

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL**



**FUNCIONAMIENTO DE UNA ESTACIÓN DE
RADIO Y TELEVISIÓN PARA LAS FUERZAS
ARMADAS DEL ESTADO**

PROPOSITOS: INTEGRACIÓN, SOBERANÍA Y DESARROLLO

Proyecto de grado presentado para la obtención del Grado de Licenciatura

**POR: KELLY PAMELA ESCOBAR LÓPEZ
VICTOR ALBERTO YUJRA LIMA**

TUTOR: IVÁN MIRANDA BALCÁZAR, M.Cs.

**La Paz- Bolivia
2014**

ÍNDICE GENERAL

INDICE GENERAL.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
PRESENTACIÓN.....	iv
INTRODUCCIÓN.....	v

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	4
El diseño de la investigación.....	
1. Campo temático.....	5
2. Objeto de Estudio.....	6
1.1. Dimensión temporal.....	6
1.2. Dimensional especial.....	7
3. Planteamiento del problema.....	7
3.1. Enunciación del problema.....	8
4. Objetivos.....	10
4.1. Objetivo general.....	10
4.2. Objetivos específicos.....	10
5. Justificación.....	11
6. Metodología.....	13
6.1. Técnicas.....	15
CAPÍTULO II	
Marco Teórico.....	17
1. La preparación del marco teórico.....	18
2. La comunicación como disciplina.....	24
3. La estrategia comunicacional.....	25
CAPÍTULO III	
La Armada Boliviana: identidad Institucional.....	28
1. Identidad institucional.....	29

2. Las Fuerzas Armadas del Estado y el Ejército.....	30
3. Periodización.....	34
4. La Armada Boliviana.....	35
5. Bases legales de la participación de la Armada Boliviana en el desarrollo nacional.....	35
7. La Fuerza Aérea Boliviana.....	43
8. Modelos operacionales.....	43
4. Modelo de gestión pública.....	44
CAPÍTULO IV	
Propuesta de la radio y la televisión.....	46
1. Opinión militar sobre la necesidad de medios para la institución.....	47
2. Proyecto mediático de la Armada Boliviana.....	47
1.1. Localización, infraestructura y área técnica.....	47
1.2. Frecuencia modulada.....	47
1.3. Amplitud modulada.....	47
1.4. Canal de televisión.....	48
1.5. Ubicación de las antenas.....	48
1.6. Edificio estudios.....	50
1.6.1. Obras de las instalaciones de emisión.....	51
1.6.2. Obras de las instalaciones de transmisión.....	51
1.7. Estructura legal y administrativa.....	51
1.7.1. Solicitud de frecuencias.....	58
1.7.2. Instalación de antenas.....	60
1.7.3. Solicitud de licencia.....	60
1.7.4. Licencia de radiodifusión.....	61
1.7.5. Licencia para el uso de frecuencias.....	62
1.7.6. Nuevas tecnologías de la información y la comunicación.....	63
2. Recursos humanos.....	64
3. Organigrama.....	65
4. Competencia.....	65

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	67
1. Conclusiones.....	68
1. Recomendaciones.....	70
Bibliografía.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	
CONDICIONES INSTITUCIONALES.....	9
TABLA 2	
LA TEORÍA DE LOS EFECTOS Y EL PROYECTO DE RADIO Y TELEVISIÓN.....	20
TABLA 3	
DIMENSIONES DEL MODELO DE GESTIÓN PÚBLICA.....	44
TABLA 4	
EQUIPAMIENTO Y TECNOLOGÍA DE RADIO.....	49
TABLA 5	
EQUIPAMIENTO DE TELEVISIÓN.....	49
TABLA 6	
DESCRIPCIÓN DE INFRAESTRUCTURA EL ALTO.....	50
TABLA 7	
DESCRIPCIÓN INSTALACIONES ESTUDIO.....	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. La comunicación como instancia de integración y convivencia ciudadana.....	6
Figura 2 Emplazamiento de la imagen institucional.....	22
Figura 3 El sentido de la mediación de la radio y la televisión.....	23
Figura 4 La función de la radio y la televisión en la Armada Boliviana.....	25
Figura 5 Ejes de articulación de la estrategia corporativa.....	26
Figura 6 Vista frontal y lateral de la planta de transmisión.....	48

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	
Carta de la Armada Boliviana a la ATT solicitando frecuencias de radio y televisión.....	74
Anexo 2	
Carta de la Armada Boliviana a la Directora de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA.....	75
Anexo 3	
Requisitos técnicos para la tramitación de frecuencias de radio.....	76

DEDICATORIA

A mis padres Bernabé Escobar y Martha López porque creyeron en mí, con su apoyo me sacaron adelante, dándome ejemplos de superación y entrega, en gran parte gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera y por el orgullo que sienten por mí, fue lo mejor que me hizo ir hasta el final va por ustedes por lo que valen, por que admiro su fortaleza y por lo que han hecho por mí.

A mis hermanos, gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida, mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles.

A mi esposo Juan Carlos Silva por su paciencia y comprensión, preferiste sacrificar tu tiempo para que yo pudiera cumplir el mío, por tu bondad y sacrificio me inspiraste a ser mejor para ti, ahora puedo decir que este proyecto lleva mucho de ti, gracias por estar siempre a mi lado.

Kelly Pamela Escobar López

Doy gracias primordialmente a Dios por darme la capacidad de poder emprender este trabajo, quien me dio la fe, la fortaleza, la salud y la esperanza para terminar este trabajo. Acompañado de la sabiduría, paciencia, entendimiento y la capacidad para lograr este objetivo.

A mis padres Pablo Yujra y Apolina Beatriz Lima, a mis tíos primos por todo su apoyo, comprensión y confianza que depositaron en mí.

A los que nunc dudaron que lograría este triunfo: mis hermanos Félix, Aida y Gabriela quienes me enseñaron desde pequeño a luchar para alcanzar mis metas ¡los amo!.

Víctor Alberto Yujra Lima

AGRADECIMIENTOS

Al Comandante en Jefe de las FF. AA., Alnte. Víctor Baldivieso Hache quien me oriento e impulso para la realización de este proyecto en la Institución y a mi tutor Lic. Iván Miranda Balcázar por la orientación necesaria durante el desarrollo del proyecto de grado, quienes fueron pacientes al estar detrás de este trabajo.

Kelly Pamela Escobar López

A mi tutor Lic. Iván Miranda Balcázar, por la orientación en cada momento del desarrollo del este Proyecto y a todos mis compañeros por entender y tenerme paciencia y a los Comandantes quienes fueron participes y brindaron ayuda para el impulso del arduo trabajo.

Víctor Alberto Yujra Lima

PENSAMIENTO

La vida es una sola, como una sola vez tiene la oportunidad de realizarse como persona y sin embargo muchas veces desechamos esa valiosa oportunidad que se nos presenta y muy tarde nos damos cuenta que el camino a nuestras espaldas a cada paso se va borrando sin dejarnos la opción de regresar..... agradezco al soberano por darme la oportunidad de haber elegido un camino correcto.

PRESENTACIÓN

El presente Proyecto de Grado inquieta la necesidad de las Fuerzas Armadas del Estado para llegar a la población boliviana del Estado Plurinacional y difundir las políticas comunicacionales de las mismas dentro de la Institución así también en las Unidades dependientes de cada Fuerza dando a conocer a la población el desenvolvimiento de quienes conforman y para quienes trabajan día a día.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto de grado¹ es una propuesta presentada a las Fuerzas Armadas del Estado² boliviano para la creación de una radioemisora y un canal de televisión en el contexto de las transformaciones estatales, los lineamientos del plan de desarrollo nacional, las acciones gubernamentales sobre el tema marítimo y el rol militar en la gestión pública.

El trabajo tiene su origen en la propia entidad castrense donde sus autoridades de la más alta jerarquía militar han considerado la necesidad de gestionar ante la Autoridad de Transportes y Telecomunicaciones (ATT) licencias de funcionamiento para una radioemisora en las frecuencias de FM, AM y SW y un número de canal en VHS o UHV.

Esa institución apelará a la Ley de Telecomunicaciones que en su artículo 11° señala: “Para el funcionamiento de las estaciones transmisoras utilizadas en el servicio de radiodifusión estatal, así como los servicios destinados a la seguridad y defensa del Estado, la asignación de frecuencias electromagnéticas será de forma directa”.

Los medios tendrán los siguientes lineamientos comunicacionales:

- Educativa: coadyuvará a los procesos de enseñanza – aprendizaje
- Seguridad: Velará por la soberanía nacional
- Intercultural: Revalorizará las identidades y diversidades del Estado Plurinacional
- Social: Apoyará los procesos de desarrollo de las comunidades y poblaciones donde tiene influencia las Fuerzas Armadas del Estado.
- Cívica: Promoverá los valores cívicos e históricos que caracterizan la historia de nuestro país.

¹. Este trabajo se enmarca en el “Manual de presentación de trabajos finales de las diferentes modalidades

². Las Fuerzas Armadas del Estado declararon que el proyecto de Radio y Televisión es una necesidad inaplazable e impostergable, por tanto, sus operaciones están garantizadas por la institución militar, según las notas dirigidas tanto a la Dirección de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, como a la Autoridad de Telecomunicaciones.

Las Fuerzas Armadas del Estado tienen la misión constitucional de “*participaren el desarrollo integral del país*”³. En ese contexto, necesita un plan mediático para fortalecer la acción estatal de restituir la cualidad marítima de Bolivia, la defensa de la soberanía, el desarrollo y la integración nacional.

Es un aporte académico desde el enfoque de la comunicación, disciplina científica que tiene la capacidad de integrar a la sociedad, interrelacionar a las instituciones, interactuar con otras áreas de conocimiento, en este caso, una institución militar con competencias y fines específicos para la defensa nacional.

La radio y la televisión junto al complejo mediático integrado por el internet, la multimedia, las redes sociales, entre otras, son en estos tiempos de transformación, el contacto inmediato y cotidiano para conocer la realidad nacional e internacional. El último censo (2012) de población y vivienda señala que el 76 por ciento de la población boliviana tiene acceso a las radioemisoras y en todas las áreas donde hay servicio de energía eléctrica es posible encontrar un televisor.

Erick Torrico (2004) sostiene que el hecho comunicacional junto a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación ocupan el centro de las preocupaciones intelectuales y de la investigación de áreas de conocimiento como la economía, la política y la vida social en general.

Existe la necesidad de pensar la comunicación desde la sociedad, sostiene Jesús Martín Barbero (1992) en sus reflexiones acerca de la integración y reorganización de las diferencias para la reconstitución de las relaciones sociales asumiendo la diversidad y la heterogeneidad como valor para hacer posible su articulación a un orden colectivo, ligado a alguna noción o forma de comunidad.

³. Constitución Política del Estado Plurinacional en su artículo 244 señala: “Las Fuerzas Armadas tienen por misión fundamental defender y conservar la independencia, seguridad y estabilidad del Estado, su honor y la soberanía del país; asegurar el imperio de la Constitución, garantizar la estabilidad del Gobierno legalmente constituido, y **participar** en el desarrollo integral del país”.

“Ese es el fondo de nuestro desafío y el horizonte de nuestro trabajo: una investigación y una enseñanza de la comunicación en las que el avance del conocimiento sobre lo social no se traduzca sólo en la renovación de temas y de métodos sino en proyectos capaces de ligar el desarrollo de la comunicación al fortalecimiento y ampliación de las formas de convivencia ciudadana”, agrega Barbero (1992).

El proyecto de radio y televisión coadyuvará al desarrollo nacional mediante una activa integración de las Fuerzas Armadas del Estado con la sociedad, esencialmente en aquellas zonas donde Bolivia comparte límites territoriales con las potencias vecinas y en las áreas lacustres de dominio de esa fuerza militar, para cuya necesidad nos planteamos el funcionamiento de una estación de radio y televisión que permita construir la integración, soberanía y desarrollo.

En el capítulo I se encuentra el diseño metodológico de la investigación con la definición del objeto de estudio, la enunciación del problema, la justificación de la importancia de este proyecto de grado, los objetivos y la metodología.

En el capítulo II se trabaja un marco teórico desde el enfoque de la comunicación, como disciplina científica del campo de las ciencias sociales, la construcción de modelos teóricos para argumentar la investigación, el uso de conceptos y categorías que forman parte del lenguaje especializado de esta área de conocimiento.

En el capítulo III el documento se ocupa de los aspectos institucionales de la Armada Boliviana, su rol como fuerza militar en el Estado, las relaciones que tiene con la sociedad civil, la misión constitucional en las áreas de su influencia y su papel en la formación de la conciencia nacional.

En el capítulo IV está la propuesta de la creación de la radio y la televisión, como medios masivos para cumplir objetivos específicos desde el enfoque educativo, integración y construcción de valores nacionales, pertenencia con la realidad nacional, defensa de la soberanía y la histórica demanda de acceso al Océano Pacífico.

Finalmente se enuncian las conclusiones y recomendaciones del proyecto de grado.

CAPÍTULO I
El Diseño de la Investigación

1. Campo temático

Es un trabajo académico desde el enfoque de la comunicación, disciplina científica que tiene la capacidad de integrar a la sociedad, interrelacionar a las instituciones, interactuar con otras áreas de conocimiento, en este caso, una institución militar con competencias y fines específicos para la defensa nacional.

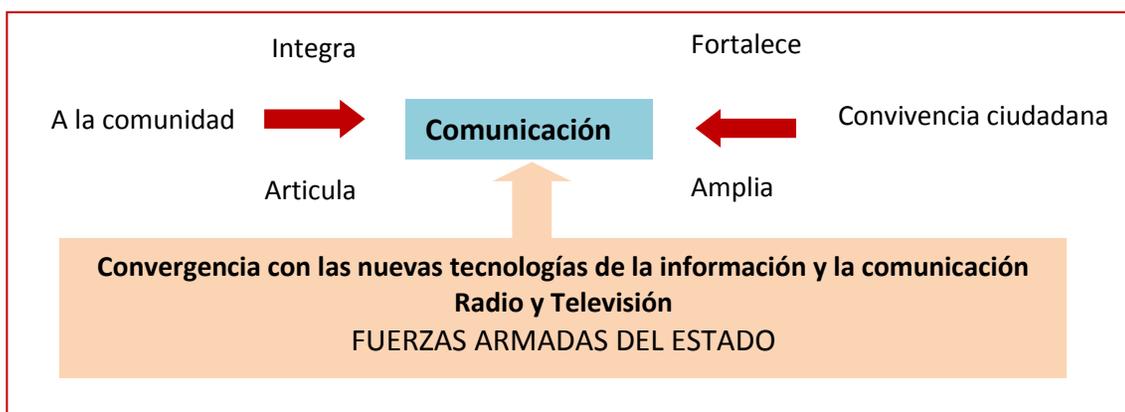
En función a esas nociones, esta propuesta asume como identidad teórica el enfoque sistémico, porque este paradigma es integral y compleja, permite el estudio de los fenómenos comunicacionales desde la totalidad y tiene la capacidad de explicar los hechos de forma transversal.

El proyecto de radio y televisión intentará promover una parte del desarrollo nacional mediante la integración de las Fuerzas Armadas del Estado a la sociedad, esencialmente en aquellas zonas que Bolivia comparte límites territoriales con las potencias vecinas y en las áreas lacustres donde la institución tiene dominio.

Los propósitos de integración, soberanía y desarrollo constituyen los fundamentos para el funcionamiento de los medios masivos de comunicación, fusionados con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para crear un sentimiento de pertenencia nacional.

Figura 1

La comunicación como instancia de integración y convivencia ciudadana



La figura explica el rol de la comunicación como instancia integradora y articuladora de la comunidad boliviana caracterizada por las diversidades e identidades reconocidas constitucionalmente y al mismo tiempo refleja el sentido del proyecto de radio y televisión para el fortalecimiento de la convivencia ciudadana en el Estado Plurinacional.

La institución militar promoverá el funcionamiento de una radioemisora y un canal de televisión en un país diverso, donde coexisten 36 idiomas y formas de cohesión mediante prácticas comunicacionales de los pueblos que históricamente se han desarrollado en el territorio nacional.

2. Objeto de Estudio

- Una radioemisora en las frecuencias de AM, SW y FM
- Un canal de televisión en VHF y/o UHF

En ese escenario práctico, las operaciones de ambos medios es un imperativo para las Fuerzas Armadas del Estado en su rol de promoción y aplicación de políticas públicas⁴ en regiones apartadas del epicentro de las decisiones nacionales y donde los miembros de esa fuerza cumplen tareas inherentes a su competencia y al mismo tiempo comparten con las comunidades proyectos de bienestar social.

2.1. Dimensión temporal

La delimitación temporal reconoce en este trabajo el periodo de realización del proyecto de grado.

2.2. Dimensión espacial

La delimitación espacial tiene dos dimensiones:

⁴. Los estudios sobre una política pública de Estado consideran que esta idea tiene sentido cuando su aplicación va más allá de la gestión de un gobierno, su existencia tiene plena validez cuando la gente se apropia con plena convicción la importancia de esa política para su bienestar y desarrollo. Si no se cumple esta premisa, no es política pública, sólo un proyecto de gobierno o institución.

- La primera se refiere a la ciudad de La Paz, sede oficial del Alto Mando de las Fuerzas Armadas del Estado y es el área donde se realiza el proyecto de grado.
- El segundo espacio tiene que ver con la cobertura nacional que tendrán los dos medios de comunicaciones. Este es el resultado esperado del trabajo.

3. Planteamiento del problema

El punto de partida de una investigación se encuentra en la correcta formulación del problema. Los teóricos y practicantes de este campo de conocimiento consideran que esta cuestión se plantea con claridad, precisión y capacidad para explicar el objeto de estudio.

Por tanto, existe la necesidad de los medios de difusión, según el diagnóstico realizado entre los miembros de la institución militar, cuyo resultado se encuentra argumentado en el capítulo de la descripción del trabajo.

En las Fuerzas Armadas del Estado se han considerado varios problemas desde el campo de la comunicación, de ellas interesa en este proyecto de grado promover⁵ la creación de una radioemisora y un canal de televisión para la integración, la defensa de la soberanía y el desarrollo nacional, de conformidad con el mandato constitucional.

