspiramos que éste sea un canal de difusión de los temas presentados y defendidos por los alumnos de Comunicación Social de la UPSA a través de sus Trabajos Finales de Grado, así como de los artículos de opinión, ensayos e investigaciones de los docentes.

Tenemos interés en presentar estos Aportes de la Comunicación y la Cultura al menos una vez al año. Esperamos que tenga la acogida esperada en el ámbito universitario y profesional y también contribuya a promocionar el rol profesional y social del comunicador en la sociedad.

Lic. Ingrid Steinbach
Comunicadora Social,
Jefe de la Carrera de
Comunicación Social -
de la Universidad
Privada de Santa Cruz
de la Sierra



¿Cuán importante es la publicidad?

En Santa Cruz es perfectamente comprobable la sobresaliente calidad con que están avanzando los mensajes publicitarios.

Si conversamos o escuchamos una definición de alguien que no esté ambientado a la publicidad, lo más probable es que pensará que ella se refiere a los MONOS que vé en Prensa o TV., o sea, se reduce su definición, al resultado del golpe de vista adquirido como un hábito. La verdad es que también ocurre lamentablemente en muchas situaciones de orden profesional. No ha escuchado Ud. decir en forma muy liviana, "los meteorólogos nunca aciertan con sus pronósticos".

En el caso de Publicidad, generalmente se ignora y no se puede entender porqué tenemos que estudiar sicología, estadísticas, economía, informática, artes, etc, etc. A raíz de este desconocimiento de los verdaderos valores, existe en nuestro medio, decenas de autodenominados "publicistas". Nos reservaremos en esta oportunidad el derecho de definirlos en su real capacidad, y que lamentablemente son aceptados en el mercado por una muy mal entendida economía de tarifas o remuneraciones. Parece entonces evidente y extraño que los publicistas

o las Agencias Publicitarias no hayan sabido ubicarse en el 100% de la masa siendo que existen pocos, pero excelentes profesionales (independientes o dependientes de Agencias) que pueden ser llamados con absoluta justicia, CONFIABLES.

Paulatinamente y por exigencias propias de la necesidad de tener que llegar a un mercado consumidor amplio y complejo, se irá exigiendo cada vez más a la Comunicación Publicitaria, y ésta tendrá que responder con la amplia gama de recursos profesionales que adquirió en sus estudios y la experiencia que va acumulando día a día.

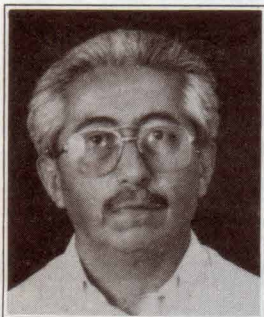
El desarrollo general de la humanidad ha entregado inquietudes y motivaciones a los muchos profesionales distribuidos en las agencias Publicitarias que existen en el mundo y por esa tremenda velocidad los ha obligado a adoptar nuevos medios artísticos, científicos y tecnológicos.

En Santa Cruz al igual que en el exterior es perfectamente comprobable la sobresaliente calidad con que están avanzando los mensajes publicitarios.

Basta con observar las piezas gráficas y audiovisuales para establecer la diferencia positiva que se ha producido en los últimos años. Es innecesario tal vez aclarar que nos estamos refiriendo a las empresas debidamente establecidas y reconocidas, por eso quizás ya va siendo prudente una legislación al respecto, o la opinión clara y autorizada de un organismo que proteja debidamente los derechos, conocimientos y responsabilidades que afrontan hombres y mujeres enamorados de esta importante carrera profesional, incluso hasta con la exagerada intromisión de trabajos realizados en el exterior.

La Carrera de Publicidad, los publicistas independientes y las Agencias Publicitarias son una vertiente de saber y construcción, tienen además una necesidad espiritual de sentirse cada día mas eficiente en el servicio a los anunciantes y a la comunidad total, he ahí su verdadera y gran importancia. ▣

Lic. Joaquín Osorio
Ing. Comercial, Publicista
Docente de la UPSA



Nuevos públicos en una libertad concreta

La democracia naciente, asentada en el pluralismo político, toma para sí la bandera de la libertad de expresión.

La opinión pública, como fenómeno social aparecido en torno a la información que genera la Cosa Pública, información actual, candente y de importancia social, ha conseguido un grado de desarrollo en sus perspectivas que, hoy, no sólo abarca espacios de esta esfera o actividades privadas, vinculadas o, que puedan afectar a lo público. Su desarrollo se manifiesta también en la aparición de nuevos públicos y por tanto, de enfoques novedosos en el campo de la información y la comunicación. La presencia tradicional de los medios de comunicación social ha sido renovada por medios alternativos y comunitarios.

Génesis de libertad y Opinión Pública.-

Tal vez, el origen más próximo de la expresión y comprensión de este fenómeno, se encuentra en el triunfo de la Revolución Francesa y la Revolución Industrial. Ambas, marcan las libertades políticas y económicas de la pequeña burguesía que asciende al poder y acaban con el régimen de servidumbre. Indudablemente, la Revolución Industrial lleva consigo los gérmenes de lo que más después sería una sóli-

da economía de mercado basada en el capital y la propiedad privada sobre los medios de producción. Lo expuesto está expresado en la libertad de empresa, libertad de comercio y la propiedad privada. Son todas ellas libertades defendidas férreamente con el nacimiento de las sociedades actuales que gozan de un régimen político basado en la igualdad y la libertad.

La democracia naciente, asentada en el pluralismo político, toma para sí la bandera de la libertad de expresión. Al mismo tiempo, el ingreso del ciudadano al debate de la Cosa Pública y el reconocimiento de sus derechos y obligaciones, se constituyen en factores determinantes para el reemplazo, en forma pensante, a la masa sometida, subordinada y pasiva, al esquema vetical que le imponía el poder monárquico y el poder clerical. Acababa con la Opinión No Pública, establecida e impuesta por las élites gobernantes que desconocían en el pueblo los poderes que a éste les son conferidos en el régimen democrático.

Este nuevo contexto político y económico - democracia que en un capitalismo incipiente reconocía libertades civiles (libertad a seguridad o protección contra arrestos,

habeas corpus, inviolabilidad de domicilio, libertad de correspondencia, etc.), libertades públicas (libertad de prensa, de espectáculos, de reunión y manifestación, de asociación) y la igualdad (la autoridad es resultado de un acuerdo de los ciudadanos), pluralismo político, separación de los poderes, la libertad de empresa, libertad de comercio, la libre competencia - no tendría la fuerza motriz de cambio, sin la participación de un público, conformado primero (Monzon C. 1989) por los burgueses, propietarios e ilustrados. Evidentemente, este público al asumir su condición de ciudadano, demanda un papel dinámico, participativo y responsable de los medios para su reacción inmediata en los acontecimientos que afectan a la Cosa Pública.

Sin embargo, como resultado de estos procesos hoy consolidados, sintetizados en un sistema económico capitalista, en su forma neoliberal, con régimen político asentado en la democracia representativa (1) y toques de pluralismo político, la opinión pública, causa y efecto de estos procesos, en su relación con los medios y su propia conformación, se ha diversificado y

Kathya Jemio A., Ph. D.
Periodista
Docente de la UPSA



27
x129
912
258
30492 hp poj

43
3
129

universalizado. Similar fenómeno se ha dado con los escenarios, los protagonistas de la información y frente a todo esto, las expectativas de nuevos públicos.

Si bien es cierto que los primeros componentes han sido burgueses, propietarios e ilustrados, esto cambia radicalmente, cuando la información se inserta hoy también a factores de desarrollo, transformación, educación, orientación y formación. Se sostiene que quien tiene la información, tiene el poder. Indudablemente, el elemento integrador, movilizador y organizador es la información que busca su viabilización a través de nuevos recursos.

Nuevos medios para un público nuevo.-

De acuerdo a la particularización de los medios a partir de sus objetivos, funciones y público, se pueden esbozar algunas consideraciones en cuanto a su conformación.

Un rasgo conocido es el desarrollo acelerado de medios de comunicación social, en los centros urbanos. El carácter es preponderantemente comercial y actúa bajo los parámetros en que se desenvuelve el hombre urbano, en su relación con la naturaleza, el pensamiento y los hombres en sociedad. Dispone de grandes recursos económicos, cuadros profesionales y tecnología de punta. La libertad de empresa es el respaldo de creación, principios, funciones y objetivos en detrimento de otros valores de la prensa sustentados ya en los albores de la Revolución Francesa y posteriormente introducidos a las constituciones políticas de cada estado moderno actual.

La libertad de expresión, la responsabilidad social, la formación de la opinión pública, referidas a la práctica social y a los actores sociales urbanos, se desliza hacia nuevas formas, bajo la exigencia de un público no sólo racionante (2), sino

amplio, disperso, heterogéneo, ciudadano, político, masivo y participativo.

Medios Alternativos.-

Los medios alternativos aparecen, se instalan y realizan prácticas de comunicación que, sin entrar a niveles de competitividad, se convierten en posibilidades con diferente estructuración, para las necesidades de determinados grupos en materia de comunicación y, en determinados contextos sociopolíticos, se convierten en una fuente de información principal.

Estas formas alternativas de informar y comunicar se han abierto como abanico. Recursos técnicos, financiamiento, periodistas y público realizan una simbiosis, donde fundamentalmente el criterio es decir "por que pasa". Es que el público de hoy ya no espera una prensa que le diga lo que pasa, sino principalmente por qué pasa (3), coincidiendo con Reyes Matta, Director de ILET.

Comunidad y alternativas.-

Otros son los medios comunitarios. Responden a la aparición de nuevos públicos. Son considerados una compensación a las limitantes de los medios tradicionales y nuevo modelo de participación a la gestión y producción.

Los medios comunitarios están representados por su vocación educativa y cultural. Los movimientos populares hacen uso de este recurso. Obtienen ingresos por concepto de publicidad y salen a la opinión pública con la utilización de un mínimo de equipamiento y personal. Son medios también financiados por organismos internacionales, fundaciones europeas de carácter confesional y otras.

Los procesos señalados, sólo son un reflejo de los cambios y las actuales condiciones de la libertad de expresión, como fenómeno concreto, resultado del pluralismo político exis-

tente en regiones del mundo que bajo un régimen democrático, tienen diversos intereses, necesidades así como expectativas en cuanto a su protagonismo en la información social actual. ■

(1) Ver Constitución Política del Estado, art. 1, 1967.

(2) Op. cit. Monzon Cándido.

(3) Reyes Matta F., *Redes y periodismo nuevas vías para el cambio*, Chile, 1987.

Fuentes Bibliográficas.-

Gomez Luís A. *Opinión Pública y Medios de difusión*, CIESPAL, Quito, 1976.

Monzon Cándido, *Opinión Pública*, Ed. Paidós, España, 1987.

Reyes Matta F., *Redes y Periodismo nuevas vías para el cambio*, ILET, Chile, 1987.

UNESCO, *Rapport sur la communication dans le monde*, 1990, Paris.

La verdad aunque duela

El periodismo cruceño actual...salvo contadas excepciones se caracteriza por estar orientado a repetir lo que se dice en los centros de poder.

Contar con un periodismo serio y responsable es prenda de garantía para la buena marcha de una comunidad.

La profesión de periodista debe constituir un servicio para la sociedad, la cual ocupada en múltiples quehaceres difícilmente podría estar al tanto de todos los acontecimientos que se producen a su alrededor, con mayor razón si estos pueden afectar directa o indirectamente a sus intereses.

Dentro de ese contexto el periodista establece un pacto no firmado, por el cual se compromete a brindar la información de todo cuanto acontece a su alrededor. Para que esta tarea sea bien cumplida ofrece ajustarse a la verdad y desarrollar su tarea con la mayor ecuanimidad.

Exponentes de esa sacrificada tarea de servicio tenemos muchos dentro de la vida de Santa Cruz y de nuestra patria en general, ya que el periodismo boliviano marchó en forma permanente velando por los intereses nacionales y regionales.

Sin remontarnos mucho en la historia, resultaría difícil olvidar el periodismo que siguió a la Guerra del Chaco y que sentó las

bases de los cambios sociales logrados con la Revolución Nacional, sin que ello signifique que consideremos ese hecho como un dechado de virtudes.

A nivel regional vemos cómo la prensa cruceña tuvo activa y comprometida participación en las luchas reivindicativas de 1957, que no buscaban otra cosa que la reparación de una injusticia.

Sin embargo, esa imagen quedó atrás; parece que dentro de las secuelas que dejaron los gobiernos de fuerza en nuestro país, una de las más lamentables censuras impuestas por el gobierno democrático de Paz Estenssoro, en los primeros años de la década del sesenta, se convierte poco después en una actitud complaciente de la que hoy, luego de tres décadas, no podemos salir.

El periodismo cruceño actual no puede escapar a ese marco y salvo muy contadas excepciones, se caracteriza por estar orientado a repetir lo que se dice en los centros de poder; se sigue los pasos de los protagonistas prescindiendo de los hechos, aunque las actuaciones de éstos sean

muy poco relevantes para el interés de la comunidad.

El nuevo estado de cosas ha llevado al extremo de sembrar dudas sobre si al hacerlo el periodista no persigue además beneficios personales, como lo afirmó con énfasis el Señor Alcalde, Percy Fernández, en su discurso de posesión.

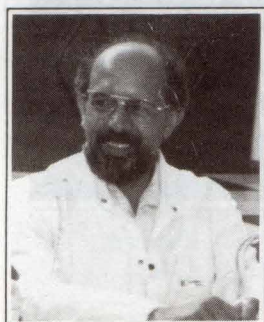
Trabajos de investigación científica realizados en nuestras universidades privadas, nos muestran que el periodismo actual sólo satisface el interés de determinados estratos de la sociedad en perjuicio del resto de la población que ha quedado poco menos que ignorado.

El periodismo parece dejar de lado, en forma deliberada, los grandes problemas que trae consigo el subdesarrollo en nuestro país, para contarnos en su lugar lo que sucede con la familia real de España o Inglaterra o el nacimiento de un nuevo oso panda en el zoológico de Pekín.

Estamos hablando sólo del ámbito informativo, sin mencionar el rol fiscalizador que debe cumplir el periodismo y por el cual en determinado momento recibió el calificativo de Cuarto Poder. Cuando en otras latitudes el periodismo alcanza tales di-

⇒

Germán Casassa Zapata
Comunicador y
Periodista
Docente de las Carreras
de Comunicación Social
de las Universidades
cruceñas UPSA, NUR, y
Evangélica.



mensionen, en nuestro país no es raro escuchar acusaciones de parcialidad y tergiversación. La función de entretener en forma inocua, atendida con esmero, ha dejado de lado aquellas de informar y orientar.

Mientras la prensa de otros países no tiene reparo en poner en evidencia grandes negociados y casos de inmoralidad funcionaria, entre nosotros no pasa nada. Pese a todos los rumores que circulan de boca en boca sobre irregularidades que se cocinan, nadie se atreve a destapar la olla.

Parece haber llegado la hora de revertir esta situación, deseamos que el periodismo como labor profesional sea desempeñado sólo por personas capacitadas, con responsabilidad profesional, dejando de lado la improvisación.

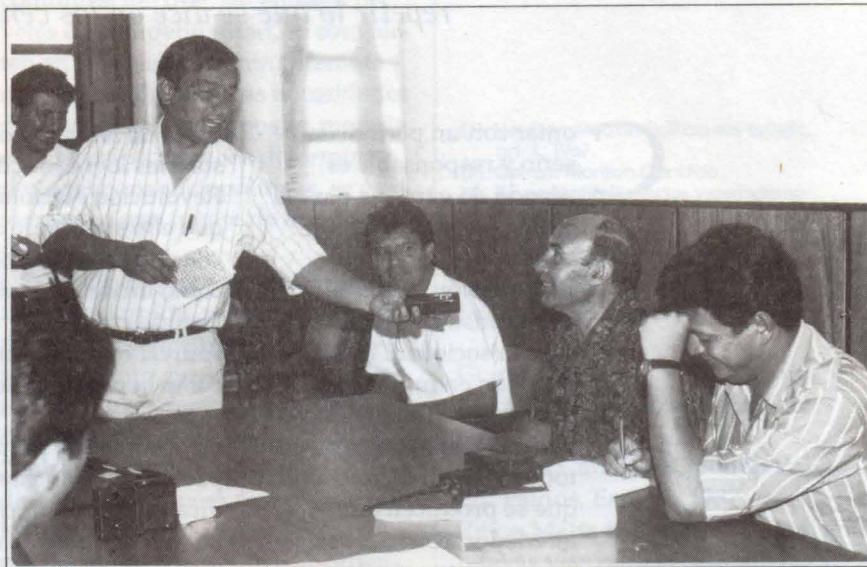
Deseamos que el periodista ocupe el lugar de dignidad que por su función social se merece, que abandone la tarea de repetir deliberada o inocentemente todo lo que otros quieren decir, que deje de ser alguien fácilmente doblegable. Que sea capaz de cumplir con su rol de servicio a la sociedad antes que buscar el beneficio personal. Que esa función de servicio se encuentre desligada de los centros de poder, de partidos

políticos o de otra clase de intereses que lo único que pueden hacer es condicionarlo.

El periodismo es, lo dijo un autor, el permanente servicio a la verdad. Una verdad comprobada, irrefutable, una verdad que no es repeti-

legalizar su situación.

Los periodistas deben hacer esfuerzos por lograr su profesionalización, el medio les ofrece grandes posibilidades, además están en la obligación de velar porque su desempeño se ajuste a la ley, a los



ción de rumores interesados o de denuncias sin fundamento, sino una verificación de todas las pruebas.

Estas afirmaciones no deben considerarse como una declaratoria de guerra contra quienes hoy ejercen la profesión sin la debida preparación, la ley les brinda la oportunidad de

códigos de ética y a los valores morales y sociales que nos imponen nuestra tradición y nuestras buenas costumbres.

Santa Cruz debe tener el periodismo que se merece. Honesto, imparcial, vigilante y por sobre todo comprometido con los intereses de la región y de su pueblo. ■

TUMLAR

Representantes de:

SANITARIOS CELITE
CERAMICA GYOTOKU
AZULEJOS Incepa

INDUSTRIA Y-COMERCIO

Importadores y fabricantes de materiales de construcción

Pinturas - Tinas de baño - Sanitarios - Cerámica para piso - azulejos - lavaplatos - angulares - hierro T - platino - plancha de acero laminado - malla para tumbado - alambre galvanizado - alambre de púa - cañería - alambre de amarre - hierro corrugado y liso.

Oficina Central: Av. Los Cusis No 11. Telf.: 423896 - 429511 - 422598 - 422597.

Télex 4347 HERPAR Bv. Fax 322057. Casilla 267.

Santa Cruz Bolivia

La comunicación y los comunicadores en Santa Cruz (*)

El mundo de la Comunicación Social ya no es el mismo en Bolivia ni en Santa Cruz.

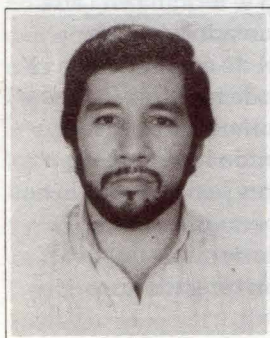
Hace meses atrás quedé perplejo cuando miraba una entrevista que le hacían al periodista norteamericano, Peter Arnett, famoso por sus reportajes durante la guerra del golfo, cuando fue el único periodista a quien Saddam Hussein permitió reportar en vivo desde Bagdad. Un grupo de comunicadores y periodistas le cuestionaba enfáticamente el por qué, para quedarse, tuvo que hacer ciertas concesiones con Saddam, atentando de esta manera contra los intereses nacionales de los Estados Unidos. La respuesta que dió Peter Arnett sorprendió a todos, pues dijo muy tranquilo: "es que ustedes colegas, están ignorando la época que estamos viviendo, a pesar de ser ciudadano estadounidense, lo que representa mi universo de audiencia, es decir con la CNN llegamos a más de 120 países en el mundo, entonces ya yo soy, primeramente, ciudadano del mundo; no sólo me debo a los Estados Unidos, me debo principalmente a todos los ciudadanos de todas partes del mundo que ven nuestros reportajes". Me sorprendió bastante esta respuesta singular. Pero, luego recordé las

afirmaciones un poco atrevidas del científico y comunicólogo canadiense, Marshall McLuhan, quien ya hace 20 años decía: "quien no entiende los medios masivos electrónicos (la radio y la TV) no entiende el siglo 20", también, la respuesta de Peter Arnett me hizo recordar la famosa tesis MacLuhana de "el medio es el mensaje" y que a causa de estos medios electrónicos y con el nacimiento de nuevas tecnologías "el mundo iba a ser una Aldea Global". Recordé que la radio, el periódico y, principalmente, la televisión ya son parte de nuestro ser y quehacer cotidiano...son elementos inherentes a nuestra vida psíquica, moral, económica y política. Se podría argumentar con fundamento que la comunicación de masas puede ser enumerada entre aquellos componentes indispensables de la estructura social, sin los que no podría continuar la sociedad contemporánea tal como la conocemos. Todo esto de la Aldea Global, de ser ciudadano del mundo, necesariamente me llevó a la pregunta infaltable: Y nosotros en Santa Cruz dónde estamos?

Somos parte protagónica o afectada de estos fenómenos? sabemos los cruceños lo que estamos atravesando? A pesar de ser un país pobre, una sociedad subdesarrollada, Bolivia tiene algunos rasgos y facetas de sociedades modernas y post-modernas: producción en serie, tecnificada, competitiva y más barata; mentalidad secular, abierta, desacralizada; surgimiento de nuevas formas de organización social: sindicatos, comités cívicos, juntas vecinales, etc.; Medios masivos de comunicación social vestidos con nuevas tecnologías. Excesivo pragmatismo, individualismo exhacerbado. Muerte de las ideologías y de los grandes ideales de igualdad y de justicia para todos. Pérdida de identidad y valores culturales propios. Mimetismo. Cultura de masas. Predominio de la máquina sobre el hombre. Masificación. Mercantilismo, relaciones familiares restringidas, etc., etc. Santa Cruz está en este trance; con democracia, medios masivos electrónicos y tecnocracia, ha cambiado de rostro; para bien o para mal y se necesitan hacer muchos ajustes.



Lic. Raúl Justiniano
Comunicador. Periodista.
Presidente del Colegio
Departamental
de Comunicadores de
Santa Cruz.



El mundo de la Comunicación Social ya no es el mismo en Bolivia ni en Santa Cruz. En nuestro país existen 12 diarios con 82.000 ejemplares de tiraje; 228 radioemisoras AM y FM con 3.850.000 aparatos radio-receptores; y cerca de 70 estaciones de TV con 500.000 televisores en todo el país. Hace 10 años Santa Cruz tenía 2 periódicos, un solo canal de TV y 10 radioemisoras, hoy año 1992 en los umbrales del siglo XXI nuestra ciudad cuenta con 3 periódicos, 6 canales de TV en VHS, 2 en UHF, y compañías que ofrecen hasta 16 canales por cable de más de 10 países del mundo y con películas las 24 hrs. al día, cerca de 40 radioemisoras, varias revistas especializadas, y un sinnúmero de video clubs. Los cruceños ya vivimos en un mundo donde predomina, cada vez con más eficacia e intensidad, la cultura de la imagen que incuba al hombre audiovisual. Más del 50% de la población capitalina puede ser considerada como de la generación audiovisual. Estos últimos quince años la historia de la comunicación cruceña se ha partido en dos partes: antes y después de los medios masivos electrónicos; antes y después de la llegada de la primera camada de profesionales académicos que se formaron en universidades del interior y exterior del país; antes y después del nacimiento de las carreras de comunicación social aquí en nuestra ciudad antes y después de la televisión privada; antes y después del satélite; antes y después de la televisión por cable; antes y después de las computadoras.

