3012-

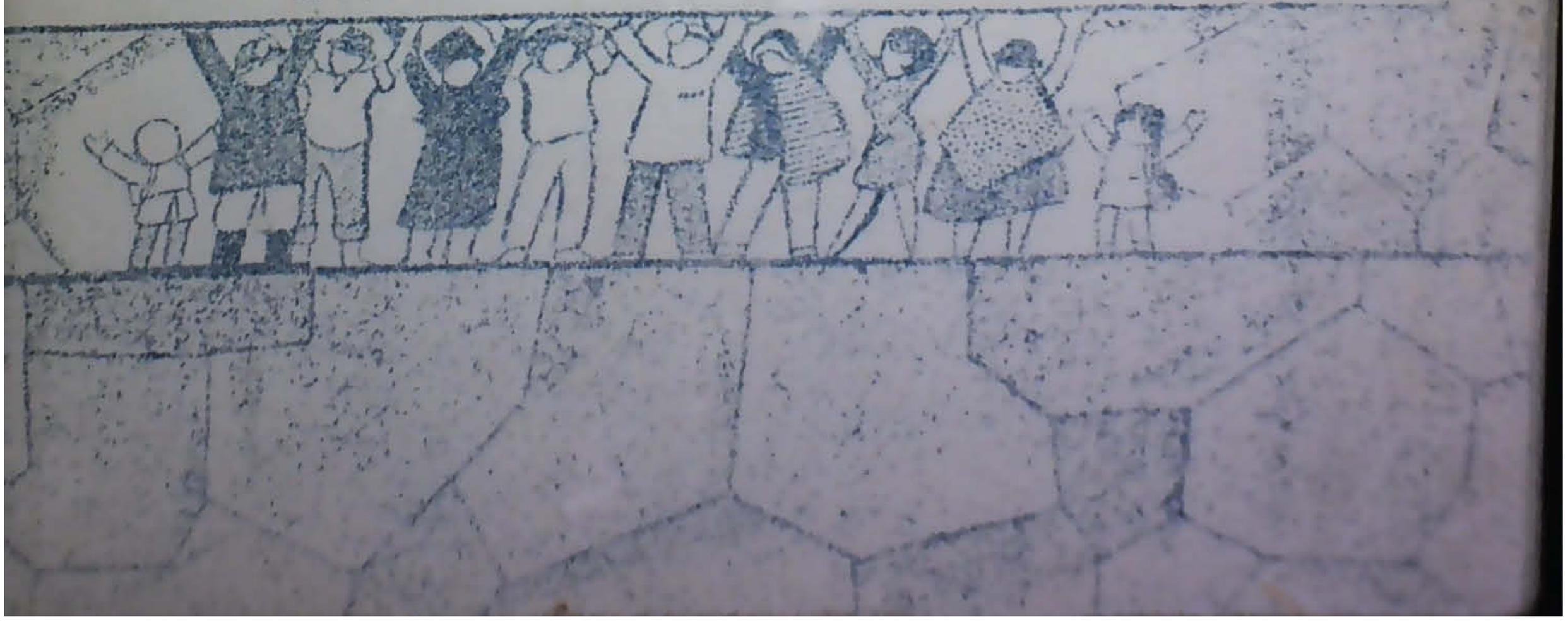
370.1
B689dm

96
A8

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA
DIRECCIÓN NACIONAL DE PLANIFICACIÓN EDUCATIVA

DIAGNÓSTICO INTEGRAL DE LA EDUCACIÓN BOLIVIANA

LOS MEDIOS DE COMUNICION Y LA EDUCACION



0.29 Prof. Alberto Tarifa Chavez

0079 18

0027 370.1
B689d m

MINISTERIO DE EDUCACION Y CULTURA
Dirección Nacional de Planificación Educativa.

DIAGNOSTICO INTEGRAL DE LA EDUCACION BOLIVIANA

LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL Y LA EDUCACION

L

Dr. Jaime Tapía Alípaz,
MINISTRO DE EDUCACION Y CULTURA

Dr. Edgar Castellanos Mealla,
DIRECTOR DE PLANIFICACION EDUCATIVA

Lic. Eduardo Lorini Tapia,
SUB-DIRECTOR DE PLANIFICACION EDUCATIVA

TECNICOS RESPONSABLES:

Lic. Bertha Larrea de Silva
Lic. Javier Seijo González

ASESOR:

Dr. Franklin Ramírez Pazmiño,
ASESOR TECNICO DE UNESCO.

La Paz, julio de 1973

MINISTERIO DE EDUCACION
CENTRO INTEGRADO DE DOCUMENTACION E INFORMACION

INVENTARIO

Fecha de Ingreso 10-12-07

No. Inv. 3253- **No. ej** 1-

Compra _____ **Bs** _____

Donación _____

Canje _____

Recibido _____

Obs. _____

CENTRO DE INFORMACION Y DOC. EDUCACIONAL
Dirección Gral. de Planeamiento Educativo
MIN. EDUCACION
La Paz-Bolivia

PLAN GENERAL DEL ESTUDIO

P R O L O G O

I - RADIODIFUSION:

A.- Información de los empresarios.