Factores de análisis del problema:

- Las Fuerzas Armadas del Estado necesitan medios masivos de comunicación
- La creación de una radioemisora y un canal de televisión es fundamental para el fortalecimiento de su imagen institucional

⁵. La Real Academia de la Lengua Española otorga a la palabra **promover** la siguiente significación: “Iniciar o impulsar una cosa o un proceso, procurando su logro, levantar o elevar a alguien a una dignidad o empleo superior al que tenía y tomar la iniciativa para la realización o el logro de algo”. En el caso presente se inicia un proceso de creación de dos medios masivos y comunicación para el logro de los objetivos planteados en la investigación.

- Los medios también constituyen instancias para la integración nacional, porque la radio y la televisión crean sentimiento de civismo y pertenencia con la identidad nacional.
- Los medios revalorizan las identidades y diversidades culturales del país
- La función de los medios tiene que ver con la vigilancia nacional, la cohesión de la población y la formación de valores que se transmiten de generación en generación.
- Los medios canalizan educación en la sociedad, una de las debilidades más críticas de la realidad nacional.
- El desarrollo es posible mediante una sólida formación de los miembros de una institución. En ese sentido, los medios apoyarán a ese proceso comunicacional.

3.1. Enunciación del problema

Erick Torrico (1997) recomienda que “el problema debe ser expresado de la manera más breve, completa y clara posible. De su lectura se debe comprender, sin lugar a dudas, lo que se estudiará. Preferentemente, el problema debe ser verbalizado⁶ en forma de una interrogación y en su formulación debe contener no sólo al objeto de estudio sino igualmente conceptos precisos y ya clarificados por el investigador”.

Argumentos sustanciales para la proposición del problema son:

- ¿Qué vacío pretende llenar este trabajo? La Armada Boliviana no tiene ningún medio masivo de comunicación.
- ¿Qué insuficiencia se visibiliza en el campo de la comunicación? La debilidad de la interacción e interrelación entre la Armada Boliviana y la sociedad civil en las regiones donde esa institución desarrolla sus actividades.

⁶. El problema se plantea mediante un pregunta que el investigador debe responder durante el proceso integral de la investigación.

- ¿Qué problema resuelve la existencia de la radio y la televisión? Una relación fructífera entre las Fuerzas Armadas del Estado y la sociedad, contribuye a una gestión pública más eficiente en las zonas donde opera la institución, aporta al desarrollo nacional y cumple con mayor rigor la labor de la vigilancia de la soberanía nacional, además de coadyuvar a la formación de una conciencia marítima para el acceso libre y soberano al Océano Pacífico.
- ¿Qué ha resuelto con la presentación del producto? Una institución integral que cuenta con medios masivos, promueve sus actividades en un ambiente de permanente interacción interna y externa y tiene la capacidad de generar acciones eficientes en político, económico, militar, diplomático, entre otras, en convivencia con la sociedad civil.

Bajo esas nociones, durante la fase de trabajo de campo se han visibilizado o identificado varios problemas, de ellos interesa en este trabajo el siguiente enunciado:

¿Cómo la implementación de una estación de radio y televisión por las Fuerzas Armadas del Estado coadyuvará a la integración nacional y la vigilancia de la soberanía en el marco constitucional de *participar* en el desarrollo integral del país?

La concreción de este producto permitirá a la Armada Boliviana una labor mucho más fructífera, por cuanto, los dos medios en convergencia con la NTICs apoyarán a las actividades de la institución en la formación de una conciencia nacional con identidad de país y pertenencia con los valores de cohesión interna, vigilancia de los riesgos externos y una herencia cultural para las futuras generaciones.

La articulación de las dimensiones teóricas y prácticas es:

TABLA 1
Condiciones Institucionales

Campo teórico	Campo práctico
<ul style="list-style-type: none"> - Socializar - Comunicar - Informar - Comunicación institucional - Medios masivos de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> - Actividades de las FF.AA. - Integración y soberanía - Desarrollo integral - Misión constitucional - Participación

Fuente: Realización propia

Estos ejes de articulación del problema permiten la realización de la prueba empírica⁷ durante el desarrollo de la propuesta con los componentes que exige un trabajo de esta naturaleza, desde el enfoque estricto de la comunicación, una disciplina del campo de las ciencias sociales.

4. Objetivos

4.1. Objetivo general

Elaborar un proyecto de radio y televisión para las Fuerzas Armadas del Estado, con la finalidad de coadyuvar a la integración y la vigilancia de la soberanía, de conformidad con su misión constitucional de *participar* en el desarrollo integral del Estado.

4.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de la gestión mediática, información y comunicación en el seno de las FF.AA.

⁷. Hernández Sampieri, Roberto y otros (1999). Metodología de la investigación. Colombia: McGraw Hill Interamericana Editora. p.10.

- Especificar las condiciones económicas, técnicas y operativas del plan de acción de la radio y la televisión para la FF.AA. bajo los lineamientos estratégicos del Estado y sus normas constitucionales.
- Identificar los recursos teóricos que fundamentan un estudio de radio y televisión para una institución militar.
- Elaborar los requerimientos técnicos, infraestructura y recursos humanos, condiciones establecidas por la Ley de Telecomunicaciones y la Autoridad de Transportes y Telecomunicaciones.

5. Justificación

El Estado boliviano tiene en este proceso de transformación institucional la oportunidad para disminuir el rezago educativo que enfrenta el país, mediante una auspiciosa gestión comunicacional. La integración social y la formación de la conciencia marítima dependen de una:

- Mediación educativa para el desarrollo humano sostenible, especialmente en sectores sociales donde no existe la educación formal.
- Convergencia mediática con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para apoyar al desarrollo integral del país, la integración nacional y el empoderamiento de la cualidad marítima de Bolivia.
- Adopción de los valores democráticos, ciudadanía y pertenencia nacional.

El presente trabajo responde a las necesidades de este tiempo. Los medios masivos tradicionales y comerciales han reforzado su programación para el entretenimiento, el ocio y la consecución de ganancias mediante la publicidad, la propaganda y los mensajes dirigidos y pagados de sectores interesados en la difusión de sus motivaciones particulares.

Una reflexión sobre la realidad boliviana nos lleva a comprender que el país necesita de un modelo de radio y televisión integrado a las TICs para el desarrollo de una sociedad

diversa, donde la educación, la instrucción y la enseñanza son fundamentos para el cambio, la gente debe modificar su cosmovisión de la realidad nacional, la visión integral de un país constituido por las diversidades e identidades y un vasto territorio que necesita fortalecer su soberanía e integridad.

Por eso, este trabajo se justifica porque propone a la Armada Boliviana un proyecto de creación de radio y televisión en la misión constitucional de participar activamente en el progreso nacional a través de la *media*⁸ y *multimedia*⁹ como instancias para un cambio en la vida social, cultural e institucional del Estado.

Los proponentes de este proyecto consideran que la investigación nace en el horizonte de la comunicación. Es una contribución inédita en el seno de una institución militar donde por primera vez se ha pensado sobre la convergencia de los medios masivos a las TICs para apoyar a los procesos sociales de transformación que encara el Estado.

Las ideas antes expuestas fueron tomadas de los teóricos de la comunicación como Ignacio Ramonet, Erick Torrico, Luis Ramiro Beltrán, Jesús Martín Barbero y otros que coinciden que la disciplina tiene la finalidad de buscar la interacción de los miembros de la sociedad, la participación en los procesos de diálogo y el equilibrio entre el rol de los medios y los receptores.

Es un aporte de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social a la sociedad, por cuanto, los destinatarios de los mensajes transmitidos por este complejo mediático son la totalidad social boliviana, de acuerdo a sus matrices culturales, identidades históricas y formaciones sociales en cada una de las regiones del territorio.

⁸. El anglicismo *media* engloba en su seno teórico a la prensa, la radio, la televisión y el cine.

⁹. El término inglés *multimedia* significa el conjunto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como el internet, satélite, wi fi, telemática, chat, entre otros. La Real Academia de la Lengua Española otorga el siguiente significado a *multimedia*: “Que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información” e internet: “Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación”.

También corresponde mencionar aquí el concepto *de medios masivos* para jerarquizar que el perfil profesional del comunicador no se reduce a las unidades de comunicación de las oficinas públicas y privadas, o en los medios a reporteros, periodistas y editores o en la sociedad de comunicadores populares, entre otros.

La propuesta de medios es una instancia integral que tiene la misión de fortalecer la identidad de la institución, en este caso, la Armada Boliviana, posicionar y mantener vigente su imagen corporativa y empoderar en la sociedad una nueva cultura de vida en los propósitos constitutivos de este proceso de transformación que encara el estado.

Estos son los argumentos que fundamentan la realización de este trabajo de conformidad con los lineamientos establecidos por el Reglamento de Proyecto de Grado adoptada por la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social en el libro azul de 1997¹⁰ y su actual reglamento, como una de las modalidades para optar al título de licenciatura.

Los aportes son:

- Apoyo educativo, cultural y social ala población desde la radio y la televisión. Tiene que haber una interrelación e interacción concreta desde la Armada para cumplir las tareas de acción cívica y otras de carácter social
- Desde el campo legal, el desarrollo nacional de acuerdo al mandato de la CPE y normas complementarias de la institución militar.

Estos y otros son las razones que sustentan este trabajo de investigación desde la perspectiva de la comunicación.

6. Metodología

Los especialistas dedicados a la reflexión sobre el manejo metodológico de la investigación, consideran que el método científico es un proceso destinado a explicar

¹⁰. El artículo Nº 2 del Reglamento dice: “El Proyecto de Grado es el trabajo de investigación, programación y elaboración de diseños de proyectos de interés social y que cumplen con las exigencias metodológicas científicas”.

fenómenos, establecer relaciones entre los hechos y enunciar leyes que expliquen los fenómenos físicos del mundo y permitan obtener, con estos conocimientos, aplicaciones útiles al hombre.

“El método analítico (Ruiz Limón, 2006)¹¹ es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. *Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia.* Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

¿Qué significa analizar?

Analizar significa desintegrar, descomponer un todo en sus partes para estudiar en forma intensiva cada uno de sus elementos, así como las relaciones entre si y con el todo. La importancia del análisis reside en que para comprender la esencia de un todo hay que conocer la naturaleza de sus partes.

El todo puede ser de diferente índole: un todo material, por ejemplo, determinado organismo, y sus partes constituyentes: los sistemas, aparatos, órganos y tejidos, cada una de las cuales puede separarse para llevar a cabo un análisis más profundo (esto no significa necesariamente que un aparato u órgano tenga que separarse físicamente del resto del organismo; en otras palabras, aislar un órgano o aparato significa aquí que no se tomen en cuenta las demás partes del todo).

Otros ejemplos de un todo material es: la sociedad y sus partes: base económica (fuerzas productivas y relaciones sociales de producción) y la superestructura (política,

¹¹. Ruiz señala que “el análisis *va de lo concreto a lo abstracto* ya que mantiene el recurso de la abstracción que puede separarse las partes (aislarse) del todo así como sus relaciones básicas que interesan para su estudio intensivo (una hipótesis no es un producto material, pero expresa relaciones entre fenómenos materiales; luego, es un concreto de pensamiento)”.

jurídica, religiosa, moral). *La sociedad es un todo material en tanto que existe fuera e independientemente de nuestra conciencia.*

El todo puede ser también racional, por ejemplo, los productos de la mente: las hipótesis, leyes y teorías. Descomponemos una teoría según las leyes que la integran; una ley o hipótesis, según las variables o fenómenos que vinculan y el tipo de relaciones que establecen, por lo tanto, puede hablarse de análisis empírico y análisis racional. El primer tipo de análisis conduce necesariamente a la utilización del segundo tipo; por ello se le considera como *un procedimiento auxiliar del análisis racional*".

Esas premisas metodológicas suponen hacer las siguientes exigencias para el presente trabajo:

- Las condiciones institucionales para la creación de la radio y la televisión en la Armada Boliviana
- Ambos medios en convergencia con la multimedia (TICs) para la educación, la ciencia y la cultura
- La naturaleza institucional de las FF.AA.
- Conexión de las FF.AA. con la sociedad
- Emplazamiento de identidad, cultura e imagen de las FF.AA.
- Proceso de participación en el desarrollo integral del Estado
- Formación de la conciencia nacional sobre la cualidad marítima de Bolivia
- Construcción de ciudadanía y empoderamiento de los propósitos del proceso de cambio en la población boliviana

Estas nociones serán sometidas al método analítico durante "la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo las relaciones entre las mismas. Estas operaciones no existen independientes una de la otra;

el análisis de un objeto se realiza a partir de la relación que existe entre los elementos que conforman dicho objeto como un todo; y a su vez, la síntesis se produce sobre la base de los resultados previos del análisis” (Fernández Sampieri, 2008).

6.1. Técnicas

“La técnica constituye una operación especial para recolectar, procesar o analizar los datos, que se realiza bajo una orientación definida; por tanto, la técnica está mucho más ligada a las etapas empíricas de la investigación”. Es decir, es el conjunto de reglas y operaciones para el manejo de la investigación.

Las técnicas a ser aplicadas son:

- Revisión de los documentos inherentes al objeto de estudio
- Entrevistas a informantes clave sobre el proyecto.
- Autoridades militares de las FF.AA.
- Comandante de la oficina de comunicaciones
- Técnicos que operan las radiocomunicaciones internas
- Otros que reconocen la importancia de la radio y la televisión
- Fuentes
- Proyectos de grado inherentes al tema
- Estudios relacionados con el tema
- Trabajo de campo con especialistas sobre el tema
- Resultados esperados
- Proyecto de radio: factibilidad, programación y difusión
- Proyecto de televisión: factibilidad, programación y difusión

- Organigrama de la unidad de comunicación
- Planificación estratégica institucional: Diagnóstico, lineamientos estratégicos y propuesta.

CAPÍTULO II
Marco Teórico

1. La preparación del marco teórico

El marco teórico se fundamenta en la *comunicación* como categoría central del campo de las ciencias sociales. Este concepto condensa un conjunto grande de significaciones sobre el campo de la disciplina construida por matrices teóricas y paradigmas.

Desde esta perspectiva, la creación de la radio y la televisión en las Fuerzas Armadas forma parte de un lineamiento en el contexto global de la política comunicacional de esa institución, que a su vez se subordina a la política nacional de esta actividad.

Con el fin de ajustar el marco teórico a estas nociones, esta investigación compartirá el paradigma o corriente teórica¹² conocido como el sistemismo. Este enfoque consiste en atender la globalidad de los fenómenos comunicacionales y pretende comprender la complejidad de los hechos en un contexto de realidad nacional e internacional.

Algunos teóricos consideran que “el sistemismo es un marco conceptual más potente que sus alternativas porque no hace conjeturas rígidas y de tan largo alcance como ellos. Sus hipótesis se centran en las actividades mismas de los científicos y pueden tomar los aciertos tanto del externalismo como del internalismo y rechazar sus errores”.

Asimismo, se recupera las contribuciones de los teóricos del funcionalismo por cuanto su “preocupación central tiene que ver con las funciones que desempeñan los medios de difusión en un sistema social (Torrico, 1997)”. La esencia de esta teoría se sintetiza en la palabra *efectos y las recepciones*, a partir de la cual es posible explicar los acontecimientos dentro del proceso de la comunicación.

Los exponentes representativos de la teoría de la comunicación desde el funcionalismo clásico son Harold Lasswell, Wilbur Schramm, Claude Shannon, Charles Wright, Paul

12. Las ciencias sociales, donde se desarrolla la comunicación, reconoce como paradigmas o corrientes teóricas universales al funcionalismo, al marxismo o teoría crítica, al estructuralismo y al sistemismo. “Ningún paradigma en sí mismo es mejor que otro”, se trata de conocer “aspectos de la realidad *distintos*, y conocerlos de diferentes maneras”. “Dependiendo del *interés* en qué es lo que se quiere conocer, por qué se lo quiere conocer, es que puede decidirse cómo conocerlo”. Orozco Guillermo (1997). La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa. México – Guadalajara: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario. p. 36.

Lazarsfeld, entre otros, para quienes los *media* cumplen las funciones de la vigilancia del entorno, la cohesión social y la herencia cultural¹³; la función de los efectos inmediatos o de corto plazo, la “aguja hipodérmica”, para mencionar algunas de sus distinciones.

Estas ideas son sólo antecedentes de la formación de la disciplina y responden como aportes a su tiempo, por cuanto hoy en día la teoría ha avanzado tanto que esas contribuciones preliminares quedan como referentes del largo proceso de maduración de la disciplina.

El funcionalismo en su versión moderna ha sido desarrollado –desde la comunicación– por Bernard Cohen, Donald Shaw, Maxwell McCombs¹⁴, entre otros, quienes han trabajado esencialmente en la *agenda setting*¹⁵, un enfoque que busca posicionar los mensajes que emiten los medios en la esfera cognoscitiva de los receptores y que los *efectos* de sus contenidos sean de largo plazo.

13. Harold Lasswell (1985) hace una exhaustiva explicación de estas nociones en su libro *Estructura y función de la comunicación*.

14. McCombs dijo el 2004 en la presentación de una remosada reflexión de la *agenda setting* que “Desde sus comienzos en las elecciones presidenciales americanas de 1968, el alcance de la agenda-setting se ha movido con paso firme desde su territorio original de los asuntos de interés público (la influencia de la agenda de los medios en la agenda pública) hacia otros cuatro ámbitos. Las circunstancias que mediatizan la fuerza de esta influencia; las fuentes y recursos de los propios medios de comunicación; un segundo nivel de influencia de la agenda-setting basado en atributos o calificativos de temas o aspectos y las consecuencias de la agenda (tanto la tradicional como la agenda-setting de los atributos) sobre actitudes, opiniones y conductas”.