A la luz de estos fenómenos socio-

comunicacionales y en el contexto descrito anteriormente, nace el Colegio Departamental de Profesionales en Ciencias de la Comunicación Social para constituirse en el organismo normativo, representativo, regulador y fiscalizador del ejercicio profesional de las disciplinas comprendidas por la Ciencia de la Comunicación Social; para



asumir defensa del gremio y de sus afiliados ante agresiones de carácter profesional o moral; para orientar a la colectividad en conflictos relacionados con la Comunicación Social; para buscar la profesionalización y jerarquización del Comunicador Social, como requisito indispensable para el ejercicio de su profesión; nace el Colegio de Comunicadores de Santa Cruz para brindar apoyo y orientación a las instituciones universitarias y académicas formadoras de comuni-

cadore sociales. Todo este universo de acción contempla nuestro estatuto aprobado, el año pasado, por el actual gobierno, quien nos otorgó la personería jurídica que le da vida legal e institucional a nuestro Colegio. Nuestra Institución Colegiada, durante estos 3 años de existencia se ha abocado a la consolidación de

su membresía que, actualmente existen en nuestra ciudad más de 50 profesionales con formación universitaria a nivel licenciatura. También hemos estado realizando algunas actividades de formación y actualización académica. Actualmente estamos realizando una serie de cursos de post-gradó con miras a un programa de maestría a ser iniciado el próximo año. Por otro lado, próximamente, de cumplir con todos los requisitos, formaremos parte de nuestra Federación Dptal. de Profesionales, como miembros regulares.

El Amplio Universo de la Comunicación Social le otorga a nuestro Colegio una importancia singular. Sin exagerar ni pretender afirmar verdades destempladas, el universo de la Comunicación Social es infinito porque empieza

por Dios, el Creador de la comunicación, pasa por el hombre, éste la ejerce haciendo uso de su libre albedrío y, termina en Dios, autor y consumidor del más perfecto nivel de comunicación. Y a la vez, Juez de nuestras formas y conductas Comunicacionales. Entonces cuando hablamos de comunicadores sociales no sólo nos referimos a periodistas, sino también a relacionistas públicos, publicistas, investigadores y



docentes de la comunicación, radialistas, cineastas, especialistas en la opinión pública y otros especialistas en diferentes ramas de la Comunicación Social.

Hablar de Comunicación Social es referirse a la comunicación y nuevas tecnologías; comunicación y política, etc., etc.

En suma, el sistema comunicacional de un país se convierte en el sistema respiratorio de la sociedad porque coordina su acción, su existencia y su supervivencia. En otras palabras nadie queda afuera de la red de las comunicaciones. Los medios de comunicación masiva, hoy son la columna vertebral de cualquier sistema, porque son vehículos esenciales para la participación pública y política de los ciudadanos; para la educación y cooperación con el sistema educativo formal; para la información y la formación de la opinión pública; para la difusión de la cultura y fundamentalmente, porque deben contribuir para que las libertades e igualdades de los ciudadanos en el sistema democrático sean reales y efectivas.

Los medios masivos de comunicación social se han convertido en la conciencia de la sociedad a la vez que fiscalizadores del poder establecido; han roto la barrera que separaba a la clase política del pueblo; ante la acción y efectividad de la comunicación masiva, el viejo estilo político no está resistiendo la confrontación directa con la ciudadanía a través de los medios masivos y, por ende, la cultura política exigida por la cultura democrática está tomando rumbos más enaltecedores.

Por otro lado, la misma democracia le exige al comunicador social y a los medios masivos más transparencia, más profesionalismo y más participación en la cobertura de las realidades nacionales.

Finalmente, en ésta última parte de mi discurso, quiero dirigirme a mis

colegas comunicadores, sean estos docentes, periodistas, relacionistas públicos, publicistas o investigadores:

A los comunicadores de Santa Cruz, sólo esta pincelada reflexiva de pensamientos:

- no dejemos que el dinero corrompa nuestros sueños ni mancille nuestra comunicación. En este mundo materialista, somos nosotros los que con nuestro estilo de vida y conducta debemos mostrar que podemos ser diferentes. Decía el famoso Albert Einstein: "La mayoría de la gente dice que, es el intelecto y la capacidad lo que hace un buen científico; están equivocados: es el carácter. En los asuntos ordinarios de la vida, la laboriosidad acompañada de la disciplina y perseverancia, puede conseguir lo mismo que el genio y muchas cosas más que el genio no puede.", decía Einstein.

Así es colegas, ordenemos nuestras prioridades y cultivemos un carácter sólido e íntegro, alimentado de honestidad, justicia, amor por el prójimo y dominio propio. Si hacemos esto, aceptaremos con humildad que es bueno ser importante, pero más importante es ser bueno; que el que no vive para servir no sirve para vivir; que el ruido no hace bien, el bien no hace ruido; que la alegría de hacer el bien está en sembrar no está en recoger; que lo importante para el comunicador no es decir cosas nuevas, sino cosas verdaderas. En este mundo de confusión, relativismo e inversión axiológica: el esfuerzo intelectual, la reflexión profunda, el trabajo disciplinado y perseverante, la superación personal y moral, la verdadera solidaridad, la búsqueda de justicia social ... son códigos de otros mundos ... de otras galaxias ... y en parte, es porque nosotros los comunicadores sociales lo hemos permitido así; es más, nos hemos convertido, de una u otra forma, en

vehículos y agentes transmisores de antivalores que corroen los cimientos más fundamentales de nuestra sociedad.

Termino con ésto:

La democracia ha generado una época y una praxis de exigencias recíprocas: Si como comunicadores, exigimos a los políticos que hablen menos y hagan más, entonces nosotros orientemos más y desinformemos menos. Si a los dirigentes de nuestra sociedad le exigimos mayor transparencia, entonces, cuidémonos en no dejarnos seducir por el adulo, y no dejarnos cautivar o tentar por invitaciones y regalos subliminalmente mal intencionados. Si exigimos a los que detentan el poder ser éticos en el uso de esta herramienta; entonces, nunca olvidemos que el comunicador social debe tomar su herramienta de trabajo como un instrumento sagrado que Dios puso en sus manos para ennoblecer la vida y edificar al prójimo.

Colegas: "Ser comunicador social no es un dulce privilegio; es una tremenda responsabilidad".

Asumamos el reto con humildad, transparencia y vidas ordenadas e íntegras desde nuestros hogares hasta lo público de nuestras funciones. ■

(*) Discurso del Lic. Raul Justiniano, Presidente del Colegio Departamental de Profesionales en Ciencias de la Comunicación, en ocasión de conmemorar el tercer aniversario del Colegio. (Sep/92)



TELCHI LTDA.

Farmacia y Droguería



Colorantes y Esencias
Productos Químicos
Materiales para Laboratorios

Telchi Ltda

Libertad 164
Telf.: 323255 - 324017 - 322251
Fax 591 -3 - 330719 Casilla 201
Santa Cruz - Bolivia

Las Misiones Jesuíticas en la América del Sur

...los jesuitas realizaron con los indios guaraníes del Paraguay un original experimento de gobierno teocrático, sobre la base de la comunidad de bienes y de rígida disciplina en la vida individual y social.

Fue en el siglo XVI, con la llegada de los jesuitas que comenzaron a formarse las reducciones. El plan de los miembros de la Compañía de Jesús era osado: pretendían formar un cordón de pequeñas repúblicas hasta el Alto Amazonas. Pero los "encomenderos", que buscaban esclavos entre los indios, y los "bandeirantes", no permitieron que ese plan se concretizase. La historia de las Misiones es la de una larga lucha, comprendiendo Brasil, Uruguay, Argentina, Paraguay y, sobre todo, Portugal y España. El resto, aparte de las ruínas de unos pocos poblados de la época, que todavía pueden visitarse, quedó en que los indios fueron diezmados, y en una de las experiencias más importantes, en tiempos recientes, de la implantación de un Estado teocrático: La República Guaraní.

Desde 1609 hasta 1767, los jesuitas realizaron con los indios guaraníes del Paraguay un original experimento de gobierno teocrático, sobre la base de la comunidad de bienes y de rígida disciplina en la vida individual y social. Primeramente instalados en el Guairá, donde sobresalió el P. Antonio Ruiz de

Montoya, luego se establecieron entre los ríos Tebicuary y Uruguay y allí treinta y tres pueblos alcanzaron un alto grado de esplendor material y espiritual. El P. Roque González de Santa Cruz, nacido en el Paraguay, fue uno de los más conspicuos misioneros. Los bravíos guaraníes abandonaron sus hábitos guerreros y se convirtieron en agricultores, artesanos y artistas. Nicolás Yapuguay fue el más famoso de los indios reducidos, autor de libros, músico, orador y gramático. En las misiones surgió la primera imprenta del Río de la Plata, fabricada con materiales de la selva. El guaraní fue la lengua utilizada y a ella fueron vertidas importantes obras de teología. Las Reducciones Jesuíticas del Paraguay formaban verdaderas unidades socioeconómicas, independientes de toda autoridad que no fuese la de los padres. Su estrecha vinculación entre sí, en torno a la persona del superior residente en Candelaria, les dió fisonomía de Estado Nacional. Las Reducciones tenían su propia urbanización, y su economía dirigida, de índole agrícola y ganadera, en que se

conciliaba la propiedad privada con la colectiva de amplia base artesanal, les imprimió un fuerte impulso demográfico, económico y cultural.

El carácter que los jesuitas les dieron a las misiones era el de lucha contra la servidumbre personal de los indios. A ella obedece la formación de las misiones del Paraná y Guairá, que comenzadas estas últimas a principios del siglo XVII (1609) fueron destruidas por los portugueses ante la inoperancia del gobernador Céspedes Xarí, trasladándose los habitantes de ellas a las del Paraná, donde, habiendo obtenido armas de fuego, los indios pudieron derrotar a las bandeiras esclavistas en la batalla del Mbororé (1641). A partir de entonces la prosperidad reinó en las misiones pese a entrar en frecuente colisión con la población blanca y mestiza del Paraguay que no había perdido sus apetencias señoriales sobre los indios. Se crearon como dos cristiandades distintas, la República de los Españoles y la República de los Indios. Esta última pervivió hasta su desaparición tras varios conflictos, con la Revolución de los comuneros, la guerra

Lic. Marcelino Pérez
Psicólogo y Pedagogo
Docente de la UPSA
Investigador e Historiador.



guaraní, la expulsión de los jesuitas y el cambio del régimen comunal, hasta entonces existente, por un libremercado que produjo el abandono indígena de sus misiones, proceso que se consuma con la guerra de la Independencia hispanoamericana.

Los jesuitas en sus reducciones sostuvieron una campaña social, a favor de los indios y en detrimento de los encomenderos españoles y de los esclavistas portugueses. Fue tal la importancia que alcanzaron que puede decirse que llenaron la historia del Paraguay por más de dos siglos. Expulsados Los jesuitas, en la segunda mitad del siglo XVII (1767), se pierde el equilibrio entre Estado e Iglesia, siendo esta atezada por aquél, situación que continúa con la independencia durante el periodo del Dr. José Gaspar Rodríguez de Francia (1814-1840), quien sometió a la Iglesia a larga y constante persecución.

No es propio decir que el Paraguay fue conquistado por los españoles; sino más bien que el elemento indígena, guaraní y cario, se fusionó con el invasor. De ahí su bilingüismo, respetado por los misioneros y practicado en todo el país desde el comienzo hasta ahora. El arte religioso floreció profusamente en las Misiones jesuíticas. Es el llamado barroco hispano-guaraní, de características perfectamente diferenciables, dentro del barroco americano.

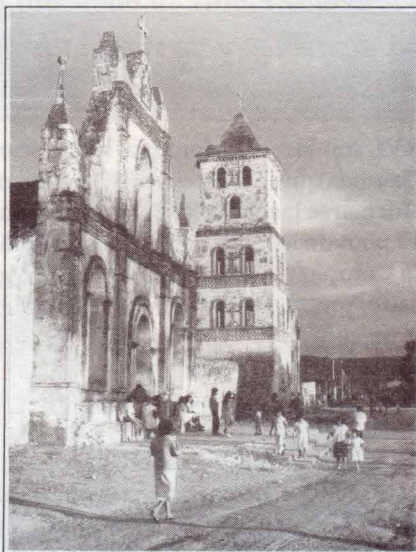
Los jesuitas, desde su llegada introdujeron gran cantidad de música religiosa en sus Misiones, existiendo datos fidedignos de que formaron coros y orquestas de nativos e instruyeron a éstos en la fabricación de instrumentos musicales.

La imprenta fue introducida en Paraguay en 1705, pero casi no se conserva ninguna de sus primeras impresiones.

Los centros misionales, llamados Misiones o Reducciones, o sea poblaciones de indios fundadas por

los misioneros, con fines de evangelización, en América del Sur estaban distribuidos de la siguiente manera:

En el actual Brasil, las Reducciones del Tapé (1626-1634), así llamadas por el nombre de una tribu guaraní



Iglesia de San José de Chiquitos.

que habitó en el pasado los territorios de los estados brasileños de Santa Catarina y Rio Grande do Sul. Las Reducciones del Guairá (1612-1630), en territorio del estado brasileño de Paraná y del actual Paraguay. Oportuno es aclarar que todos estos territorios en tiempos de las Misiones pertenecían a la dominación española.

Las Reducciones del Guairá tienen especial significación para Santa Cruz ya que en ellas desarrolló su labor apostólica un joven jesuita cruceño, el P. Cristóbal de Mendoza (1589-1635) y participó en la organización social y productiva de los indios del Guairá y en la dramática huida hacia la Argentina (1636-1639), intentando organizar una resistencia, pero fue muerto y degollado el año 1635, cuando contaba 46 años de edad, por los indios ibianguaras que dominaban la provincia de Ibiazas.

Además en territorio Paraguayo estaban establecidas las Reducciones de Itatín (1632) entre los

indios del mismo nombre.

Otras Reducciones tuvieron por escenario las hoy provincias argentinas de Entre-Ríos, territorios entre los ríos Paraná y Uruguay y la denominada provincia de Misiones, cuya capital es la ciudad de Posadas, zona de enorme riqueza forestal, y productora de yerba mate.

Organizáronse también reducciones en la llamada República Oriental del Uruguay, antigua Colonia Sacramento fundada por los portugueses en 1680, y que fue cambiando de dueño alternativamente, entre portugueses y españoles, hasta su independencia. En los departamentos orientales del Beni y Santa Cruz de la República de Bolivia, prosperaron entre los años 1680 y 1767, las misiones de Mojos y Chiquitos. Las misiones chiquitanas se iniciaron en 1690, quince años después de haberse fundado la primera misión de Nuestra Señora de Loreto en Mojos. En total se llegaron a fundar doce reducciones, de las cuales diez todavía permanecen como poblaciones importantes. San Javier (1690), San Rafael (1696), San José (1698), San Juan Bautista (1699), Concepción (1700), San Miguel (1721), San Ignacio (1748), Santiago (1754), Santa Ana (1755) y Santo Corazón (1757). En 1691 también se fundó con chiquitanos la misión de los Santos Desposorios de Buena Vista.

A esta epopeya jesuítica se debe la fundación de la mayoría de los pueblos de Santa Cruz y el Beni y el florecimiento de la agricultura y la ganadería.

Es opinión unánime que las misiones de los jesuitas en Bolivia, entre 1680 y 1767, particularmente en los territorios de Mojos y Chiquitos, resultaron de extraordinaria importancia, porque con ellas la Audiencia de Charcas pudo ocupar y desarrollar una vasta región que hoy corresponde al Oriente de Bolivia. ▣

Las relaciones públicas para un grupo social

Un buen programa de Relaciones Públicas a nivel de Grupo Social, puede lograr una mayor participación de sus miembros en la búsqueda de sus objetivos, una mayor cooperación de la Comunidad y una mejor imagen a los ojos del público.

Si partimos del concepto de que todo lo que no es producción o finanzas es marketing, comprendemos que todo lo que una organización social hace es Marketing y principalmente su actividad más importante que es la de proyectar una Imagen positiva en la comunidad donde desenvuelve sus actividades. Las Relaciones Públicas aplicadas al grupo social, se las puede definir como la Imagen total proyectada por la Organización, tanto a sus miembros individuales como al público que las rodea. Por lo tanto los grupos sociales - fraternidades, grupos femeninos, club de Leones, Rotarios, Jaycees, voluntariados, etc. - hacen Marketing de su Imagen. Un buen programa de Relaciones Públicas a nivel de Grupo Social, puede lograr una mayor participación de sus miembros en la búsqueda de sus objetivos, una mayor cooperación de la Comunidad en los trabajos realizados y una mejor imagen a los ojos del público.

Las Relaciones Públicas, trabajan en la proyección de la imagen total de una Organización, con una mezcla de publicidad institucional, promoción

social y de actividades diarias destinadas a informar e impartir noticias para lograr que el público conozca y tome en cuenta al Grupo Social.

Si una Organización Social desapareciera hoy, lo sentiría la comunidad. Aunque parezca extraño, la verdad es que hay muchas comunidades que no saben que una determinada Organización Social, se encuentra funcionando dentro de sus ciudades o pueblos. La palabra IMAGEN se usa con frecuencia en Relaciones Públicas, sin embargo hay muchos grupos sociales que no tienen ninguna imagen o consiguen una muy pobre. Esto demuestra la necesidad de buenas Relaciones Públicas, que constituye la sangre de toda organización que desee tener un impacto positivo en la comunidad.

Los directivos de una Organización Social participante en la comunidad, deben no solamente hacer saber que existe esa Organización, sino también informar, interesar y hacer participar al público en las varias actividades del Grupo Social y hay dos clases de públicos que les debe interesar: los públicos especiales y el público en

general.

Los públicos especiales incluyen a los dirigentes cívicos locales, los funcionarios de gobierno, las organizaciones cívicas y las organizaciones similares de trabajo social. El público en general se compone de todos los miembros de la comunidad y que son informados por los líderes de opinión, que son los que deben comprender los objetivos y los logros de la Organización Social. La imagen de un Grupo Social, se puede resumir en dos conceptos:

* La imagen es la impresión de sí mismo que cada Grupo Social procura causar a través de sus comunicaciones en general.

* Su imagen es lo que los diferentes grupos - el público, los medios informativos, los líderes de la comunidad y sus componentes - piensan realmente de la organización del Grupo Social.

Con estos dos conceptos, se determina que lo importante no es solamente "lo que el Grupo dice" y "como lo dice", sino también que las personas con las que se relaciona y se está comunicando, comprendan y crean lo "que se dice". ■

Sergio Wieler
Administrador de
Empresas
Docente de la UPSA.



La novela de la escritura y el recuerdo

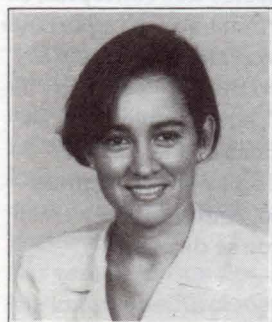
...El hombre en Urzajasti tiene conciencia del mestizaje cultural, se da cuenta de su ambigüedad. Es un sujeto con conciencia de su temporalidad.

Jesús Urzagásti, nació en la Provincia del Gran Chaco en 1941. Sus primeras publicaciones fueron de poesía, algunas de las que han sido recogidas en antologías latinoamericanas (Antología de la Poesía viva Latinoamericana, de Aldo Pellegrini; Historia Universal de la Literatura de Ramón D. Perés.) En 1969 publicó en Buenos Aires, su primera novela: Tirinea (Sudamericana Col. El Espejo.) novela por la que obtuvo la beca Guggenheim. En 1972, publicó Cuadernos de Lilino, textos de poesía; de 1977 es Yerubia, libro también dedicado a la poesía., El País del Silencio, segunda novela publicada en Bolivia, es de 1987. Su última obra es De la Ventana al Parque, editada en febrero del presente año, un pequeño libro de relatos que continúa con la línea inaugurada con Tirinea. Sabemos por el propio autor, que algunas de sus obras quedaron sin terminar y por consiguiente sin publicar, por su propia voluntad; algunos fragmentos han permanecido enterrados en una quebrada de su zona de origen; como un símbolo de su iniciación en la poesía, enterró los versos que le fueron

dictados en un sueño, en 1958, estando en la ciudad de Salta (1). La presencia de la actividad onírica como proceso de iniciación y la imagen de la tierra donde es enterrado el poema, (relacionado con la aldea natal), son objeto y sustento de toda su práctica literaria. La narrativa, por otro lado, se nutre de las tradiciones rurales, intención que se observa sobre todo en la segunda novela. Veremos también que junto con su preocupación por intercalar los discursos netamente narrativos, y los "reflexivos" estos elementos van construyendo una "tradición" en el propio escritor, tradición literaria que relaciona sus tres obras de relatos, conformando una suerte de trilogía. Los signos de intertextualidad entre las distintas obras y sus personajes comunes, son características de la obra narrativa de Urzagásti. El paisaje, como ya dijimos, no constituye más en éste u otros autores de la época, un objeto central. (No por lo menos a la manera costumbrista). De acuerdo a lo declarado por el autor, (2) no lo incluimos en ninguna escuela literaria, aunque Rivera-Rodas lo incluye en la llamada promoción de la

"Nueva Narrativa Boliviana" de fines del 60. En principio consideramos que la realidad nombrada por este autor no corresponde a la tradicionalmente conocida, aunque ésta hubiera sido objeto de atención a partir de la guerra del Chaco (1932-1935). Le cabe entonces "inventar" esta geografía a través de su escritura, recrear a partir del "recuerdo", la aldea desde donde se conoce el mundo y se inicia el recorrido de la literatura. Por eso se hace necesario nombrar una y otra vez, desde distintos ángulos, a través de distintas voces, la tierra y el hombre del Chaco, hasta completar el sentido. Esta reiteración que se acerca al barroquismo del que habla Carpentier (3), en lugar de cargar el discurso, permite que lo nombrado adquiera contornos identificables. Por otra parte estos relatos no sólo "cuentan" historias sino que evocan aquello que supera la anécdota: sanciones, sentimientos y todo lo que remite a la existencia del narrador moderno, en la tensión de escribir y de vivir. Urzagásti alterna los relatos que se refieren a la provincia del Gran Chaco (centro

Claudia Bowles
Lic. en Literatura
Docente de la UPSA.



del mundo) con otros de contexto urbano. En la década del 60 su itinerario lo lleva a la ciudad de La Paz, compleja y atractiva capital que hasta hoy lo alberga como habitante. Allí se desempeña en calidad de periodista en el diario "Presencia". Tanto en En el país del silencio como en De la ventana al parque la ciudad de La Paz es el marco de la escritura. Se intercalan entonces los recuerdos con lo inmediato y lo que llamamos reflexiones; el discurso de las tradiciones (discurso oral aprendido escuchando a curanderos, brujos y nativos) (4), se combina con las tradiciones aprendidas en la zona andina. Esta recuperación del lenguaje de los mitos y de la palabra de la tradición, intenta construir una memoria colectiva, volver a las raíces con la mirada urbana, descubrir el sustrato de lo pasado en el ámbito de lo moderno. Cuando decimos "tradición" hablamos también de lo oculto, de lo nocturno, del pasado ancestral que en Urzagasti se homologa a la voz del inconciente y que se manifiesta a través de los sueños.

Esta vuelta a las tradiciones más que retorno es una reconstrucción del andamiaje de una cultura que

incorpora elementos de diverso origen en un esfuerzo por elaborar una estructura literaria que abarque la multiplicidad de voces que hablan en el narrador boliviano: lo oral/ escrito, lo rural/urbano, lo andino/chaqueño.