B.- Visión de los usuarios.

C.- Comentarios y Recomendaciones.

II - TELEVISION:

A.- Información de la Empresa TV.

B.- Visión de los usuarios.

C.- Comentarios y Recomendaciones.

III - PRENSA ESCRITA:

A.- Información de los empresarios:

1. Periódicos diarios.

2. Periódicos culturales.

B.- Visión de los usuarios.

C.- Comentarios y Recomendaciones.

IV - CINES:

A.- Información de los empresarios.

B.- Visión de los usuarios.

C.- Comentarios y Recomendaciones.

V - CONCLUSION FINAL.

P R O L O G O:

América Latina ha tomado conciencia de la necesidad de dar un nuevo enfoque al problema educativo. A ello se deben los convenios y proyectos multinacionales en los que se hallan empeñados nuestros pueblos.

Es por ello que, prioritariamente, tratan de incorporar al Sistema, y Para-Sistema Educativo el ingente potencial de los Medios de Comunicación Social, como instrumento de apoyo para dinamizar el cambio social que requiere el Continente.

Bolivia, frente a este compromiso, confronta los siguientes problemas que tipifican su situación:

- 5.062,000 habitantes dispersos en una extensión territorial de 1.098,000 kilómetros cuadrados. (+).
- El 60'2% de analfabetos totales o funcionales. (+).
- Las imponentes barreras de la orografía andina que dividen el territorio en tres regiones marcadas:
  - el altiplano, habitado por el 52% de la población;
  - los valles, habitados por el 32% de la población;
  - los llanos, habitados por el 16% de la población.
- El limitado acceso a los Medios de Comunicación Social determinado por estos factores:
  - la deficiente red caminera que motiva que los servicios postales sean sumamente lentos y, por lo tanto, se imposibilite la penetración de los diarios al campo.
  - la mínima tasa de electrificación de las poblaciones rurales que impide que los campesinos puedan usar receptores de TV. y radio en más cantidad.
  - la falta de un servicio nacional de producción de materiales audiovisuales para la enseñanza.

Las exigencias, que estos factores plantean a la educación y a la integración del pueblo boliviano, son tan fuertes que resultan impostergables.

Dentro de este contexto , los Medios de Comunicación Social presentan el panorama que esbozamos a continuación en nuestro estudio.

+ - Los datos estadísticos y porcentajes fueron proporcionados por el Departamento de Estadística de la Dirección General de Planificación Educativa del Ministerio de Educación y Cultura.

I - RADIODIFUSION:

A.- Información de los empresarios.

1.- Número y distribución de las emisoras en la República:

Según datos de la Oficina de Informaciones de la Presidencia de la República, de Comibol, de Y.P.F.B. , de la Asociación Boliviana de Radiodifusoras, -ASBORA- , y de Escuelas Radiofónicas de Bolivia -ERBOL- , el país cuenta con las siguientes emisoras de radio:

DEPARTAMENTO	CAP.DEL DEPTO.	PROVINCIAS	TOTAL
La Paz	15	11	26
Cochabamba	6	8	14
Oruro	5	4	9
Potosí	7	11	18
Chuquisaca	3	2	5
Tarija	3	3	6
Santa Cruz	7	4	11
Beni	5	4	9
Pando	1	-	1
TOTAL	52	47	99

El estudio presente refleja un resumen de las informaciones proporcionadas por cuarenta y cinco empresarios de radio que representan, casi, un 50% del total citado.

2.- Objetivos:

La mayor parte de las radiodifusoras se declaran empresas comerciales. Las diez emisoras de Erbol, y algunas otras estatales o subvencionadas, afirman que su objetivo es cultural y de servicio a la comunidad. Sin embargo, aún las comerciales manifiestan, entre sus objetivos secundarios, los de servicio social, educativo y cultural.

3.- Propiedad y financiamiento.

Las emisoras que se declaran empresas comerciales, son de propiedad privada y como tales se autofinancian con la venta de sus espacios publicitarios y sus programas patrocinados. No mostraron, la mayoría,agresivos planes de expansión.

Las restantes emisoras, al ser de propiedad estatal, paraestatal o de instituciones religiosas, reciben todo el soporte económico de las respectivas entidades.

4.- Organización.

En bastantes emisoras varias funciones estan atendidas por una misma persona, mezclándose actividades, lo que va en desmedro de la calidad integral de la programación. Esto ocurre, sobre todo, en radioemisoras provinciales, en las que faltan estudios de grabación donde se puedan producir y evaluar los programas antes de transmitirlos. Es así que abundan las emisiones en vivo sujetas a la habilidad e improvisación de directores y locutores.

La organización radial más importante del país es la Asociación Boliviana de Radiodifusoras -ASBORA-, cuyo fin es coordinar actividades y encarar,en forma conjunta, sus problemas gremiales.