15. ¿Qué es la agenda-setting? Es una teoría cuya premisa es el efecto cognoscitivo que se resume en la siguiente idea: "La prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar" (Cohen, 1963, p. 13)

TABLA 2

La teoría de los efectos y el proyecto de radio y televisión

Teoría de los efectos ¹⁶	Teoría mediática ¹⁷
Búsqueda de los efectos que generan los medios	Búsqueda de los resultados que generan los medios
E – M – m – R igual efectos	E – M – m – R igual resultados - Mediante objetivos - Mediante inversión

Fuente: Joan Costa (2004). Modelo teórico publicado en Dirección de Comunicación en la sociedad moderna. Se trata de transformar un paradigma pasivo en uno estratégico y de control¹⁸.

Desde esta perspectiva, este proyecto de grado es un emprendimiento para promover una iniciativa gerencial, donde la innovación conceptual sobre la gestión de medios es la premisa, el núcleo de acción institucional y los resultados es la búsqueda permanente de conexión de los militares con la sociedad.

Guillermo Orozco (1997) considera que la “corriente que investiga los efectos de los medios es quizás no la más vieja de todos, pero dentro del campo de la comunicación es la que ha tenido mayor constancia”. Agrega que esta teoría ha contribuido a los estudios de comunicación por la presencia del cine, la prensa, la radio, la televisión y después las

16. La teoría de los efectos fue desarrollado en dos etapas: En la primera los clásicos Harold Lasswell, Claude Shannon, WilburSchramm, Paul Laszarsfel, entre otros plantearon la “aguja hipodérmica” de efectos múltiples, inmediatos y de corto plazo. A esta generación siguió los efectos cognitivos de los autores Donald Shaw, Maxwell McCombs y otros que presentaron la Agenda Setting.

17. La teoría mediática será aplicada para generar influencia, construir sentido y buscar pertenencia entre la radio y la televisión con los públicos destinatarios, según Luz Amparo Palacios en su libro la Comunicación humana.

18. Joan Costa sostiene que la dirección comunicacional de las empresas y las instituciones debe ser repensada a partir de un nuevo paradigma que supere los modelos mentales y de gestión heredados del industrialismo, la publicidad y el mercado tradicional.

nuevas tecnologías, todas bajo la pregunta “*cuál es el efecto que todos estos medio de comunicación causan en las audiencias*” o “*¿qué hacen los medios con la audiencia?*”¹⁹”

En ese escenario, la comunicación es una disciplina científica que se caracteriza por la interacción de uno o más sujetos, se estudia cómo proceso y forma parte inseparable del desarrollo de una sociedad, donde el intercambio democrático y participativo hace posible el cambio, estancamiento o retroceso de los pueblos.

Costa (2004) manifiesta que “el concepto de la comunicación, en la génesis de los conceptos recientes, nace a partir del término más preciso y a la vez más técnico, de *información*, índice numérico que caracteriza la intensidad de intercambios entre seres humanos, la complejidad del mundo colectivo constituido por una sociedad global repartida en el espacio y en el tiempo”.

Manuel Martín Serrano²⁰ define a la comunicación como:

“La capacidad que poseen algunos seres vivos de relacionarse con otros seres vivos intercambiando información” (1993). Asimismo, sostiene que la comunicación humana puede abordarse como un sistema, ya que posee componentes con funciones específicas cuyas relaciones están organizadas, además de estar abierto a la influencia de otros sistemas:

1. Relación con el sistema referencial: se realiza a través de los datos de referencia, entendidos como un conjunto de señales codificadas a propósito de un objeto de referencia.
2. Relación con el sistema social: toda práctica que lleva a cabo un actor o una institución social y que afecta a algún componente o al sistema comunicativo en su conjunto”.

19. Orozco, Guillermo (1997). La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa. México – Guadalajara: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario. p. 52.

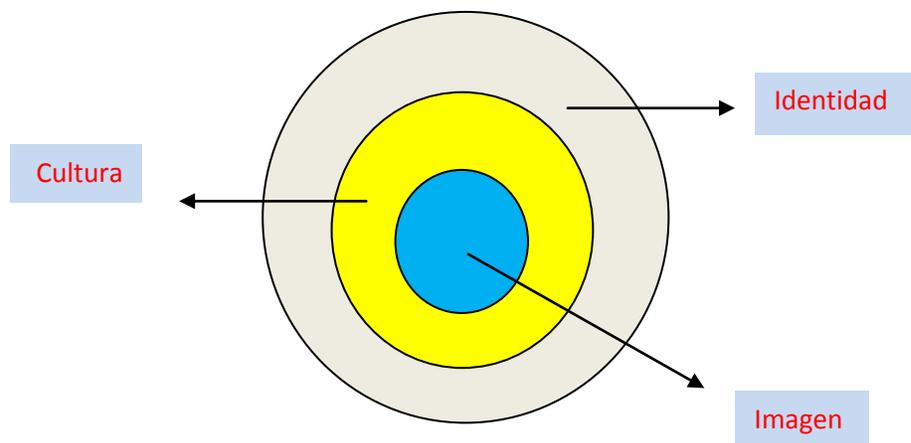
20. Citado por Carolina Arteaga en su artículo sobre la Historia de la radio en México y publicado por la revista latinoamericana especializada en comunicación Razón y Palabra en su número 36 de 2003.

Estas bases constitutivas de la teoría de la comunicación serán complementadas con otras explicaciones conceptuales como la radio, la televisión, la comunicación institucional, la convergencia media – multimedia y el complejo mediático, la gerencia mediática, entre otras.

En la siguiente figura es posible apreciar el papel que los medios cumplen en una sociedad. Emplazamiento es la promoción de un producto sin apelar a mecanismos tradicionales de la publicidad o la propaganda.

Figura 3

Emplazamiento de la imagen institucional



La actividad de la radio y la televisión se reconocerá (figura 3) como una instancia integral de mediación para fortalecer la identidad corporativa de las FF.AA., promover una imagen corporativa en la esfera cognoscitiva y empoderar en la sociedad la nueva concepción que Bolivia ha adoptado a partir de la nueva constitucionalidad de 2009.

La mediación de los medios de comunicación es propuesta como una teoría que involucra el estudio de la producción, transmisión y utilización de la cultura, desde el análisis de los modelos culturales y de sus funciones; y de la utilización de esta mediación como un procedimiento de dominación o control social influyendo sobre la

conciencia de las personas; considerando además que esta mediación se da de dos formas: la mediación cognitiva y la mediación estructural(Cuchillo Paulo, 2009).

La mediación cognitiva genera efectos o influencias en la mente de las personas que acceden a los medios. Bajo esa dimensión teórica, la radio y la televisión buscarán en sus programas que la gente no olvide los contenidos explícitos que serán mediados para crear conciencia social desde la perspectiva de la Armada Boliviana (figura 4).

Figura 4

El sentido de la mediación de la radio y la televisión

La radio y la televisión	M	Fortalecer la identidad corporativa
	E	
	D	
	I	
	A	Promover imagen corporativa
	C	
	Ó	Empoderar a la Armada en la sociedad
	N	

Esta función será posible mediante una adecuada aplicación de los criterios de la comunicación institucional y la comunicación corporativa. Los enfoques teóricos europeos consideran a ambos modelos como sinónimos, mientras que la escuela estadounidense hace una distinción, porque el primero se refiere a todo lo estatal o gubernamental y el segundo a empresas o corporaciones.

Hecha esta aclaración “semántica”, podemos inferir y objetivar que la **comunicación institucional o corporativa** es tradicionalmente definida como *“El conjunto de operaciones de comunicación llevados a cabo por instituciones (empresas, asociaciones, administraciones públicas, partidos políticos) con el propósito de hacerse conocer o de mejorar su imagen” (Westphaleny Piñuel, 1993).*

Los mismos autores sostienen que la comunicación institucional es el “conjunto de operaciones de comunicación realizadas por instituciones (empresas, asociaciones,

administraciones públicas, partidos políticos) tratando de hacer conocer o mejorar su imagen. Cuando se habla de una empresa se habla mejor de comunicación corporativa. La comunicación corporativa se opone a la comunicación comercial o de producto, que aspira a poner de relieve, mediante mensajes comerciales, un producto o un servicio”.

Gustavo Ibáñez Padilla en su libro *Imagen corporativa* sostiene que esa categoría es posible reconocer por su carácter visible y realismo como la fotografía de un suceso y también es correcto el manejo de la imagen como representación abstracta mental o imaginaria que la sociedad tiene de una institución.

El manejo conceptual será este último porque explica el sentido del proyecto que estará centrado en el fortalecimiento de la imagen que tiene las FF.AA. en la sociedad. Del mismo modo, el trabajo dedicará sus esfuerzos para que los medios adopten desde un principio la misión y los valores que promueve en su cotidianidad.

Corresponde incorporar el lenguaje especializado de las FF.AA. sobre el concepto de la comunicación, cuyos alcances son:

La comunicación es un “término genérico utilizado para referirse a todo lo relacionado con la dirección y empleo sistemático de equipos y técnicas destinadas a recibir y transmitir signos, señales, escritos o imágenes, para el Comando de Fuerzas Militares Propias²¹”.

La construcción del marco teórico tendrá, además de las ya citadas, otras fuentes conceptuales inherentes al tema, una fructífera relación con autores que han dedicado sus contribuciones a este campo de conocimiento y ver el estado de la cuestión en las principales carreras de comunicación de La Paz.

2. La comunicación como disciplina

²¹. Reglamento de terminología militar conjunta de las FF.AA. que tiene como objeto “esclarecer las acepciones doctrinarias de los vocablos utilizados en las Operaciones Conjuntas, fijando términos, conceptos y definiciones a tomarse en cuenta por el personal de las tres Fuerzas, que ejecuten este tipo de operaciones”, cuya finalidad es “contar con un reglamento rector que facilite el entendimiento y logre la homogeneidad doctrinaria conjunta entre los miembros de las FF.AA.”

La comunicación es considerada por los estudiosos como una disciplina científica del campo de las ciencias sociales. Hace uso deliberado e intencionado de signos y símbolos para transmitirlos mediante los medios con el propósito de generar efectos, influir en los destinatarios y crear sentido en la sociedad.

En ese sentido, la creación de medios –según los militares- es una oportunidad para las instituciones modernas como las FF.AA. que requiere el establecimiento de una relación directa con sus públicos internos y externos, en el marco de un Estado democrático, intercultural y plurinacional.

Figura 5
La función de la radio y la televisión en la Armada Boliviana



Fuente. Realización propia.

Esta ilustración explica la necesidad de una radio y un canal de televisión en el seno de las Fuerzas Armadas para lograr un sólido posicionamiento de su imagen corporativa en la opinión de la sociedad sobre las acciones que desarrolla en el ámbito de la integración nacional, la defensa de la soberanía, la formación de oficiales, clases y soldados comprometidos con el progreso del país.

3. La estrategia comunicacional

Una estrategia de comunicación condensa el conjunto de los medios que una institución tiene para informar, comunicar, organizar, opinar, entre otras, acciones. Desde el enfoque tradicional, la estrategia es constituida por la existencia de una unidad de

comunicación, los profesionales especializados en el área, el concepto que los miembros de la institución tienen sobre la relación con la sociedad, los boletines, las notas de prensa, entre otras.

La dirección estratégica nace en la institución. Se trata de generar el mejor sentido a su imagen para construir su identidad corporativa mediante la estrategia comunicacional.

Estas son, entre otras, las nociones más representativas para comprender la importancia que tiene un plan de comunicación integral para el desarrollo de la institución y esa exigencia sea parte inseparable de las políticas que las FF.AA. tienen en su proyecto histórico.

MANUAL DE FUNCIONES DE LA DIRECCION DE CEREMONIAL NAVAL Y
COMUNICACIÓN SOCIAL DE
LA ARMADA BOLIVIANA

INDICE

CAPITULO I
GENERALIDADES

- A. DISPOSICIONES LEGALES
- B. DEFINICIÓN
- C. OBJETO
- D. FINALIDAD
- E. ALCANCE

CAPITULO II
LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- MISIÓN
- A. OBJETIVOS
 - B. TAREAS

CAPITULO III
SUPERVISIÓN EN LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- A. SUPERVISIÓN RECIBIDA
- B. SUPERVISIÓN EJERCIDA

CAPITULO IV COORDINACIÓN ENTRE UNIDADES

- A. COORDINACIÓN INTERNA
- B. COORDINACIÓN CON OTRAS FUERZAS

CAPITULO V ORGANIZACIÓN, FUNCIONES Y TAREAS

ORGANIZACIÓN

FUNCIONES

1. De la Dirección de Comunicación Social
2. De la División "A" Ceremonial Naval.
3. De la División "B" Planificación, Prensa y Publicación
4. De la División "C" Protocolo
5. Subdivisiones
6. Del Auxiliar de División.
7. De la Secretaria(o)

C. TAREAS

1. Del Director de Ceremonial Naval y Comunicación Social
2. División "A" Ceremonial Naval
3. División "B" Planificación, Prensa y Publicación
4. De la División "C" Protocolo
5. Auxiliares de División
6. Subdivisiones "A" Filmador y Fotógrafo
7. Subdivisiones "B" Edición, Diagramador y Diseño
8. Subdivisiones "C" Maestro de ceremonia
9. Subdivisiones "Archivos"
10. Secretaría

CAPITULO VI

ORGANIGRAMA DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MANUAL DE FUNCIONES DE LA DIRECCION DE CEREMONIAL NAVAL Y COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA ARMADA BOLIVIANA

CAPITULO I

GENERALIDADES

A. DISPOSICIONES LEGALES

Con el afán de prestar un eficiente apoyo y asesoramiento para el acrecentamiento de la imagen institucional y particularmente del Señor Comandante General de la Armada Boliviana, el 29 de agosto de 1967 fue creado la División de Relaciones Públicas, Ceremonial y Protocolo del Comando General de la Armada Boliviana. Posteriormente considerando las nuevas amenazas, la evolución de la tecnología y otros, la Institución Naval se vio en la obligación de reestructurar su organización, oportunidad en que el año 1998 esta División pasó a constituirse como Dirección de Comunicación Social del Comando General de la Armada Boliviana, con una solvencia técnica y totalmente reestructurada. A la fecha esta Dirección es considerada como un subsistema orgánico de apoyo que refleja la imagen de la Institución a través del arte y ciencia del flujo de la información, expresando un espíritu de desarrollo de una política coherente, encaminada a obtener un mayor grado de comunicación con el público interno y externo y otras instituciones nacionales y extranjeras.

B. DEFINICION

La Dirección de comunicación Social, es parte integrante de la estructura orgánica del Comando General de la Armada Boliviana y principal medio de difusión de información institucional.

C. OBJETO

El presente Manual tiene por objeto establecer la estructura orgánica de la Dirección de Ceremonial Naval y Comunicación Social para el cumplimiento de su misión.

D. FINALIDAD

Establecer funciones, tareas y responsabilidades, en los niveles de decisión, asesoramiento y ejecución de la Dirección de Ceremonial Naval y Comunicación Social.

E. ALCANCE

La estructura y funciones establecidas en el presente manual, abarca los niveles de decisión, asesoramiento y ejecución, pertinentes con el cumplimiento de la misión de la Dirección de Ceremonial Naval y Comunicación Social, de acuerdo a la nueva organización de la Armada Boliviana.

CAPITULO II

LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

A. MISIÓN

La Dirección de Ceremonial Naval y Comunicación Social, realizará actividades socio cultural observando el cumplimiento del ceremonial y protocolo; actos cívicos y difusión de información de la Institución Naval, tanto al público interno como externo con carácter permanente, a fin de acrecentar la buena imagen de la Armada Boliviana.

Realizar actividades socioculturales dirigidas hacia el público interno y externo, observando el cumplimiento del ceremonial y protocolo a fin de poder influir en el público Blanco y medios de comunicación, en un comportamiento a favor de la buena imagen de la Institución Naval.

B. OBJETIVOS

Los objetivos a ejecutar son:

a. Objetivos Generales

Proyectar la imagen de la Armada Boliviana al interior y Exterior de la Institución.

b. Objetivos Particulares

1. Asesorar al Comandante General en actividades relacionadas con la Comunicación Social y Relaciones Públicas.
2. Difundir información balanceada, veraz y oportuna.
3. Crear y mantener relaciones con organismos e instituciones estatales y privadas.
4. Asesorar al Comandante en los asuntos protocolares donde participa la institución.
5. Incentivar la conciencia marítima nacional y nuestro derecho de reintegración marítima.
6. Promocionar las actividades de la Institución, así como las inter-institucionales a través de los canales pertinentes.

C. TAREAS

Las tareas a ejecutar son:

a. Tarea general

Proyectar la buena imagen de la Armada Boliviana al interior y exterior de la Institución.

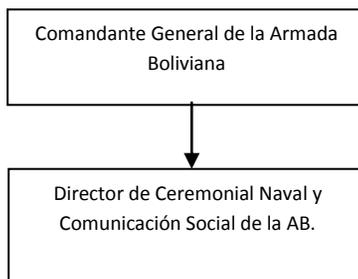
b. Tareas Particulares

1. Asesorar al Comandante General en actividades relacionadas con la Comunicación Social.
2. Difundir las actividades que realiza la Armada Boliviana en beneficio de la población, de manera veraz y oportuna.
3. Realizar actividades que coadyuven al fortalecimiento de la concientización cívico marítima.
4. Realizar el trámite correspondiente del material necesario, para un mejor funcionamiento de la Dirección de Ceremonial Naval y Comunicación Social.
5. Mantener una eficaz relación y desenvolvimiento con los medios de comunicación social masivos.
6. Difundir las actividades significativas de la Institución Naval, a través de publicaciones periódicas por los diferentes medios.
7. Canalizar a las instancias correspondientes los requerimientos de medios económicos para la difusión de las actividades de la Armada Boliviana.

CAPITULO III

SUPERVISIÓN EN LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

A. SUPERVISIÓN RECIBIDA



La supervisión a la Dirección de Ceremonial Naval y Comunicación Social se realiza de acuerdo al gráfico anterior de manera que todo trabajo realizado es supervisado por el Comandante General de la Armada Boliviana quien dispone las órdenes e instrucciones.