Consideramos que la práctica literaria del autor, al incorporar el universo de las tradiciones, puede prescindir de la descripción de los contextos al estilo naturalista, universalizando así su discurso. Se rompe la dependencia del "medio" como determinante del significado de las acciones de los sujetos; la relación del sujeto con el mundo en Urzagasti, no está mediatizada por el ambiente o la raza a la manera de la novela indigenista: el hombre en Urzagasti tiene conciencia del mestizaje cultural, se da cuenta de su ambigüedad. Es un sujeto con conciencia de su temporalidad. Las dos primeras novelas presentan destinos no contruidos de antemano, sino que se van configurando a medida que el relato se escribe. Será en la última novela que encontraremos un estado de cierta "plenitud". ▣

- 1) Urzagasti, Jesús: "Narrativa: del Campo a la Ciudad". Conferencia dictada en Montevideo. Uruguay 1991
- 2) Urzagasti, Jesús: "De día y de noche". Entrevista en la revista "Hipótesis", mayo 1977. Vol. I no. 3.
- 3) Carpentier, Alejo: "Tiempos y Diferencias". Universidad Nacional de México, 1964
- 4) Urzagasti, Jesús: Conferencia.

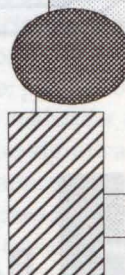
(*) EL PRESENTE FRAGMENTO PERTENECE A "LAS VOCES DE LA PINTURA" TRABAJO FINAL DE LA LICENCIATURA DE LETRAS MODERNAS FACULTAD DE FILOSOFIA Y HUMANIDADES UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA

MOIRA LTDA

Aserradero y Laminadora

Madera Aserrada y Laminada

Km. 3 1/2. Carretera al Norte
Telfs.: 427405 - 423058
Télex 4471 MOIRA BV.
Fax 422678 Casilla 557.
Santa Cruz de la Sierra - Bolivia



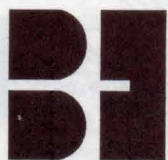
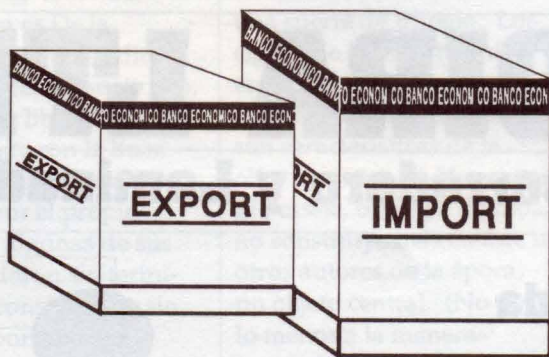
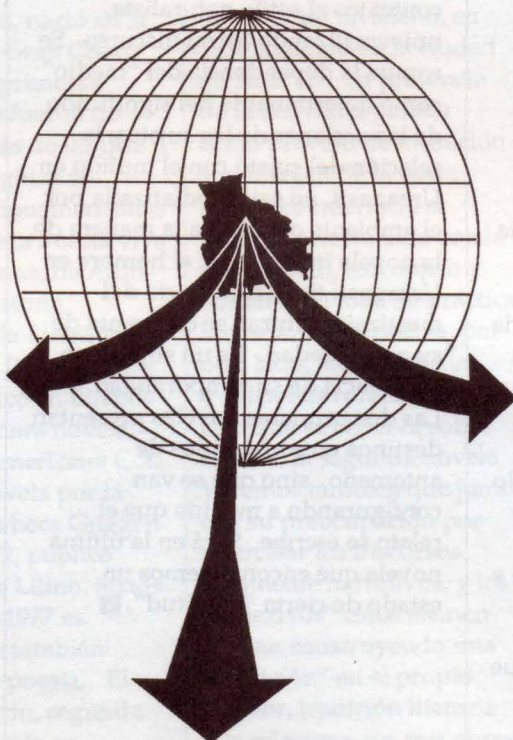
MARA, ROBLE Y CEDRO

EXPORTACIONES

UN MUNDO SIN FRONTERAS PARA SUS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR

Convierte sus operaciones de Comercio Exterior, en inversiones con futuro, utilizando líneas de crédito de importantes Bancas Internacionales.

Financiamos sus actividades de importación y exportación, ofreciéndole asesoramiento con un equipo competente, para asegurar éxito en sus negocios, permitiéndole crecer, fortalecer y consolidarse.



BANCO ECONOMICO
conveniencia mutua

©ABRAHAM

El carnaval cruceño: un estudio en busca de un autor

Se debe tratar de establecer si la fiesta grande de los cruceños puede ser clasificada dentro del grupo del carnaval carioca, el rioplatense o el andino, o por el contrario necesita una clasificación especial.

Una de las manifestaciones más importantes de la cultura cruceña es, sin lugar a dudas, el carnaval al que se ha bautizado, precisamente para afirmar esta importancia, como la *fiesta grande* de los cruceños. Sin embargo, aunque es un tema del que mucho se habla y del que opinan moros y cristianos, está esperando un estudio que determine la verdadera dimensión de este hecho y su evolución histórica, así como su futuro dentro de una sociedad tan dinámica como la que nos ha tocado vivir.

A la hora de encarar el estudio del carnaval dentro del contexto de la sociedad cruceña se hace necesario tener en cuenta los siguientes factores para una mejor comprensión de la problemática.

1. Una de las características más importantes de la cultura es su *dinamicidad*. En otras palabras, al ser la cultura un instrumento creado por el hombre para su mejor adaptación al medio natural y al medio social, al cambiar las circunstancias que rodean al hombre, la cultura posee una gran capacidad de cambio. Cuando estos cambios se dan dentro de la

misma cultura sin influencias externas, estamos hablando de *innovaciones*, que pueden ser de *descubrimientos* y de *invención*; en cambio, cuando son producidos por influencias procedentes de otra cultura estamos ante un *fenómeno de aculturación*.

2. Ya sea por medio de *innovaciones* o de *procesos de aculturación* los fenómenos culturales se nos presentan como permanentemente dinámicos. Por tanto, todo fenómeno cultural implica un cambio permanente, más o menos perceptible, de acuerdo a las circunstancias y al tipo de fenómeno que se trate. Así, pues, todo fenómeno cultural está conformado por una parte que puede ser considerada *inmutable* que tiene *cualidades o accidentes*. Lo *inmutable* vendría a ser lo *sustancial*, lo que está debajo de una serie de *cualidades o accidentes*. Mientras las *cualidades o accidentes* cambian de acuerdo a las circunstancias de cada etapa histórica, la *sustancia* permanece; por tanto, un cambio de *cualidades o accidentes* no significa necesariamente que la sustancia pase a ser otra cosa, mientras que un cambio de *sustancia* - algo

excepcional - es un *cambio a otra sustancia*.

3. El carnaval es un fenómeno cultural de origen greco-latino que recibió el impacto de la influencia del Cristianismo al ser incorporado a la cultura medieval europea. En este *proceso de aculturación* el carnaval no se despojó de todos sus elementos "paganos"; es más, se produjo un *sincretismo* que de una forma u otra se conserva hasta nuestros días.

4. Formando parte del bagaje cultural español el carnaval llegó al Nuevo Mundo y se fue incorporando a la cultura americana sufriendo un *proceso de aculturación* que poco a poco lo convirtió en un fenómeno cultural mestizo: incorpora elementos propios de la cultura americana con más o menos intensidad de acuerdo a las diferentes regiones; deja de lado algunas características que son típicamente europeas por que no se adaptan a la nueva realidad o no son del gusto de los americanos; y, finalmente, surgen nuevos elementos fruto de la nueva estética y de otra forma de encarar la vida.

Alcides Parejas
Dr. en Filosofía y Letras
Historiador cruceño
Docente universitario
de la Universidad Privada
de Santa Cruz de la
Sierra.



5. Al ser el carnaval un fenómeno de origen europeo se hace necesario conocer sus raíces para poder comprenderlo en su verdadera dimensión. Este conocimiento servirá asimismo para hacerle un adecuado seguimiento al *proceso de aculturación*.

6. El carnaval se presenta como un *fenómeno urbano*; su irrupción en el medio rural es tardía.

7. Finalmente, el estudio del carnaval cruceño no debe hacerse en forma aislada: se debe hacer un ensayo de definición y ver su inserción dentro del contexto del carnaval sudamericano. En otras palabras, se debe tratar de establecer si la *fiesta grande* de los cruceños puede ser clasificada dentro del grupo del carnaval carioca, el rioplatense o el andino, o por el contrario necesita una clasificación especial.

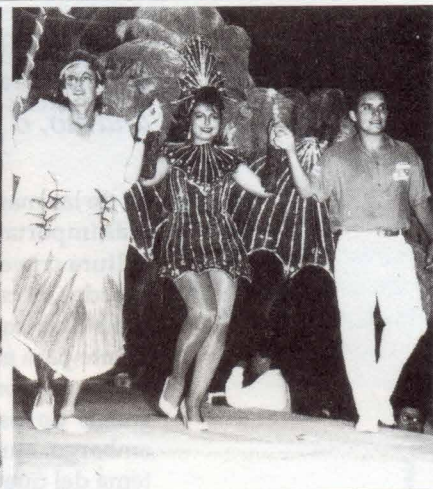
Las fuentes para la realización de este trabajo son de tres tipos:

escritas, orales, visuales y audiovisuales.

* Fuentes escritas. Mientras para el período colonial y el siglo XIX son poco abundantes, se multiplican



siglo XX la principal fuente de información la constituyen los protagonistas del hecho. Por tanto, se hace necesario la organización de un *archivo oral* por medio de



para el siglo XX. La principal fuente de información son las publicaciones periódicas.

* Fuentes orales. Para la etapa carnalera que corresponde al

entrevistas grabadas magnetofónicamente.

* Fuentes visuales y audiovisuales. Esta información se complementa con fotografías y otro material audiovisual. ☑

Carrera de: **CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL**

Profesional capacitado para investigar, planificar y evaluar la comunicación. Manejo del lenguaje oral, escrito y audiovisual. Producción de mensajes para medios masivos y no masivos.

Grado Académico:
Lic. en Comunicación Social

Recursos de la Carrera Campo de Trabajo

Docentes capacitados	Producción T.V. Radio
Talleres de fotografía	Periodismo. Publicidad,
Talleres de diagramación	Propaganda. Relaciones
Asesoría en elaboración de tesis	Públicas. Docencia e Investigación.
Laboratorio de Radio, TV y prensa	

Decreto Supremo 23157
Títulos en Provisión Nacional

Calle España 269. Campus UPSA. Av. Paraguará y 4to Anillo
Telf 348487-348937-348875 Fax 352050. Casilla 2944
Santa Cruz - Bolivia



Excelencia en Universidad

Caracterización de la prensa diaria de Santa Cruz (*)

La prensa diaria de nuestro medio pareciera estar todo el tiempo junto al status quo y pocas veces orientada hacia una verdadera transformación de la sociedad local y nacional.

Si bien entre los estudios de prensa el análisis hemerográfico aun recibe la adhesión de muchos y también la crítica de otros, análisis de este tipo son útiles en casos como el nuestro, ocupados en establecer una aproximación y evaluar la situación del periodismo cruceño actual.

La prensa diaria de Santa Cruz no había sido estudiada siguiendo criterios de sistematicidad científica a fin de ofrecer una visión general y, comparativa, para auscultar sus semejanzas o diferencias más acusadas.

De ahí que nuestra propuesta de estudio fue examinar la prensa diaria de Santa Cruz de la Sierra (en los tres únicos diarios del departamento) siguiendo la metodología aportada por J. Kayser, J.M. Casasús y otros, a fin de dar respuesta a tres aspectos u objetivos, señalados en sus alcances y logros a continuación.

1. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LA MORFOLOGÍA

Se efectuó un examen del contenido manifiesto de los diarios con el objetivo de conocer sus elementos estructurales más característicos, sus géneros

más abundantes, sus fuentes informativas, las materias incluídas, la procedencia de sus textos. Los periódicos cruceños se encuentran compuestos en más de un tercio por textos, seguidos ligeramente por elementos de ilustración y por último de títulos entre los elementos estructurales. La mayor porción del contenido impreso de los periódicos de Santa Cruz, la ocupa la parte periódística, en tanto la publicidad cubre hasta un cuarto la superficie impresa en dos de estos diarios.

Los géneros periodísticos más destacados en la prensa cruceña son los pertenecientes al periodismo informativo (superior a la mitad del espacio de redacción), en especial la noticia que cubre un tercio de este contenido. Se advierte en este mismo periodismo de corte informativo, la ausencia de variedad en cuanto a géneros -nada abundantes comparativamente- como la entrevista y la crónica.

Entre los géneros de opinión, el más frecuente es el comentario, mientras son casi inexistentes el ensayo, artículo y la crítica. A diferencia de lo anterior, el llamado género ameno, que reúne elementos diversos

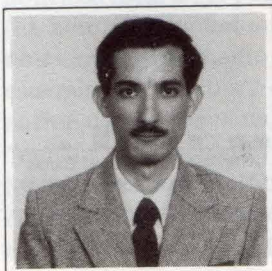
de entretenimiento acapara buena porción del periódico cruceño, en especial en los suplementos (sociales, humorístico, guía de televisión).

Las fuentes informativas más usuales constituyen los trabajos periodísticos anónimos de la Redacción (más de un tercio del total), luego los despachos de agencias extranjeras (espacio apenas inferior a los anteriores), dato que demuestra el significativo espacio concedido a mensajes de origen extranjero que superan notablemente a las restantes fuentes de información de nuestros diarios. Alguna significación particular tienen, no obstante, las notas de colaboradores locales en alguno de ellos (EL DIA). Menos significativas en el contexto son las materias culturales, femeninas, infantiles, temas de narcotráfico, administración y judiciales, en tanto los asuntos educativos, universitarios, juveniles, laborales, sobre servicios públicos entre otros, reciben un espacio reducido en nuestra prensa diaria.

La procedencia de los mensajes de los periódicos cruceños en conjunto, es local, en tanto las de origen



Lic. Rolando Parejas E.
Graduado de la Carrera
Comunicación Social de
la UPSA.
Docente Universitario



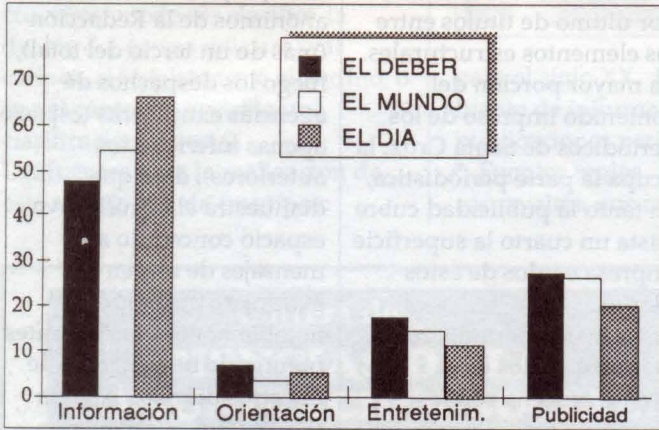
PORCENTAJE SEGUN EL ORIGEN DE LOS MENSAJES EN LA SUPERFICIE DE REDACCION



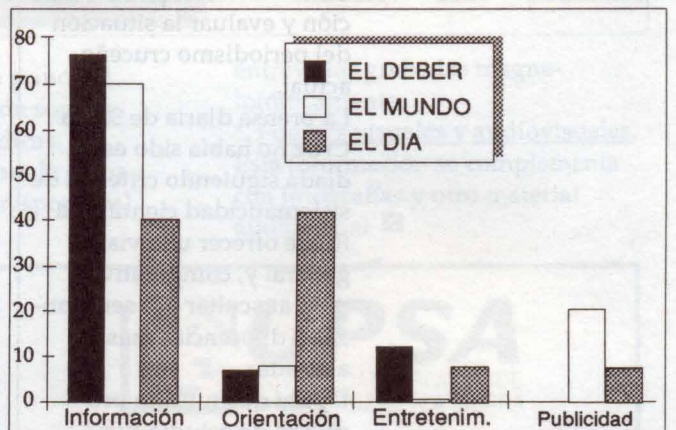
PORCENTAJE SEGUN EL ORIGEN DE LOS MENSAJES DE LA SECCION CULTURAL



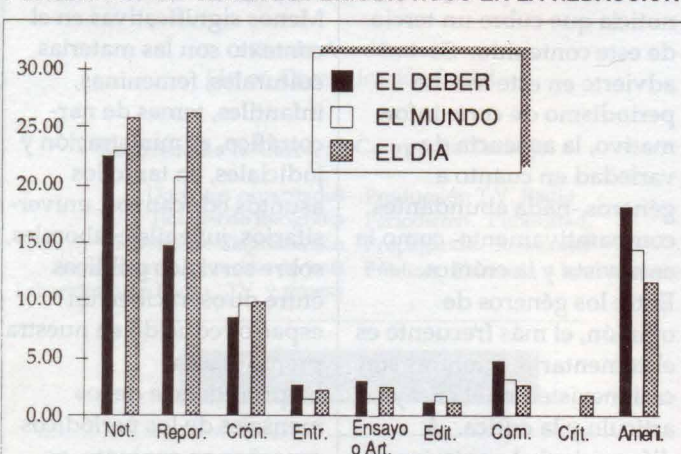
PORCENTAJE SEGUN EL MOVIL DEL EMISOR O FUNCION DE COMUNICACION Y PUBLICIDAD



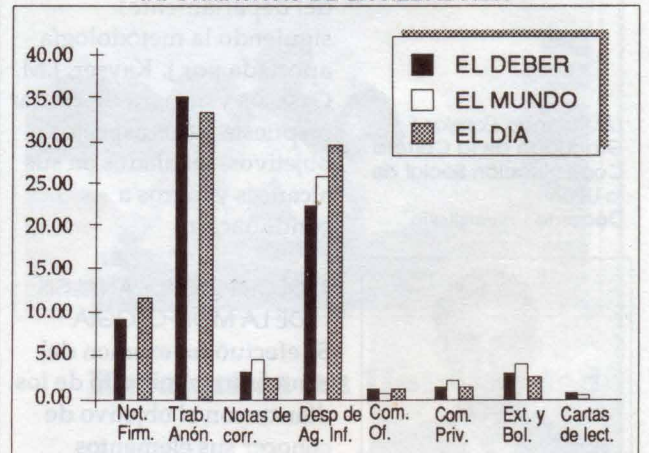
PORCENTAJE SEGUN EL MOVIL DEL EMISOR O FUNCION DE COMUNICACION Y PUBLIC. SEC. CULTURAL



PORCENTAJE DE GENEROS PERIODISTICOS EN LA REDACCION



PORCENTAJE DE FUENTES INFORMATIVAS DE LA REDACCION



extranjero ocupan en algún caso hasta un tercio (EL MUNDO, EL DIA) o un cuarto del espacio periodístico (EL DEBER). Los mensajes de origen nacional son notablemente inferiores (menos de la mitad de los extranjeros), lo cual indica la tendencia a valorizar los mensajes foráneos antes que los nacionales.

2. LA CULTURA EN LA PRENSA CRUCEÑA

¿Cuál es la función de la prensa cruceña en relación a la cultura? Los diarios locales asumen una actitud práctica respecto a la cultura y circunscriben a un espacio fijo y regular el contenido de este género, bajo el rótulo de "cultural". Con pocas variantes interpretan por cultura las expresiones artísticas tradicionales y variadas actividades (video, espectáculos, educación, amenidades y otros). En sentido amplio, la cultura desborda obviamente estas secciones y se esparce en el resto del periódico. El contenido cultural en los diarios cubre un espacio reducido respecto al total: algo más de 4% (EL DIA, EL DEBER) y menos del 3% (EL MUNDO).

En su interpretación de lo cultural, la concepción difiere de uno a otro diario: esencialmente informativa (EL DEBER), en absoluto informativa con estrictos criterios de valor noticioso (la cultura como noticia: EL MUNDO) y sobre todo formativa o de orientación, junto a lo informativo (EL DIA).

La apertura en los tres diarios varía en correspondencia con esta concepción: sólo información noticiosa local en la página diaria (EL DEBER) y comentarios y otras notas en el suplemento semanal en este mismo: apertura a lo local, nacional e internacional en tanto "noticia" o espectáculo (EL MUNDO); apertura local y excepcionalmente de procedencia o temática internacional (EL DIA).

El periodismo como reflejo de la cultura de masas, debe presentar entre sus propósitos y fines el cuadro de actividades de los hechos y productos culturales, tanto de la cultura material como de la espiritual. Esta condición o atributo de la creatividad impedirá la uniformidad de los medios de prensa ("todos los periódicos publican lo mismo") y supone un espacio ilimitado para la libertad del espíritu en la visión humana personal, subjetiva e íntima de los

periodista del área.

3. HACIA LA CARACTERIZACION DEL PERIODISMO CRUCEÑO ACTUAL

Nuestro periodismo otorga importancia a los valores informativos objetivos o con presunción de objetividad, tanto en el género noticioso como en el reportaje objetivo y la crónica. Deficiencias de nuestro periodismo, son -se advierte- la falta de variedad y riqueza, de profundidad y estilo (caso del reportaje profundo, la



acontecimientos cotidianos. Una orientación enriquecedora de la prensa en medio de la vorágine informativa.

La prensa y nuestra sociedad, vive sin embargo una creciente valoración de lo informativo, concepción al parecer dominante entre los directivos de los medios. En el caso del periodismo cultural, las expectativas de los responsables de la sección no se hallan del todo satisfechas (trato de menor remuneración económica o tiempo compartido con otras actividades), lo cual incide inevitablemente en un tratamiento diferenciado respecto a la cultura y a la labor del

entrevista creativa, la crónica...) a diferencia del valor otorgado a un género, el informativo-noticioso, que acapara virtualmente la máxima atención de la prensa diaria.

Este examen, de carácter cuantitativo de los medios de prensa, al menos nos ofrece una certeza, tal vez obvia a simple vista pero que ahora resulta de la comprobación: nuestros diarios desarrollan básicamente el periodismo informativo como principal función, con abundante contenido y valoración además del entretenimiento o recreación. El periodismo de

opinión no ocupa todavía el espacio suficiente o, dicho de otro modo, tiene un lugar muy secundario en nuestros diarios.

El diario cruceño en general tiene poco de periodismo creativo, de cuestiones de estilo en la presentación de textos tanto informativos como de otros géneros.

En el área informativa, la entrevista es reducida y la noticia de interés humano es un subgénero inexistente. Por el lado de la creatividad y variedad de estilo, esta es una falta muy notoria. Pero lo es más la ausencia de opinión en cuanto este espacio se halla habitualmente librado a la voluntad de colaboradores independientes y no así a periodistas de la Redacción de los medios.

La notoria ausencia y deficiencia de opinión -excepto claro está el espacio editorial y unas pocas columnas elaboradas en la Redacción del diario cruceño-, demuestra una postura no moderada sino especialmente condescendiente y conformista. La prensa diaria de nuestro medio pareciera estar todo el tiempo junto al statu quo y pocas veces orientada hacia una verdadera transformación de la sociedad local y nacional. Cabe en este aspecto plantearnos el cuestionamiento siguiente, de no fácil explicación: ¿Tenemos hoy la prensa que Santa Cruz se merece en términos de nivel cultural, de aspiraciones o de necesidades de desarrollo integral de la sociedad? La prensa cruceña en conjunto, con leves variantes entre uno y otro diario, es conservadora en la práctica según el examen de sus funciones manifiestas, conforme a la ideología dominante de la sociedad cruceña. Esta ideología se define, entre otros rasgos, poco

partidaria de la función crítica (de ahí en parte la ausencia de opinión), de "aire festivo" y amiga de exaltar los acontecimientos sociales ("la cultura de la exhibición" del "cruceño") que la prensa refleja y promueve sin actitud crítica, ocupada de enaltecer los modelos sociales de poder económico y posición social, antes que otros. Junto a ello, la situación de dominación impuesta en la práctica por los poderes económicos y políticos en nuestro medio, constriñe a la

necesidades y tareas comunes al desarrollo integral de la sociedad y la comunidad. Una comprensión profunda de esta responsabilidad y labor, repercutirá sin duda en una actitud más abierta, eficaz y consciente del tratamiento periodístico, la presentación de sus materiales en el periódico, junto a una definida política editorial.

