

PRESENTACIÓN

La Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” (UCB-SP) ha iniciado un proceso de reforma curricular el año 2012, cuya implementación y fortalecimiento son su tarea prioritaria. Mientras tenemos en la mira la acreditación de nuestro programa para el 2015, hoy esperamos que nuestros graduados sean comunicadores con amplios recursos para la investigación y profesionales solventes en la producción de eventos comunicativos.

En el espíritu de esta reforma, es nuestra ventaja enfocar el interés investigativo de la Carrera hacia los recientes debates sobre el cambio tecnológico y el mundo digital; los nuevos paradigmas teóricos de los medios y la comunicación; los estudios culturales y la formación periodística estratégica. Para ello ofrecemos a la comunidad académica de Bolivia la publicación de este “*Journal de comunicación social*” que aspira a tomar la iniciativa de:

1. Investigar la interface entre los medios, la tecnología y el cambio social para explicar las demandas de la emergencia del mundo digital en nuestro país.
2. Enfocar nuestro esfuerzo hacia la producción de materiales que exploren los estudios mediáticos y culturales; los sistemas expertos y las consecuencias de la modernidad en una sociedad compleja como la boliviana.

La comunicación social es un área de las ciencias sociales que tiene la influencia de muchas disciplinas. La misión de este *Journal* es fortalecer el trabajo interdisciplinario basado en una investigación con varios enfoques académicos de las ciencias sociales y con el desarrollo de múltiples métodos de aproximación investigativa. El *presente trabajo* propone tres perspectivas de análisis macro que conducirán estratégicamente la investigación de sus páginas:

- (1) Sociología de la comunicación de masas
- (2) Estudios culturales
- (3) Sociología política

(1) Sociología de la comunicación de masas:

Es la disciplina concentrada en el estudio de los medios masivos. El problema central de esta rama sociológica es la relación entre los medios de comunicación y la sociedad, vista a través de la influencia y el poder de los medios y el estudio de éstos como instituciones sociales, las culturas ocupacionales y las prácticas de sus trabajadores, el comportamiento de las audiencias y su rol en la producción de la cultura.

Tiene tres grandes perspectivas:

- a. La psicología social y los efectos de los medios (la persuasión).
- b. Los medios como organizaciones en contextos sociales complejos (la producción de noticias y la calidad informativa).
- c. La semiología, enfocada en el análisis de los mensajes desmenuzados en el lenguaje, las imágenes, etc.

Esta área macro explora, además, las técnicas y las instituciones a través de las que se centraliza la publicación y distribución de información y otras formas de interacción simbólica.

(2) Estudios culturales:

Éste es un acápite de enorme interés para la academia internacional y para nuestra Carrera, pues se enfoca en un distintivo rango de estudios y aproximaciones interdisciplinarias al estudio de la cultura y la sociedad desde las siguientes perspectivas:

- a. El condicionamiento social de la producción cultural y las formas simbólicas
- b. La experiencia viva de la cultura y sus formas de producción en la clase social, la etnicidad y el género, y la segmentación de los mercados de la comunicación
- c. Las relaciones entre las instituciones económicas, políticas y los procesos culturales
- d. Las subculturas y el desarrollo de la cultura popular

En este punto se tiene que discutir las teorías de las industrias culturales y la cultura de masas; la teoría y el giro cultural; las teorías del consumo; las corrientes de la postmodernidad y el postmodernismo y, finalmente, la sociología del arte. El arte, como producto comunicativo, está totalmente ausente del debate investigativo pese a su particular y extraordinaria importancia en las relaciones sociales, error que pensamos enmendar.

(3) Sociología política:

La sociología política se ha enfocado tradicionalmente en la relación entre la sociedad y el Estado como objeto principal de preocupación. Sin embargo, cambios en la concepción de la teoría intentan demostrar que el Estado ha sido desplazado del centro de la actividad política. Asimismo, existe entre los académicos modernos un interés creciente sobre la **"politización de lo social"** a través de los medios de comunicación; interés que incluye a las actividades de los movimientos sociales; los desafíos de los derechos civiles como interpelantes de las normas excluyentes; la elaboración de las prácticas de la política transnacional e internacional y las instituciones que están implicadas en la internacionalización del Estado.

Específicamente, el enfoque interdisciplinario del *"Journal de comunicación social"* dotará a la comunidad académica de un espacio para discutir el entendimiento amplio del fenómeno de la comunicación. Este aprendizaje permitirá discutir críticamente la realidad, las relaciones e instituciones sociales y también explorar académicamente la conducta de los medios en las determinaciones sociales. Sólo así podrá, finalmente, intervenir en la producción del cambio social para bien, desde la perspectiva del: humanismo cristiano y la comunicación y el desarrollo.