El cuadro numérico y de distribución geográfica de las emisoras de Asbora es el siguiente:

DEPARTAMENTOS	ASBORA
La Paz.	13
Cochabamba.	4
Santa Cruz.	7
Oruro.	3
Potosí.	5
Chuquisaca.	2
Tarija.	3
Beni.	5
Pando.	1
Total.	43

Escuelas Radiofónicas de Bolivia, (ERBOL), cuyos fines son netamente educativos y de promoción social, es una institución integrante de Asbora. Las diez emisoras que componen Erbol están repartidas así:

DEPARTAMENTOS	ERBOL
La Paz.	2
Cochabamba.	1
Santa Cruz.	2
Oruro.	1
Potosí.	1
Chuquisaca.	1
Tarija.	-
Beni.	2
Pando.	-
T o t a l.	10

5.- Audiencia.

Con exclusión de algunas emisoras de La Paz, que son escu - chadas en toda la República, la mayor parte de ellas se dirigen a una audiencia local o departamental.

6.- Personal de las Emisoras.

El nivel cultural del personal de radio es relativamente elevado, pues casi todos han vencido el nivel intermedio o medio y bastantes han cursado estudios administrativos.

Sin embargo, la capacitación en las distintas ramas de Ciencias de la Información es sumamente deficitaria. Asimismo el personal técnico, en muchos casos, se ha preparado empíricamente. De aquí que los Directores de Radio expresen la necesidad de crear Institutos especializados para este medio.

El 97% de todo el personal radial es boliviano. Práctica - mente ninguna emisora cuenta con elenco artístico estable.

7.- Programación.

Es de sumo interés el dato, que nos dan algunos Directores, de que transmiten ya varios tipos de programas en las dos lenguas nativas más habladas en Bolivia, el quechua y el aymara; en tanto que las educativas difunden sus programas, permanentemente, en castellano y en los idiomas antes citados.

Analizadas quinientas cuarenta horas diarias de programa - ción, obtuvimos el siguiente cuadro de porcentajes:

1º	Música móderna y folklórica	35 %	
2º	Radio-novelas y radioteatro.	10 %	
3º	Informativos, Notas y Comentarios.	10 %	
4º	Deportes	9 %	
5º	Educativos	8 %	
6º	Otros.	18 %	

8.- Coordinación con dependencias oficiales educativas.

Aparte de dar comunicaciones de orden informativo sobre actividades importantes del Ministerio de Educación, existe una mínima interacción de las Radios con este Organismo superior de Educación.

En escala departamental hay un mayor acercamiento y relaciones entre las emisoras y los Departamentos de Cultura de las Alcaldías Municipales y Universidades.

9.- Colaboración que reciben.

Son los grupos folklóricos los que más colaboran en los programas de Radio. En segundo lugar los escritores y los grupos culturales y, en tercer lugar, los maestros, universitarios y estudiantes. Con todo, esta última colaboración apenas si rinde algún fruto para la educación, ya que procede de entusiasmos esporádicos e individuales sin organización.

10.- Limitaciones.

Entorpecen las proyecciones de los empresarios de Radio, según ellos mismos afirman:

1º La poca capacitación de su personal.
2º Las dificultades económicas.
3º La carencia de equipos adecuados.

11.- Planes.

Los directores de Radio expresan, que sus planes prioritarios para el futuro son los educativos. En este sentido Asbora ha reiterado, insistentemente, su ofrecimiento de una hora diaria, en cadena nacional, para que el Ministerio de Educación haga uso de ese espacio, en futuros proyectos.

Erbol extendería mucho más su área de influencia y eficacia si encontrase respaldo más decidido del Ministerio de Educación.

B.- Visión de los usuarios.

Para este estudio sondeamos a ochocientos treinta y site - usuarios de Radio. Debido a dificultades, mayormente económicas, no se pudo realizar un sondeo proporcional al número de habitan - tes de cada departamento. A pesar de este factor, el sondeo es importante ya que es la primera vez que se acomete una tarea seme jante, y nos permitirá formular nuevas hipótesis de trabajo y ob- jetivos para la planificación educativa a través de la Radio.

Los ochocientos treinta y siete usuarios, (maestros, estu- diantes y padres de familia), pertenecen a todas las regiones de la República, desde las zonas mineras hasta los pobladores de los llanos orientales.

1.- Asiduidad.

La totalidad de ellos expresó que diaria, o habitualmente, escuchan programas de radio.

2.- Emisoras y tipos de programas preferidos.

Aparte de las emisoras locales, las emisoras de otros de - partamentos, o del exterior, con más audiencia, son las siguientes:

DEL PAIS		DEL EXTERIOR
Altiplano	La Paz	BBC, de Londres
Progreso	" "	La voz de EE.UU. (Washingtón).
Cruz del Sur	" "	El Mundo, de Buenos Aires
Fides	" "	
Méndez	" "	
Nueva América	" "	

Los radioyentes sondeados, de nivel cultural medio y alto, nos dieron esta tabla de preferencias de programas:

1º - Noticiosos.
2º - Educativos.
3º - Deportivos.
4º - Notas y comentarios.
5º - Científicos.