En términos de aspiraciones y de funciones, la prensa debe ser gestora del cambio y del desarrollo integral de la sociedad en su papel

PORCENTAJE SEGUN EL ORIGEN DE LOS MENSAJES EN LA SUPERFICIE DE REDACCION

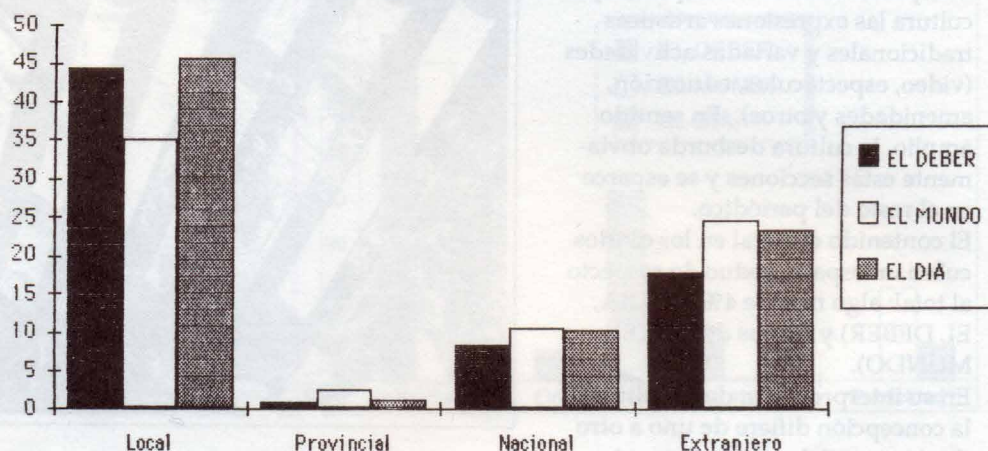


GRAFICO 3: PORCENTAJE DE LA SUPERFICIE REDACCIONAL SEGUN EL ORIGEN DE LOS MENSAJES

prensa (como empresa periodística dependiente del soporte comercial) a una actitud virtualmente condescendiente con las estructuras de poder, y con ello a la renuncia de ejercer su función orientadora y fiscalizadora de la sociedad nacional y la comunidad local. La prensa actual, sin llegar a ser excesivamente exigentes con su independencia absoluta -cosa imposible- de unas ideas o determinadas corrientes del pensamiento -legítimas además por tradición a todo órgano de prensa-, debe asumir, creemos, su rol esencial de informadora y orientadora de las

orientador del diálogo social. Nuestra prensa actual, sin embargo, según el presente estudio no llena aun estas expectativas, no cumple sino en parte su función. ▣

(*) El presente artículo constituye un resumen del análisis y conclusiones del Trabajo Final de Grado titulado: "Diagnóstico de Eficacia de la Prensa Diaria de Santa Cruz en la actualidad", presentado por Rolando Parejas en la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra. Santa Cruz. Junio de 1992.

La propaganda política televisiva y el voto electoral (*)

Las campañas políticas televisivas... se caracterizaron por su espectacularidad en cuanto al uso y presentación de la imagen, confundiendo con la publicidad comercial en cuanto a las formas y procedimientos de planificación diseño y ejecución.

Objetivos de la investigación:

- Caracterizar estructural, estilística e ideológicamente los mensajes televisivos de la propaganda política difundida durante las elecciones de 1989.
- Establecer el comportamiento de la población cruceña frente a los elementos que intervinieron para determinar su preferencia electoral.

Para el primer objetivo se utilizó los recursos para el análisis de Mensajes, propuesto por Daniel Prieto Castillo y para el segundo objetivo se aplicó dos encuestas (antes y después de las elecciones) a una muestra poblacional en tres barrios de Santa Cruz.

Las principales conclusiones son las siguientes:

- La campaña política de los tres principales partidos políticos (ADN, MNR, MIR), que participaron en las elecciones de 1989, se caracterizó por el uso predominante de los medios de comunicación masiva, entre los que sobresale la TV.
- Si bien los recursos económicos de los partidos

estuvieron destinados a financiar la campaña propagandística televisiva - pues todos reconocen el poder de la imagen para tratar de cambiar y orientar opiniones y actitudes- la radio sigue siendo un medio muy utilizado, especialmente por los sectores mayoritarios de la población, para informarse y en este caso, para exponerse a los mensajes políticos, aunque esto no quiere decir precisamente que la radio fue la que influyó más en la preferencia del voto.

LA PROPAGANDA POLITICA

- Las campañas televisivas de los tres partidos se caracterizaron por su espectacularidad en cuanto al uso y presentación de la imagen, confundiendo con la publicidad comercial en cuanto a las formas y procedimientos de planificación diseño y ejecución.
- Las tres campañas responden al tipo de propaganda denominada propaganda de indoctrinación, expansión y recluta que surge y se desarrolla por la rivalidad de los partidos y cuya principal orientación ha sido lograr la conversión del electorado mediante la ejecución de estrategias persuasivas.

- También se destaca bastante el uso de la contra-propaganda. Se ha tratado de atacar los puntos débiles del otro, denunciar sofismas y desviaciones de la verdad histórica y por supuesto ridiculizar al enemigo.
- Todos los partidos han puesto hincapié en la imagen del candidato, pero más aún el MNR con los spots biografía I, II, III, donde se muestra lo que Hugo Jaime (1) llama un "Candidato Dirigente Real".
- Se evidencia que los mensajes del MNR presentan un estilo nuevo en el arte de hacer propaganda. por el contrario ADN y MIR presentan propagandas clásicas.
- El MNR ha sido el partido que ha emitido mayor cantidad de spots seguido de ADN y por último del MIR.
- ADN y el MNR presentan a un candidato caudillo, sin embargo el MIR se presenta como partido integrado por líderes capaces que tienen mayor participación.
- La propaganda política ha sido enfocada unilateralmente, es decir ha presentado argumentos desde el punto de vista únicamente de quien ha emitido los mensajes. Es lo que Prieto Castillo llama

Lic. Liliana Tobía de Handa
Graduada en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra.



oposición. Sin embargo y según la teoría de Monzón Arribas la propaganda política que presenta argumentos bilaterales es más eficaz que la argumentación unilateral.

- El contenido de los mensajes del MNR ha sido racional mientras que los mensajes de ADN y del MIR son más emocionales. Por ejemplo, de Bánzer se muestra una imagen paternalista a través de los términos amor y experiencia, y el MIR muestra un discurso donde promulga valores y reacciones sentimentales. Se predica que el MIR es un partido de pobres, de los desocupados, de los que sufren, se toma a los electores como amigos personales, se les llama hermano, compañero.

Dado que las propagandas de ADN y MIR gustaron más, se comprueba la teoría de Mc Quail referida al mensaje, que afirma que los mensajes de tipo emocional producen mayores incentivos al receptor y lo predispone a las condiciones deseadas.

- El discurso de los tres partidos ha sido complementario, se han presentado como organizaciones que tienen las soluciones ideales y únicas para los problemas del país.

- Entre los recursos estilísticos más utilizados se observa que la personalización y la inclusión han sido empleadas sobre todo en el discurso de ADN, la hipérbole en el discurso del MNR y la metáfora en el discurso del MIR.

- Sánchez de Lozada se presenta en mensajes de puro objeto, en los **ataques** a los otros candidatos y en la serie "Más Fuentes de Trabajo", ambas categorías junto a la formación de su imagen son la columna vertebral de la campaña. Bánzer Suárez se presenta en mensajes de puro objeto para **responder** a los ataques del MNR y para **explicar** algunos temas. Paz Zamora se presenta en puro objeto también cuando **ataca** a los contrincantes.

Se podría concluir que en la campaña propagandística los mensajes considerados como más importantes, los presenta el candidato en puro objeto. (medio cuerpo, de cara al público)

- La campaña propagandística del MNR se caracterizó por el uso valorativo del lenguaje, la predicación de un candidato serio y capaz para resolver los problemas del

presenta a un candidato serio, capaz y cruceño.

El discurso de este partido tiene una referencialidad distorsionante, los mensajes están orientados a persuadir o cambiar actitudes, pero en ningún momento a informar.

Los resultados en favor de esta tienda política contradicen la teoría de Mc Quail (2) quien sostiene que la campaña política es más eficaz



país. Si bien es la campaña más informativa, basada en argumentos lógicos y racionales e incluso utiliza datos estadísticos, no alcanza a tener un grado de referencialidad alto. Además es la campaña que menos ha gustado al receptor por su carácter agresivo hacia los opositores. Se estructura en la promesa de crear nuevas fuentes de trabajo y presentar a su candidato como el hombre más capaz entre todos.

- La campaña propagandística de ADN se caracteriza por el uso apelativo y valorativo del lenguaje, como también por el recurso expresivo.

ADN estructuró su propaganda en base a la experiencia del candidato y en la promesa de bienestar. Se

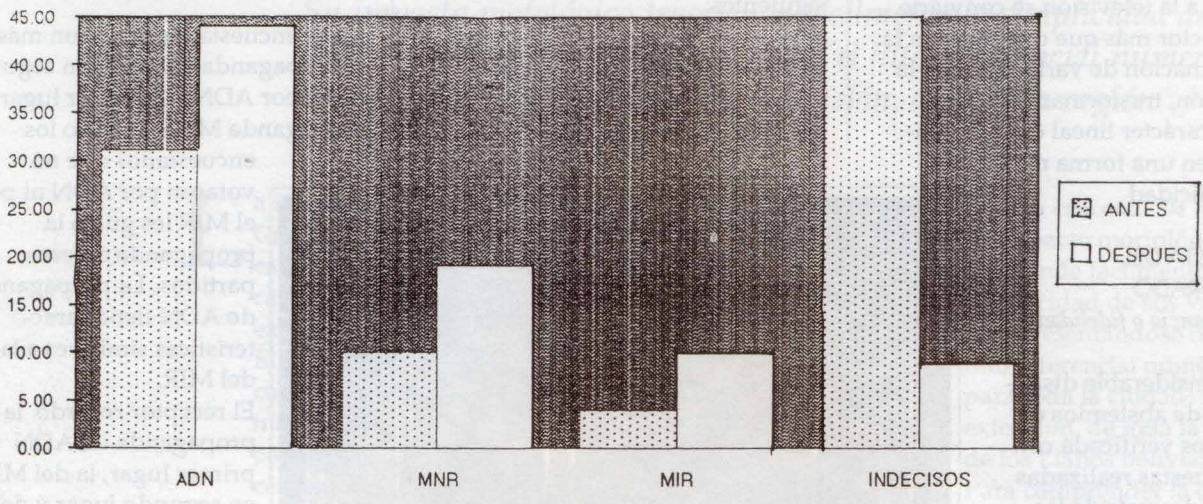
cuando está destinada a informar y no a cambiar actitudes.

La campaña política de ADN ha sido poco informativa, sin embargo es el partido que ganó en Santa Cruz, esto nos lleva a observar que los formatos teatralizados tradicionalistas, los spots musicales, el estilo clientilístico con ofrecimientos a cambio del voto, un candidato cruceño, paternalista, entre bueno y autoritario, sería el tipo de campaña que logra llegar con mejores resultados a la población de Santa Cruz.

- El MIR utilizó sobre todo el uso valorativo del lenguaje en una apelación al sentimiento del receptor, tratando de motivar al auditorio. El candidato mirista

Basilica Menor de San Lorenzo

CUADRO COMPARATIVO ENTRE LA PRIMERA INTENCION DE VOTO Y EL VOTO FINAL



FUENTE : ELABORACION PROPIA

ANALISIS CUANTITATIVO DE LA PROPAGANDA POLITICA TELEVISIVA			
PARTIDOS	MNR	MIR	ADN
CATEGORIAS		9	4
No. DE SPOTS		78	44
PROM.TIEMPO SEG.		45.78	41.4
TOTAL TIEMPO HRS.	1 Hra. 3 Seg.	12 Min. 53 Seg.	30 Min.
TOTAL SEGUNDOS		3.578	1.822

acompaña el lenguaje oral con el gestual y Kinésico, se puede afirmar que hasta llega a la exageración. Muestra también una imagen inmejorable del candidato que gracias a la televisión se convierte en un actor más que compite con la programación de variedades de la televisión, trasformando el tradicional carácter lineal de la propaganda en una forma más de publicidad

RESPUESTA DEL ELECTORADO

Discrepancia o fidelidad del voto.

- La considerable disminución de abstemios e indecisos verificada con las encuestas realizadas antes y después de las elecciones, nos muestra que la propaganda política televisiva tiene un efecto de reforzamiento en las actitudes preexistentes. Es decir, que el elector cruceño, inicialmente indeciso y abstemio, decidió optar por el candidato que de alguna manera y de acuerdo a las características de la campaña, se identifica con su forma de vida, su región y sus valores, Lo que significa que el individuo sin ser un militante elige la posibilidad menos arriesgada, que por una parte responde a sus necesidades y por otra asegura el mantenimiento de sus normas y valores. No hay sin embargo un efecto de conversión, es decir que el elector no cambió (en un porcentaje significativo) de un candidato a otro. Por el contrario se puede observar que en Santa Cruz hay fidelidad de voto, incluso con elecciones pasadas. Este fenómeno contrasta con otras regiones del país donde el viraje de voto de una elección a otra es muy notorio. La disminución de abstemios también nos muestra que hay un efecto de polarización hacia algún partido

político.

- Los elementos que intervinieron en la conducta electoral de la población cruceña de acuerdo a nuestra investigación serían los siguientes:

a). La existencia y difusión televisiva de campañas propagandísticas ante las cuales se expone el



elector para conocer el tipo de candidato que presenta cada partido. Se verifica que los partidos que hicieron considerable uso de la televisión fueron los preferidos. No ocurre lo mismo con partidos que utilizaron poco o nada la televisión en sus fines electoralistas.

b). La existencia de un tipo de propaganda que se basa en los valores compartidos de la región, aludiendo a las expectativas del electorado, de una forma verosímil utilizando lenguaje explicativo y haciendo uso del recurso de la personalización e inclusión.

c). La proyección de una imagen paternalista del candidato, con conocimiento para tratar los temas nacionales (este último ha sido el factor que más influyó en el cambio de candidato)

d). La opinión del padre de familia

quien ejerce considerable influencia tanto en la esposa como en los hijos. Evidenciándose de este modo la formación y fuerza de los líderes de opinión en la sociedad.

- Los encuestados gustaron más de la propaganda del MIR ,en segundo lugar por ADN y en tercer lugar la propaganda MNR ,incluso los encuestados que no votaron por ADN ni por el MIR les gustó la propaganda de esos partidos. La propaganda de ADN tiene características similares a las del MIR. El receptor recordó la propaganda de ADN en primer lugar, la del MIR en segundo lugar y del MNR en tercer lugar. La propaganda del MNR fue bastante agresiva y esto al parecer provocó rechazo en gran parte de la población, por eso

tampoco la recordó con facilidad aunque en otros sectores minoritarios tuvo bastante aceptación. Es decir que independientemente a la actitud o preferencia política, las campañas llegaron a gustar debido al uso de otros factores no precisamente políticos ni ideológicos. Podemos hablar entonces del uso de recursos técnicos modernos por un lado y por otro, el rescate y proyección de los valores éticos de solidaridad y los valores vitales. ■

(1) HAIME Hugo: *Votando Imágenes*. Edit. Tesis. Buenos Aires. 1988.

(2) Mc. QUAIL, Dennis. *La influencia y los efectos de los medios masivos*, en GRAVER, Doris (Compiladora): *El Poder de los medios en la política*. Edit. Gel. Bs.As. (1986)

(*)Resumen de las conclusiones del Trabajo Final de Grado presentado por la Lilliana Tobía de Handal para obtener el grado de Licenciatura en Comunicación Social, en la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra.

Basílica Menor de San Lorenzo

Significados arquitectónicos del Hito Urbano N° 1

Su impacto morfológico trasciende fácilmente la simplicidad de sus volúmenes; presentándose como el hito referencial número uno para toda la ciudad, y por extensión, de toda la región de los Llanos bolivianos

La imagen urbana de Santa Cruz está fuertemente caracterizada por las edificaciones religiosas existentes en el área urbana. El cruceño común tiene como referencia visual inmediata de su calle o su barrio, a uno de los dos centenares de templos, capillas y oratorios existentes actualmente. Si consideramos a la arquitectura como la cultura manifestándose materialmente, y reconocemos a la imagen urbana como referencia fundamental en la definición de una identidad colectiva, veremos que, por su magnitud y naturaleza, la infraestructura religiosa de la ciudad se constituye en un sistema de hitos arquitectónicos o referencias urbanas de singular importancia.

Tal sistema de referencias presenta hoy una heterogeneidad y dinamismo que contrastan notablemente con la unidad y estabilidad que le caracterizó históricamente. La enorme diversidad confesional de las edificaciones religiosas cruceñas parece no corresponder a la realidad social-religiosa de la comunidad. Si bien no existen investigaciones que aporten datos objetivos sobre el grado de identificación religiosa de

los cruceños, es muy evidente que una abrumadora mayoría de ellos se considera miembro de la Iglesia Católica Romana, y en menor medida, de los cultos cristianos protestantes¹. Sin embargo, la presencia física urbana de éstos últimos ha alcanzado una dimensión superior a la Católica. Otras organizaciones religiosas no cristianas, no participan de manera relevante en la imagen urbana.

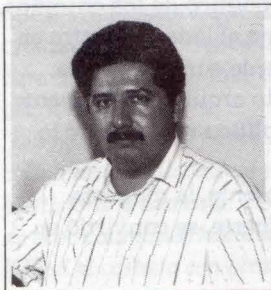
Dentro de este sistema de referencias, destaca particularmente la Basílica Menor de San Lorenzo, mejor conocida como Catedral. Su relevancia no se limita al simple reconocimiento de sus dimensiones o a las cualidades de su resolución morfológica-estructural, sino al importante rol que ha desempeñado en la definición de la estructuración histórica de la imagen

urbana cruceña. De hecho, su impacto morfológico trasciende fácilmente la simplicidad de sus volúmenes; presentándose como el hito referencial número uno para toda la ciudad, y por extensión, de toda la región de los Llanos bolivianos. Para comprender la dimensión del valor signico de la Basílica Menor de San Lorenzo, es necesario recorrer su tumultuada historia de casi cuatro siglos, tiempo en el cual se sucedieron cuatro diferentes edificios antes del actual. Por razones de espacio, dejaremos de lado los detalles arquitectónicos provistos por el rescate y revisión de referencias documentales de diversa índole, y nos limitaremos a describir el largo y penoso camino de la sede de los cristianos del oriente boliviano, comentando los significados implícitos de su morfología.

LAS CUATRO CATEDRALES COLONIALES: Ensayos de la pobreza Santa Cruz de la Sierra es desde 1981 sede de la Arquidiócesis del mismo nombre, y previamente, durante 370 años fué matriz—con un receso intermedio—de la Diócesis

1) Las estadísticas al respecto son algo contradictorias. Dependiendo de la fuente, el número de Católicos fluctúa entre 92,5% y 88%, el de Protestantes entre 2,3% y 7,5%, y el de otros cultos y no religiosos entre 5,2% y 4,5%. Ver: CELAM. *Hacia un Mapa Pastoral de América Latina*. Bogotá: 1986; y Mendoza, Nilson. *Guía Evangélica 1990*.

Arq. Victor Hugo Limpias
Master en Arquitectura
(Mención Historia y Teoría)
Jefe del Departamento
de Arquitectura
Universidad Privada de
Santa Cruz.



homónima. Sin, embargo, su histórica jerarquía eclesiástica que se inicia en la Colonia, no se manifestó en importantes edificios urbanos hasta bien entrada la República.

El sentido misional de la conquista española no fue sólo un pretexto para justificar la invasión y ocupación del Nuevo Mundo, sino que era la expresión auténtica de la cultura europea de la Contra-Reforma, que tuvo precisamente en España, a su principal baluarte. Efectivamente, desde el inicio del proceso, la Iglesia participó activamente en la ardua tarea de eliminar la extraordinaria variedad de religiones nativas, contribuyendo, a través de la evangelización forzada, a fortalecer la ocupación primero y la producción colonial después.²

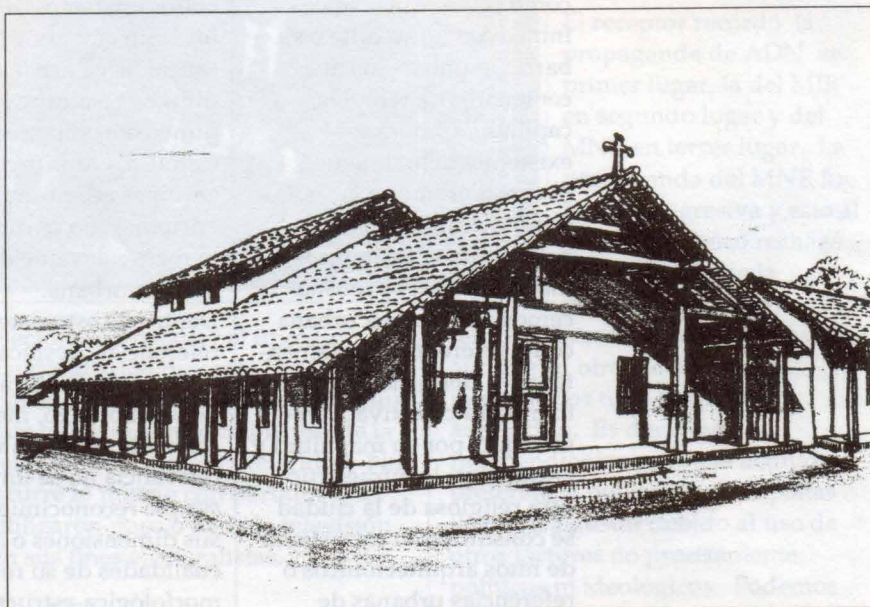
A lo largo de las colonias americanas, la importancia de la Iglesia se manifestó urbanísticamente en la privilegiada ubicación de la iglesia matriz en cada pueblo fundado por los conquistadores. Sobre el tema, Gutiérrez recuerda que:³

Las Leyes de Indias jerarquizan la ubicación urbana de la Iglesia Mayor, base de la parroquia inicial (Matriz) Indican su localización en la Plaza Mayor o de Armas y con carácter aparente es decir privilegiando su imagen arquitectónica dentro del conjunto (urbano).

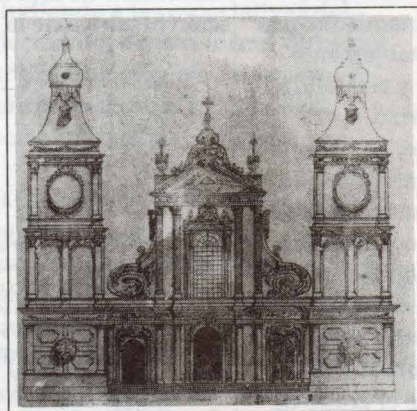
Aunque la mayor parte de éstas normas urbanas se aplicaron parcialmente en los llanos orientales, en lo que respecta a la ubica-

ción de la iglesia matriz y el cabildo, se siguieron al pie de la letra. Sabemos que el primer sacerdote designado para Santa Cruz de la Sierra (la Antigua, a orillas del Sutós), el mercedario Diego de Porres, construyó en la ciudad al menos una iglesia matriz y un convento durante la segunda mitad del Siglo XVI⁴ Al parecer existió también durante el mismo periodo un otro convento jesuíta.⁵ No conocemos descripciones de tales edificaciones; pero por el carácter de ciudad frontera, asumimos que debieron ser construcciones precarias como las que se

construyeron posteriormente. Lo mismo podemos decir de la primera iglesia de San Lorenzo el Real, ciudad fundada en 1590 como una prolongación de la misma Santa Cruz. Cuando se trasladó San Lorenzo al sitio que actualmente ocupa la ciudad en 1595, ya se había construido allí una iglesia para los soldados de la Fortaleza de la Punta de San Bartolomé, construida para proteger precisamente a la primera San Lorenzo de la contra-ofensiva indígena. Este templo se convirtió en 1605 en la primera catedral del Obispado.