B. SUPERVISIÓN EJERCIDA



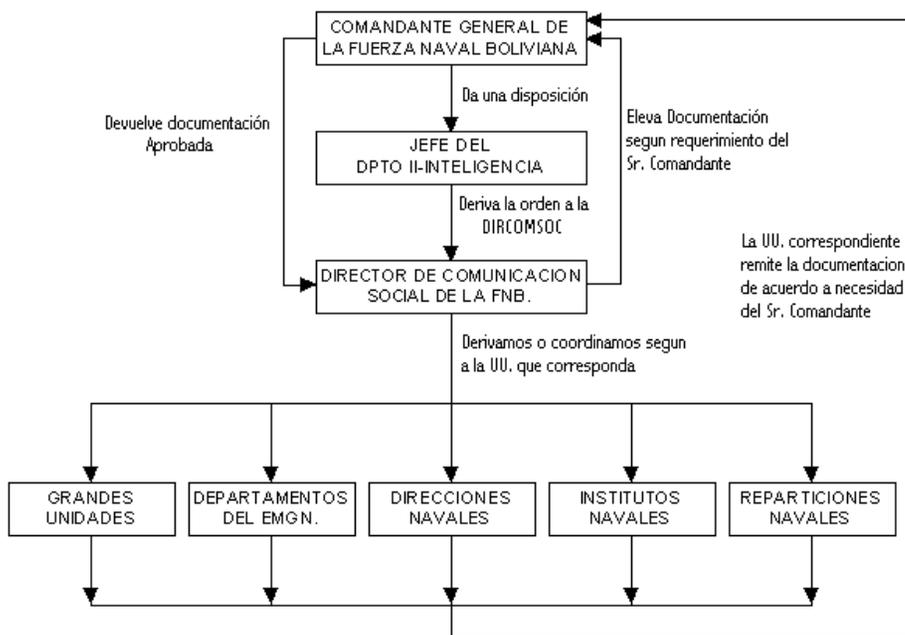
De la misma manera se realiza la supervisión hacia las demás unidades como ser:

- DICOS de las Grandes Unidades
- DICOS de las Direcciones Navales
- DICOS de los Institutos Navales
- DICOS de las Reparticiones Navales

Observando el conducto regular a través del Comandante General de la Armada Boliviana, quien emite las ordenes y recibe los informes correspondientes.

CAPITULO IV COORDINACIÓN ENTRE UNIDADES

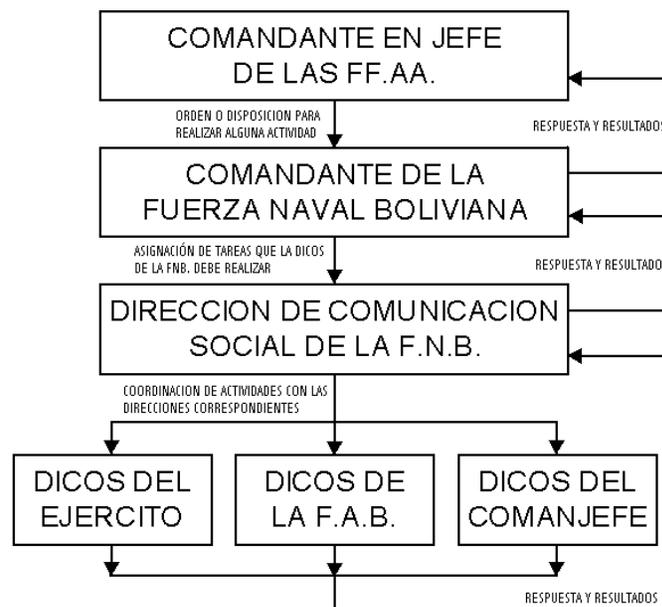
A. COORDINACIÓN INTERNA



La coordinación Interna en la Armada Boliviana respecto a la Dirección de Comunicación Social se da según el flujograma anterior, secuencia con la que se realizan las actividades, de acuerdo a las flechas del gráfico.

- Inicialmente el Sr. Comandante da una orden o alguna disposición para alguna actividad requerida.
- Esta orden pasa directamente al Director de Comunicación Social o al Jefe del Departamento II – Inteligencia quien según la actividad pasa a la Dirección de Comunicación Social, con un proveído.
- Dentro de la Dirección se realizan los procedimientos necesarios para cumplir a cabalidad las órdenes recibidas.
- Luego de acuerdo a los requerimientos se coordina con las respectivas reparticiones de la FNB. y se eleva una propuesta o proyecto al Sr. Comandante.
- El Sr. Comandante devuelve la documentación aprobada para dar el curso correspondiente.
- Finalmente se pone en ejecución un proceso, con permanente retroalimentación con el Sr. Comandante

B. COORDINACIÓN CON OTRAS FUERZAS



De la misma manera que en el anterior gráfico la secuencia de trabajo se realiza de acuerdo a las flechas que se detallan en el gráfico.

- El Comandante en Jefe da una orden la cual se remite al Comandante de la FNB, o es derivada a través de la Dirección de Comunicación Social del Comando en Jefe.
- El mismo que deriva a la Dirección de Comunicación Social para los procedimientos requeridos.
- Según sea el caso la DICOS de la FNB. coordina con las DICOS que se encuentran inmersas en la actividad que se requiera.
- Luego se dan las respuestas y resultados al Sr. Comandante hasta culminar con la actividad asignada.

CAPITULO V ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

A. ORGANIZACIÓN

La Dirección de Comunicación Social de la Armada Boliviana para el cumplimiento de sus funciones, tendrá la siguiente organización:

1. Director Comunicación Social
2. División "A" Prensa, Planificación y Publicación.
3. División "B" Ceremonial y Protocolo
4. Subdivisiones "Archivos" de la División "A" y "B"
5. Auxiliar de las Divisiones "A" y "B".
6. Secretaría

B. FUNCIONES

1. De la Dirección de Comunicación Social

Estará a cargo de un Capitán de Navío o Capitán de Fragata DEMN., de ser posible con conocimiento en comunicación social y es el responsable del cumplimiento de las tareas generales y particulares de la Dirección, asesorará al señor Comandante de la FNB. en asuntos relacionados con la Comunicación Social Pertinentes a Prensa, Planificación, Publicación, Ceremonial y Protocolo.

2. De la División "A" Prensa , Planificación y Publicación

Estará a cargo de un Oficial Superior u Oficial Subalterno con conocimiento en Comunicación Social, asesorará al Director de Comunicación Social en

actividades inherentes a Prensa, Planificación y Publicación a través de las tareas asignadas

3. De la División “B” Ceremonial y Protocolo

Estará a cargo de un Oficial Superior u Oficial Subalterno, licenciado en ciencias de la comunicación social, mención Relaciones Públicas (RR.PP) Asesorará al Director de Comunicación Social en lo que se refiere a Ceremonial y Protocolo.

4. Del Auxiliar de División.

El auxiliar de la División “A” Prensa , Planificación y Publicación, estará a cargo de un Suboficial con conocimiento en Comunicación Social referente a Prensa, Planificación y Publicación, Operaciones Psicológicas.

El auxiliar de la División Ceremonial y Protocolo, estará a cargo de un sargento, cuyas responsabilidades será de colaborar y asesorar al jefe de división correspondiente.

5. De la Secretaria(o)

Estará a cargo de un (a) profesional en el ámbito de secretariado Ejecutivo, siendo responsable de la documentación recibida y expedida, constituyéndose en el nexo entre la Dirección y Divisiones de Comunicación Social

C. TAREAS

1. Del Director de Comunicación Social

El Director de Comunicación Social, desarrollará las siguientes tareas:

- Dirigir y orientar las actividades de la Dirección de Comunicación Social de la FNB.
- Planificar, ejecutar y supervisar las actividades de la Dirección de Comunicación Social.
- Realizar el respectivo análisis de los planes y programas, dirigidos al público interno y externo.
- Establecer en la Dirección de Comunicación Social, políticas y estrategias orientadas a acrecentar la buena imagen de la Institución.
- Mantener y coordinar la relación interinstitucional.
- Representar a la Armada Boliviana, en las actividades inherentes de Comunicación Social.
- Presentar y sugerir la suscripción de convenios interinstitucionales, en el ámbito de la Comunicación Social.

- Proporcionar información a los organismos y reparticiones navales, en lo referente a actividades significativas de la Institución
- Coordinar con el Estado Mayor General Naval, institutos navales y otras reparticiones, los diversos actos sociales.
- Controlar y supervisar el accionar de las divisiones de la Dirección de Comunicación Social.
- Controlar y supervisar las actividades inherentes a la institución, con los diferentes medios de comunicación masivos.
- Presentar el Plan Anual de actividades de la Dirección de Comunicación Social.
- Controlar y supervisar la difusión de información, la elaboración y publicación de los boletines, revistas, periódicos murales y otros.
- Elaborar y presentar el Plan Operativo Anual (POA.) de la Dirección de Comunicación Social.

2. **División “A” Prensa , Planificación y Publicación**

El Jefe de la División “A” Prensa, Planificación y Publicación, desarrollará las siguientes Tareas:

- Elaborar el Plan y cronograma de Actividades de la Dirección de Comunicación Social.
- Proporcionar al Director de comunicación Social todos los elementos de juicio necesario para una correcta decisión, en el ámbito de Prensa, Planificación y Publicación.
- Mantener estrecha coordinación con el personal de la Dirección de Comunicación Social a fin de lograr unidad de acción y eficiencia.
- Archivar las publicaciones de prensa y todo material de interés a la institución, previa clasificación.
- Asistir al Director de Comunicación Social, en lo concerniente a información interna y externa
- Confeccionar planes y directivas tendientes a fortalecer la ética y moral de los miembros de la institución.
- Informar al Director de Comunicación social, respecto de las informaciones y actividades de interés a la institución.
- Establecer, coordinar y supervisar las actividades de relación y acercamiento con los diversos medios de comunicación masivos.
- Controlar y supervisar la difusión de información, elaboración y publicación de material a la opinión pública.
- Explorar los medios de comunicación masivos, extractando la información más sobresaliente y de interés a la institución.
- Analizar y evaluar la información, documentación y trabajos de interés a la Institución.

- Redactar de manera clara, todo material a ser difundido y publicado (en los medios de comunicación masivos.).
- Implementar un archivo de los diferentes medios de comunicación masivos.
- Ejecutar las políticas y estrategias fijadas por la Dirección de comunicación Social, con programas de corto y largo plazo, en sujeción al presupuesto y cronograma de actividades.
- Programar visitas a las UU. DD., II.NN., OO.NN. y otras dependencias navales, incluyendo los puestos navales adelantados, en la perspectiva de elevar el espíritu corporativo, lealtad y servicio a la Institución.
- Elaborar y remitir una directiva con la finalidad de recabar información, para procesarla, editarla y difundirla al personal de la FNB.
- Diagramación y coordinación con la imprenta del material correspondiente.
- Realizar el archivo electrónico de las fotos remitidas a la Dirección de las diferentes unidades dependientes de la FNB.
- Promover al interior de la Armada Boliviana, la ejecución y publicación, sobre el acontecer Naval, de manera permanente y continua.
- Ejecutar intercambio de publicaciones navales con sus similares del Ejército, Fuerza Aérea, Policía Nacional y otras Instituciones.
- Realizar tareas de redacción, edición, de la información de interés a la institución.
- Programar y organizar actividades inherentes a la edición y posterior difusión de videos y tomas fotográficas.
- Elaborar el álbum fotográfico e histórico con las principales actividades de la institución.
- Recabar información de las diferentes fuentes, a través de filmaciones y tomas de fotografías.
- Editar documentales, boletines, revistas, calendarios, agendas navales, trípticos, publicaciones y spost.
- Elaborar y programar el presupuesto de funcionamiento de la Dirección de Comunicación Social.
- Proponer la adquisición de material necesario para el eficaz funcionamiento de la Dirección de Comunicación Social.
- Presentar programas y proyectos de Prensa, Planificación y Publicación para ser incluidos en el POA. de la Dirección.

3. División “B” Ceremonial y Protocolo

El jefe de la División “B” Ceremonial y Protocolo, cumplirá las siguientes funciones:

- Proporcionar al Director de Comunicación Social, todos los elementos de juicio necesarios para una correcta decisión, en el ámbito de Ceremonial y Protocolo.

- Mantener estrecha coordinación con el personal de la Dirección a fin de lograr unidad de acción y eficiencia.
- Preparar el Libro de Honor para la visita de autoridades civiles y militares.
- Organizar y coordinar la ubicación de las autoridades e invitados especiales, en el palco oficial o cabecera de actos oficiales, de acuerdo a orden de precedencia.
- Dispensar una atención y trato particular a los visitantes, observando las consideraciones pertinentes a su rango y jerarquía.
- Asegurar la excelente impresión y presentación de programas e invitaciones para los actos oficiales, atención particular en la distribución que se deberá realizar con la debida anticipación (Quince días).
- Programar, organizar y coordinar con los diferentes actos oficiales de carácter protocolar, debiendo tomar las previsiones pertinentes que el caso amerita.
- Elaborar y manejar las tarjetas oficiales, de acuerdo a reglamento y orden de precedencia.
- Fungir como Maestro de Ceremonia para los actos oficiales internos.
- Coordinar la transmisión por la Radio Batallón Colorados de actos centrales de mayor trascendencia.
- Coordinar con el Director de Radio Batallón Colorados para la asignación de un Maestro de Ceremonia con destino a actos de mayor trascendencia.
- Confeccionar y remitir esquelas, notas de atención y otras de carácter protocolar.
- Organizar y programar las ofrendas florales, con motivo de los actos oficiales y protocolares.
- Elaborar y presentar programas y proyectos de Ceremonial y Protocolo para ser insertados al POA. de la Dirección.
- Envío de presentes florales, publicación de avisos necrológicos cuando ocurra el fallecimiento de un miembro de la Institución.
- Programar actos de aniversario con marinas amigas.

4. Auxiliares de División

El Auxiliar de la División, deberá cumplir las siguientes funciones:

- Colaborar y asesorar al jefe de la División, en el cumplimiento de las actividades pertinentes a cada ámbito de responsabilidad.
- Ejercer las funciones y atribuciones del jefe de división, en ausencia de este,
- Supervisar que todas las órdenes emanadas por el jefe de división, se cumplan a cabalidad.

- Hacer conocer al jefe de división de la documentación recibida y expedida.

5. Subdivisiones “Archivos”

Estas subdivisiones serán responsables de:

- Registrar la entrada y salida de la documentación.
- Responsable de los inventarios de la Dirección.
- La distribución y archivo de la documentación.
- La distribución de invitaciones.
- Los materiales de escritorio y su tramitación correspondiente.
- La mantelería y elementos decorativos de la testera en diversos actos o ceremonias.
- Apoyar a la División de Ceremonial y Protocolo en los diversos actos de la Dirección de Comunicación Social.
- Almacenar la información en diskettes con una adecuada codificación para dinamizar el manejo de la documentación.
- La encuadernación de los documentos de gestiones pasadas

6. Secretaría

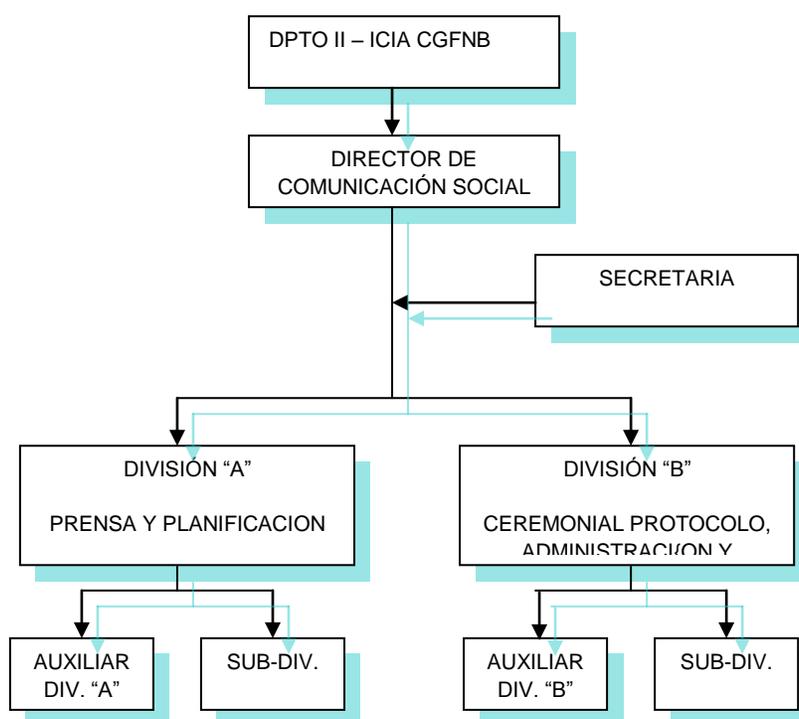
La secretaria (o) de la Dirección de Comunicación Social, deberá cumplir, las siguientes Tareas:

- Proporcionar al Director de Comunicación Social, todos los elementos de juicio necesarios para una correcta decisión, en el ámbito de Secretario Ejecutivo.
- Mantener estrecha coordinación con el personal de la Dirección, a fin de lograr unidad de acción y eficiencia.
- Recibir y registrar la documentación de la Dirección de Comunicación Social.
- Mantener actualizado y el libro de registro de la documentación de la Dirección de Comunicación Social.
- Canalizar la documentación a las Divisiones de la Dirección de Comunicación Social, luego del proveído del Director
- Mantener informado al Director y jefes de división, respecto a reuniones y asistencias programadas.
- Despachar la documentación de la Dirección de Comunicación Social, verificando su recepción por parte del destinatario.
- Recibir la documentación de las divisiones de la Dirección de Comunicación Social para la firma correspondiente.

- Efectuar la debida coordinación con la Dirección de Administración y Finanzas (DAF.), y empresas proveedoras referente a los arreglos florales para los actos oficiales de carácter protocolar.
- Verificar que el Libro de Honor de la Dirección esté durante las visitas protocolares al Comando General de la Armada Boliviana.
- Apoyar a la División de Ceremonial y Protocolo en los diversos actos de la Dirección de Comunicación Social.
- Almacenar la información en cinta magnética, con una adecuada codificación para dinamizar el manejo de la documentación.
- Mantener en orden la documentación de la Dirección de Comunicación Social
- Elaborar y presentar programas y proyectos de secretaría general para ser insertados en el POA de la Dirección.