En ello proponemos llenar las páginas de esta revista con diversos enfoques sobre los medios y la comunicación, para ofrecer así una enseñanza transdisciplinaria, entregando un rango de debate especializado en las siguientes áreas de estudio:

- La comunicación y su rol en los procesos históricos
- Procesos de producción y contenidos mediáticos (periodismo, publicidad, comunicación institucional y relaciones públicas)
- Estudios de periodismo y calidad informativa
- Micro sociología
- Teoría crítica y estudios culturales

- Teoría sobre los efectos de los medios
- Globalización
- Estudios postmodernos
- Comunicación política y opinión pública
- Comunicación para el cambio social

El enfoque interdisciplinario de los temas producirá conocimiento para entender el fenómeno de la comunicación social en relación a qué es lo que hace funcionar los procesos de interacción comunicativa, porqué éstos derivan en determinaciones sociales en unos casos, y en otros porqué no lo hacen. Asimismo, este enfoque aspira contribuir a los comunicadores sociales con pensamiento crítico, capacidad analítica de datos y responsabilidad social. Finalmente, las investigaciones que se publican en este *Journal* están fundamentadas en una plataforma académica que plantea investigar una gran variedad de tópicos, los cuales permitirán entender cómo funciona el sistema social y cómo diferentes comunidades culturales, en distintas sociedades, comparten o no los mismos patrones. Esta perspectiva muestra que las acciones sociales en general están influenciadas por la socialización y este entendimiento permitirá a la comunidad académica entender mejor a los individuos, incluido a uno mismo, y a la interacción social producto de la comunicación.

Msc. Rafael Loayza Bueno
 Director de Comunicación Social UCB-SP
 Presidente de la Asociación Boliviana de
 Carreras de Comunicación Social (ABOCCS)



JOURNAL
de
 comunicación social

SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS,
 ESTUDIOS MEDIÁTICOS Y CULTURALES
 Y SOCIOLOGÍA POLÍTICA



El curul electrónico

El rol de los medios en la construcción
 de la opinión pública

Phd. (Honoris Causa) Carlos D. Mesa Gisbert¹

Resumen

¿Vox populi, vox dei? Ésta es una de las interrogantes implícitas en el análisis que propone este texto, donde se expone la actual relación entre poder, democracia, medios de comunicación masivos y opinión pública. Se plantea un debate entre cómo se expresa el pueblo y cómo son interpretadas esas opiniones en el contexto actual. Se contempla las particularidades en Bolivia, hablando específicamente de sus sistemas de participación ciudadana para la toma de decisiones que afectan al colectivo y de la construcción de opinión pública mediada por los medios de comunicación masivos. Este último punto es cuestionado desde varias aristas para luego proponer una reflexión, basada en una apropiación consciente y profunda de las pautas éticas, en el trabajo de los medios masivos y su rol en la formación de la opinión pública, pues el papel de los medios no es demoler, sino construir.

Palabras clave:

Medios de comunicación masiva, comunicación y poder, democracia, opinión pública.

¹ Vicepresidente y Presidente del Honorable Congreso de la República de Bolivia entre 2002 y 2003. Posteriormente, asumió como Presidente de Bolivia entre 2003 y 2005. Además es historiador y periodista. Estudió literatura en las universidades Complutense de Madrid y Mayor de San Andrés de La Paz. Fue fundador y Director de la Cinemateca Boliviana; periodista desde 1979 en prensa, radio y televisión y analista de informativos de TV desde 1985. Se destacó como Director del programa de entrevistas "De Cerca" durante diecinueve años, así como fundador y director de Periodistas Asociados Televisión (P.A.T.), productora (1990-1998) y red de televisión (desde 1998). Actualmente, preside la Fundación Comunidad, cuyo trabajo es contribuir al fortalecimiento de las instituciones democráticas y los DD.HH, dirige la productora de televisión Plano Medio y es docente en la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Público dieciséis textos, entre los cuales se destacan: Presidentes de Bolivia: Entre Urnas y Fusiles (1983, cuatro edic.), La Aventura del Cine Boliviano (1985), Historia de Bolivia (1997, ocho edic.), Presidencia Sitiada (2008, cuatro edic.) y La Sirena y el Charango, Ensayo sobre el Mestizaje (2013).