En 1768 se inició la construcción de la cuarta catedral de San Lorenzo, bajo la dirección del sacristán mayor, Antonio Lombardo. El nuevo templo fue bendecido el 8 de Septiembre de 1771.



Proyecto original de Berres. 1839

Al lado de ésta primera catedral efectiva de Santa Cruz, se construyó el edificio del Cabildo y la Cárcel. De esta manera, las instituciones que ejercían el control espiritual y político de los cruceños, quedaron una al lado de la otra en el mismo frente sur de la plaza, manifestando arquitectónicamente la unidad político-religiosa de la Colonia.

Caprichosamente, la modesta capilla del Fuerte, se convirtió en

2) Gutiérrez, Ramón: *Arquitectura y Urbanismo de Iberoamérica*; Madrid: Catedra, 1984. pp.247.

3) Gutiérrez, *ibid.* pp.250.

4) A.G.I. Audiencia de Charcas, legajo 142. Citado de Parejas Moreno, Alcides. *Historia del Oriente Boliviano: S. XVI y XVII*. Santa Cruz: UGRM, 1979. pp.105.

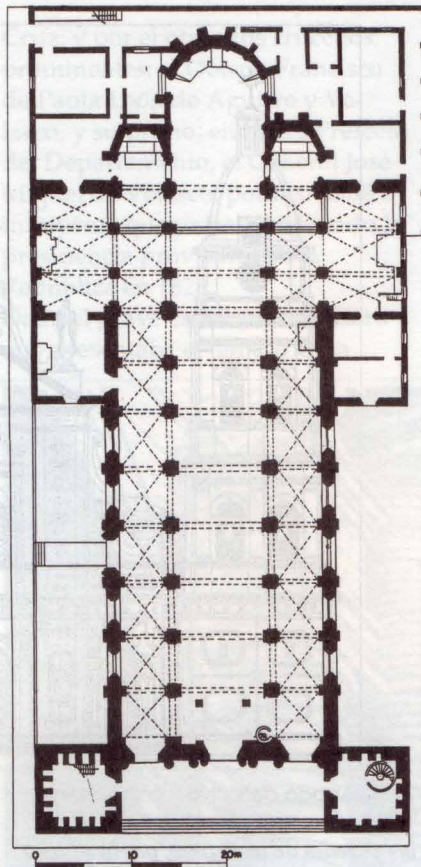
5) UGRM. *Cronistas Cruceños del Alto Perú Virreinal*. Santa Cruz: UGRM, 1961. pp.91. Introducción de Germán Coimbra Sanz a la crónica de Lorenzo Caballero.

sede de uno de los obispados de mayor extensión en las Américas. Se construyó en base a una estructura de madera, muros de tapia o tabique y su cubierta de tejas de palma cubría una sola y reducida nave, con su capilla mayor y dos altares colaterales.⁶ Era una construcción improvisada, y la extrema simplicidad de su tecnología requería un mantenimiento constante. Por otro lado, tanto su interior como los terrenos adyacentes, cumplieron las funciones de cementerio de la ciudad.⁷

El partido arquitectónico adoptado para este espacio religioso se basó fielmente en la más sencilla tipología europea de arquitectura religiosa: la de nave única. No existió aporte indígena alguno, aparte de la mano de obra. La aplicación de tejas de troncos de palmera representó por un lado, el rechazo al uso de la tecnología indígena de las hojas de palmera trenzada, y por otro, el deseo de establecer una relación—aunque precaria—más estrecha entre la Casa de Dios americana y los templos europeos cristianos. Para 1666 se vincula el estado de abandono de ésta primera catedral con “la vida un tanto licenciosa de los clérigos.”⁸

Para 1674, durante el obispado de Juan de Isturizaga⁹ el gobernador de la diócesis, Juan Antonio de Luque y Saldaña, se vió obligado a levantar una nueva catedral, pues la anterior ya se había derrumbado “tantos años había”. A pesar de construirla desde sus cimientos, el mismo Luque la juzga como “... la iglesia más pobre que ... tiene la cristianidad.”¹⁰ Sobre la arquitectura de la misma, José de Mesa escribe:¹¹

Era iglesia de tres naves con 16 columnas, capilla lateral para sagrario, bautisterio y sacristía. Tenía un pórtico de ocho columnas, hacia la plaza y otro lateral al costado con otras ocho



Planta Baja definitiva. León Mousnier, 1904-15

columnas. El templo era muy fuerte y muy hermoso por lo bien enmaderado como por las paredes.

Este segundo templo, basado en el tipo europeo de iglesia-salón, fué reparado en 1684 por orden del Obispo Pedro de Cárdenas y Arbieta, es decir, menos de diez años después de su construcción.¹² Tales contradicciones, evidentes en los informes enviados a los centros administrativos, al parecer responden o al deseo de trasladar la sede episcopal a Mizque, y para ello se apelaba a la exageración de los aspectos negativos de las condiciones de la comarca grigotana; o para justificar aumentos de salario y privilegios.¹³

Según un informe del Obispo Jaime Mimbela (Entre 1713 y 1719) al Rey Felipe V, se levantó una tercera edificación, ya sin el rango de

catedral, realizada en base a una donación de la corona, “con la mayor perfección que en aquella tierra se puede conseguir, donde se carece mucho de materiales y oficiales para éstas obras.” Esta iglesia habría sido inaugurada en 1735 por el Obispo Miguel Bernardo de la Fuente y Rojas.¹⁴ Teniendo en cuenta que el Obispo Mimbela visitó en 1718 las misiones jesuíticas de Moxos y Chiquitos,¹⁵ se podría esperar que la elegancia de los templos misionales le hubiera inducido a

6) Un informe de 1654 del Obispo Juan de Arguinoá explicita las características y materiales con que estaba construida la iglesia. Ver Gericke Suárez, Carlos. *Nuestra Catedral Santa Cruz* 1991

7) Hasta 1811 precisamente. Barneville Vasquez, Róger (Editor). *Manuscrito Lara, extractos compendiados y reelaborados*, Santa Cruz: 1990. pp.15. El autor del manuscrito parece haber sido José ml. Cazarrubla D. En la edición de Barneville un error tipográfico imprimió 1911, en vez de 1811.

8) A.G.I. Audiencia de Charcas, legajo 150. Sobre el comportamiento impropio de los sacerdotes en Santa Cruz, existen varios documentos donde se denuncian amancebamientos, hijos, etc. Ver Parejas, *ibid.* pp.98,112-4.

9) También se escribe Asturizaga, Esturizaga, e Isturriaga.

10) A.G.I. Audiencia de Charcas, legajo 98. Citado de Parejas, *ibid.* pp.91.

11) Mesa, *ibid.* No se especifica la fuente de referencia.

12) Mesa y Gisbert, *Monumentos...*, pp.110.

13) Si bien Mizque era de hecho la sede de la diócesis, los obispos de turno sufrían permanentes presiones para residir en San Lorenzo, como sede oficial. Las presiones aumentaron para fines del siglo XVII, y finalmente se resolvió el traslado de la sede alrededor del año 1703.

14) Mesa y Gisbert, *Monumentos...*, pp.110. Además de ciertas dudas, hay una contradicción en las fechas. En el artículo de Mesa en *El Mundo*, se menciona el año del informe como 1721, fecha posterior al obispado de Mimbela según Hernando Sanabria. Mesa no precisa su fuente de referencia para la conclusión en 1735, pero debe ser la misma de Terceros, cuando confirma al Obispo De la Fuente Rojas como el que inauguró la iglesia, en el discurso de septiembre de 1981, cuando se consagró a la Catedral como Basílica Menor. Ver: Terceros Bánzer, Marcelo. “Discurso” *Diario El Deber*. Santa Cruz: septiembre 9, 1990.

15) A.G.I. Audiencia de Charcas, legajo 375. Citado de Parejas, *ibid.* pp.126.

reedificar el templo de San Lorenzo siguiendo los mismos moldes, pero no fué así.

El carácter efímero de todas éstas obras comprueba la aseveración de Mimbela de que no existía en la región personal calificado para levantar eficientemente construcciones de mediana envergadura. Pero no sólo eso, sino que posiblemente afectó más a la calidad de las obras la ausencia del titular del obispado, lo que debió también mermar la disponibilidad de fondos para equipar y mantener apropiadamente los templos.

San Lorenzo o Santa Cruz de la Sierra volvió a ser sede de la diócesis al tener Francisco Ramón de Herboso y Figueroa, que cumplir el decreto metropolitano de 1767 de expulsar a la Orden Jesuítica de las reducciones de Moxos y Chiquitos. Herboso fué entonces el primer obispo en residir en la ciudad, la cual se benefició accidentalmente de la expulsión. La visita personal del prelado a los pueblos liberados al año siguiente, le permitió contar a su regreso por primera vez con mano de obra calificada para intentar levantar una nueva catedral.

Así, en 1768 se inició la construcción de la cuarta Catedral de San Lorenzo, bajo la dirección del sacristán mayor Antonio Lombardo.¹⁶ El nuevo templo fué bendecido el 8 de septiembre de 1771 y el mismo Ramón de Herboso lo describió así:¹⁷

... su largo y ancho es el mismo que tenía antes pero las paredes se levantaron más y aunque no pasan de cerca de cinco varas tiene dos hileras de columnas de madera para dividir las naves y sostener el techo que en la del medio tiene nueve varas de alto, y el Presbiterio, que tiene diez de largo y ocho de ancho se levantó mucho más y se hizo una sacristía nueva fuera de la antigua con buenos cajones de madera para los ornamentos, todo el circuito está de corredores de madera para librar



Alzado definitivo. León Mousnier, y Demetrio Bruno, 1904-48.

las paredes de las aguas, por lo mucho que llueve porque son de tierra arenisca.

Esta arquitectura maderera representó en los llanos el punto culminante de la síntesis cultural que se manifiesta entre lo español y lo indígena, pues si en términos generales éstos templos del tipo iglesia-salón, no eran ajenos a las premisas espaciales europeas, también mostraban una comprometida adaptación a las condicionantes climáticas del medio tropical y las posibilidades técnicas de sus constructores nativos, manifestada en su atrio cubierto y corredores laterales.

A pesar de las pretensiones de Herboso, tal edificio pareció no impresionar a Viedma, quien la califica como muy reducida e indecente¹⁸ en 1830. Ya en el periodo republicano, el naturalista D'Orbigny asiste en diciembre de 1830 a la consagración de un sacerdote en la misma iglesia, y la califica después como edificio

provisorio hecho de barro aclarando inmediatamente "...que todos los días se pensaba sustituir por otro digno de su objeto."¹⁹ El aislamiento y la pobreza de la comarca pareció condenar al pueblo cruceño a contar con precarios edificios para su culto religioso, al margen del asentamiento de los prelados. La carencia de un templo "digno" debió afectar profundamente los sentimientos cristianos de la comunidad. A pesar de la relativa precariedad de su catedral, los cruceños no comprendían que éste y los otros templos existentes en los alrededores y provincias, mostraban en

16) Mesa y Gisbert, *ibid.* pp.110.

17) Mesa y Gisbert, *ibid.* pp.110. Según Terceros Bánzer, Marcelo. *ibid.* se invirtió en la obra un total de 8.703 pesos fuertes.

18) Viedma, *ibid.* pp.117.

19) D'Orbigny, *ibid.* Tomo III, pp.1135.

su arquitectura la impronta del medio y su gente. La tipología de los templos pseudo-perípteros, sustentada por materiales y tecnología locales, establecía una serie de relaciones entre los "corredores" o galerías de la arquitectura de la "Casa de Dios" y los de las "casas de los hombres." La diferencia era simplemente de escala. Iglesia y pueblo estaban contruidos bajo las mismas premisas morfológicas y con los mismos materiales, y éste parecido no era accidental, sino que mostraba que las fuerzas sociales que los levantaron respondían a los mismos intereses.

LA CATEDRAL REPUBLICANA:

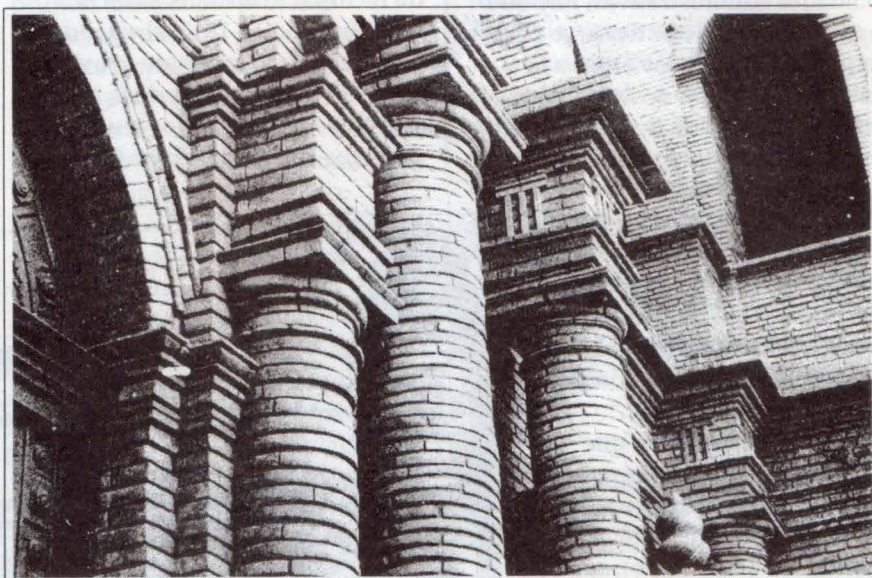
El ensayo definitivo

La relativa unidad morfológica de la imagen urbana colonial habría de desaparecer para siempre en el siglo XIX, cuando una serie de coincidencias de parentesco e influencias políticas pareció poner fin a la serie de frustraciones del vecindario en sus aspiraciones por contar con una catedral "digna y duradera." Las condiciones para ello las dieron por un lado el Presidente de la Confederación Perú-Boliviana, Andrés de Santa

Cruz, y por el otro, dos cruceños prominentes: el Obispo Francisco de Paula León de Aguirre y Velasco, y su primo, entonces Prefecto del Departamento, el General José Miguel de Velasco, político hábil e influyente que ya había ocupado la presidencia provisoria de la República en 1828.

Dado el grave estado de deterioro que presentaba el templo en la

solución de fachada, que retrasa el frontón central y lo flanquea con el par de campanarios, creando un atrio único en Latinoamérica para su tiempo.²¹ Es una estructura sustentada en muros de carga de cal y canto, revestidos con ladrillo. El diseño de Bertrés trasciende lo meramente morfológico precisamente por la singular solución del atrio hacia la plaza. Sin duda, éste



Los elevaciones en ladrillo visto, a pesar de su natural belleza, no corresponden en absoluto al tratamiento morfológico de los cuerpos y calles de la iglesia.

tercera década del Siglo XIX, el obispo y el prefecto solicitaron al Presidente su intervención. Así, en una orden fechada el 6 de junio de 1838, Andrés de Santa Cruz instruyó a Velasco la demolición de la iglesia existente y la inmediata construcción de una nueva en el mismo sitio. Luego, el ingeniero francés Phillippe Bertrés fue designado como el arquitecto y director de la obra, llegando a Santa Cruz en 1839.²⁰

En el proyecto de Bertrés, del cual sólo conocemos la elevación frontal, es posible reconocer, en sus trazos y en lo construido, una sección basilical, con planta en cruz latina, con tres naves en el cuerpo principal y una en el transepto. Destaca en el diseño una muy interesante

arquitecto creó un espacio virtual excepcional, que evita una confrontación directa del frontis con la calle, y se convierte en un elemento articulador de gran valor urbano. Pero no podemos olvidar que con Bertrés se descarta cualquier adaptación de los modelos arquitectónicos europeos a la realidad de los llanos tropicales de Bolivia. En éste sentido, el quinto y último diseño de catedral cruceña significó en principio un retroceso en relación a la tipología pseudo-períptera de los dos anteriores, y al mismo tiempo, introdujo el lenguaje clásico europeo, que habría de marcar la arquitectura cruceña de la segunda mitad del Siglo XIX. Tal vez el aporte más significativo



20) El cuestionamiento de Gericke respecto a la verdadera fecha de inicio, nos obligaría a reconocer que Bertrés falseó los hechos al Presidente Velasco, algo extremadamente improbable. Por otro lado, Rivero y Egúez, testigo de los hechos, confirma la fecha de demolición en 1839. Ver Rivero y Egúez, Victorino. *Historia de Santa Cruz durante la 2da. mitad del Siglo XIX*. Santa Cruz: Serrano, 1978. pp.87.

21) El único antecedente que conocemos de ésta solución es Cluny III, en el Románico francés del Siglo XII. Algunas iglesias Altope-ruanas dejaron libre tres frentes de los campanarios (Sicasica, Santiago de Pomata, y otros); en ciertos casos, el campanario fué separado del cuerpo de la iglesia (San José de Cala, Sabaya); y en muchos otros, una sola torre definía lateralmente un atrio abierto hacia el otro frente, pero en ningún caso se dejaron libres los cuatro frentes de los dos campanarios y avanzaron hacia adelante del frontis. La solución de Bertrés tiene más parecido con el atrio cubierto de La Merced de Tarija, antes de remodelación.

de Bertrés se dió en el sentido tecnológico, pues introdujo en la región la fabricación industrial del ladrillo, la cal, y su uso en mampostería en conjunción con la piedra.

La frustración habría de afectar nuevamente el espíritu cruceño, cuando otra serie de coincidencias pone término al frenesí inicial de las obras. Además de las responsabilidades administrativas, hay que apuntar como factor decisivo para la paralización de las obras a la misma dimensión de la iglesia, cuya desmesurada desproporción en la escala no guardaba relación con las posibilidades

económicas de los cruceños para financiar la misma. La precipitada salida del país de Bertrés en 1843 dejó los muros a menos de 5 metros, es decir a la altura del primer cuerpo, identificable hasta hoy.

Los cruceños tendrían que esperar varias décadas para completar el capricho megalomaniaco de un dictador.²²

Con un tropiezo tras otro, un buen número de obispos y maestros de obra, con el apoyo decidido de la población entera, se esforzaron en levantar, hilada por hilada, el primer elefante blanco de la historia cruceña.

El auge económico de la goma en la última década del Siglo XIX, contribuyó a acelerar los trabajos, pero dicho auge por sí solo no hubiera bastado para terminar la obra inconclusa, de no mediar otra

serie de condiciones: Por un lado, la presencia de un emprendedor obispo cruceño como José Belisario Santistevan, y por otro, el aporte técnico de varios jóvenes constructores europeos que llegaron a la ciudad atraídos precisamente por el auge gomero. El Obispo Santistevan organizó una Junta Impulsora, que desde 1904 se dedicó a buscar el financiamiento. Del total de recursos invertidos hasta la inauguración en 1915, alrededor del 60% del dinero invertido provino de los propios vecinos de la ciudad, y el 40% restante, de los cruceños gomeros del Territorio de Colonias



(hoy Pando).²³ Las obras se desarrollaron bajo la dirección del constructor francés León Mousnier, colaborado estrechamente por los italianos Bernardo Cadario y Luis Queirolo, y el fraile Camilo Agrazar.²⁴ Sin duda, que dicha obra se constituyó en toda una escuela para la arquitectura e ingeniería cruceñas.

Las modificaciones más importantes al proyecto de 1839 se manifestaron en una substancial ampliación de la longitud total del templo, en el tipo de cubierta, y en la definición de las naves y el Altar Mayor. Infelizmente, los resultados no

fueron en todos los casos satisfactorios. La ampliación de la iglesia, obligó a trasladar el transepto, provocando una no muy agradable superposición de volúmenes en las elevaciones laterales, perdiéndose la simetría y el equilibrio de masas necesarios en un obra de espíritu clasicista y de grandes dimensiones. Igualmente imperfecta resultó la solución formal dada a la elevación de las naves laterales, al superponerse arquerías a partir del tejado inferior. Para completar las deformaciones, entre 1928 y 1930 se contrató a Juan Knez para retirar los paramentos laterales, armando

aleros en voladizo que desmerecieron para siempre la incuestionable calidad del diseño original de Bertrés.

En 1945, treinta años después de la consagración de la Catedral, el Congreso Nacional aprobó un financiamiento para terminar las torres y revocar los muros exteriores. En base a un nuevo proyecto para los campanarios, el constructor italiano Víctor Querzolo, completó los últimos cuerpos de la torres en base al diseño de Demetrio Bruno, y aplicó un revestimiento de cal y arena a todo el exterior, entregando la obra en 1948. En

resumen, la Catedral de San Lorenzo fué completada en un lapso de 109 años. Pero su tumultuada historia no terminó entonces.

LA CATEDRAL DESNUDA

Poco tiempo después de su conclusión definitiva, se inició una serie de intervenciones aisladas que comprometieron seriamente la coherencia arquitectónica del edificio, mientras se descuidaba peligrosamente su mantenimiento, repitiéndose los descuidos del pasado. Aún con un presupuesto limitado, la necesidad teórica de

22) La ciudad de La Paz también espera por más de un siglo la terminación de los campanarios de su catedral, cuyo proyecto fué ampliado precisamente por Santa Cruz.

23) Exactamente se invirtieron Bs. 279.562,63. La ciudad aportó con Bs. 170.151,53 (60,8%) y los cruceños gomeros con Bs. 109.414,10 (39,2%). Ver Gericke, *ibid.*

24) Gericke, *ibid.*

atender anualmente los requerimientos técnicos de mantenimiento del edificio, no debió olvidarse. Pero como en muchas oportunidades, sólo la inminencia del desastre pareció conmover los espíritus inmediatistas. Presionado por lo grave de la situación, el Obispo Luis Rodríguez Pardo organizó en agosto de 1968 una Junta Impulsora con el objetivo de conseguir fondos para iniciar urgentes reparaciones del templo, cuya cubierta amenazaba con desplomarse.

Los principales trabajos culminaron a mediados de 1980. La mayor parte de los fondos provino de la propia comunidad, y sólo un 3,9% de aportes nacionales y extranjeros. Sin duda, la pujante economía cruceña de los años setenta se bastó a sí misma para financiar los trabajos.²⁵ Por un accidente de la historia, lo que una vez fué un elefante blanco, se convirtió en una edificación de magnitud manejable. Entre los logros más sobresalientes se destaca la ampliación y ajardinamiento del atrio frente a la calle René Moreno. Igualmente apropiada fué la protección de la base de la cubierta con material hidrófugo, y la ambientación de algunas dependencias interiores para el Museo de

Arte Catedralicio y el Archivo. A pesar de la aprobación popular respecto a la decisión de no pintar ni cubrir el intradós de madera de las bóvedas de las naves, tal medida no fué bien recibida por la crítica especializada. Y lo mismo puede decirse de la decisión de no aplicar un nuevo revoque y pintura al revestimiento de ladrillo mampuesto de los muros exteriores. Si la primera medida no presenta problemas técnicos mayores, la segunda implica costosas aplicaciones de revestimiento hidrófugo transparente cada cierto periodo de tiempo. Repitiendo las mismas actitudes negligentes del pasado, nuevas aplicaciones no han sido realizadas y el ladrillo se está deteriorando.