CAPITULO VI

ORGANIGRAMA DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL



CAPÍTULO III

Las Fuerzas Armadas del Estado Identidad Institucional

1. Identidad Institucional

Los altos jefes militares de las FF.AA.²² dijeron que el proceso de transformación institucional que encara el Estado boliviano requiere de una gestión comunicacional, en el nuevo escenario de la revolución de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) donde la prensa, la radio y la televisión²³ tienen que adaptarse a las emergentes plataformas de la multimedia e internet, con un planteamiento estructural en la redefinición de la industria del conocimiento.

Este nuevo campo se conoce como *convergencia mediática*²⁴, concepto recientemente incorporado a la comunicación, cuyo significado es el manejo integral de un conglomerado mediático para administrar los contenidos de los mensajes y formar audiencias comprometidas con las instituciones públicas y privadas.

La participación ciudadana en la construcción de valores, principios, identidades culturales, igualdad de oportunidades, formación de redes sociales, creación de conciencia colectiva, entre otras distinciones, reclama hoy la integración social²⁵ (Villansante, 1997) en reemplazo del viejo comportamiento aislado, disperso y pasivo.

22. Durante el trabajo de investigación se han realizado varias entrevistas a las autoridades militares con el fin de conocer sus opiniones acerca de la pertinencia de este proyecto de grado. En ese contexto, la idea recurrente es esa necesidad de los medios en el marco de las transformaciones estatales.

23. La teoría de la comunicación reconoce a la prensa, la radio, el cine y la televisión como uno de los primeros objetos de estudio de la disciplina y un campo preferente en los estudios de los investigadores de esta área de conocimiento. A esos cuatro medios en adelante se los mencionará como los *media*.

24. La convergencia multi mediática es uno de los grandes retos de la era digital. En un entorno donde desaparecen las fronteras entre medios masivos y servicios de comunicación como el teléfono, la televisión, la radio y la computadora, entre otros, esta puede entenderse como un fenómeno con múltiples dimensiones: tecnológicas, económicas, sociales y políticas, explican los estudiosos de este campo Alina Pérez Martínez y Heriberto Acosta Díaz Pérez, Alina y Acosta, Heriberto (2003) en su libro *La convergencia mediática: un nuevo escenario para la gestión de información*. La Habana, Cuba: Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas.

25. Tomás Villasante (1997) considera, en su texto *Participación e integración social*, que “la participación tiene que servir para la integración social, para proyectos sustentables y adaptados a las características concretas de cada territorio. En este sentido debemos quitarle a la participación y a la integración mucho lastre heredado de viejas concepciones anquilosadas. El ejercicio que aquí presentamos no es un nuevo modelo, pero sí de los límites de los modelos propuestos y dominantes. No nos interesan modelos finalistas,

Una aproximación de la vivencia propia de los bolivianos, es posible explicar que la vida social de la gente ha sido aislada por factores económicos, discriminación, color de piel, origen de nacimiento, estatus y otras formas de fragmentación. No nos reconocemos iguales, pese las leyes de toda naturaleza.

Del mismo modo, recién con la nueva Constitución tenemos conocimiento certero de que en Bolivia están reconocidos 36 idiomas. El artículo 5° de la carta magna así establece y es lo que nos sirve para comentar la realidad dispersa que ha vivido la sociedad boliviana.

2. Las Fuerzas Armadas del Estado Plurinacional y el Ejército²⁶

El Estado Plurinacional de Bolivia reconoce oficialmente como aniversario de creación de las Fuerzas Armadas el año de 1825, en coincidencia con la fundación de la república, aunque los antecedentes de las primeras formaciones militares se encuentran en la guerra de la independencia, según los datos ofrecidos por el Ministerio de Defensa y la Academia de Historia Militar.

Con motivo del 187° aniversario de las FF.AA. el Ministerio de Defensa publicó una “Síntesis histórica de los comandos y unidades militares de las Fuerzas Armadas de Bolivia”, en cuyo texto su titular, Rubén Saavedra, dijo que las fuerzas primigenias de la Batalla de Aroma en 1814 constituyen “las primeras fuerzas revolucionarias que combatieron a los ejércitos realistas, en la guerra de la independencia, sobre cuya base se estableció en 1825 el Ejército Nacional y en 1826 se creó una Escuadra Naval para ejercer el poderío naval de la República de Bolivia en toda su extensión territorial del Litoral”.

El Ejército de Bolivia comienza su historia en los campos de Aroma pero institucionalmente se crea junto a la Declaración de Independencia de Bolivia, como una República independiente el 6 de agosto de 1825, mediante la Asamblea General de

sino prácticas y métodos "contra-corriente" que abran nuevas potencialidades. Sabemos que no es sustentable lo que se viene haciendo a modo de participación ciudadana, ni para los objetivos de mantener la calidad del hábitat, ni para la autoeducación de la ciudadanía en prácticas participantes”. Internet 2013.

²⁶. La información que se consigna en este punto tiene como fuente la documentación oficial la Academia de Historia Militar, el Ministerio de Defensa y la bibliografía oficialmente vigente en las FF.AA.

Diputados de las Provincias del Alto Perú, con el nombre de República de Bolívar (que posteriormente fue cambiado por República de Bolivia). En 1826 el Libertador Simón Bolívar otorgó al país la primera Constitución, que fue aprobada por el Congreso de Chuquisaca, donde encomienda al presidente Antonio José de Sucre la organización de la estructura militar, según la Academia de Historia Militar quien institucionalizó con mayor decisión fue el mariscal Andrés de Santa Cruz. El 18 de noviembre de 1841 acaeció la Batalla de Ingavi, en la que el Ejército Boliviano derrota a las tropas peruanas de Gamarra (muerto en la batalla). Tras la victoria, Bolivia invade al Perú, pero se retira tras firma del Tratado de Puno. Bolivia sostuvo también una guerra con los sirigueros del Brasil, por el territorio del Acre, o (por aquel entonces) Territorio de Colonias, en la llamada Guerra del Acre, que concluyó con el Tratado de Petrópolis. Bolivia cede 191.00 km² al Brasil.

Al finalizar la guerra del pacífico, Bolivia se vio despojada de su única posesión costera y dejó de tener salida al mar. El Litoral boliviano abarcaba alrededor de 158.000 km² y además de Antofagasta, contaba de los puertos mayores de Mejillones, Cobija y Tocopilla. Bolivia ha tenido conflictos territoriales por cuestión de límites con la Argentina, Perú y Paraguay.

En julio de 1932 estalló la Guerra del Chaco, conflicto recién declarado en mayo de 1933 que duró tres años y en el que murieron alrededor de 50.000 bolivianos y 35.000 paraguayos. En 1938 se firmó el tratado de paz, según el cual el Paraguay se quedaba con un 75 % de la región del Gran Chaco. En esta guerra, el Ejército boliviano fue el primer país de América en emplear y utilizar tanques en un conflicto bélico del mismo continente²⁷.

Todo este escenario condensa la vida institucional del Ejército y de las FF.AA. porque van de la mano ambas historia de una realidad militar que ha desarrollado sus actividades en medio de las adversidades por los conflictos con los países vecinos, según los informes que forman parte de la memoria castrense.

²⁷. Es parte del informe "Síntesis histórica de los comandos y unidades militares de las Fuerzas Armadas de Bolivia" del Ministerio de Defensa.

3. La Armada Boliviana

El 19 de noviembre de 1826 fue creada la Escuadra Naval²⁸ por el presidente Antonio José de Sucre. La Primera Constitución Política del Estado en su título noveno²⁹ nombró *Escuadra* a la agrupación de buques de guerra para la defensa de la soberanía sobre una costa marítima de aproximadamente 120 Km²³⁰.

La creación de la Escuadra por el general Sucre fue acompañada con la adquisición de buques de guerra Yanacocha, Confederación, Bergantín La Fállete, Congreso y la corbeta Libertad, escuadra que constituyó la base de la Confederación Perú -Boliviana. Se agregaron el Guarda Costas General Sucre, el Bergantín María Luisa, el Cañonero Morro y otras embarcaciones menores.

Según los datos de la institución militar, la ocupación chilena de 1879 y la pérdida total de las costas marítimas obligó a los gobernantes bolivianos la reconstitución de una fuerza naval con la creación del Astillero Militar en la ciudad pandina de Cobija³¹, el Astillero Nacional en Bahía Riberalta en 1897 y en 1930 en la ciudad beniana de Riberalta.

28. Escuadra Naval es el primer nombre que luego dio origen a la Fuerza Naval y desde la Constitución de 2009 se llama Armada Boliviana.

29. La Constitución Política del Estado promulgado por el presidente Sucre, dice:

“Título noveno. De la Fuerza Armada

Capítulo único

Artículo 141.- Habrá en la República una Fuerza Armada permanente.

Artículo 142.- La Fuerza Armada se compondrá del ejército de línea, y de una escuadra.

Artículo 144.- Habrá también un resguardo militar cuya principal incumbencia será impedir todo comercio clandestino. Por un reglamento especial se detallará la organización, y constitución peculiar de este cuerpo”.

30. Fue la costa del litoral boliviano perdido en la guerra del Pacífico de 1879.

31. En 1900 el país perdió el Acre. Brasil se apropió de ese territorio que se mantenía en el mapa de Bolivia, pero sin ninguna vinculación de infraestructura, soberanía y presencia del Estado en ese vasto territorio nacional. La **Guerra del Acre** (conocida en Brasil como *Revolução Acreana* —"Revolución Acreana"—) fue un conflicto limítrofe y bélico entre Bolivia y Brasil que afectó también al Perú (el conflicto ocurrió en dos fases durante el periodo 1899-1903) por el dominio del territorio del Acre rico en árboles de caucho y yacimientos

En 1939, El Ejército, como depositario del manejo de la navegación fluvial y con objeto de dotarse del personal técnico necesario, estableció en Riberalta, la Escuela de Mecánica y de Navegación. Mediante Decreto Supremo de 4 de enero de 1963, Bolivia reorganiza la Fuerza Fluvial Lacustre sobre la base del personal, medios y jurisdicción de la VI División de Ejército, que luego dio origen a la Fuerza Naval Boliviana, como el tercer componente de las Fuerzas Armadas de la Nación.

El 8 de enero de 1966, mediante Decreto Supremo N° 7469 y Decreto Ley N° 18760 del 23 de diciembre de 1981 se cambia de nombre por el denominativo de Armada Boliviana. Se instituye el 24 de abril como Aniversario de la Armada Boliviana, en homenaje a la primera travesía del Buque *TM-01 Libertador "Simón Bolívar"* entre Puerto Caballero (Venezuela) y Puerto Rosario (Argentina) con entera tripulación boliviana.

Según las consideraciones de la **Ley Orgánica de las Fuerzas Armadas de la Nación (Ley No.1405 del 30 de Diciembre de 1992)** la Armada de Bolivia tiene como misión lo siguiente:

“**Artículo 59°.**La Fuerza Naval como parte integrante de las Fuerzas Armadas de la Nación, constituye la expresión permanente del Poder Naval y cumple las siguientes misiones específicas:

1. Asegurar la Soberanía y Defensa de los intereses marítimo fluviales y lacustres de la Nación.
2. Garantizar la libre navegación de la Marina Mercante en los mares, ríos y lagos controlando el derecho de uso del mar territorial, de las zonas contiguas, de la plataforma continental y de los fondos marítimos.

auríferos. Concluyó con la victoria de Brasil y la consecuente anexión de territorios que habían pertenecido a Bolivia y Perú. La Fuerza Naval de Bolivia jugó un papel importante en la guerra al transportar hombres, materiales, armas y víveres por los ríos.

3. Contribuir al fortalecimiento de la Nación en coordinación con las otras Fuerzas, impulsando, fomentando y protegiendo la navegación militar mercante y otras de carácter privado.
4. Levantar la Carta Hidrográfica Nacional.
5. Impedir y reprimir la piratería en la navegación, comercio y pesca.
6. Ejecutar misiones específicas en apoyo del Ejército y/o la Fuerza Aérea.
7. Participar activamente en el desarrollo integral de la Nación de acuerdo a Directivas del Comando en Jefe.
8. Ejercer competencia y jurisdicción con aguas patrimoniales, puertos e instalaciones navales, conforme a las estipulaciones contempladas en la Ley de Navegación Fluvial, Lacustre y Marítima.

Los objetivos e intereses de esta institución son los siguientes:

Emplear el poder naval en:

- Asegurar la soberanía y defensa de los II. MM.
- Preparar y desarrollar las operaciones de la Guerra Naval independiente conjunta y combinada. Garantizar la seguridad y Defensa Nacional.
- Garantizar la libre navegación de la marina mercante.
- Impedir y reprimir la piratería en la navegación comercio y pesca.
- Ejecutar misiones específicas en apoyo al Ejto. y FAB.
- Reclutar, entrenar y capacitar conscriptos y preliminares de acuerdo a planes académicos y de instrucción vigentes.
- Emplear los medios navales en operaciones específicas de control en aguas interiores fronterizas.
- Ejecutar operaciones de patrullaje y entrenamiento con los medios navales de superficie y terrestre.
- Formar, Perfeccionar y Especializar al personal de cadetes, alumnos y personal de armas en institutos nacionales y del exterior.

- Optimizar el funcionamiento del sistema administrativo del Comando General, Grandes y Pequeñas Unidades de la FNB.

Los Intereses Marítimos de la Armada son:

- Levantar la carta hidrográfica nacional.
- Ejercer la competencia y jurisdicción en aguas.
- Apoyar el funcionamiento de las Capitanías de Puerto.
- Apoyar a la cartografía mediante el uso de Servicio de Hidrografía Nacional (SHN).
- Participación en reuniones internacionales y nacionales de índole naval.

Ayudar en el Desarrollo nacional integral con lo siguiente:

- Contribuir al fortalecimiento de la Nación.
- Participar activamente en el desarrollo de la nación.
- Ejecutar operaciones de ayuda humanitaria en las poblaciones ribereñas nacionales e internacionales.
- Ejecutar proyectos agroindustriales.
- Apoyar a las operaciones de abastecimiento de combustible en el noroeste del territorio nacional.
- Apoyar a las operaciones de defensa civil, desarrollar, diseñar y elaborar planes, proyectos e investigación.

Organización Jurisdiccional de la Fuerza Naval Boliviana

La Fuerza Naval Boliviana cubre el extenso territorio fluvial y lacustre boliviano dividiendo sus funciones entre los siguientes Distritos Navales, nótese que los nombres de estas unidades derivan de la cuenca fluvial o región en la que operan:

- DN1 Primer Distrito Naval "BENI"
- DN2 Segundo Distrito Naval "MAMORE"
- DN3 Tercer Distrito Naval "MADERA"
- DN4 Cuarto Distrito Naval "TITICACA"
- DN5 Quinto Distrito Naval "SANTA CRUZ DE LA SIERRA"
- DN6 Sexto Distrito Naval "COBIJA"

4. Periodización de hechos institucionales

- 1826 1826 - La *Armada boliviana* fue creada en 1826 junto con el ministerio de Guerra y Marina, pero como el gobierno no le dio demasiada importancia a su desarrollo, en los primeros años no tuvo más que unas tres embarcaciones relevantes.
- 1835 15 Junio de 1835 - Tratado de intervención *armada* de *Bolivia* en el Perú, firmado en la Paz de Ayacucho el *15 de Junio de 1835*, y ratificado en Arequipa en 24 del mismo mes y año.
- 1879 1879 - Las consignas del retorno al Litoral fueron ponderadas por la Fuerza Naval *Boliviana*, en sendos discursos reprochando el enclaustramiento al que sometió Chile a *Bolivia* desde el *año 1879*.
- 1960 En 1960 la Sexta División del Ejército se transforma en "División Fluvial" para contar con una infraestructura administrativa apropiada. En los primeros años de esta década se envían al Perú los primeros oficiales *bolivianos* a cursar estudios en la *armada peruana*.
- 1963 1963 - Después de la guerra con Chile, la *Armada de Bolivia* desapareció. Recién en 1963, el presidente Paz Estensoro decidió reabrir la marina *boliviana*.
- 1966 8 de enero de 1966 se publica el DS N° 07469, mediante el cual, la Fuerza Fluvial y Lacustre, cambia de nombre por el de "Fuerza Naval *Boliviana*", en consideración a que habiendo transcurrido tres años desde su creación, su desarrollo había alcanzado niveles de institucionalidad importantes para el país.
- 1978 23 marzo de 1978 - La travesía por el Atlántico comenzó el *23 de marzo de 1978* y culminó el 24 de abril de dicho año. En Venezuela este barco tenía la denominación "Barquisimeto".
- 1982 En 1982 se denominó *Armada Boliviana*. Sin embargo el nombre no fue incorporado en la Constitución. Fueron obligados a usar la identidad de Fuerza Naval en términos legales y en la práctica concreta el nombre de *Armada Boliviana*.

2009 El 9 de febrero de 2009 con la promulgación de la Constitución del Estado Plurinacional, legalmente se consigna la Armada Boliviana en lugar de Fuerza Naval.

5. Ley Orgánica de las Fuerzas Armadas de la Nación.

“Capítulo V; Las Fuerzas Armadas en el Desarrollo Nacional.

Art. 13°, Las Fuerzas Armadas participan activamente en el desarrollo nacional mediante la capacitación de los recursos humanos, para la realización de obras de infraestructura social, productiva y otras, especialmente en las zonas fronterizas.

Art. 14°, Las Fuerzas Armadas, podrán participar en las industrias básicas y estratégicas del país.

Capítulo X; De las Fuerzas.

Art. 59°, La Fuerza Naval como parte integrante de las Fuerzas Armadas de la Nación, constituye la expresión permanente del Poder Naval y cumple las siguientes misiones específicas:

- a. Asegurar la soberanía y Defensa de los intereses marítimos, fluviales y lacustres de la Nación.
- b) Lacustres de la Nación.
- c) Garantizar la libre navegación de la Marina Mercante en los mares, ríos y lagos, controlando el derecho de uso del mar territorial, de las zonas contiguas, de la plataforma continental y de los fondos marinos.
- d) Contribuir al potenciamiento de la nación en coordinación con las otras Fuerzas, impulsando, fomentando y protegiendo la navegación militar mercante y otras de carácter privado.
- e) Levantar la Carta Hidrográfica Nacional.
- f) Impedir y reprimir la piratería en la navegación, comercio y pesca.
- g) Participar activamente en el desarrollo integral de la Nación de acuerdo a Directivas del Comando en Jefe.