No les agrada: las sátiras sociales, los programas religiosos, las radio-novelas y radio-teatros.

3.- Opinión sobre la labor educativa de las radios.

La mayoría de los oyentes de radio indicaron que éstas cumplen parcialmente labores de promoción cultural, por la información constante que proporcionan, aunque no presentan motivaciones formativas intencionadas.

4.- Publicidad.

La mayoría creen que existen anuncios comerciales en exceso, sin dosificación, y de escasa calidad y originalidad; además, los locutores comenten frecuentes errores sintacticos, gramaticales y aún de lectura.

5.- Sugerencias de programación educativa.

Indican los mismos que, en forma de ciclos o cursos, se abarquen en la programación educativa radial, los siguientes temas:

1º - Orientación familiar.
2º - Educación sexual.
3º - Relaciones humanas.
4º - Cursos de complementación para escolares y estudiantes: Historia y Geografía Nacional y Materias Técnicas.
5º - Educación permanente.

C.- Comentarios y Recomendaciones.

Nuestra conclusión global, acerca de la Radiodifusión en Bolivia, es que este medio de comunicación social es el de más fuerte influencia por estas razones:

- Gran parte de la población analfabeta del campo cuenta con receptores de radio, que son su única fuente de información.
- Al campo apenas llegan los diarios, y el mayor contingente de población se encuentra en al área rural.
- Las Radios son el vocero de más fácil acceso.

Urge por todo ello:

- Que los Directores de Radio cuiden la calidad de sus programas.
- Que el Ministerio de Educación responda a los ofrecimientos de Asbora para la educación.
- Que los empresarios aprovechen racionalmente las becas de capacitación de su personal para programas educativos.
- Que las emisoras estatales dén prioridad a la difusión cultural y educativa.
- Coordinar y organizar la alfabetización y la Educación de Adultos, especialmente en el área rural, contando, insustituiblemente, con las radios.
- Coordinar las tareas educativas de la prensa oral y escrita.
- Crear centros de capacitación para todos los niveles del personal de Radio.
- Mayor interacción entre los establecimientos educativos y las radios a través de:
    - espacios especiales para estudiantes y escolares;
    - concursos educativos intercolegiales;
    - visitas instructivas a las sedes de las emisoras;
    - la difusión en vivo de actos culturales de los colegios.

II - TELEVISION:

A.- Información de la Empresa de TV.

Bolivia hace solamente cuatro años que se ha incorporado a la era de la Televisión.

Se utiliza un canal, (Canal 7), de propiedad estatal, de los 13 que tiene asignados por los Tratados Internacionales de Telecomunicación.

Están previstas tres estaciones repetidoras troncales: Oruro, Cochabamba, Santa Cruz. Al presente únicamente está en funcionamiento la de Oruro.

Canal 7 transmite seis horas diarias, desde las 17,30 a las 23,30 horas. Los domingos difunde un programa musical y de variedades desde las 11 a las 15 horas.

Abarca la mitad norte del altiplano; en esta extensión habitan más de un millón de bolivianos, de los cuales la mayoría radica en las ciudades de La Paz y Oruro.

El canal no cuenta con un departamento estructurado de Teleducación. Si bien funciona un Departamento Teleducativo, este no pasa de ser un intento de buena voluntad de algunos ejecutivos del Canal, que organizan programas de extensión cultural en base a la colaboración voluntaria de médicos, sociólogos, pedagogos, periodistas, etc., que se presentan en vivo, con charlas y mesas redondas.

Un grupo de maestros, pagados por el Ministerio de Educación, ha organizado teleclases de apoyo para los alumnos del ciclo intermedio del Sistema regular de Educación. Estas teleclases se transmiten diariamente, de lunes a viernes; duran una hora diaria y abarcan las cuatro materias básicas de los actuales programas del Ministerio de Educación.

2.- Opinión sobre la programación.

Más de la mitad de los televidentes sondeados afirman que - los actuales programas influyen en el comportamiento general de la niñez, juventud y adultos, modificando sus gustos, modas, normas de conducta etc.

Los que creen que la influencia de los actuales programas es positiva se apoyan en las razones siguientes:

- Estimulan cambios de tipo cultural al abrir ventanas hacia otros estilos de vida.
- El fuerte impacto sicológico, y las motivaciones de orden positivo que se ven en algunos programas, influyen creando hábitos buenos de conducta.
- Despiertan en la juventud el interés por el folklore.
- Enriquecen el lenguaje y mejoran la dicción del público.