Estas últimas intervenciones modificaron substancialmente el espíritu espacial pretendido por los autores originales, sea Bertrés, Mousnier o Bruno. Las elevaciones en ladrillo visto a pesar de su natural belleza no corresponden en absoluto al tratamiento morfológico de los cuerpos y calles de la iglesia.²⁶

La modelación de una "nueva" imagen para la Catedral en los años setenta, coincidió con su elevación al rango de sede de la Arquidióce-

sis, y al hecho que Santa Cruz asumía un liderazgo político y económico como la segunda ciudad más importante del país. Tales coincidencias no deben ser vistas como accidentales. De hecho, el nuevo tratamiento morfológico puede comprenderse como expresión natural de la actitud de "borrón y cuenta nueva", característica del pragmatismo desarrollista del "boom".

En cualquier caso, siempre ha sido fácil y barato lavar la cara de una ciudad abusando de la importancia de uno solo de sus edificios. Tal vez en el futuro inmediato, decidamos cambiar nuevamente la imagen del Hito Urbano N°1, que hoy por hoy, reina desnudo y descontextualizado, rodeado de las blancas fachadas de la Plaza "24 de Septiembre". ¿Quién lo vestirá de nuevo? ■

25) Hasta el 30 de junio el costo de la obra ascendía a \$bs. 6.722.141,98 de los cuales sólo \$bs.265.912,00 resultaron de donaciones estatales. Ver Gericke, *ibid.*

26) La extremada "contemporaneidad" de la imagen impuesta al templo, se acentúa aún más cuando recordamos que ningún edificio religioso Latinoamericano anterior a 1940 fué concebido en ladrillo visto. Lo mismo podemos decir de los cielos falsos de machimbre de mara.



**SUPLEMENTOS
REVISTAS
BOLETINES
AFICHES - ARTES**

**DIRECTORIOS
GUIAS
MANUALES
FOLLETOS**

**CATALOGOS
MEMORIAS
SERVICIOS DE
PERIODISTAS**

Producción y Publicidad

LLAMENOS AL....

324872 - Abaroa 276 - Casilla 4710

La filosofía analítica al rescate del lenguaje común

La filosofía... debe considerar los enunciados o modos de hablar de los filósofos y someterlos a un análisis clarificador para descubrir sus defectos lógicos.

INTRODUCCION A LA FILOSOFIA ANALITICA: así se viene denominando muy comúnmente esta forma de filosofía del empirismo contemporáneo que a principios del siglo surge en Inglaterra por obra de George Moore y Bertrand Russell, y adquiere su fisonomía característica con Ludwig Wittgenstein y que se ha extendido en diversas escuelas y grupos, sobre todo por el mundo angloamericano, constituyendo una de las corrientes de filosofía dominantes en nuestro siglo.

El apelativo genérico de filosofía "analítica" proviene de análisis, que significa separación, descomposición o división de las partes de un todo, o de un compuesto en sus elementos. De Aristóteles se emplea el vocablo para indicar aquella descomposición o resolución de proposiciones más concretas en sus antecedentes más generales. En última instancia, el análisis es un regreso a los primeros principios, proposiciones indescomponibles y evidentes por sí mismas.

Mas la nueva filosofía analítica hace del análisis el método único de su filosofar. Centra dicho análisis

en las proposiciones filosóficas y en el significado de las mismas, más que en su contenido de verdad. Según Moore, el iniciador del método, la mayor parte de los problemas planteados en la filosofía siguen insolubles a causa de la oscuridad y ambigüedad en el lenguaje de los filósofos. El problema de la filosofía por tanto, no reside en la complejidad de la realidad de los seres del mundo, ni en su dificultad de obtener un conocimiento adecuado de ellos, sino que el problema de la filosofía radica de una manera específica en el uso indebido del lenguaje; es decir, por la oscuridad y la ambigüedad de las palabras utilizadas en las proposiciones filosóficas elaboradas por los filósofos, la filosofía como ciencia no ha conseguido resolver de manera correcta los problemas que la realidad del mundo le plantea.

Esta problemática que afecta a la filosofía, afecta de la misma forma y de una manera general al resto de las demás ciencias humanas. Ahora, si existen tantas teorías filosóficas que tratan del mismo asunto, sobre diferentes perspectivas, no es porque la reali-

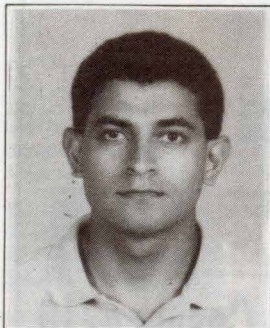
dad tratada sea compleja, sino porque los filósofos por las expresiones lingüísticas que utilizan no consiguen definir de una manera adecuada la realidad tratada; esto significa, que el problema de la filosofía se da a nivel del *lenguaje*. Problema que es compartido por las demás ciencias humanas.

Consecuentemente, la filosofía analítica, propone que se hace imprescindible una labor de clarificación de las proposiciones para detectar su precisa significación. La filosofía, más que investigar sobre la realidad de los hechos, de los cuales nos informa el sentido común y cuya naturaleza estudian las ciencias, debe considerar los enunciados o modos de hablar de los filósofos y someterlos a un análisis clarificador para descubrir sus defectos lógicos. La tarea del filósofo es, ante todo, de carácter lógico y lingüístico; a él pertenece el análisis de las proposiciones sobre la realidad para establecer su significado, detectando sus ambigüedades.

Así aparece que muchos problemas de la filosofía tradicional no son sino pseudoproblemas debidos a la confusión del lenguaje,



Carlos Hugo Frías
Lic. en Filosofía
Master en Antropología
Filosófica
Docente de la UPSA.



porque tal vez no sea la realidad la que crea los problemas, sino el lenguaje filosófico.

La filosofía analítica se caracteriza, por tanto, como una metodología de análisis de estructuras lógicas del pensamiento y del lenguaje. El pensamiento no puede conocerse directamente en sí, sino en cuanto se refleja y expresa en el lenguaje, sobre todo en su estructura lógica. El movimiento analítico recorre una larga trayectoria, y pueden distinguirse en su desenvolvimiento tres etapas.

1. El primer estadio es el de la construcción de la filosofía analítica. Se inicia con Moore, que introduce la práctica del análisis lógico del lenguaje para clarificar los problemas de la filosofía. Y se desarrolla con Russell y Wittgenstein, que son los fundadores de la nueva filosofía, y bajo cuya tendencia se encuentran, de uno u otro modo, las subsiguientes corrientes. Constituyen la llamada Escuela de Cambridge.

2. El segundo estadio lo forma la corriente del neopositivismo o positivismo lógico, denominada Círculo de Viena. Su actitud peculiar es la de un rechazo radical a cualquier conocimiento que supere los datos de la ciencia empírica; la filosofía se reducirá a ser una lógica del conocer científico.

3. El tercer estadio lo constituye la llamada Escuela de Oxford, que rechaza el análisis reduccionista del positivismo lógico y da validez al lenguaje común con sus diferentes usos para denotar valores de la realidad.

Genéricamente, las tesis centrales de la Escuela de Cambridge son las siguientes: dado que lo que crea problemas filosóficos no es la realidad ordinaria del mundo o las ciencias, sino que son las cosas que

los filósofos han dicho sobre el mundo, el análisis tiene las siguientes funciones:

A. Conocer qué significa cada una de las proposiciones empleadas, o mejor, qué han entendido los filósofos en ellas.

B. Establecer el análisis correcto de su significación.

La primera concierne al significado exacto de las proposiciones empleadas, a la exigencia de claridad de los enunciados, ideas o cuestiones planteadas por los filósofos. La segunda forma de análisis se refiere a su verdad, a conocer si las proposiciones afirmadas son verdaderas o falsas. Se establece que la matemática y la lógica son idénticas, es decir, "la matemática ha de reducir la totalidad de sus proposiciones a ciertas nociones fundamentales de la lógica, puesto que toda matemática se deduce de la lógica simbólica". De la misma manera, a través del análisis, se debe reducir el lenguaje a sus proposiciones elementales o atómicas, de las que se derivan todas las demás, y que han de guardar correspondencia con los últimos datos empíricos o hechos atómicos. Todo esto porque el mundo de las cosas está constituido por construcciones lógicas, o simples conglomerados de átomos lógicos que son los datos percibidos por los sentidos.

A través de la reducción del lenguaje a sus átomos lógicos mediante la utilización de la lógica simbólica o lógica matemática, se pretende crear un lenguaje científico inmune a las ambigüedades de sus términos. Este lenguaje científico, por tanto, garantiza la correcta definición de las realidades tratadas por los filósofos, dando una uniformidad a las teorías filosóficas nunca antes alcanzada. A este proceso de

reducción del lenguaje, se lo ha denominado de atomismo lógico. A su vez, el neopositivismo lógico, llamado también de Círculo de Viena, adoptando el atomismo lógico de la Escuela de Cambridge y admitiendo que las proposiciones de la filosofía no son factuales, es decir, no tiene contenido empírico, sino que son exclusivamente de carácter lingüístico, postula el criterio de la "verificabilidad". Este criterio establece que una proposición es significativa siempre y cuando ésta expresa hechos empíricos, verificable en la experiencia sensible.

El significado del criterio de la "verificabilidad" en el análisis lógico de las proposiciones es el siguiente. Por ejemplo: "el alma humana reside en el corazón", "el sexo de los ángeles es femenino". Estas proposiciones sometidas al criterio de la verificabilidad, demuestran que su contenido no expresa hechos empíricos, verificables en la experiencia sensible; por lo tanto, estas proposiciones no pueden ser clasificadas como significativas o verdaderas. A la vez, proposiciones del tipo: la naranja contiene ácido cítrico; el hombre es un animal mamífero; son proposiciones significativas (verdaderas) porque su contenido expresa un hecho verificable empíricamente, por tanto, el criterio de verificabilidad se da plenamente en estas proposiciones. De ahí que toda teoría que se sirva de conceptos no empíricos está privada de significación.

Por último, la Escuela de Oxford, que representa el tercer estadio de la filosofía analítica, centra su análisis lógico del lenguaje, en el lenguaje ordinario.

Antes de analizar el lenguaje utilizado en las ciencias, se debe analizar el lenguaje ordinario porque este es un lenguaje rico en términos y dinámico. Se parte de la



tesis que el lenguaje ordinario no es la última palabra pero es la primera palabra, es decir, cuando el hombre aprende el lenguaje (estructura con sistema de sonidos o fonemas que designan algo y que tienen un significado lógico), no aprende preliminarmente el significado por ejemplo de "sol", es decir, no aprende que el sol es un astro centro de la galaxia denominada Vía Láctea, que irradia calor a los otros planetas del sistema a causa de que su materia genera y libera energía termonuclear. Previamente, se domina la palabra "sol" teniendo como única significación de astro cósmico.

Cuando la persona habla algo, dice una cosa, lo hace siempre desde una "situación", es decir, el decir algo implica directamente una situación espacial (temporal) e histórica. Este decir algo, que exprese la situación vivenciada, representa un problema, porque la persona está forzada a examinar qué palabras irá a utilizar, como las deberá utilizar. Todo porque el hablar, el decir algo, está considerando fundamentalmente la realidad, es decir, cuando se dice algo, *no se está considerando las palabras* (sus significados y su ordenamiento lógico), sino las realidades de las que estamos diciendo algo.

Para alcanzar este objetivo, se está empleando una agudizada aper-

cepción de las palabras para agudizar la percepción de la realidad tratada. El acto de decir algo denominado "acto locucionario", se compone de tres partes:

a. Un acto fonético, que consiste en la emisión de sonidos o fonemas, pertenecientes a un código lingüístico comprendido por un determinado grupo social.

b. Un acto ilocucionario, que representa lo que el hablante "hace" en el decir algo, tal como declarar, argumentar, preguntar, ordenar, responder, disculparse, etc. Esto significa que cuando se dice algo se está realizando una acción, es decir, con las palabras la persona realiza acciones ya sean subjetivas u objetivas.

c. Un acto perlocucionario, que representa los "efectos" o consecuencias que el hablante produce o intenta producir "con el decir tal cosa", como convencer, intimar, engañar, enseñar, etc. Esto significa que el decir algo siempre produce un efecto o varias consecuencias.

La importancia del análisis del acto de decir algo (acto locucionario), consiste en demostrar la dimensión ética-pragmática del hablar.

Cuando la persona dice algo no está simplemente pronunciando palabras (fonemas) lanzadas al vacío.

Cuando se habla, se está hablando de una situación personal o impersonal, siendo que este decir algo, envuelve una acción y como toda acción tiene sus efectos o sus consecuencias, por tanto, la persona al decir algo al mismo tiempo que realiza una acción (momento pragmático) está pretendiendo producir un o una serie de efectos. Los efectos de este decir algo son de responsabilidad del hablante (comunicador), por tanto, el hablante debe hacerse responsable de su decir algo. Esta responsabilidad es de connotación ética. Hay una responsabilidad moral por el decir algo.

La labor realizada por la filosofía analítica en su dedicación por el estudio del lenguaje, es bastante positivo. Los análisis lógico del lenguaje han posibilitado redimensionar la gran importancia del lenguaje en todos sus usos y aplicaciones. Esta corriente filosófica de gran influencia en las ciencias contemporáneas ha demostrado que sólo por el lenguaje lo real puede ser alcanzado directamente; porque el pensamiento se procesa con el lenguaje, puesto que no se piensa sino en y por una expresión lingüística. El lenguaje tiene como función esencial la representación o descripción del mundo. ■

Carrera de:

DISEÑO GRAFICO Y PUBLICITARIO

Profesional con capacidad creativa, de síntesis, visualización y conceptualización de imágenes.

Grado Académico:
Técnico Superior

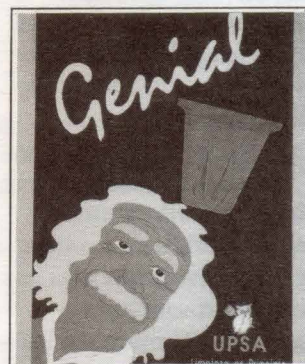
Recursos de la Carrera Campo de Trabajo

Talleres de dibujo y diseño. Editoriales e imprentas
Laboratorios de TV. y fotografía. Agencias de publicidad. Medios de
Talleres de diagramado en prensa comunicación. Dptos de Relac. públicas

España 269. Campus UPSA Av. Paraguará y 4to Anillo
Telf 348487-348937-348875
Fax 352050. Casilla 2944

Decreto Supremo 23157. Títulos en Provisión Nacional

UPSA
UNIVERSIDAD PRIVADA DE
SANTA CRUZ DE LA SIERRA



Excelencia en Universidad

Pedagogía: notas para la reflexión

La pasividad, la inhibición, la negatividad y la indiferencia son formas de incomunicación, de aislamiento y hermetismo, típicas de un sistema pedagógico caduco.

No es la primera vez que esquemas de pensamiento y práctica didáctica comienzan a cuestionarse debido a que no surten los resultados esperados. El índice de desertión, cada vez en aumento, el bajo rendimiento, la apatía para el estudio, son buenos indicadores para los profesores, de que el sistema pedagógico vigente ha entrado en crisis.

Es importante hacer unas reflexiones acerca de este sistema, que en vez de favorecer el desarrollo estudiantil, obstaculiza el auténtico proceso enseñanza-aprendizaje. Quienes están llevando a cabo dicho sistema son en su mayoría licenciados, sin formación en las áreas pedagógicas y psicológicas (o sin actualización). Imbuidos de una concepción de enseñanza (distorsionada de la realidad) y de una concepción soberbia de autoridad (típica, también de un sistema ideológico) los que están a cargo de grupos, se erigen en los sabedores de todo, y consideran a los alumnos como entes pasivos, sin muchas capacidades, a quienes hay que llenar con conocimientos para que luego los reproduzcan.

Los alumnos son los que no saben expresarse, los que no saben razonar, los que no tienen ansias de saber o aprender y hasta están destinados a fracasar. Pero estos mismos juicios contravienen los principios científicos de los distintos campos del saber (lingüístico, comunicacional, semiótico, psicológico, etc.). Además, esos mismos enunciados delatan no sólo un sistema pedagógico, sino una visión del hombre y de la vida. Un sistema filosófico que reduce al hombre a ser un ser fisiológico que ante estímulos reacciona de una manera dócil, y esto orienta todo tipo de actividades. Por eso, se justifica, bajo esta concepción la producción de mensajes que no implican mayor esfuerzo de interpretación por parte del alumno. Todo se ofrece sin sugerir, como algo ya hecho, porque el alumno no tiene mucha capacidad de hacer inferencias o deducciones de las distintas relaciones que se presentan. El resultado de este proceso es: un ser dependiente de una teoría, un libro, un profesor, de otro, que no cuestiona mucho, un ser débil, que no tiene criterios propios, poco o nada creativo, que ante corrientes

extrañas o inmorales, es capaz de ser arrastrado por ellas, etc... Aquí es válida la cita bíblica: "lo que se siembra, se cosecha". Evidentemente, se ha caído en una subestimación de la propia dignidad humana. Este proceso no tiene en cuenta las capacidades del alumno (participación, capacidad creativa, de interpretación, enriquecimiento perceptual, etc), sus necesidades, su realidad histórica concreta que le toca vivir, con la invasión de los medios de comunicación masiva que calan más hondo en su manera de pensar, de sentir y de vivir. Un joven, coartado, inhibido en su capacidad creadora, acostumbrado a imitar, más que a expresarse por sí mismo, pierde interés en las materias de estudio. La pasividad, la inhibición, la negatividad y la indiferencia son formas de incomunicación, de aislamiento y hermetismo, típicas de un sistema pedagógico caduco. Evidentemente para darnos cuenta de que el sistema vigente, no funciona o funciona mal, porque la mayoría de los alumnos no están aprovechando, de una manera eficiente, el paso por una escuela o por una

Lic. Teresita de Suárez
Linguista y Semióloga
Docente de la UPSA.



universidad, hay que asumir una actitud de humildad, de conciencia ante las limitaciones que se posee y comenzar a indagar con base en el diálogo fraterno y sincero, entre profesores, y profesores y alumnos, las causas del fenómeno y las posibles soluciones que se pueden dar.

La educación debe estar en función de una comunicación natural, en la cual todos deben participar. Esto, va a generar una posición científica constante, de práctica continua de comunicación educativa: al diagnosticar, planificar, precisar objetivos, formular problemas, apropiarse de técnicas de búsqueda de información, hacer uso de marcos teóricos conceptuales, trabajar con hipótesis, contrastarlas con la experiencia de la clase, usar pedagógicamente los medios técnicos, liberar la capacidad expresiva, evaluar, etc.

El fin primordial de la pedagogía actual debe ser: estimular, promover y enriquecer la perceptividad, la capacidad crítica, la participación, la creatividad. Y de esta manera se va a contribuir a formar personas conscientes de las realidades políticas, económicas y sociales que vive el país. A desarrollar jóvenes que sean participantes activos en los procesos de opinión y decisión; y se va a contribuir a la aplicación y enseñanza más idónea y eficaz de la comunicación en función del desarrollo.

Para que los objetivos se logren, depende de las habilidades de los profesores, quienes son los responsables directos del proceso. Por lo tanto, es necesario tener base sólida de psicología, pedagogía, saber aplicar métodos y técnicas de enseñanza más apropiados, saber como motivar y sostener el interés en materia de estudio, fomentar la participación continua, creadora, crítica y activa; promover una atmósfera productiva y de cama-

radería en el grupo.

Educar no es sólo tomar conciencia de la realidad, sino hacer efectiva las soluciones a los problemas planteados y, específicamente, garantizar que los alumnos asimilen y aprendan una materia.

Para ello, hay que hacer operables los objetivos con métodos de comprobación de resultados. Usar métodos para maximizar rendimientos del aprendizaje.

Si el aprendizaje es organizado, el estudiante adquiere nuevos conocimientos; si el material está ligado a conocimientos previos y a las experiencias de los alumnos, se van a establecer los nexos adecuados y se hará efectivo el proceso.

Se debe prever la comprensión de las distintas etapas de aprendizaje a través de mecanismos de retroinformación, resúmenes y trabajos en grupo. Se debe procurar que la atención del educando se concentre en la materia de enseñanza, mediante elementos de actualidad, de utilidad práctica y de compromiso personal.

Se debe incorporar, ejercicios de transferencia para facilitar que lo aprendido pueda ser aplicado a nuevas situaciones.

La pedagogía actual no debe estar centrada en transmitir conocimientos sino en llevar a cabo técnicas de vivencias interpersonales de lectura crítica, de investigación, de dinámica de grupo, de creatividad, etc.

Este nuevo sistema procura el desarrollo integral de la persona.

Esta noción, está inmersa en una concepción comprometida y optimista de la vida. La vida implica un reaccionar creativo, una búsqueda continua de integración, a través del planteo de problemas comunes y de sus posibles soluciones, un compromiso y no un mero adaptarse.

Es interesante la tesis que sostiene Francisco Gutiérrez en su libro *El Lenguaje Total*: hacer un uso

pedagógico de los medios técnicos, porque ellos sirven para educar el registro sensorial completo.

El sistema tradicional de enseñanza fundamentaba su metodología sólo en la comunicación verbal, oral o escrita. Se hacía énfasis en la formación intelectual solamente y esto, en realidad, contribuye a embotar las facultades perceptivas y a anular la sensibilidad. La inteligencia no es la única vía de conocer. Las vías más naturales y valiosas son la intuición, los sentidos, los sentimientos, las emociones, la misma acción del hombre. Y es justamente por los medios técnicos que el hombre recupera su plenitud humana.

Cuando el hombre se expresa, todo su ser se expresa: a través del lenguaje verbal, de los tonos de voz, de sus gestos, ademanes, movimientos, etc.

Es altamente pedagógico hacer sensibles los conocimientos; cuanto más sensibles sean sus relaciones con los seres, con más facilidad logrará el joven expresarse acerca de ellos.

Para comprobar esta tesis, se debe conocer los lenguajes (imágenes: fija, móvil, los sonidos, etc.) para darle un uso pedagógico adecuado, valorando los beneficios y las ventajas de ellos con el objetivo de dinamizar las clases, concretizar los contenidos muy abstractos, realizar un despliegue de la actividad creativa, crear una atmósfera de diálogo y crítica del mensaje difundido, etc.

Unas últimas consideraciones acerca de los principios que motivaron esta reflexión:

a). El hombre posee el deseo innato de aprender, de investigar y tiene habilidades para concretarlo.

Cuanto más aprende, más quiere aprender.

b). Se aprende sólo cuando se tiene la oportunidad de ser activo: hacer preguntas, buscar información, etc. ■

Para cada problema una solución!

Todo problema surge de una necesidad.

Resolver un problema requiere de un proceso y de varios pasos que son utilizados, en su mayoría, en forma inconsciente. Es decir que las personas estamos resolviendo problemas diariamente: problemas en el trabajo; problemas con la familia, en el colegio, etc. Todos los días estamos resolviendo problemas. Pareciera que vivir es UN PROBLEMA! Nuestra educación empieza precisamente con un problema: tener que levantarse temprano, lavarse la cara, acomodar los cuadernos, desayunar y todo para qué, para ir a clases a resolver problemas: $2+2=5$; $9/3=4$, solo para nombrar algunos ejemplos de los más complicados. Pareciera que los problemas que más sabemos resolver después de tanto estudiar (12, 20 ó más años) son los problemas de matemáticas: $2+2=4$, porque el profesor nos dice: "En esta mano tengo dos manzanas y dos en esta otra". Entonces niños, fíjense bien. ¿Cuánto suman dos manzanas más dos manzanas?. Resultado: Cuatro manzanas señori-taaaaaaa. Entonces pensemos y recordemos. Aprendimos a resolver el problema (de la manzana) por medio de un

proceso simple pero que necesariamente implicaba varios pasos de aprendizaje: primero, conocer la fruta, probarla, tocarla, verla; segundo, ver las cuatro manzanas: dos en una mano, y dos en la otra; y por último y a punta de repetición, memorizar las cuatro manzanas juntas en nuestra mente, *Lógica, se llama.*

Realizar un diseño, sea este un logotipo, un aviso, un afiche, la tapa de un libro, etc. es un problema que hay que resolver. La solución no surge como por arte de magia, o con una IDEA ORIGINAL! como equivocadamente creemos. La solución de un problema de diseño, como cualquier otro, esta muy relacionado con una necesidad, la necesidad de comunicar una idea, un mensaje, mediante el diseño de un libro, un aviso, un afiche, un nuevo producto, etc.