- h) Ejercer competencia y jurisdicción con aguas patrimoniales, puertos e Instalaciones navales, conforme a las estipulaciones contempladas en la Ley de Navegación Fluvial, Lacustre y Marítima.

Capítulo XI; De los Comandos de Fuerza.

Art.62, Los Comandos de Fuerza tienen las siguientes atribuciones y responsabilidades principales:

- b. Incentivar en la población civil actividades tendentes a crear, desarrollar y mantener la conciencia marítima.
- c. Intervenir en los estudios, en la ejecución de la infraestructura y el desarrollo de los sistemas de transporte y comunicaciones de interés de su Fuerza.
- d. Realizar la investigación científica, tecnológica y la elaboración de estudios de interés para su fuerza.

6. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia Promulgada el 7 de Febrero De 2009

La Constitución Política del Estado plurinacional de Bolivia promulgada el 7 de febrero de 2009 constituye la apertura de mayores responsabilidades a las FF.AA y en particular a la Armada Boliviana ya que textualmente en su contenido expresa:

“Art 243°.

“Las Fuerzas Armadas del Estado están orgánicamente constituidas por el Comando en Jefe, Ejército, la Fuerza Aérea y la ARMADA BOLIVIANA, cuyos efectivos serán fijados por la Asamblea Legislativa Plurinacional a propuesta del Órgano Ejecutivo”.

Art. 244°.

“Las Fuerzas Armadas tiene por misión fundamental defender y conservar la independencia, seguridad y estabilidad del estado, su honor y la soberanía del país; asegurar el imperio de la Constitución, garantizar la estabilidad del gobierno legalmente constituido, y **PARTICIPAR** en el desarrollo integral del país”

Art. 268

El desarrollo de los Intereses Marítimos, Fluviales, y Lacustres y de la Marina Mercante serán prioridad del Estado, y su administración y protección será ejercida por la Armada Boliviana, de acuerdo con la ley”.

En contraste con la anterior CPE, la Nueva Constitución Política del estado plurinacional contiene aspectos muy favorables a la Institución Naval, entre estos podemos citar los siguientes:

- El artículo 243... que reconoce a la anterior Fuerza Naval Boliviana la calidad de **ARMADA BOLIVIANA**.
- El art. 244 que a diferencia de la actual CPE en la misión de las FF.AA, faculta a la Institución a “**PARTICIPAR EN EL DESARROLLO INTEGRAL DEL PAÍS**”.
- El Art. 268 por el cual el Estado para desarrollar los IMFLMM, faculta a la Armada Boliviana su Protección y Administración.

Este nuevo marco legal faculta a la Armada Boliviana a participar activamente en el Desarrollo Nacional, las anteriores normas como la Ley Orgánica de las FF.AA aunque en su contenido expresaban facultades para las FF.AA a participar activamente en tareas de Desarrollo, estas siempre fueron objetadas por diversos sectores públicos o privados que observaban con bastante celo cualquier pretensión de los militares de participar en dichas tareas. A partir del 7 de febrero del 2009 la Armada Boliviana, constitucionalmente está facultada a PARTICIPAR en el Desarrollo nacional.

TABLA 3

Dimensiones del Modelo de Gestión Pública

Concepto	Dimensiones	Indicadores
	Participación en el desarrollo integral	Comando en Jefe de las FF.AA. Las unidades militares

Modelo de gestión de las FF.AA.	del país	Los jefes, subalternos y conscriptos La burocracia administrativa
	Fuente de mandato: La CPE	Misión: Defender y conservar la independencia, seguridad y estabilidad del Estado, su honor y la soberanía del país; Asegurar el imperio de la Constitución, Garantizar la estabilidad del Gobierno legalmente constituido, y <i>participar en el desarrollo integral del país.</i>

Hasta aquí se ha descrito el camino histórico de las FF.AA., su intervención en el fortalecimiento del Estado y sus metas contemporáneas para apoyar y *participar* en el desarrollo integral de la nación. El porvenir depende de cuánto sus autoridades promueven proyectos que sean parte de una política institución en todas sus áreas, incluida la comunicación, motivo de este trabajo.

6. Historia de la Fuerza Aérea³²

El origen de la Fuerza Aérea Boliviana se remonta al año 1913, en que se proyectó la creación de una Escuela Militar de Aviación. Luego de 1916, durante la Presidencia del Gral. Ismael Montes, se sancionó una ley con el mismo propósito y, posteriormente en 1920 siendo Presidente del Dr. José Gutiérrez Guerra, se promulgo un Decreto Supremo creando la Escuela Militar de Aviación, durante todos estos años, los diferentes gobiernos enviaron a oficiales del Ejército a estudiar pilotaje a varios países de Europa y América.

Lamentablemente en ninguna de estas oportunidades se pudo concretar esta máxima aspiración y fue recién en el año 1923, durante la Presidencia del Dr. Bautista Saavedra, se hizo realidad la creación de la citada Escuela de Aviación, mediante Decreto Supremo de 7 de Septiembre de 1923, y fundada oficialmente el 12 de octubre de 1923.

³² Los datos y las referencias descritas en este punto corresponden al contenido de la "Síntesis histórica de los comandos y unidades militares de las Fuerzas Armadas de Bolivia" del Ministerio de Defensa.

En los años subsiguientes a su creación, la Escuela Militar desplegó gran actividad, no solo en el entrenamiento de nuevos pilotos y la habilitación de nuevas pistas a lo largo y ancho del país, sino que inclusive con aviones de limitadas características, se efectuaron exitosos raids aéreos a varios países vecinos.

En 1932 durante la contienda bélica con el Paraguay, la aviación como arma dependiente del Ejército asistió a la campaña con aviones de caza Vickers Scout, Curtiss Hawk y de observación y bombardeo Curtiss Osprey, con una brillante actuación, sobresaliendo el primer combate aéreo en Sudamérica.

Dentro del proceso de modernización y reestructuración, el 7 de enero de 1953, fue creado la Jefatura de Estado Mayor de Aviación y el 8 de mayo del mismo año la Subsecretaría de Aeronáutica, jerarquizando así los mandos de la aviación militar; pero se mantuvo como arma del Ejército, al mismo tiempo se organizó el Estado Mayor con cuatro Secciones.

El 26 de septiembre de 1957, por Decreto Supremo N° 04743 se creó la Fuerza Aérea, asignándose una nueva estructura orgánica, como también se reconoció su carácter autónomo; por constituir un organismo superior técnico profesional para el ejército del mando aéreo.

En la actualidad la FAB, además de cumplir con los deberes que le asigna la Constitución Política del Estado tiene la gran misión de vertebrar el país, vinculando los lugares más alejados del territorio con los centros de producción consumo y demográficamente más importante, a través de Transporte de Transporte Aéreo Militar (TAM) ímproba labor, máxime si se considera que Bolivia es un país de caprichosa conformación geográfica y con sus sistema vial poco desarrollado.

CAPÍTULO IV
Propuesta de la Radio y la Televisión

En este capítulo está la justificación institucional sobre la necesidad de instalar el funcionamiento de la radio y la televisión. Del mismo modo se encuentra el plan técnico que garantiza la factibilidad de las operaciones de frecuencias de acuerdo a las normas establecidas por la Superintendencia de Telecomunicaciones.

1. Resumen narrativo del proyecto

Finalidad del proyecto	Funcionamiento de una radio y un canal de televisión en las Fuerzas Armadas del Estado
¿Por qué se lleva a cabo el proyecto?	Para socializar, informar y comunicar las actividades que desarrollan las Fuerzas Armadas del Estado en la sociedad
Alcances del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> - Cohesión institucional e interacción social - Apoyar el progreso nacional - Contribuir a la educación, la defensa y la seguridad del país.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> - Proyecto de comunicación institucional en los principios y objetivos estratégicos de las Fuerzas Armadas.

Fuente: Realización propia

1.1. Indicadores

Finalidad del proyecto	Funcionamiento de dos medios masivos de comunicación <ol style="list-style-type: none"> 1. Radio 2. Televisión
Sentido comunicacional	Participación institucional en interacción con la sociedad y fortalecimiento de las actividades militares
Recursos económicos	<ul style="list-style-type: none"> - Plan Operativo de las FF.AA.
Periodización	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad permanente de las FF.AA.
	Al ser un recurso intangible, la medición del impacto será en términos cualitativos en los internos de las

Impacto	FF.AA. y en el desarrollo social en la población.
---------	---

Fuente: Realización propia

1.2. Medios de verificación

Finalidad del proyecto	Existencia de las frecuencias para el funcionamiento de los dos medios
Sentido comunicacional	Programación de acuerdo a un plan estratégico de comunicación
Componentes	Las FF.AA. carecen de medios bajo su administración
Actividades	Incorporar el presupuesto en el POA de la institución

Fuente: Realización propia

1.3. Objetivos e indicadores del proyecto

Objetivos	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Fortalecimiento institucional	Creación de radio y televisión para las FF.AA. del Estado	Existencia de frecuencias en SITTEL	
Equipamiento	Incorporación del presupuesto en el POA de la institución		
Infraestructura	Las FF.AA. dotará de los ambientes necesarios para el funcionamiento de los dos medios		
Recursos humanos	Departamento de personal de las FF.AA.		
Programación	En la filosofía de la institución militar	Ley Orgánica de las FF.AA.	

Fuente: Realización propia

Estos componentes se encuentran ampliamente descritos en los siguientes puntos con el fin de demostrar la factibilidad del proyecto, el impacto social y las condiciones

institucionales que guiaron la realización del trabajo, en un contexto militar, donde muchos datos no deben ser revelados por el carácter estratégico de la institución.

2. Opinión militar sobre la necesidad de medios para la institución

El 91 por ciento de los miembros de las Fuerzas Armadas han expresado su acuerdo porque la institución tenga un sistema nacional de radio y televisión para contribuir al desarrollo del país, promover información acerca de las actividades castrenses y el trabajo de interacción que promueve en el territorio boliviano.

Con ese propósito, los autores de este trabajo han realizado una encuesta, como se observa en el cuadro para conocer la opinión que los militares tienen acerca de este planteamiento, su concepción sobre los medios masivos y la visión histórica que ellos de la función comunicacional en una sociedad moderna.

Es una cuantificación que refleja la participación de los miembros de la institución acerca de un tema de interés en un escenario donde la comunicación es fundamental para la construcción de la imagen de las entidades públicas de un país.

OPINION DE LOS MILITARES SOBRE LA NECESIDAD DE TENER MEDIOS PROPIOS DE COMUNICACIÓN

SEXO/OPINION	SI	NO	TOTAL
FEMENINO	18	2	20
MASCULINO	244	24	268
TOT PERSONAS	262	26	288
PORCENTAJE	91%	9%	100%

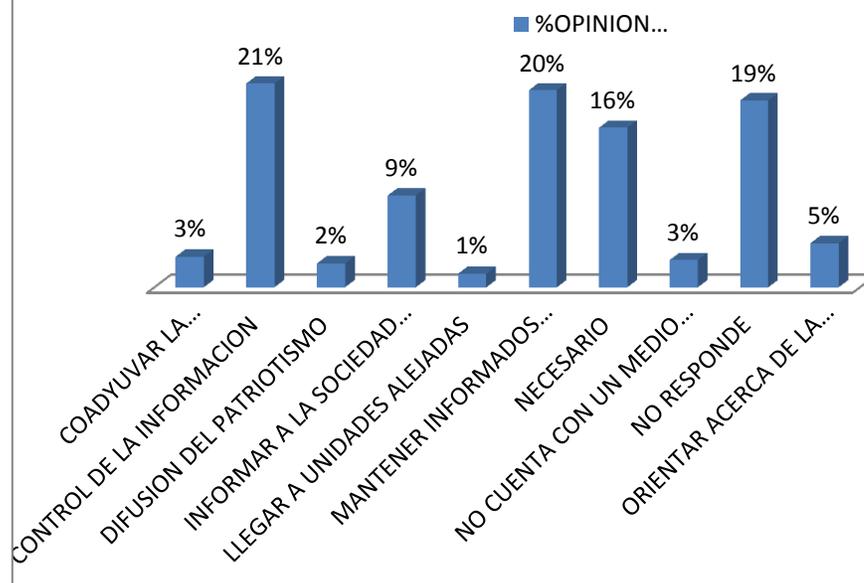
Se consultó a 288 miembros de las Fuerzas Armadas, cifra que justifica de lejos la legitimidad de la muestra (ver el siguiente cuadro). Normalmente, estudios científicos consideran porcentajes más conservadores, sin embargo, para darle vigor y certidumbre al trabajo, se ha hecho este esfuerzo con el fin de jerarquizar académica esta investigación.

CUADRO X

RESPUESTAS DE LOS MILITARES ACERCA DE LA NECESIDAD DE MEDIOS MASIVOS

PERSONAS / OPINIONES	COADYUVAR LA PARTICIPACION INTERNA DE FFAA	CONTROL DE LA INFORMACION	DIFUSION DEL PATRIOTISMO	INFORMAR A LA SOCIEDAD TODO EL TRABAJO REALIZADO EN FFAA	LLEGAR A UNIDADES ALEJADAS	MANTENER INFORMADOS SOBRE LAS UNIDADES Y ACTIVIDADES DE FFAA	NECESARIO	NO CUENTA CON UN MEDIO DE COMUNICACION	NO RESPONDE	ORIENTAR ACERCA DE LA EDUCACION Y SEGURIDAD CIUDADANA	TOTAL
FEMENINO	0	7	0	2	0	3	2	0	6	0	20
MASCULINO	9	53	7	25	4	55	45	8	49	13	268
TOTAL	9	60	7	27	4	58	47	8	55	13	288
%OPINIONES	3%	21%	2%	9%	1%	20%	16%	3%	19%	5%	

RESPUESTAS DE LOS MILITARES ACERCA DE LA NECESIDAD DE MEDIOS MASIVOS

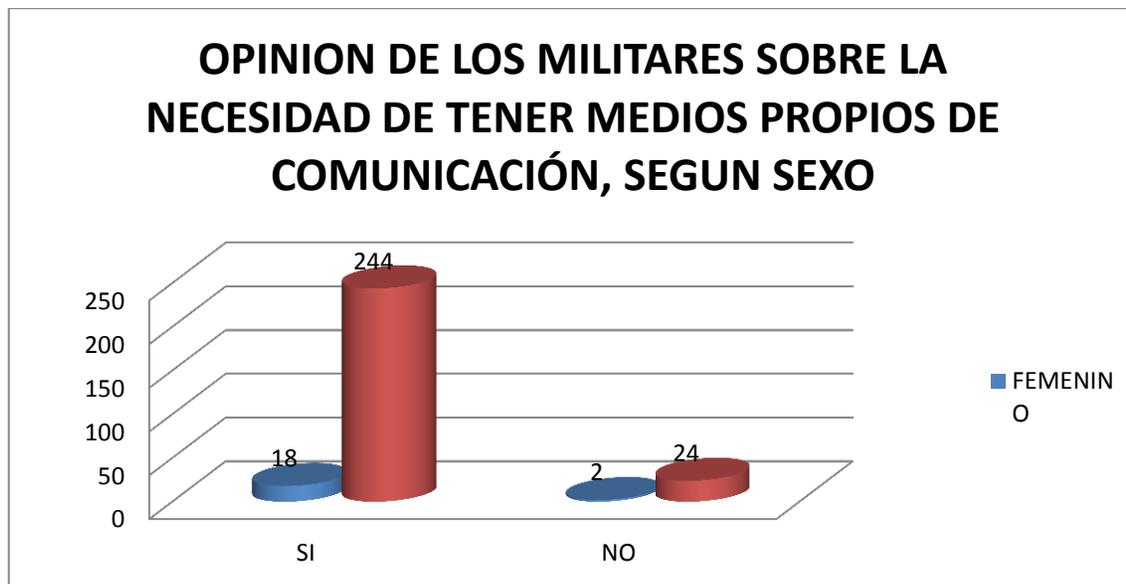


Este cuadro condensa la opinión de los militares en función de las principales líneas de acción de los medios de comunicación a ser instalados en la institución castrense.

Un alto porcentaje (cuadro X) se pronuncia sobre la necesidad de la radio y la televisión en el contexto de una realidad nacional que se caracteriza por una mayor

integración de la sociedad civil con las instituciones estatales, como las Fuerzas Armadas que participa activamente en el progreso del país.

CUADRO X



Estos cuadros expresan el sentimiento de las Fuerzas Armadas acerca del motivo del trabajo de investigación.

CUADRO X



La relación de las opiniones analizadas en la encuesta muestran el grado de percepción que los miembros de la institución tienen acerca de la importancia de la comunicación, como una instancia de interacción e interrelación con la sociedad civil. Es la opinión militar sobre la necesidad de los medios planteados.

3. Proyecto mediático de las Fuerzas Armadas del Estado Plurinacional³³

1.4. Localización, infraestructura y área técnica

La fase inicial de este proyecto centrará su atención en la ciudad de La Paz donde se encuentra el Comando de las FF.AA. A partir de la concreción del proyecto, la proyección

³³. Explicación necesaria: Este trabajo sólo abarca la elaboración del proyecto de la radio y la televisión para la Armada Boliviana y en ningún caso se referirá a la programación ni el proceso productivo de contenidos, según la solicitud de las propias autoridades de la institución.

de las emisiones será de carácter nacional en función de las posibilidades y necesidades establecidas en el plan operativo de la institución.

En ese contexto, la parte de la producción se concentrará en la infraestructura definida por las FF.AA. y el área de emisión estará en la zona de las antenas de ciudad Satélite de El Alto. Ese espacio territorial, en general, concentra las antenas de las radioemisoras, canales de televisión, del servicio de telefonía móvil, multimedia, entre otros.

Esta decisión será aplicada de conformidad con las normas establecidas por la Autoridad de Transportes y Telecomunicaciones, instancia que tiene la responsabilidad de autorizar las operaciones de los medios de comunicación.