Los que cree que la influencia de la programación del Canal 7 es más bien negativa, se apoyan en estos motivos:

- Alienan porque presentan modelos de vida y conducta desadaptados.
- Abusan en la proyección de series con fuerte contenido de violencia.
- En programas instructivos, en vivo, los profesionales invitados pecan de academicismo.
- No estimulan a la niñez y la juventud hacia su superación.
- Falta de programación de los horarios de acuerdo a las edades de los televidentes.
- Repetición de programas.
- Copias antiguas de series obsoletas de otros países.
- Baja calidad técnica en la dirección de muchos programas; (la cámara anda por un lado y el concepto del locutor por otro).

- Amaneramiento de conductores de programas dominicales.
- Falta de didáctica televisiva en los programas de apoyo a los escolares. Muy aburridos.

3.- Publicidad.

Coincidieron todos en afirmar que el número, y repetición, de los avisos comerciales es abrumador y mal dosificado.

También expresan su extrañeza de que, siendo un Canal Estatal, se comercialice tanto, influyendo negativamente en este aspecto, pues la mayor parte de los productos anunciados no están al alcance de la mayoría. De este modo muchos televidentes alimentan apetencias que no pueden satisfacer, con la consiguiente frustración y aun resentimiento social.

4.- Sugerencias de programación educativa.

La variedad de sugerencias fue ingente. Agrupadas por orden de prioridad las catalogamos en esta forma:

- Ciencia y Técnica.
- Geografía e Historia Nacional.
- Orientación Cívica.
- Programas juveniles:
  - orientación moral y prevención de la delincuencia.
  - orientación vocacional.
- Programas religiosos.
- Programas especiales para gente inválida y enferma.
- Programas para niños de pre-primaria.
- Cursos de acuerdo a los Programas de Educación.

C.- Comentarios y Recomendaciones.

Hemos advertido un alto sentido crítico en los usuarios de TV., pese a la absorbencia que ejerce la pequeña pantalla y a la atrayente novedad que aún constituye en los hogares.

Como recomendación fundamental, partimos de la base de que sin un departamento de Tv Educativa, integrado en un centro nacional de tecnología educativa, del que hablaremos más adelante, es imposible planificar y ejecutar proyectos de educación por televisión.

Para que el Canal en funcionamiento evite errores, y cumpla mejor con su función primordial, que es la educativa, reiteramos algunas de las sugerencias que nos comunicaron los televidentes:

- Evitar la "inundación" de influencia extranjerizante, seleccionando los programas importados.
- Ya que, por el momento, parece difícil prescindir de los avisos comerciales, por razones económicas, debe emplearse criterio selectivo para su presentación.
- Que se multipliquen los mensajes educativos, al estilo de los que actualmente pasan sobre temas económicos.
- Realizar estudios de audiencia para distribuir, en forma más racional, los horarios de programación.
- Presentar en forma más novedosa los programas de folklore.
- Cuidar de que la dicción de los locutores y presentadores sea más correcta.
- En los programas educativos, cuidar de no caer en el academicismo y la pedantería.
- Mejorar la calidad didáctico-televisiva en los programas de apoyo a los estudiantes, para que dejen de ser aburridas clases televisadas.
- Evitar la improvisación de camarógrafos y directores.

Que se permita la instalación de otros canales de Televisión: Esto traerá como consecuencia:

- La sana competencia que influirá en la mejoría de la programación.
- Que el Canal 7 se convierta, realmente, en Canal Educativo, función primera que debe cumplir como entidad estatal.

III - PRENSA ESCRITA:

A.- Informe de los Empresarios.

1.- Periódicos diarios:

Se publican en el país 13 diarios editados y difundidos en la forma siguiente:

NOMBRE	DEPARTAMENTO	AREA PRINCIPAL DE LECTURA
Presencia	La Paz	La Paz y todo el país.
El Diario	" "	La Paz y todo el país.
Hoy	" "	
Ultima Hora	" "	
Nueva Jornada	" "	
Los tiempos	Cochabamba	Cochabamba, La Paz y el oriente
Prensa Libre	"	Cochabamba
La Patria	Oruro	Oruro
Nueva Epoca	Santa Cruz	Santa Cruz
El comercio	" "	" "
El Deber	" "	" "
La Crónica	" "	" "
El Heraldo	Trinidad	Beni

Aparte de los diarios citados arriba, se publican en el resto de los departamentos periódicos eventuales, de difusión exclusivamente local.

2.- Periódicos culturales.

Varias empresas periodísticas de La Paz, publican suplementos semanales de contenido cultural que son de gran aceptación entre el público:

- "Presencia": publica "Presencia Juvenil", de contenido literario y de formación para la juventud.
- "El Diario" publica "Suplemento literario" con temas históricos y literarios.
- "Hoy": edita "Vitrinitas" dirigido a los escolares.
- "Ultima Hora": edita "Semana" de contenidos literario-cultural.

Merecen destacarse las iniciativas de tres entidades no periodísticas: Radio Méndez, (La Paz), Radio San Gabriel, (La Paz), y Acción Cultural Loyola (ACLO de Sucre), que, como apoyo de la labor educativa que realizan, publican periódicos mensuales de información y formación orientada al campesinado.