Una industria (cliente) está fabricando un nuevo insecticida (producto) para combatir a los *chulupis*. Su plan de Marketing incluye el diseño del nuevo envase (necesidad) del que va a ser portador de tan esperado producto. El trabajo del diseñador será por tanto, traducir el concepto (lo que

se quiere transmitir, decir) en mensajes gráficos (visuales): signos, símbolos, textos, color, etc. para que el mensaje pueda llegar con claridad a los usuarios y posibles compradores acobardados ya de la presencia de tan despreciable insecto. He ahí el problema.

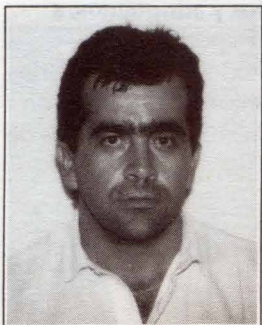
Como se verá entonces, el diseñador no puede resolver el problema con una idea original o sentarse y esperar que la inspiración llegue. NO! el diseñador tiene que pensar primero en resolver muchos subproblemas antes de pensar en un resultado final. Entonces analicemos:

- Lo primero que hay que hacer es definir el problema en su conjunto y así lograr definir los límites en que deberemos movernos: Si el problema es diseñar un envase para un insecticida, habrá que definir si será para distribución nacional, si será distribuido en los supermercados, si será un producto único, es decir exclusivo para los *chulupis*, cuál será su precio, si será de uso doméstico, etc.

- Habrá que definir también si el envase será del tipo económico o será un producto muy exclusivo.

⇒

Fernando Flores U.
Diseñador Gráfico
Docente de la UPSA



Supongamos que se trata de un producto exclusivo para los chulupis, de distribución nacional, deberá ser un producto muy competitivo y que será distribuido en los supermercados.

Es un error querer encontrar inmediatamente una idea que lo resuelva todo, el problema necesita ser descompuesto en otros subproblemas:

- De qué material será el envase
- De qué forma
- Cuál será el tamaño
- El diseño será a todo color
- Qué mensaje llevará el envase
- A qué público estará dirigido...

Cada uno de los subproblemas tendrá una solución en particular e independiente de las otras. Ahora, la solución general consistirá en la coordinación creativa de todas las soluciones de los subproblemas.

Es en esta etapa donde debemos informarnos de todos los envases de productos similares del mercado, y descubrir defectos u otros datos que nos proporcionen sugerencias sobre qué es lo que no hay que hacer para diseñar bien el envase. Mientras más información obtengamos del cliente sobre los objetivos de marketing de la industria para con el nuevo producto, obtendremos una mejor solución. Resolver un problema con creatividad significa (seguramente) considerar todas las opciones necesarias que van siendo analizadas a medida que vamos descu-

briendo nuevos elementos del problema y de esta manera ir eliminando y seleccionando las mejores. La pregunta es, ¿cómo sabemos que es la mejor? Existen, por lo menos, dos factores

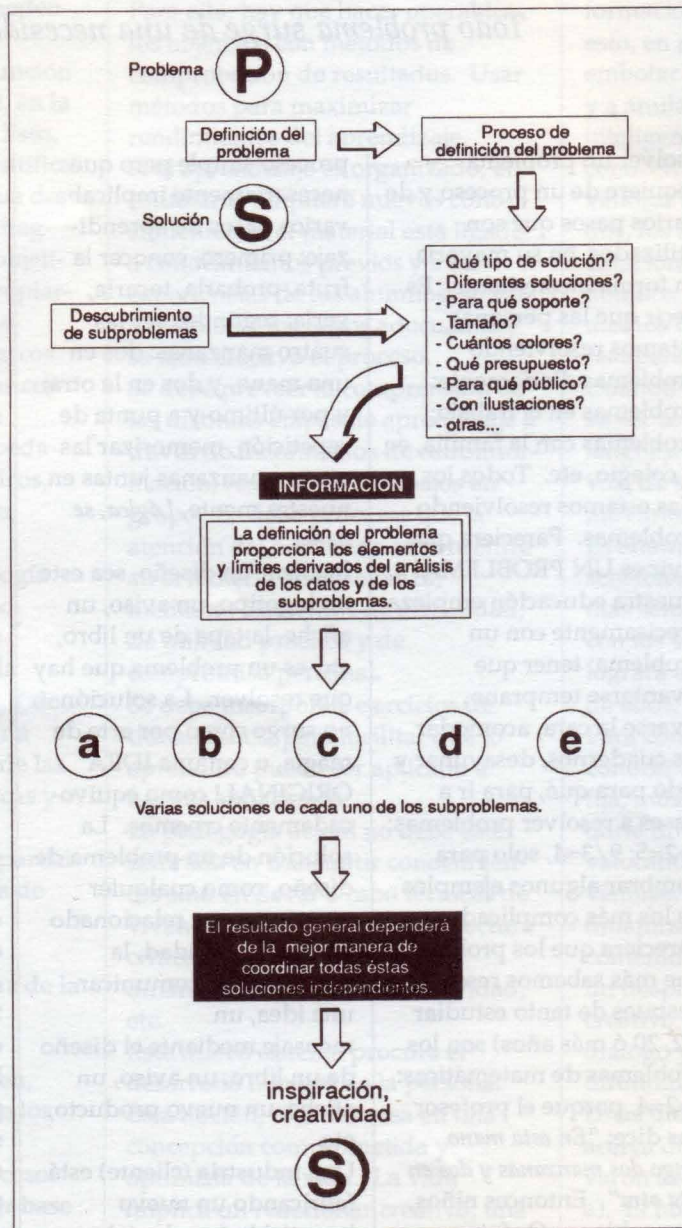
el camino de nuestras vidas. Una vez encontrada una "buena idea", es necesario el talento para poder plasmarla en el papel, hacerla real y concreta.

De repente una "buena idea" es aquella más simple y eficaz y aquella que puede ser cambiada por otra mejor, y ésta por otra aún mejor, etc.

Para que se dé un proceso de selección es necesario tener suficientes ideas, no importa que éstas sean nuevas o viejas de igual forma todas pasarán por alguna forma de selección. Si adoptamos el concepto de que una idea es una "nueva combinación de elementos viejos" se entenderá entonces que la materia prima es toda la información que puedan captar nuestros sentidos para después y gracias a nuestro talento poderlas combinar en la forma más creativa posible.

Todo este proceso de selección de ideas, obviamente no es estricto ni único, porque una buena idea puede surgir inmediatamente de conocido el problema sin necesidad de seguir todos los pasos. Pero como se señala más arriba, aprendimos a resolver problemas desde niños y adoptamos, a veces por instinto, métodos para resolverlos,

entonces, ¿porqué no aprender un método para resolver problemas de diseño? ▣



importantes a tomar en cuenta: talento y juicio lógico. Hay diferentes tipos de talentos como oficios existen. Y es que el talento lo heredamos en forma natural, el que nos indicará, luego,

Elementos de comunicación y psicología: una alternativa para la televisión educativa.

...nos referimos a todos aquellos programas que presentan a los niños como una burda imitación de los mayores con apariencia y modos de expresión que no son los de su edad, a los que notoriamente se los ha forzado a encajar en un molde que no corresponde

Vivir en la sociedad cruceña actual, es percatarse a diario del vertiginoso cambio que se está produciendo en todos los ámbitos y sectores de la ciudad. Es necesario tener cuidado al señalar estos cambios con el nombre de "proceso" pues esto no siempre es así, aunque se lo intente señalar como aquello.

Si bien es evidente que la ciudad en su aspecto físico-urbano- va mostrando grandes mejoras, que el proceso democrático se va consolidando, y que en el aspecto económico y laboral, las posibilidades, mal que mal, alcanzan a una gran mayoría. Aún así, cabe preguntarse si en el campo de la educación no estaría el talón de Aquiles de este "progreso" social.

Todos dirán que es un gran mal y esto ya es sabido. Sin embargo, cabe preguntarse ¿quién se pregunta sobre ese quehacer? ¿quién hace ese quehacer? y ¿de qué manera lo hace?.

Una respuesta a medias es que de ello se ocupan los padres, educadores y centros de estudios. Pero enmudecemos ante el papel educador que tiene la televisión.

1. ANALISIS DEL CONTENIDO DE LA T.V. EDUCATIVA ACTUAL

Si realizamos un somero análisis del contenido(1) de lo que niños, jóvenes y adultos, de diferente grado de instrucción, ven a lo largo del día televisivo, veremos lo siguiente. Gran parte de la programación está destinada a **entretener** sin más, allí incluimos a las películas, recitales musicales, shows en vivo, concursos de bellezas, etc. Otra parte mas reducida se destina a **informar**, allí incluimos a los noticieros matutinos, meridianos y vespertinos del acontecer político y social del mundo entero, así como también los informativos del deporte. Los hay también, programas que proporcionan **entretenimiento e información**, que en su forma y contenido son más ricos e interesantes. Finalmente encontramos los programas **educativos** que intentan llegar principalmente a sectores infantiles y juveniles. Estos programas no son muchos, y además presentan escaso contenido formativo o peor aún, tienen un contenido educativo distorsionado. Con ello nos referimos a

todos aquellos programas que presentan a los niños como una burda imitación de los mayores con apariencia y modos de expresión que no son los de su edad, a los que notoriamente se los ha forzado a encajar en un molde que no corresponde. Ejemplo de ello es la serie mexicana "Carrusel", donde los niños se expresan como adultos, discuten, hacen negocios, tienen intereses, todo con un lenguaje y comportamiento de personas mayores, fenómeno asombroso y clara señal del proceso de alienación infantil.

Otro ejemplo es el show de producción cruceña: GRBT, y no es el único donde la presentadora es una niña vestida de adulta: con sedas, zapatos de taco, peinado de moño, y un lenguaje y tono de voz fingido y forzado a crecer rápidamente. Su fondo musical refuerza todo este panorama, donde se realizan concursos de conocimientos escolares, acompañados con músicas propias de FM o discoteca, que además de impedir la concentración de los niños en su concurso, parece indicar que existiera carencia de melodías o personajes



Sonia Chalup Monasterio
Licenciada en Psicología
Docente de la UPSA



infantiles para complementar el programa.

Añadamos a lo expuesto, la ausencia de estímulos eficaces para el desarrollo infantil en los programas observados. Por un lado se intenta instruir a los niños, a través de concursos de conocimientos, donde sus procedimientos son similares a los de la escuela, se lanzan preguntas y luego de ser contestadas, la conductora les dice "Correcto" o por el contrario dice "no, estás equivocado, perdiste". Esta modalidad es monótona y rígida como lo era el sistema escolar antiguo, sólo le falta la palmeta del profesor. Allí no se ha contemplado el concepto de JUEGO el cual implica un aprendizaje no directo sobre el tema en particular, sino en la fantasía, creatividad, destreza y el gozo. (2)

En el otro polo se encuentran lujosísimos programas de simple entretenimiento como TVO de producción mexicana, el cual es fantástico en escenografía, derroche de luces, vestimentas y premios costosos, pero consideramos que si de diversión se trata, las conductoras del programa son las que más lo disfrutan pues sólo a ellas se les ve saltar, gritar, bailar y jugar. De este tipo de programas se extrae un mínimo de material que motive de algún modo, al menos precario, el desarrollo intelectual, personal y social del niño-perceptor al que se le entrega como un regalo, siendo que lastimosamente, es a veces un gran perjuicio.

La ausencia de estímulos realmente dirigidos hacia el desarrollo infantil, se nota también en los concursos de baile de los Shows en vivo como el de GRBT de producción local o el de Jacky de producción paceña, en los cuales los chiquillos danzarines sustituyen la acción educativa del baile por el fingimiento y la pose de movimientos provocativos, percibiéndose en ello un afán provocativo y de exhibición, disminuyéndo-

la importancia de la danza como expresión corporal en respuesta emocional a la música y al ritmo, de integración del esquema corporal, de crecimiento y liberación interior (3). Así mismo, sus melodías son las que responden a un público juvenil o adulto, a quienes se intenta imitar en fonomímicas o coreografías, como Yury, Lambada, Miriam Hernandez, etc.,. Una vez

Con todo ello creemos que la Escuela estaría en posición paradójica frente a la T.V. infantil, ya que mientras en la una se aprende, en la otra se desaprende, en la una se trata de socializar, en la otra se trata de la ganancia y el individualismo, en la una se intenta realizar el cambio de una educación pasiva a una educación participativa, y en la otra se



más nos preguntamos si existe tanta carencia de personajes infantiles a imitar o recrear. Finalmente señalamos la pasividad que caracteriza a los niños que participan en los programas infantiles en vivo como el Show de Jacky, GRBT, TVO, en todos ellos, el niño en vez de ser el centro de la actividad, pasa a ser el que mira, aplaude, y besa a la conductora en cuanto puede, ya que es en ella donde se concentra la actividad. Por otro lado la participación de los niños en los juegos, es de carácter eminentemente individualista, ya que no se ha pensado en juegos donde se ponga de manifiesto el concepto de "aceptación social" como la habilidad para llevarse bien con compañeros y amigos, participar colectiva y solidariamente. Conceptos de premiosa necesidad en el desarrollo infantil(4).

fomenta la pasividad. Lo más dramático se situaría en la paradoja del objeto de aprendizaje, que mientras en la escuela es siempre el alumno, en la T.V. infantil ya no lo es más, y ha sido sustituido por los productos que en los programas se publican con fines lucrativos. Finalmente, no todos los programas infantiles tienen estas características; algunos presentan posibilidades educativas muy adecuadas. Entre ellos se encuentra el Show de los Muppets (difundido por el canal 11), presentando temas que dan lugar a la fantasía a través de sus títeres que adquieren vida propia en sus representaciones. Tenemos también el Cantiflas Show (difundido por el canal 13); éste presenta temas histórico-culturales caricaturizados y con un toque de jocosidad que también ha contemplado la ligazón del aprendizaje

con el JUEGO.

Por otro lado se encuentra el Show de Xuxa que ha logrado tematizar a través de la canción y principalmente brinda un espacio de afectividad dirigida hacia el niño. Finalmente encontramos un programa de producción local llamado "Jugando con Vicky" (difundido en el canal 4), es aún muy nuevo, pero tanto su forma como su contenido, brindan en una perspectiva de JUEGO y entretenimiento, una serie de elementos educativos: la estimulación del desarrollo motriz, los valores sociales y nacionales, y desarrollo del pensamiento en diferentes aspectos.

El éxito de la educación se encuentra en estas posibilidades que han tomado en cuenta estos programas; de ellos intentaremos extraer lo más significativo para poderlo brindar a quienes intenten realizar programas educativos en la T.V.

2. DESARROLLOS TEORICOS

SOBRE LA T.V. EDUCATIVA

Preocupados por este tipo de fenómenos, un grupo de investigadores mexicanos comandados por Días-Guerrero en el año 1975 extrajeron de una extensa investigación, dramáticos resultados para el desarrollo infantil. Estos resultados los traducimos en preguntas para nuestra realidad nacional y local, pensando que muy probablemente al igual que en México la cultura nacional y local, ampara una tendencia a producir un retraso significativo en el desarrollo intelectual y cognocitivo de los niños pobres respecto a los niños de clases acomodadas. Más aún, es importante meditar si esta cultura transmitida también a través de la televisión, estaría produciendo un retraso cognocitivo intelectual de las niñas frente a los niños (5).

La ausencia de estímulos cognocitivos e intelectuales en la programación infantil a la que estamos expuestos en la televisión, nos hace

presuponer que aquellos refuerzan aún más la escasa cantidad de estímulos de este tipo en sus hogares y por tanto, no estamos lejos de constatar estas hipótesis meramente enunciadas, aunque no confirmadas aún en nuestro medio. Esta panorámica del acontecer educativo se ve contrarrestada a menudo con las expectativas que todos tienen de los niños y jóvenes, de quienes se espera sean futuros pensadores, creativos, inteligentes y maduros. Y luego sobreviene la frustración y la pregunta ¿que pasó, porqué es que no sobresalen en algo al menos?.

Volvamos un momento a la cuestión planteada anteriormente, dirigiéndola específicamente al terreno de la educación y la televisión ¿quién se pregunta sobre qué hacer? ¿quién realiza ese quehacer y de qué manera lo hace?.

El real problema radica en este punto, ya que hasta hoy, no existe un trabajo intelectual que sistematice y articule los conocimientos de Psicología, Pedagogía y Comunicación de Masas, para obtener una programación televisada que eduque, entretenga e informe, sin parcializarse con uno de estos objetivos aisladamente. Allí se encuentra la fuente del fracaso de muchos intentos empíricos y hasta profesionales, sin querer desmerecer con esto, la inquietud de hacer algo al respecto, y de allí se extrae de que esta no es tarea fácil para nadie.

2.1. DEFINICION PSICOPEDAGOGICA DE LA EDUCACION

La concepción más apropiada de lo que es la educación se sitúa en una perspectiva dialéctica, entendida como un proceso de búsqueda del propio ser. La educación es vista como sistema y proceso a la vez, de carácter eminentemente social y colectivo. Es un hecho gradual y progresivo y tiene la finalidad de preparar a los hombres para lo que

deben ser en la sociedad (6).

De tal modo, en cada época la educación se halla determinada por dos hechos: la situación social, que involucra a la tradición histórica y los anhelos de cambio y renovación. Esta sobredeterminación no debe hacernos perder de vista el objetivo principal de la enseñanza que es el alumno o educando y no el conocimiento en sí mismo. Por ello es que la educación debe ser para el hombre y con el hombre. Y para eso hay que ir hasta el hombre, encontrarle y después actuar (7). La obra educativa sistemática debe apoyarse fundamentalmente en los intereses dominantes del educando y en las experiencias sociales, evitando descuidar las características individuales de cada educando, respetando su condición personal (8).

La educación del futuro, cada día se nos plantea más claramente como una educación de masas y por ello es necesario preparar al hombre para el futuro, ayudarlo a sobrevivir, buscando que la educación se adapte a los cambios presentes y futuros.

2.2. EL PAPEL DE LA COMUNICACION EN LA EDUCACION

Entendemos por comunicación a todo proceso de intercambio establecido entre sujetos que comparten un código, a diferencia de la simple transmisión de información que consiste fundamentalmente en la emisión de mensajes y que está caracterizada por su unilateralidad (9).

La comunicación según Parra (1979) tiene, entre otras, las siguientes funciones fundamentales: informar, formar, integrar, socializar, entretener y educar. De ahí que la educación deba verse siempre dentro de un marco de comunicación y viceversa (10). En estos conceptos los medios de comunicación de masas, adquieren

el sentido más pleno: una comunicación dialógica. Pero para promover y realizar esta auténtica comunicación se requiere de una concepción integral del mundo y de la vida. Así podemos decir que el hombre actual no solamente tiene el afán de informarse sino que necesita adquirir nuevos valores en forma gradual, a fin de poder acrecentar la realidad de su ser, personal y social (11).

Esta expresión humana conocida como comunicación dialógica, encuentra en la actualidad en los medios de comunicación de masas, posibilidades insospechadas, siempre y cuando sean utilizados correctamente, esto es, tomando como base, medio y fin, al hombre mismo, considerado como ser único y como valor incalculable (12). Pensamos que para que exista realmente una transformación en la vida educativa será necesario que el educador deje de ser informado para ser animador o facilitador y a la vez que el educando oyente sea reemplazado por el educando investigador, ya que cada quien se educa a sí mismo. Créaselo o no (13).

2.3. LA TELEVISION EDUCATIVA

La educación es un proceso que *transciende* el aula y alcanza la vida cotidiana de los individuos. El aprendizaje tiene lugar dentro y fuera del salón de clases y en tal sentido la función de los medios de comunicación es fundamental, ya que vinculados a la familia y a la escuela forman un saber común. Son organismos socializadores que pueden hacer recuperar el sentido social y comunitario, ayudar a propiciar la unidad nacional y también rescatar los valores de nuestra propia historia que se ha ido delineando (14).

En este sentido, la televisión como agente extraescolar altamente educativo, es esencial para el proceso de formación del indi-

viduo. Sus efectos dependerán casi en su totalidad, de los contenidos que circulen a través de ella y su eficacia como medio de integración social, de la capacidad que tenga para fortalecer la acción educativa. Sin embargo, debe tomarse muy en cuenta, que sólo es un medio auxiliar y de apoyo a la relación educador-educando. La razón de ello está en la naturaleza misma del medio, según García Jimenez (1970), esta no es una relación que sea dinámica, reversible, activa y democrática como lo es la relación interpersonal del educador-educando (15).

No por ello debe restarse importancia a la televisión en el proceso de enseñanza-aprendizaje, al contrario, el reto consiste en utilizarla para proporcionarle al alumno las experiencias que no podría obtener por otro medio.

Conscientes de ello, se debe aprovechar la serie de ventajas tecnológicas, y persuasivas que nos brinda este medio,

2.4. ELEMENTOS DE UNA NUEVA ALTERNATIVA PARA LA TELEVISION EDUCATIVA (DIAZ GUERRERO: 1975)

1. El programa no debe enseñar a los niños o jóvenes de la edad a los cuales va dirigido, lo que estos ya saben de antemano. Es importante entonces, determinar qué conocimientos y qué habilidades poseen los niños de la región específica. Para ello se debe contar con un estudio a todo nivel de clases socio-económicas en base a 5 test: uno de conocimientos generales para su edad, otro de habilidades para clasificar, un test de emociones para determinar hasta qué punto el niño es consciente, por un lado del nombre y por otro, del tipo de emociones adecuadas para determinadas situaciones.

2. El programa debe emitirse en aquellas horas en que los niños

estuviesen acompañados por algún adulto, cuando menos la madre. También entonces se hace necesario realizar otro estudio para determinar el horario de proyección más apropiado.

3. De gran importancia es determinar el rango de atención que los niños ponen al programa, ya que el aprendizaje se correlaciona significativamente con el nivel de atención al programa.

4. También se debe realizar una serie de pequeños estudios experimentales para contestar a preguntas repentinas del productor, a saber: ¿cómo aprenden mejor los niños tal o cual cosa específica que se desea transmitir?. De todas las cosas que se están enseñando ¿cuáles se pueden considerar como más fáciles y cuáles difíciles?.

Es también de relevancia, como dijimos anteriormente que no se olviden los siguientes elementos en todo programa tele-educativo, en cuanto a propiciar salud mental y desarrollo de los potenciales intelectivos, afectivos y sociales del niño:

1. Que parta de los intereses predominantes del niño de la edad a la cual va dirigido el programa.

2. Que incite a la fantasía y esté siempre planteado en términos de juego.

3. Que refuerce la autoconfianza del niño y de su desarrollo personal.

4. Que de lugar a que el niño pueda realizar un análisis crítico de lo que se le proporciona como material educativo y que no convierta al niño en un ser alienado y un receptor pasivo.

5. Que se haga uso de melodías y

letras acordes con su nivel de desarrollo y no de otro público.

6. Que se haga uso de niños en la conducción de programas infantiles y educativos, pero sin alentarlos a que se conduzcan como adultos.

7. Que ayude al niño a establecer prioridades vitales.

8. Que dé oportunidad a que se aborden ciertas dificultades del aprendizaje del desarrollo infantil como la lateralidad, la orientación espacial, la integración del esquema corporal.

9. Que estimule el desarrollo infantil en las cuatro áreas básicas: la motricidad, el lenguaje, las senso-percepciones y las habilidades sociales.