Los terrenos localizados tienen el espacio necesario para el funcionamiento del transmisor, antena de enlace, estudio de emisión y otros. De acuerdo a las exigencias técnicas se requiere alrededor de 300 metros cuadrados de superficie para el emplazamiento de la planta de transmisión de señal de audio y video.

1.5.Frecuencia modulada

Propiedad	Fuerzas Armadas
Frecuencia modula	FM XXXX
Potencia	Un kilowats
Antena	30 metros de altura

1.6.Amplitud modulada

Propiedad	Fuerzas Armadas
Amplitud modula	AM XXXX
Potencia	Un kilowats
Antena	30 metros de altura

1.7.Canal de televisión

Propiedad	Fuerzas Armadas
Frecuencia	UHF

Potencia	Cinco kilowats
Antena	30 metros de altura

1.8.Ubicación de las antenas

Las Fuerzas Armadas de la Nación tienen terrenos en la ciudad de El Alto, zona Satélite, las antenas, donde se emplazarán las torres y los equipos transmisores de las radios FM y AM, además del canal de televisión.

Figura 7

Vista frontal y lateral de la planta de transmisión

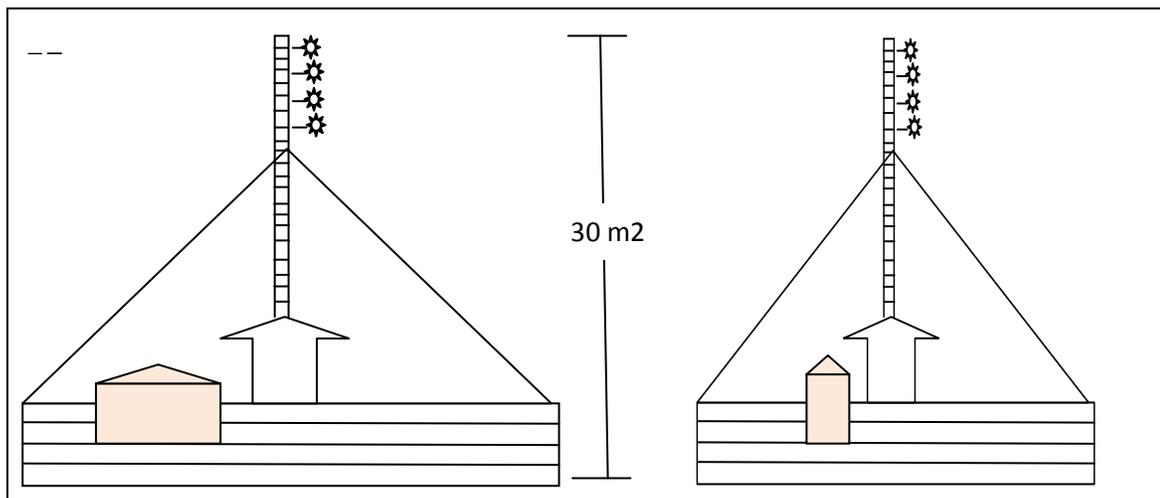


TABLA 4
Equipamiento y tecnología de radio³⁴
equipo de alta

Item	Nº unidades	Vida útil (años)	Precio en dólares
Torre	1		
Transmisor	1		
Excitador	1		
Moduladores	3		
Amplificador			
Equipos de enlace			
Cables			
Antenas			
Instalación de red			
Total			

EQUIPOS DE BAJA

Equipos de enlaces	1		
Equipos de sonido	2		
Computadoras	3		
Software	3		
Mesas de Audio	5		
Micrófonos profesionales	3		
Total			

TABLA 5
Equipamiento de televisión de alta

Item	Nº unidades	Vida útil (años)	Precio
Antena torre	1	10	5.000
Transmisor			
Moduladores			
Enlace para satélite			
Optical TV			
Transmisores			

³⁴. El plan de equipamiento sólo consignará equipos de emisión y transmisión, por cuanto, los muebles, máquinas de oficina, computadoras, impresoras, material fungible, CDs y otros ya forman parte del POA de la institución. Los precios son referenciales y corresponden al periodo 2013.

Equipos de baja

Estudio			
Red de computadoras			
Software			
Tripodes			
Dolly			
Luces frías			
Retornos			
Grúas			
Micrófonos de estudio	5	10	500
Micrófonos de cobertura	4	10	400
Monitores	6	10	3.000
Amplificador de audífonos	1	10	1.000
Computadoras	5	5	5.000
Procesador de audio	1	10	5.000
Equipo de enlace	1	10	2.000
Amplificador	1	10	1.000
Antena estudio	1	10	3.000
Mesas de audio	1	10	3.500
Islas de edición			
Post producción	1	10	40.000
Instalación red	1	10	300
Equipos de sonido	2	5	4.000
Cámaras de estudio	4	10	80.000
Cámaras de cobertura	4	10	20.000
Efectos de sonido			
Total			

1.9. Edificio estudios

El proyecto incluye:

- Dos locutorios
- Una sala de control de emisión
- Archivo de contenidos (musical, información y grabaciones)
- Sala de producción
- Sala de enlace con la antena de El Alto

- Sala de reuniones³⁵

TABLA 6

Descripción de infraestructura el alto

Inmueble	Dimensiones en m²	Descripción
Estudios	3 x 3	Oficinas donde funcionarán los ítems antes descritos
Planta de transmisión	3 x 3	El Alto. Oficinas e instalaciones de recepción y transmisión de mensajes
Torres porta antenas	5 x 5	Se emplazará una torre para ubicar las antenas de los medios de comunicación.
Control	3 x 3	Un ambiente para el trabajo del técnico encargado del control de funcionamiento de los equipos

TABLA 7

Descripción instalaciones estudio

Sección	Dimensiones en m²	Superficie en m²
Dirección	3 x 3	9
Producción	3 x 4	12
Reuniones	3 x 5	15
Locutorio 1	4 x 4	12
Locutorio 2	4 x 4	12
Sala de control FM	3 x 3	9
Sala de control AM	3 x 3	9
Sala de control TV	4 x 4	16
Sala de emisión TV	10 x 8	80
Archivo radio y TV	4 x 6	24
Sala de enlace FM	2 x 2	4
Sala de enlace de AM a FM		

Nota.- Las estaciones de AM y FM funcionarán de manera integrada, en ambos casos estéreo, por tanto, solo se requiere un estudio porque irán los mensajes con una misma señal de contenidos.

³⁵. No incluye sala de administración, porque el ámbito de los recursos humanos forma parte de la estructura de la Armada Boliviana.

1.9.1. Obras de las instalaciones de emisión

Las especificaciones establecidas en la tabla anterior son las requeridas para el funcionamiento de las radioemisoras, cuya ejecución estará a cargo de la oficina de infraestructura y construcciones de la institución militar.

Del mismo modo, en el caso de la televisión se procederá con el mismo criterio de gestión pública.

1.9.2. Obras de las instalaciones de transmisión

Este ítem tiene dos componentes:

- En tierra: excavaciones, cimientos, sobre cimientos, moldajes, albañilería, techos, paredes, pisos, cielo, puertas, ventanas y pintura
- En superficie: Torre de 30 metros de altura, cables para tesar, aisladores, red eléctrica, climatización y soportes de peso.

1.10. Estructura legal y administrativa

La propiedad de los medios de comunicación es de las FF.AA., de conformidad con la Constitución del Estado Plurinacional y la Ley de las Fuerzas Armadas de la Nación. Por tanto, todo el funcionamiento jurídico y administrativo se subordina al ordenamiento de esa institución.

En Bolivia rige la Ley General de Telecomunicaciones, tecnologías de Información y Comunicación que en su artículo 1° señala:

“Artículo 1. (Objeto). La presente Ley tiene por objeto establecer el régimen general de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, del servicio postal y el sistema de regulación, en procura del vivir bien garantizando el derecho humano individual y colectivo a la comunicación, con respeto a la pluralidad económica, social, jurídica, política y cultural de la totalidad de las bolivianas y los bolivianos, las naciones y pueblos indígena originario campesinos, y las comunidades interculturales y afro bolivianas del Estado Plurinacional de Bolivia”.

“Artículo 3. (Marco constitucional).

- I. El espectro electromagnético es un recurso natural, de carácter estratégico, limitado y de interés público, del cual es parte el espectro radioeléctrico, por lo que en todo momento el pueblo boliviano mantendrá la propiedad y el dominio sobre el mismo y el Estado lo administrará en su nivel central.
- II. El Estado es responsable, en todos sus niveles de gobierno, de la provisión de los servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, así como del servicio postal, a través de entidades públicas, mixtas, cooperativas, comunitarias y en el caso de telecomunicaciones también a través de empresas privadas, mediante autorizaciones o contratos en el marco de la Constitución Política del Estado”.

Este trabajo se ajusta a las definiciones conceptuales que la Ley de Telecomunicaciones establece sobre las operaciones de los medios de difusión (artículo 6°):

“Artículo 6. (Definiciones).

- I. A los fines de la presente Ley, se adoptan las siguientes definiciones principales, sin perjuicio de las definiciones técnicas específicas que se contemplan.
- II. Respecto a telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación:
 1. **Acceso inalámbrico fijo.** Son aplicaciones de acceso inalámbrico en la que los lugares del punto de conexión de la usuaria o usuario final y el punto de acceso a la red que se conectará con la usuaria o usuario final son fijos y utiliza frecuencias establecidas en el Plan Nacional de Frecuencias para aplicaciones fijas. Asimismo, la usuaria o usuario final podrá tener cobertura restringida al límite mínimo de cobertura de la red (radio base o celda) que corresponda al lugar donde se instalará el terminal de usuario y el mismo no debe funcionar con más de una estación radio base.
 2. **Acceso inalámbrico móvil.** Son aplicaciones de acceso inalámbrico en la que el lugar del punto de conexión de la usuaria o usuario final es móvil y utiliza frecuencias establecidas en el Plan Nacional de Frecuencias para aplicaciones móviles.

3. **Autorización.** Es el acto administrativo que habilita al operador o proveedor para operación de redes, la prestación de servicios y el uso de frecuencias electromagnéticas, cuando cumple los requisitos establecidos y responde a los planes aprobados por el Ministerio del sector.
4. **Convergencia tecnológica.** Desarrollo tecnológico que tiende a aglutinar varios o todos los servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación a través de un solo medio, equipo o instrumento de recepción y, en su caso de transmisión.
5. **Espectro radioeléctrico.** Es el conjunto de frecuencias del espectro electromagnético usadas para los ser usadas para los servicios de radiodifusión, de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación.
6. **Estación espacial.** Es un satélite equipado para proveer servicios de telecomunicaciones entre puntos terrestres. Las estaciones espaciales pueden ser geoestacionarias o no geoestacionarias.
7. **Estaciones terrenas.** Son equipos terrestres equipados para recibir, procesar y transmitir señales a través de una estación espacial.
8. **Estaciones terrestres receptoras.** Son estaciones que únicamente reciben señales desde estaciones espaciales, pero que no pueden transmitir.
9. **Interferencia perjudicial.** Es la emisión, radiación o inducción de frecuencia electromagnética que específicamente degrada, obstruye o interrumpe la provisión de un servicio autorizado o la operación de una red autorizada.
10. **Operador.** Es la persona natural o jurídica, pública o privada, cooperativa o comunitaria, que administra, controla, explota y mantiene una red de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación con la autorización respectiva.
11. **Proveedor de servicios.** Es la persona natural o jurídica, pública o privada, cooperativa o comunitaria, autorizada para prestar servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, a las usuarias y usuarios.

12. **Radioaficionado.** Es la persona natural, para realizar actividades de radio comunicación sin fines de lucro a través de bandas y frecuencias autorizadas, según la definición adoptada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones
13. **Recurso Órbita Espectro – ROE.** Es el recurso natural constituido por la órbita de los satélites geoestacionarios u otras órbitas de satélites y el espectro de frecuencias radioeléctricas atribuido o adjudicado a los servicios de radiocomunicaciones por satélite por la Unión Internacional de Telecomunicaciones – UIT.
14. **Red.** Son las instalaciones que en su conjunto establecen conexiones o comunicaciones entre dos o más puntos para conducir símbolos, señales, textos, imágenes, voz, sonidos, datos, información de cualquier naturaleza u otro tipo de señales electrónicas, mediante líneas físicas, ondas electromagnéticas, medios ópticos u otro tipo de conexión. Los equipos y programas son parte de la red. Las redes podrán ser: red pública, red privada u otras.
15. **Red departamental.** Es aquella red de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, autorizada a operar exclusivamente en un departamento.
16. **Red nacional.** Es aquella red de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, autorizada a operar en todo el territorio nacional o en más de un departamento.
17. **Red privada.** Es una infraestructura de telecomunicaciones operada por una o varias personas individuales o colectivas para su uso exclusivo, sin fin comercial, con el propósito de conectar o comunicar instalaciones de su propiedad o bajo su control. Esta red no está interconectada con una red pública dentro el territorio nacional o en el extranjero.
18. **Red pública.** Es aquella utilizada para prestar servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación al público en general, a la que se conectan equipos terminales de las usuarias y los usuarios a través de determinados puntos terminales.

19. **Segmento espacial.** Es la capacidad de comunicación en uno o varios satélites de comunicaciones, las instalaciones y equipos de seguimiento, telemetría, telemando, control, comprobación y demás conexos necesarios para el funcionamiento de dichos satélites correspondiente a las estaciones de control y monitoreo.
20. **Segmento terreno.** Está constituido por todas las instalaciones terrenas necesarias para la prestación de los servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación por satélite.
21. **Servicios de telecomunicaciones.** Son aquellos cuya provisión y prestación el Estado garantiza a los habitantes para el ejercicio del derecho al acceso universal a las telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación.
22. **Servicio de acceso a internet.** Es el servicio al público de acceso a la red internet que se presta a usuarias y usuarios conectados a la red pública mediante equipo terminal fijo o móvil, utilizando línea física o frecuencias electromagnéticas.
23. **Servicio de estación espacial.** Es la provisión u operación de canales de un transponedor satelital para proveer servicios de telecomunicaciones a cualquier punto o puntos del área de servicio autorizada.
24. **Servicio de estación terrena.** Es la provisión de canales de comunicación de una estación terrena para transmitir señales a un satélite o recibir señales desde un satélite o estación espacial.
25. **Servicio público de voz sobre internet.** Es el servicio que permite la estación de comunicación de voz mediante la red internet desde y hacia la red pública telefónica y otra red de servicio del mismo tipo.
26. **Servicio universal de telecomunicaciones.** El conjunto definido de servicios de telecomunicaciones, tecnologías de información y comunicación cuya prestación se garantiza para todas las usuarias y los usuarios finales con independencia de su localización geográfica, con una calidad determinada y a un precio asequible.

27. **Servicio rural.** Es un servicio provisto al público para realizar comunicaciones mediante equipo terminal fijo, domiciliario o de acceso al público, dentro de un área rural o entre el área rural y cualquier punto dentro del territorio nacional.
28. **Servicios de telecomunicaciones al público.** Son aquellos servicios provistos directamente al público por un operador o proveedor, incluyendo la reventa.
29. **Servicio local.** Es el servicio telefónico al público que se presta entre usuarias y usuarios conectados a la red pública, mediante equipo terminal fijo o de cobertura restringida y ubicados dentro de un área geográfica definida, utilizando línea física o frecuencias electromagnéticas específicas para este servicio.
30. **Servicio móvil.** Es el servicio al público que se presta utilizando frecuencias electromagnéticas específicas, a través de estaciones radio base terrestres distribuidas en configuración celular o de micro celdas y mediante equipos terminales móviles o portátiles conectados a éstas, cuya área de servicio abarca todo el territorio boliviano. Incluye servicios complementarios.
31. **Servicio de larga distancia nacional.** Es el servicio telefónico al público prestado entre diferentes áreas urbanas o rurales, o entre diferentes áreas de servicio, dentro del territorio boliviano.
32. **Servicio de larga distancia internacional.** Es el servicio telefónico al público prestado entre un área situada dentro del territorio boliviano y otra situada en el extranjero.
33. **Servicio de acceso público.** Es el servicio al público provisto a través de teléfonos públicos, puestos públicos de cabinas, locutorios, telecentros, infocentros, u otros, por medio de aparatos terminales que puede incluir teléfonos tradicionales, máquinas de facsímile, computadoras o cualquier tipo de equipo terminal, utilizados con monedas, fichas, tarjetas, o por pago en efectivo.
34. **Servicio de distribución de señales.** Es el servicio al público que se proporciona únicamente por suscripción a través de estaciones cuyas emisiones se distribuyen para ser recibidas por usuarias y usuarios

determinados. Estos servicios incluyen la distribución de programación de televisión y/o audio.

35. **Servicio de radiodifusión.** Son los servicios cuyas emisiones se destinan a ser recibidas directamente por todo el público sin otra restricción que no sea la de contar con un aparato receptor. Estos servicios incluyen los de radio y televisión.
36. **Servicio de reventa.** Es el servicio al público, conmutado o de transmisión, que es prestado por un proveedor que no opera una red pública, pero que utiliza la infraestructura de circuitos y/o centrales de una red pública operada por otro titular.
37. **Servicio de valor agregado.** Es el servicio al público que utiliza aplicaciones específicas y no emplean circuitos propios de transmisión, salvo que sean provistos por un operador. Estas aplicaciones tienen efecto en el formato, contenido, código, protocolo, almacenaje o aspectos similares de la información transmitida por la usuaria y el usuario o le proveen información adicional, diferente o reestructurada, o le permiten interacción con información almacenada. No incluyen servicios de voz en tiempo real ni el acceso a internet.
38. **Tecnologías de Información y Comunicación – TIC.** Comprende al conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión y recepción de información, voz, datos, texto, video e imágenes. Se consideran como sus componentes el hardware, el software y los servicios.
39. **Telecomunicaciones.** Comprende la transmisión, emisión y recepción, de señales, símbolos, textos, imágenes, video, voz, sonidos, datos o información de cualquier naturaleza o aplicaciones que facilitan los mismos, por cable o línea física, radioelectricidad, ondas hertzianas, medios ópticos u otros sistemas radioeléctricos de cualquier índole o especie, a través de una red pública o privada.
40. **Usuaria o usuario.** Es la persona natural o jurídica que utiliza los servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, como

destinatario final. Para efectos de esta Ley, se considera a los socios de las cooperativas de telecomunicaciones como usuarias o usuarios”.