Radio Méndez publica "EL CAMPO" destinado a los campesinos del Departamento de La Paz. Los campesinos colaboran, gratuitamente en la elaboración y venta del periódico, que constituye un excelente vehículo de cultura general y agraria en su área de difusión.

La Radio San GABRIEL,afiliada a Erbol, publica también un periódico mensual destinado a los campesinos paceños. Se denomina " EL GABRIELITO" y es de características similares al que edita Radio Méndez.

"EN MARCHA" publicado por ACLO,(Sucre), además de secciones de interés para los campesinos, incluye artículos de actualización pedagógica para los maestros rurales del sur del país.

X

B.- Visión de los usuarios.

Realizamos un sondeo entre 640 personas: padres de familia, estudiantes, maestros de escuelas colegios fiscales, particulares, normales etc... De esta forma, abarcamos lectores de la enseñanza dependiente del Ministerio de Educación, repartidos por toda la República:

DEPARTAMENTOS	Nº DE LECTORES
La Paz.	178
Cochabamba.	121
Santa Cruz.	80
Chuquisaca.	39
Potosí.	105
Oruro.	61
Tarija.	24
Beni.	24
Pando.	8
T o t a l	640

Consideramos que esta variedad y cantidad de personas, es una muestra de la que podemos extraer indicadores de interés.

1.- Preferencias.

De los tres diarios leídos en todo el territorio, el or - den de preferencia fué el siguiente:

1º "Presencia"

2º "El Diario"

3º "Hoy"

MINISTERIO DE EDUCACION
CENTRO INTEGRADO DE DOCUMENTACION E INFORMACION
CIDIME
La Paz - Bolivia

2.- Influencia sobre la juventud.

Los usuarios señalaron que la prensa diaria que leen es, prioritariamente, instructiva y, muy en segundo lugar, motivadora.

Critican a los diarios de falta de veracidad, falta de respeto a la dignidad humana, de servir a intereses creados nacionales y extranjeros, de sensacionalismo y de agentes de politización.

3.- Sugerencias a los periodistas.

La abundante gama de respuestas, que nos dieron los lectores, logramos resumirlas en los capítulos siguientes:

a) para mejorar la profesión periodística:

- más veracidad, responsabilidad y respeto a las personas;
- más libertad de prensa;
- crear centros de profesionalización para periodistas.

b) para que los diarios eduquen al gran público:

- más artículos sobre Historia, Geografía, Folklore e Integración Nacional;
- más atención a la problemática social de: campesinos, mineros, zonas marginales y fronteras;
- más páginas sobre Ciencia y Técnica;
- incorporación a la alfabetización;
- más páginas literarias;
- menos información sobre partidos políticos;
- léxico más inteligible a todos;
- menos crónica roja en algunos periódicos.

c) para colaborar a maestros, padres de familia y colegios:

- crear una sección de orientación a maestros y padres de familia;

- sondear, con frecuencia, la opinión de los jóvenes;
- solicitar la colaboración de maestros, pedagogos, etc;
- vincular los diarios a los establecimientos educativos por medio de charlas y cursillos sobre periodismo;
- crear subscripciones de más bajo costo para los cole - gios.

d) para atención directa a los alumnos:

- más orientación juvenil y vocacional;
- más suplementos gráficos para escolares;
- más concursos y crucigramas educativos con premios.

C.- Comentarios y recomendaciones.

El hecho de que solamente los diarios paceños se vendan en todo el país es un factor de la sobregravitación de la sede de Go - bierno en el resto de los departamentos; ello marca patrones de opi nión pública unilaterales.

Existe notable afán por conocer más el acaer nacional que el del exterior. Parece indicar, esto, un deseo de afianzar los valores socio- culturales propios antes que aceptar los ajenos. Aunque po- demos colegir, de este mismo hecho, que el sentido integracionista con otros países es un tanto débil.

Al mismo tiempo, piden los usuarios más atención a la cien - cia y la técnica.

Creemos que estas dos tendencias, un tanto encontradas, apun tan a la perenne confrontación, en el interior del hombre boliviano, entre sus ansias por encontrar más perspectivas económicas, a las qúe dá acceso la técnica, y su deseo de acrecentar y saborear los ricos valores humanos de que se siente depositario por su historia, tradición, folklore y su música.

Al encontrar en los diarios más orientación que motivación, los usuarios un tanto estan acusando de superficialidad educativa a la prensa.

La enorme cantidad de sugerencias, de los 640 lectores, indica que conceden a los diarios una importancia definitiva en la educación de la ciudadanía. De esto ya están conscientes, con toda seguridad, los directores y ejecutivos de los diarios, pero hemos querido anotarlo en este estudio-sondeo para que les sirva de estímulo en sus iniciativas.

Asimismo, podrán concluir las empresas periodísticas que, dedicando mayor atención a las necesidades culturales del pueblo, lejos de verse perjudicadas en sus intereses, verán acrecentar su número de lectores con el consiguiente, y légítimo, beneficio económico.