10. Que promueva los valores culturales, nacionales y humanitarios.

11. Que sitúe al mismo niño perceptor en una dimensión activa frente a la recepción de los mensajes.

Es importante a la hora de considerar la realización de programas educacionales televisivos, así como de cualquier otra índole, evitar aparentes soluciones simples al problema. Se debe hacer conciencia de que todo proyecto educativo debe ser ampliamente discutido en un marco de interdisciplinariedad, con la meta de evitar dejar por fuera dimensiones de importancia para el proceso y que pudieran por sí mismas inclinar la balanza hacia el éxito o hacia el fracaso de los programas.

La educación del futuro se proyecta casi irreversiblemente como una educación de masas. Por ello es necesario preparar al hombre para el futuro. Educación, medios masivos de comunicación y psicología se encuentran entonces muy estrechamente ligados y en ellas se encuentran las bases de los modos en que se promoverá el conocimiento en la comunidad actual y futura. Esta relación es constitutiva y estructural y los resultados que ella aporte a la sociedad se verá reflejado en gran parte del futuro de nuestras nuevas generaciones. ▣

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

1. BERENSTEIN.
2. EQUIPO PAL, Temas de Psicología, Ed. Mensajero. Bilbao 1982. Pag 170-171
3. BALLEST, Roberto. Problemas de Aprendizaje. Ed. Cícel. Madrid 1980. Pag 52
4. Idem. Pag. 52
5. BAEZ, R. Teoría sobre el subdesarrollo. Ed. Diógenes. México 1979. pag. 220.
6. SUAREZ, D.R. La Educación, su filosofía, su psicología, su método. Ed. Trillas. México 1983. pag. 161.
7. Educación y vida. Ed. Lozada S.A. Biblioteca del Maestro. Bs. As. 1970. pag. 18.
8. Idem pag. 35-40.
9. LA ROSA PINEDO, A. Psicología de la Comunicación. Ed. Caribe. S.A. Lima 1987. pag. 14-17.
10. Idem pag 141-142.
11. FERRER, R.E. Comunicación y Comunicología. Ed. Eufesa. México 1982. pag 206
12. Idem pag. 207.
13. Idem pag. 209-211.
14. FERNANDEZ, A. La Educación. Ed. CEAC S.A. España. 1981.
15. GARCIA JIMENEZ, J. TV Educativa para América Latina. Ed. Porrúa. S.A. México 1970. Pag. 53.

Carrera de :

PERIODISMO

Profesional con capacidad para manejar el lenguaje oral y escrito. Conocimiento correcto de recolección, análisis, interpretación y divulgación de la Información.

Grado Académico
Técnico Superior

Recursos de la Carrera

Talleres de Periodismo
Talleres de Computación
Talleres de Diagramación
Talleres de Fotografía y TV.

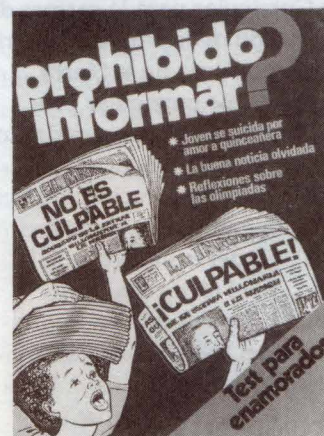
Campo de Trabajo

Diarios y publicaciones periódicas
Dpto de prensa, radio y televisión
Oficinas de prensa de organizaciones en Gral.

España 269. Campus UPSA. Av. Paraguá y 4to Anillo
Telf 348487-348937-348875. Fax 352050. Casilla 2944
Santa Cruz - Bolivia

Decreto Supremo 23157. Títulos en Provisión Nacional

UPSA
UNIVERSIDAD PRIVADA DE
SANTA CRUZ DE LA SIERRA



Excelencia en Universidad

Actividades Gestión 1992

Carreras: Ciencias de la Comunicación Social - Diseño Gráfico y Publicitario - Periodismo

- Nuevas autoridades en el Departamento Académico de Comunicación Social inauguraron el año académico 1992.

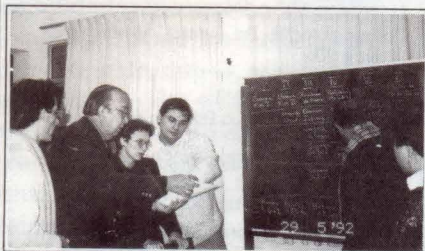
Lic. Ingrid Steinbach de Loza.

JEFE DE CARRERA

Lic. Lourdes Chalup Monasterio.

COORDINADORA DE CARRERA

- **SEMINARIO-TALLER NUEVO DISEÑO CURRICULAR**



Con la participación de un grupo de asesores bolivianos de nivel internacional como el Dr. Luis Ramiro Beltrán, Lic. Jaime Reyes y Lic. Sandra Aliaga, junto al equipo de la UPSA conformado por el Jefe de Carrera, la Lic. Ingrid Steinbach, la Coordinadora Lic. Lourdes Chalup y los docentes Lic. Rolando Parejas y Lic. Juan Carlos Peña, en el transcurso del primer semestre 1/92 se realizó el análisis y posterior elaboración de una Nueva Propuesta del Diseño Curricular para la carrera de Comunicación de la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra. El Nuevo Diseño curricular propuesto, contempla la carrera de Comunicación con dos menciones básicas, una en Comunicación Publicitaria y Propagandística, derivando por otro lado del tronco común 5 carreras a nivel técnico superior Periodismo, Producción en Radio, Producción en Televisión, Comunicación Organizacional y Comunicación Publicitaria. Actualmente, el documento está siendo analizado por las Autoridades de la UPSA.

• CURSOS ESPECIALES ORGANIZADOS POR LA CARRERA

1. CURSO DE ACTUALIZACIÓN DOCENTE "Epistemología y Tendencias Actuales de la Investigación en América Latina".

Abril-Mayo 1992

Docentes

Ms. Carlos Hugo Frías.

Ms. Gustavo Araúz

2. CICLO DE CONFERENCIAS "Comunicación para el desarrollo"

Abril-Mayo 1992

- Como nace la Radio Difusión en Idiomas Nativos
- Estrategia de Comunicación para la Salud en el Marco de la Comunicación para el Desarrollo.

Expositora

Lic. Sandra Aliaga Bruch

- Radio Educativa
- Radio Alternativa

Expositor:

Lic. Jaime Reyes

- Comunicación para el Desarrollo Rural
- Políticas Nacionales de Comunicación en el Marco de la
- Comunicación para el Desarrollo.

Expositor

Dr. Luis Ramiro Beltrán.

3. CURSO DE TEMPORADA INVIERNO 92 "Metodología de Proceso para la Elaboración de Comunicación para el Desarrollo"

Mayo 27 al 29 de 1992

Docente



Lic. Sandra Aliaga Bruch
4. CURSO DE TEMPORADA PRIMAVERA 92 "Medios e Instrumentos de Comunicación Institucional"

Noviembre de 1992

Docentes Lic. María Lourdes Chalup M. Comunicadora Social

Prof. Omar Ampuero.

Diseñador Gráfico.

• CONFERENCIAS

1. COMUNICACION EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO

Expositores Dr. Juan Diaz Bordenave (Paraguay)

Dr. Hernando Bernal (Colombia)

Los Drs. Juan Diaz Bordenave y Hernando Bernal, investigadores, autores de libros y especialistas en asesorías internacionales, estuvieron en abril en nuestra universidad para brindar a una masiva audiencia la conferencia denominada "Comunicación Educativa para el Desarrollo".

2. CONFERENCIAS SOBRE REALIDAD NACIONAL

En la materia de Realidad Nacional, la Lic. Isabel Estrada, planificó un ciclo de conferencias sobre propuestas políticas para la juventud por parte de los diferentes partidos, y otros sobre temáticas sociales, de integración y económicas de nivel nacional y regional que detallamos a continuación

- Tema: "Código de Urbanismo y Obras"

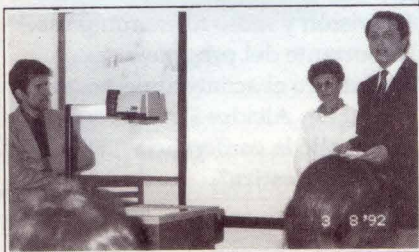
Expositor: Arq. Sergio Antelo



- Tema : "Organización y Funciones del parlamento"
Expositor: Sra. Adela Prado de Barbonari. Senadora MNR por Santa Cruz.
- Tema: "MERCOSUR". Mecanismo de Desarrollo
Expositor: Lic. José Ortiz M.
- Tema: "ADN y sus propuestas para la juventud"
Expositor: Lic Luis Añez.
- Tema : "La droga y la juventud"
Expositor: Dr. Walter Julio Fortún.
DIRECTOR DE COPRE

3. CONFERENCIA: "LAS RELACIONES PUBLICAS MODERNAS".

Expositor: Dr. Antonio Noguero Español. Especialista y Asesor Internacional en Relaciones públicas.



• CONCURSOS

UPSA OBTUVO EL SEGUNDO LUGAR EN LA CATEGORIA SPOT EN FESTIVAL DE VIDEO ECOLOGICO ORGANIZADO POR EL CENTRO IMPULSOR DEL VIDEO

En esta tarea, un grupo de 16 estudiantes del taller de televisión, junto a la profesora Irma Leytón grabaron las cintas en el parque Amorbó (riqueza forestal natural cruceña) y se presentaron con dos mensajes de concientización, obteniendo a través de uno de ellos el segundo lugar en la categoría Spot.

• VIAJES ESPAÑA II ENCUENTRO IBEROAMERICANO COMUNICACION PARA LA COOPERACION



La Jefe de Carrera de Comunicación Lic. Ingrid Steinbach de Loza, realizó un viaje a España la primera quicena de junio, con el objetivo de participar en el II Encuentro Iberoamericano Comunicación para la Cooperación.

En este encuentro, se conformó la Asociación de la Televisión Educativa Iberoamericana, que se apoya en la capacidad tecnológica del satélite español Hispasat destinado a proponer, promover y desarrollar la cooperación para la producción, difusión, uso y evaluación de materiales educativos producidos en diferentes países que serán transmitidos desde febrero de 1993. La UPSA es socia activa de esta organización.

La visita a la Expo 92 de Sevilla, también formó parte del programa en el evento y se pudo apreciar los alcances de la modernización relacionada con las comunicaciones, el video y el diseño arquitectónico.

En España se reunieron 153 instituciones latinoamericanas y españolas entre Universidades, Ministerios de Educación, Centros de Producción Audiovisual e Instituciones Educativas y Culturales.

ACAPULCO-MEXICO VII ENCUENTRO DE LA FELAFACS

Enriquecimiento intelectual, nuevas relaciones con facultades de otros países y una destacada participación logró la UPSA en el VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social realizado en el mes de octubre.

La delegación de la universidad, representada oficialmente por la Lic. Lourdes Chalup, Coordinadora de la Carrera de Comunicación, junto a dos docentes la Lic. Isabel Estrada y Lic. María Elsa Echalar, fue la única de Bolivia que se presentó en el acontecimiento con sede en Acapulco-Mexico. En esta oportunidad, la UPSA demostró la legalidad de su funcionamiento.

El evento reunió a más de 4000 participantes entre investigadores, docentes, presidentes de asociaciones universitarias y estudiantes de comunicación en relación al tema "Identidad, Integración y Comunicación Latinoamericana".

• PRODUCCION

En la gestión 1992 se ha realizado trabajos en radio, televisión, audiovisuales y prensa. Entre las principales figuran **Periódico Universitario "Entre Líneas"** Este año se lanzaron dos números que reunieron trabajos periodísticos de los alumnos de toda la carrera, especialmente los elaborados en las materias afines al periodismo. La publicación estuvo dirigida por el consejo supervisor compuesto por docentes del área y bajo la coordinación de la Jefatura de Carrera. "Entre Líneas", que tiene frecuencia semestral, seguirá saliendo a la luz el próximo año cumpliendo su objetivo básico de ser un medio de expresión de los principales trabajos producidos en nuestras aulas.



Revista "Aportes de la Comunicación"

Otro medio impreso planificado y que ahora ofrecemos, es el primer número de la Revista de la Carrera "Aportes de la Comunicación y la Cultura", como órgano de expresión de la producción intelectual de los docentes y también las investigaciones elaboradas por egresados de la carrera a través de los Trabajos Finales de Grado.

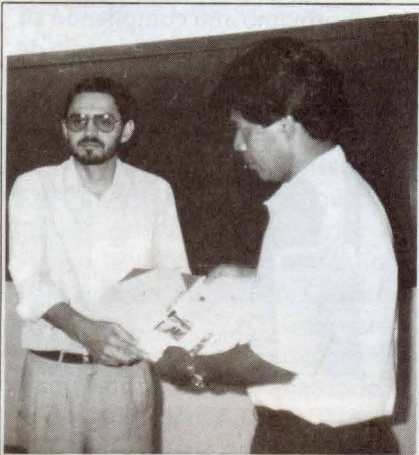
Producción Televisiva y Audiovisual

En los talleres correspondientes, se ha producido varios reportajes, documentales y spots de presentación institucional de la UPSA. Entre ellos se elaboró un modelo de programa denominados "Pequeñas Empresas, Grandes Negocios". Se grabó también, un documental sobre las Misiones Jesuíticas.

En lo que se refiere a materiales audiovisuales, se presentaron diferentes slides educativos orientados especialmente a la formación escolar.

• TRABAJOS DE EXTENSION UNIVERSITARIA

Diferentes materias de la carrera, han elaborado en el transcurso del año trabajos profesionales en comunicación, destinados a institucio-



nes del medio.

El conjunto comprende, diagnósticos comunicacionales, diversidad de publicaciones cortas, materiales pedagógicos, modelos de folleterías y boletines de información y sistemas de señalización.

La entrega de los mismos, se realizó en la UPSA el 12 de octubre, en un acto oficial, donde se presentaron las entidades beneficiadas, entre ellas está Kolping, Instituto IPIS y otros.

En el segundo semestre del año, bajo la misma política de extensión, se ha elaborado los siguientes proyectos en el área de diseño gráfico y comunicación.

- Proyecto "Folletería y Afiches".

Institución: Escuela de Ciegos APRECIA

- Proyecto "Señalización para el Nuevo Campus Universitario"

Institución: Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra. UPSA

- Proyecto "Materiales pedagógicos para niños"

Institución: SAPUCAI

- Proyecto "Folletería, Afiches y otros impresos.

Institución: Jornadas de Vida Cristiana. Movimiento Católico.

- Proyecto Folletería, boletines y material audiovisual

Institución: Casa del Niño MITAI

- Proyecto Folletería y Revista de Informaciones

Institución: Casa de la Cultura Raúl Otero Reich

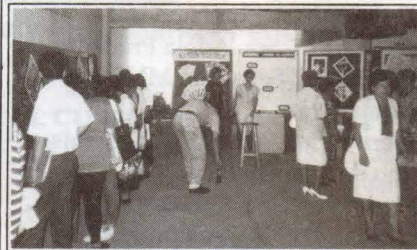
- Proyecto Folletería y Boletín Informativo.

Institución: Unidad Sanitaria. Santa Cruz.

- Proyecto Folletería y Boletín Informativo

Institución: Cruz Roja Boliviana. Filial Santa Cruz

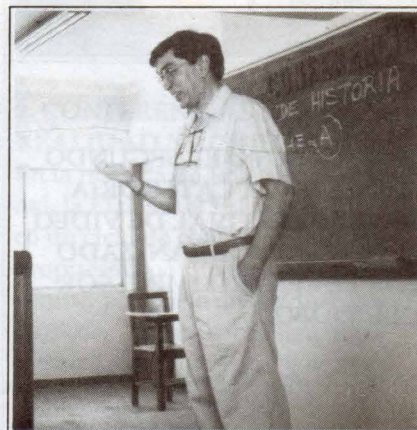
• FERIA CULTURAL



El día 12 de octubre recordando los 500 años de la conquista española, las Carrera de Comunicación, Diseño Gráfico y Periodismo organizaron una Feria Cultural para mostrar múltiples trabajos de los estudiantes, realizados en las diferentes materias.

En la exposición, se pudo apreciar proyectos de diseño gráfico, las diferentes publicaciones realizadas en los últimos años. También se mostró lo que fue la campaña de propaganda "Expresarte". La muestra bibliográfica, de producción audiovisual, televisión y radio formaron parte importante del programa.

Realizando el acontecimiento, se invitó al Dr. Alcides Parejas, quien desarrolló la conferencia "500 Años de Vida Mestiza".



• PROYECTOS DE DISEÑO

Este año, la UPSA en dos oportunidades ha presenciado la exposición de Proyectos de Diseño de los estu-



diantes de último semestre de la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario.

Fueron 11 los alumnos en el primer semestre y 7 en el segundo. Ellos, realizaron profesionalmente diferentes propuestas con íconos. Entre los más destacados están: campañas de prevención al consumo de drogas, proyectos de identidad corporativa para diferentes empresas (logos e isotipos) con adaptaciones para los distintos soportes institucionales. Folletería para la salud, la cultura, el turismo y la educación.



• BIBLIOGRAFIA

Más 80 nuevos libros (entre libros originales y fotocopias) han sido adquiridos por la Universidad para reforzar el marco teórico de las carreras de las Carreras de Comunicación, Periodismo y Diseño Gráfico y Publicitario. Con ellos, la bibliografía sumaría aproximadamente 700 ejemplares a disposición de los docentes y alumnos, sin tomar en cuenta las colecciones hemerográficas, revistas y publicaciones especiales.

• INFRAESTRUCTURA Y ADQUISICION EQUIPOS

En 1992 la UPSA adquirió para la carrera de comunicación algunos equipos de calidad profesional para ampliar los talleres de audiovisuales, televisión y Radio, que en 1993 tendrán instalaciones especiales en el Nuevo edificio de la Universidad.

Esto permitirá que los estudiantes que cursan las materias correspondientes, elaboren trabajos de calidad profesional.

• TRABAJOS FINALES DE GRADO

Son 14 los alumnos desde 1984 que han realizado, defendido y aprobado sus trabajos finales de grado, obteniendo el Diploma Académico y Título en Provisión Nacional.

Las investigaciones realizadas son las siguientes

- Roca Urioste, Vanya

"Análisis de los efectos de la televisión en los niños de 4 a 11 años en las áreas del comportamiento, conocimiento, opiniones, actitudes y emocional.

1988.

- Antelo Scott, Roberto

"Estudio exploratorio sobre la influencia de la música Rock en los jóvenes cruceños comprendidos entre los 14 y 20 años" 1988

- Sanjnéz Zaconeta, Peggy Erika

"La importancia del ejecutivo de Cuentas en la agencia publicitaria cruceña".

1988

- Arias Medina, Susana Esther

"Las relaciones públicas en el Poder Judicial cruceño, durante los últimos tres años".

1988

- Torrez Busch, Teresa

"Diagnóstico comunicacional de la Cámara Agropecuaria del Oriente" 1990

- Estrada Rivero, Isabel

"Estudio exploratorio sobre las posibilidades de promocionar el turismo en la Chiquitanía" 1990.

- Chalup Monasterio, María Lourdes

"Mensajes de Fé hacia la Virgen de Cotoca" 1993.

1990.

- Parejas Eguía, Rolando

"Diagnóstico de eficacia de la prensa diaria de Santa Cruz en la actualidad".

1991

- Eid Farjat, Cirse Ofelia

"Un modelo de investigación en ciencias de la comunicación social para juegos de aventuras en computadora personal".

1991

- Feeney Suárez, Eyda

"Expresión de la opinión pública cruceña en 1957, fases de formación, condiciones psicoculturales y características de la conquista de las regalías petroleras".

1991

- Requena Jordán, Claudia Q.

"Modelo de relaciones públicas para un campeonato de tenis"

1991

- Tobía Marco, Liliana

"La propaganda televisiva y el voto electoral"

1992.

- Gómez Blanco Margoth

"Diagnóstico y Propuesta Comunicacional para la Cervecería Santa Cruz." Enero 1993.



- Alarcón Durán Sara

"Diagnóstico intrainstitucional para la Compañía de Limpieza Industrial Urrutibehety" Enero 1993

Actualmente son 25 los alumnos con proyectos de grado aprobados por la universidad, en proceso de elaboración para ser presentados y defendidos a corto plazo.

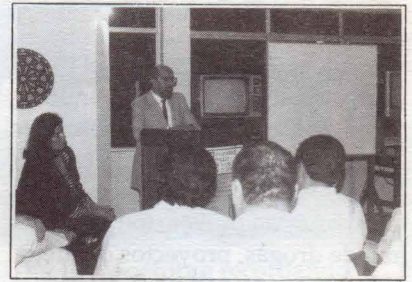
• **DOCENTES DE LA CARRERA
COMUNICACION SOCIAL
GESTION 1992**

- Luis Andia.
Lic. en Ciencias Políticas
- . Adhemar Arroyo
Lic. en Teología y Filosofía
- . Susana Barriga
Diseñadora Gráfica
- . Anabelle Beatle
Lic. en Bellas Artes
- . Claudia Bowles
Lic. en Letras Modernas
- . Manfredo Bravo
**Lic. en Ciencias Políticas y
Relaciones Internacionales**
- . Antonio Carrillo
Diseñador Gráfico



- . Germán Casassa
Lic. en Com. Social, Periodista
- . Germán Coimbra
Historiador
- . Lourdes Chalup M.
Lic. en Comunicación Social
- . Sonia Chalup M.
Lic. en Psicología
- . Ma. Elsa Echalar
Lic. en Comunicación Social
- . Sonia Eid de Roca
Lic. en Comunicación Social
- . Isabel Estrada
Lic. en Comunicación Social
- . Jean Paúl Feldis.
Lic. y Ms. en Sociología
- . Fernando Flores
Diseñador Gráfico

- . Carlos Hugo Frías
**Lic. en Filosofía . Ms. en
Antropología Filosófica**
- . Kathia Jemio.
Phd. en Periodismo
- . Irma Leytón
Comunicadora Radio y TV
- . José Ernesto Lijerón
Lic. Administración de Empresas
- . Roxana Limpías
Comunicadora Social
- . Edgar Lora
Prof. de Literatura
- . Lauren Muller de Pacheco
Lic. en Auditoría
- . Yamile Najrala
Lic. en Psicología
- . Magalí Núñez
Lic. en Psicología
- . Joaquín Osorio
Lic. en Ingeniería Comercial
- . Jeannette Paredes
Lic. en Psicología
- . Alcides Parejas
Dr. en Filosofía y Letras
- . Rolando Parejas
Lic. en Comunicación Social
- . Juan Carlos Peña
Lic. en Comunicación Social
- . Mauricio Peña
Dr. en Derecho
- . Marcelino Pérez
Lic. en Filosofía y Psicología
- . Roger Quiroz
Lic. en Filosofía
- . Vanya Roca de Suárez
Lic. en Comunicación Social
- . Roxana de Rivera
Lic. en Psicología
- . Claudia Requena
Lic. en Comunicación Social
- . Ricardo Rollano
**Lic. en Estudios
Latinoamericanos**
- . Walter Solón Romero
Prof. de Dibujo
- . Agustín Soria
Lic. en Sociología



- Ingrid Steinbach de Loza
Lic. en Comunicación Social
- . Teresita de Suárez
Lic. en Linguística y Semiología
- . Carlos Velazco
Comunicador. Esp. Radio y T.V.
- . Roberto Vila del Prado
**Lic. en Adm. Pública. Bachiller en
Ciencias Políticas**
- . Sergio Wieler
Administrador de Empresas
- . Oscar Zambrano
Comunicador. Periodista ☑

Invitamos a todos los
docentes, graduados de
las Carreras de
Comunicación Social y
profesionales de la
comunicación, a
participar de nuestra
revista enviándonos sus
artículos, ensayos o
resumen de
investigaciones.
(Dirección en Pág. 1)