De entre las propuestas que plantean a los diarios, hacemos nuestra, como más viables para la educación, las siguientes:

- Que las empresas periodísticas en coordinación con los Ministerios de Educación y Asuntos Campesinos, y las Radioemisoras, aporten su gran potencial para resolver el angustioso problema del analfabetismo.
- La gran aceptación y alabanzas que prodigan a los actuales suplementos educativos de varios diarios, las recogemos y entregamos al resto de los empresarios para que se multipliquen iniciativas semejantes.
- Que los empresarios, en coordinación con los Directores de colegios y normales, ofrezcan su ciencia periodística a maestros y alumnos por medio de:
  - charlas,
  - seminarios,
  - visitas planificadas a las sedes de los diarios,
  - concursos educativos intercolegiales.
- Que las empresas periodísticas realicen sondeos de opinión entre la población estudiantil, y estimulen su colaboración.

- Que los empresarios consideren la factibilidad de crear suscripciones más baratas para Establecimientos Educativos.
- Que los empresarios doten de una sala de espera a los voceadores que, desde tempranas horas de la madrugada esperan en las calles, bajo las inclemencias del tiempo, recoger los diarios.
- Que los mismos empresarios, a nivel gremial, se preocupen por crear un establecimiento educativo, exclusivamente para los vendedores, y que funcionan de acuerdo a un horario compatible con su trabajo.



IV. CINES

A.- INFORMACION DE LOS EMPRESARIOS

Existe en el país una sola empresa cinematográfica que ha producido largo y cortometrajes de interés. Sus objetivos no son educativos, por lo que podemos afirmar que, en Bolivia, no existe producción de cine educativo en cuanto tal.

En cuanto al cine como espectáculo, 60 empresarios de salas cinematográficas nos dieron una serie de datos de los que estractamos algunos puntos interesantes.

Los empresarios nos han manifestado que el mayor volumen de su programación pertenece a estos tres géneros cinematográficos: vaqueros, policiales y comedias de todo tipo.

Afirman que los gustos de los espectadores coinciden con los tres géneros citados.

Asimismo confiesan que están bastante supeditados, en la elección de su programación, a las listas de películas impuestas por las Distribuidoras internacionales y a los costos sumamente elevados de algunas cintas de calidad.

Demuestran abertura para colaborar en campañas educativas y promociones de turismo, por medio de cortos y slides previos a las proyecciones de largometrajes comerciales.

B.- VISION DE LOS USUARIOS

837 usuarios de cine sondeados en el país, aportaron variadas apreciaciones y sugerencias que resumimos en los siguientes capítulos:

1. Asistencia

La frecuencia señalada por los usuarios fluctúa entre los que van una vez cada semana, otros que lo hacen quincenal o mensualmente

y otros que rara vez o nunca asisten a este espectáculo.

El promedio podemos fijarlo en la asistencia de una vez cada 7 días, constituyendo el cine un constante impacto cultural.

2. Preferencias de programación

Los films preferidos podemos ordenarlos en esta forma:

primer lugar ..... los de contenido histórico-bélicos
segundo lugar ..... " " " cómico-musical

Entre estas preferencias y las señaladas por los empresarios no existe concordancia. Si bien es cierto que nuestros encuestados son de nivel cultural medio y alto, la que marca también, un nivel cultural alto de preferencias que no corresponden al gran público, se estima que los empresarios han anotado las preferencias sin previa consulta, predeterminando los gustos de los usuarios.

3. Opinión sobre la influencia de las películas.

Una pequeña parte de los usuarios sondeados afirman que el cine instruye y puede orientar y motivar a la niñez y la juventud hacia su formación integral. Con todo, la mayor parte indica que los contenidos de la mayoría de las proyecciones cinematográficas resultan deformantes porque presentan modelos de vida y conducta extranjerizantes; porque muchos films se desarrollan en ambientes de standard de vida lujosos lo que resulta insultante para las penosas condiciones económicas en que se desenvuelve el gran público. Otros afirman que bastantes películas son inmorales al estimular a la violencia y a variados tipos de delincuencia.

4. La Censura.

Los usuarios sondeados no están de acuerdo, en su mayoría, con el actual desempeño de las labores de la censura; aunque no dieron explicaciones a su punto de vista lo dejamos anotado en este estudio para que sirva como pauta de reflexión.

5. Condiciones de las salas.

Son relativamente pocos los que afirman que las salas cinematográficas reunen buenas condiciones como:

- butacas y asientos confortables;
- calidad de proyección;
- limpieza en el interior de la sala y en los servicios higiénicos.

Es lamentable que abunden críticas del tipo siguiente:

- falta de seriedad en los horarios;
- personal de servicio desatento o mal educado;
- poco control en el interior de las salas;
- abundantes cortes durante las sesiones debido a los proyectores viejos y a las cintas desgastadas;
- incomodidad de los asientos;
- suciedad general y falta de higiene.

6. Sugerencias de programación

Recomendaron, como más apropiados para los niños, los siguientes géneros:

- dibujos animados;
- cómicas;
- aventuras;
- musicales.

Para los jóvenes pensaron películas de contenido:

- científico;
- histórico;
- musical;
- psicológico;
- romántico.

F. Películas nacionales

"Ukhamau", "Yawar Mallcu" y "Patria linda" han sido las cintas que más acogida han tenido entre las producidas en Bolivia.

Para estos tres films expresan conceptos laudatorios la mayor parte. Piden, asimismo, que se proporcione más apoyo a este tipo de cine que nos ayuda a conocer y reflexionar sobre nuestra propia nacionalidad.

C.- COMENTARIOS Y RECOMENDACIONES

El Séptimo Arte es el espectáculo más frecuentado. Contribuye a ello, aparte de su bajo costo relativo, la falta de parques públicos, de campos deportivos, gimnasios, colonias vacacionales, etc., en los que se puedan emplear, sana y divertidamente, los tiempos de ocio.

Advertimos que los padres de familia dan poca importancia a la influencia que el cine ejerce en sus hijos, porque casi no se interesan de cuándo y a qué películas asisten.

La labor coordinada de las Alcaldías, (que son las que más estrecha relación tienen con los empresarios de cine), el Ministerio de Educación, Informaciones, Gobierno, etc., podría encarar estas tareas urgentes:

- Programar sistemáticamente funciones educativas para niños y jóvenes.
- Hacer cumplir las reglamentaciones existentes sobre la asistencia de los alumnos y memores a los cines, tanto en días laborables como feriados.
- Corregir los notables defectos de orden e higiene de las salas, que ofenden el más elemental decoro, especialmente en los cines de barrio.
- Organizar cinematecas selectas, importando películas educativas y catalogando las que poseen Embajadas y Cen

tros Culturales, para, así, poder ofrecer un permanente servicio de préstamo a las Escuelas y Colegios.

- Producción de cortos educativos para proyectarlos antes de las funciones comerciales, en fábricas, parroquias, etc.
- Fomentar la creación de cine-clubes con los que se vaya aumentando el espíritu crítico y actitud activa del espectador frente a las películas.
- Controlar el sensacionalismo de los anuncios, carteles y avisos radiales.

Los educadores juegan un papel preponderante en la tarea de formar en sus educandos un espíritu crítico y selectivo, de tal forma que puedan enfrentar el formidable bombardeo de las pantallas. Podrá, así, nuestra juventud, elaborar personales marcos de conducta sin dejarse devorar por la publicidad.

Podrían los maestros seleccionar algunas proyecciones comerciales y sugerirlas como tarea para que sus alumnos las vean, y luego comentarlas en clase.

La censura con sus pobres etiquetas: "Apta para todos los públicos", "sólo para mayores de 21 años", "prohibida para menores", etc., está tan gastada que no se la tiene en cuenta y paradógicamente, en muchos casos, viene a ser un magnífico reclame publicitario.

Se deben revisar los criterios con los que se elabora la censura de forma que sea positivamente orientadora y educativa, y no solo dudosamente "fiscalizadora". Para ello, un equipo de especialistas en comunicación social debe elaborar comentarios que, obligatoriamente, se coloquen cada día debajo de la cartelera cinematográfica de los diarios, a la puerta de los cines y difundirlo por los radios.

V.- CONCLUSION FINAL

La mayor parte de los problemas que enfrenta la Educación en su relación con la Radio, TV, Diarios y Cines provienen de la inexistencia de un Centro Nacional de Tecnología Educativa.

Este Centro citado podría tener las siguientes finalidades:

- Planificar, en estrecha colaboración con la Dirección General de Planificación Educativa, la incorporación de los Medios de Comunicación Social al desarrollo y formación integral de la población.
- Servir de apoyo al sistema y para-sistema educativo, supliendo la dramática escasez de locales y maestros creando telecentros que lleven a los grupos marginados los beneficios de la educación.
- Coordinar y cooperar con los esfuerzos de entidades estatales y particulares, para una mayor eficacia en la aplicación de los adelantos tecnológicos educativos.
- Producir materiales de enseñanza-audiovidual.
- Determinar, de acuerdo con otros organismos competentes, las prioridades para la solicitud de asistencia técnica y financiera de organismos internacionales.
- Regular la capacitación de expertos en comunicación social y enseñanza audiovisual, de acuerdo a una programación de requerimientos.
- Impulsar la creación de subcentros regionales de Tecnología Educativa para, así, atender las peculiares necesidades de cada zona de influencia.

Que en las Escuelas Normales se cree la cátedra de Ciencia de la Comunicación y Aplicación de la Tecnología Educativa a la Enseñanza. Para ello, preparar maestros especializados en este campo y dotar a dichos establecimientos de los correspondientes laboratorios de enseñanza y producción de materiales audiovisua - les.