De esta lista de definiciones técnicas, operativas y de contenida, se utilizarán las que corresponde al campo de la radiodifusión, televisión y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

1.10.1. Solicitud de frecuencias

De conformidad con la Ley de Telecomunicaciones, la Armada Boliviana solicitará la asignación directa de las frecuencias de acuerdo al artículo 11° de esa norma. Además, ajustará sus operaciones a los artículos sobre la asignación de frecuencias y el uso del espectro radioeléctrico:

“TÍTULO III

Telecomunicaciones

Capítulo Primero

Espectro Radioeléctrico

Artículo 8. (Plan nacional de frecuencias).

- I. El Plan Nacional de Frecuencias reglamentará el uso equitativo y eficiente del espectro radioeléctrico a nivel nacional, considerando, entre otros, los aspectos económicos, de seguridad, educativos, científicos, de interés público y técnicos conforme a políticas de Estado, intereses nacionales y compromisos internacionales aprobados, con el objeto de optimizar su uso y evitar interferencias perjudiciales.
- II. La administración, asignación, autorización, control, fiscalización y supervisión del uso de las frecuencias electromagnéticas en redes de telecomunicaciones, radiodifusión y otras en el territorio nacional corresponde al nivel central del Estado a través de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes, de acuerdo al Plan Nacional de Frecuencias.

Artículo 9. (Uso del espectro radioeléctrico).

- I. Los derechos de uso del espectro radioeléctrico derivados de una licencia de radiodifusión no podrán cederse, arrendarse, venderse, transferirse ni pignorar, excepto en casos especiales y específicos establecidos en reglamento, debidamente aprobados por la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes.
- II. Se requiere de una licencia para hacer uso de frecuencias del espectro radioeléctrico, excepto para aquellas frecuencias que se producen como resultado de emisiones por el uso de equipos industriales, científicos y médicos que empleen el espectro radioeléctrico; ni para la operación de radiadores involuntarios; ni para la operación de radiadores voluntarios de potencia muy baja, de acuerdo a lo establecido en reglamento.
- III. El Plan Nacional de Frecuencias podrá establecer bandas de frecuencias de uso libre, considerando recomendaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones – UIT.

Artículo 10. (Distribución de frecuencias para radiodifusión).

I. La distribución del total de canales de la banda de frecuencias para el servicio de radiodifusión en frecuencia modulada y televisión analógica a nivel nacional donde exista disponibilidad, se sujetará a lo siguiente:

1. Estado, hasta el treinta y tres por ciento.
2. Comercial, hasta el treinta y tres por ciento.
3. Social comunitario, hasta el diecisiete por ciento.
4. Pueblos indígena originario campesinos, y las comunidades interculturales y afro bolivianas hasta el diecisiete por ciento.

La asignación de frecuencias se realizará de la siguiente forma:

1. Las frecuencias destinadas al Estado serán definidas por el Órgano Ejecutivo del nivel central.
 2. Las frecuencias destinadas al sector comercial serán asignadas por licitación pública.
 3. Las frecuencias destinadas al sector social comunitario y los pueblos indígenas originario campesinos, y comunidades interculturales y afro bolivianas, serán asignadas mediante concurso de proyectos, y su calificación se realizará mediante indicadores objetivos.
- II. Los detalles técnicos y normativos, como el procedimiento de la licitación pública y el de concurso de proyectos, serán establecidos mediante reglamento.

III. La distribución de bandas de frecuencias para el servicio de radiodifusión televisiva digital será establecida en el respectivo plan de implementación aprobado mediante decreto supremo.

IV. La asignación de bandas de amplitud modulada y onda corta para el servicio de radiodifusión, responderá a reglamento.

Artículo 11. (Asignación de frecuencias para uso estatal).

- I. Para el funcionamiento de las estaciones transmisoras utilizadas en el servicio de radiodifusión estatal, así como los servicios destinados a la seguridad y defensa del Estado, la asignación de frecuencias electromagnéticas será de forma directa.(Anexo 1)
- II. La información relativa a la asignación de frecuencias para los servicios de seguridad y defensa del Estado, tiene carácter reservado”.

1.10.2. Instalación de antenas

El capítulo cuarto de la Ley de Telecomunicaciones señala sobre la instalación de antenas, lo siguiente:

“Infraestructura de telecomunicaciones”

Artículo 20. (Instalación de antenas).

- I. La instalación de antenas transmisoras requiere la licencia de uso de frecuencias previa, de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes.
- II. La instalación de antenas de recepción de señales satelitales, nacionales o extranjeras, por parte de usuarias o usuarios finales, sin fines de redistribución comercial, es una actividad libre, no sujeta a licencia.
- III. La solicitud de instalación de torres y soportes de antena a efectuarse por los operadores de redes de telecomunicaciones ante los gobiernos autónomos municipales, requerirá la licencia de uso de frecuencias previa, de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes.
- IV. La solicitud en caso de que el gobierno autónomo municipal no emitiera resolución correspondiente dentro del plazo de cuarenta y cinco días hábiles, se la tendrá por autorizada”.

1.10.3. Solicitud de licencia

Artículo 28. (Licencias).

- I. Para la provisión de servicios y operación de redes de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, las licencias son:
1. Licencia única.
 2. Habilitación específica.
 3. Licencia de radiodifusión.
 4. Licencia para el uso de frecuencias.
 5. Licencia para redes privadas.
 6. Licencia para servicios de valor agregado.
 7. Licencia para la provisión de servicios satelitales.
- II. Las licencias serán otorgadas a personas naturales o jurídicas domiciliadas en el país, estarán sometidas a la jurisdicción, las leyes y autoridades bolivianas, no pudiendo invocarse situación de excepción, ni apelar a reclamaciones diplomáticas para obtener un tratamiento más favorable.
- III. Las licencias en radiodifusión no se otorgarán a personas naturales o jurídicas extranjeras; en el caso de sociedades la participación de la inversión extranjera no podrá exceder el veinticinco por ciento, salvo lo determinado por el Estado a través de Convenios y Tratados Internacionales.
- IV. La información de carácter técnico y económico que sea presentada por el solicitante, para la obtención de las licencias, será considerada como confidencial.

1.10.4. Licencia de radiodifusión

“Artículo 30. (Licencia de radiodifusión).

- I. La Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes otorgará la licencia de radiodifusión para la operación de redes y provisión de servicios de radio y televisión, a los solicitantes que deseen operar una red o proveer el servicio con alcance nacional o departamental, previa obtención de la licencia de frecuencias y presentación de los requisitos establecidos y cuando así lo determinen los planes aprobados por el Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda, orientados al vivir bien de todas las bolivianas y bolivianos, a través de un contrato suscrito entre la Autoridad de

Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes y el operador o proveedor.

- II. La vigencia de las licencias de radiodifusión será de quince años, pudiendo ser renovadas por una sola vez por igual período, siempre que su titular haya cumplido con las disposiciones previstas en esta Ley, en sus reglamentos y en la licencia respectiva. El operador cesante podrá participar en la licitación para el otorgamiento de una nueva licencia.
- III. Ninguna persona natural o jurídica, por sí o por interpuesta persona, podrá obtener licencia de radiodifusión en una misma área de servicio, para más de una estación de radio en una misma banda de frecuencias. En televisión abierta, no se podrá obtener licencia de radiodifusión en una misma área de servicio para más de una estación de televisión analógica o digital. Esta misma restricción opera con relación a los accionistas de una empresa que cuenta con licencia para tales servicios.
- IV. Las restricciones establecidas en el párrafo anterior no se aplican a las asignaciones al Estado.
- V. Para acceder a la licencia de radiodifusión, la persona natural o jurídica, dueña o accionista mayoritaria de empresas que no tengan ninguna relación con las comunicaciones y la información, deberá garantizar el cumplimiento de los principios establecidos en el Artículo 21 numerales 2, 3, 5 y 6 y los artículos 106 y 107 de la Constitución Política del Estado”.

1.10.5. Licencia para el uso de frecuencias

“Artículo 32. (Licencia para el uso de frecuencias).

- I. La Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes a través de Resolución Administrativa otorgará la licencia para las actividades de telecomunicaciones que hagan uso de frecuencias, siempre que cumplan con los requisitos establecidos y cuando así lo determinen los planes aprobados por el Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda. Mediante solicitud de parte interesada, se podrá otorgar para los casos de redes privadas o

radio enlaces requeridos para redes en funcionamiento, previo cumplimiento de los requisitos establecidos y si las frecuencias están definidas para el uso solicitado en el Plan Nacional de Frecuencias.

- II. La licencia no otorga ningún derecho de propiedad y se limita al derecho de uso de la(s) frecuencia(s) a partir de la fecha de otorgación por un plazo limitado.
- III. La Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes podrá modificar sin afectar los servicios que se preste al público la licencia de uso de frecuencias y el ancho de banda asignado, sin derecho a retribución o indemnización alguna, en los siguientes casos:
 - 1. Por razones de seguridad del Estado.
 - 2. Para la introducción de nuevas tecnologías y servicios.
 - 3. Para solucionar problemas de interferencias.
 - 4. Para dar cumplimiento a las modificaciones del Plan Nacional de Frecuencias.
- IV. De acuerdo a la disponibilidad de frecuencias, la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes podrá autorizar el uso de nuevas frecuencias para los casos previstos en los numerales anteriores.
- V. La Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes en base al Plan Nacional de Frecuencias establecerá el límite máximo de ancho de banda que puede ser autorizado a un mismo titular a efectos de asegurar su uso eficiente.
- VI. Las licencias para la utilización de frecuencias punto a punto por parte de operadores de red privada de telecomunicaciones podrán otorgarse directamente, a solicitud de parte y de acuerdo a lo establecido en el Plan Nacional de Frecuencias.
- VII. El plazo de las licencias será de quince años, el mismo que podrá ser renovado por una sola vez por igual periodo, siempre que su titular haya cumplido con las disposiciones previstas en esta Ley y en sus reglamentos”.

1.10.6. Nuevas tecnologías de la información y la comunicación

TÍTULO IV

Desarrollo de contenidos y aplicaciones de tecnologías de información y comunicación

Capítulo Primero

Las tecnologías de la información y comunicación en el estado plurinacional

Artículo 71. (Prioridad nacional). Se declara de prioridad nacional la promoción del uso de las tecnologías de información y comunicación para procurar el vivir bien de todas las bolivianas y bolivianos.

Artículo 72.(Rol del estado).

- I. El Estado en todos sus niveles, fomentará el acceso, uso y apropiación social de las tecnologías de información y comunicación, el despliegue y uso de infraestructura, el desarrollo de contenidos y aplicaciones, la protección de las usuarias y usuarios, la seguridad informática y de redes, como mecanismos de democratización de oportunidades para todos los sectores de la sociedad y especialmente para aquellos con menores ingresos y con necesidades especiales.
- II. Las entidades públicas deberán adoptar todas las medidas necesarias para garantizar el máximo aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación en el desarrollo de sus funciones.
- III. El Estado promoverá de manera prioritaria el desarrollo de contenidos, aplicaciones y servicios de las tecnologías de información y comunicación en las siguientes áreas:
 1. En educación, como medio para la creación y difusión de los saberes de las bolivianas y los bolivianos en forma universal y equitativa.
 2. En salud, como mecanismo para desarrollar el sistema de alerta temprana, bases de administración de recursos en salud y plataformas de acceso a la información y consultas del sector.
 3. En gestión gubernamental, como mecanismo para optimizar los sistemas existentes y crear nuevos para atender la demanda social, facilitar el acceso y uso intensivo de estos sistemas a nivel interno de cada unidad gubernamental, entre entidades gubernamentales, entre las ciudadanas y ciudadanos con las entidades gubernamentales.
 4. En lo productivo, como mecanismo para optimizar, hacer eficiente y reducir los costos de la economía plural debiendo desarrollarse aplicaciones de tecnologías de la información y comunicación.

5. En comunicación e información, como mecanismo que permita garantizar los derechos a la libre expresión, a la diversidad de la palabra y a la participación activa, plural e informada de las bolivianas y los bolivianos”.

2. Recursos humanos

Las radioemisoras y la estación de televisión en convergencia con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación contratarán los servicios profesionales de técnicos especializados en las secciones descritas en el ámbito operativo del proyecto descrito en este documento.

Dirección: Responsable de las actividades internas y externas de los medios de comunicación.

- Representa al complejo mediático
- Planifica, organiza y diseña las actividades administrativas, operativas y de emisión
- Dirige la política comunicacional
- Desarrolla intercambio, interacción e interrelación con otros medios nacionales e internacionales
- Elabora el plan operativo anual
- Verifica calidad de los servicios de los medios
- Adecua sus labores al ordenamiento de la Armada Boliviana y otras descritas en el manual de funcionamiento de los medios.

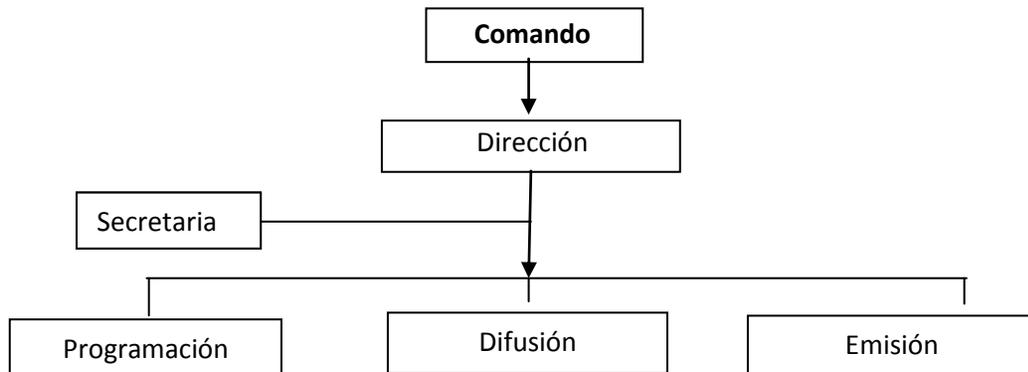
Jefatura de redacción: Responsable de la planificación de los contenidos de difusión de noticias, información y opinión.

Jefatura de producción: Responsable de la planificación de los programas a ser difundidos, horarios y medición de audiencias.

Locutores: Profesional con buena dicción y manejo del idioma español escrito y hablado.

Operadores: Técnicos especializados en la operación de los equipos de radiodifusión y televisión.

3. Organigrama



4. Proceso comunicacional con identidad

Los medios de las FF.AA. desarrollarán una estrategia comunicacional integral y transversal con identidad propia, por tanto, no tienen ninguna pretensión de generar programas que promuevan los medios tradicionales que operan en el país, tampoco otros de carácter religioso, ONGs y de otra naturaleza empresarial.

Buscará interacción e intercambio con los medios estatales que tienen el mismo sentido filosófico en cuanto al desarrollo de sus contenidos. Aunque por su carácter, planificará un proyecto comunicacional diferente en todo el accionar de sus horarios, formatos y contenidos.

Los lineamientos comunicacionales son:

Los medios tendrán las siguientes distinciones:

- Educativa: coadyuvará a los procesos de enseñanza – aprendizaje
- Seguridad: Velará por la soberanía nacional
- Intercultural: Revalorizará las identidades y diversidades del Estado Plurinacional
- Social: Apoyará los procesos de desarrollo de las comunidades y poblaciones del país

- Cívica: Promoverá los valores cívicos e históricos que caracterizan la historia de nuestro país.

Estas bases constitutivas serán parte de la labor comunicacional que los medios de la Armada Boliviana adoptarán en sus operaciones.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

2. Conclusiones

a. Respecto al problema

La Armada Boliviana cumple con las condiciones establecidas por la Autoridad de Transportes y Telecomunicaciones (ATT) para crear su propia radio y televisión integrada a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, según establece la norma boliviana.

“Para el funcionamiento de las estaciones transmisoras utilizadas en el servicio de radiodifusión estatal, así como los servicios destinados a la seguridad y defensa del Estado, la asignación de frecuencias electromagnéticas será de forma directa”, establece la Ley de Telecomunicaciones.

Por tanto, las Fuerzas Armadas del Estado han solicitado a la ATT la asignación de las frecuencias de radio y televisión al amparo de las normas estatales y de conformidad con las exigencias establecidas para el funcionamiento de estos medios de comunicación.

Las Fuerzas Armadas del Estado tendrán una radioemisora y un canal de televisión. Ambos medios desarrollarán sus actividades en convergencia con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para apoyar a la integración nacional, defender la soberanía, construir civismo, coadyuvar al progreso del país y mantener vigente el sentimiento nacional de reintegración marítima, entre otras dimensiones.

Es un proyecto realizado en la fuerza militar con pleno consentimiento de las autoridades castrenses que consideran de vital importancia la creación de ambos medios masivos desde un enfoque de comunicación institucional, comunicación educativa y comunicación para el desarrollo.

Estos medios tendrán una extraordinaria influencia en la sociedad, esencialmente en las áreas rurales, donde la población se informa predominantemente por la radio y la televisión para revalorizar las identidades y diversidades culturales del país, la vigilancia

nacional, la cohesión de la población y la formación de valores que se transmiten, además de apoyar a la educación, una de las debilidades más críticas de la realidad nacional.

b. Respeto a los objetivos

Se ha elaborado el proyecto de radio y televisión bajo los siguientes lineamientos comunicacionales:

- Educativa: coadyuvará a los procesos de enseñanza – aprendizaje
- Seguridad: Velará por la soberanía nacional
- Intercultural: Revalorizará las identidades y diversidades del Estado Plurinacional
- Social: Apoyará los procesos de desarrollo de las comunidades y poblaciones rurales del país.
- Cívica: Promoverá los valores cívicos e históricos que caracterizan la historia de nuestro país.

Es un aporte académico desde el enfoque de la comunicación, disciplina científica que tiene la capacidad de integrar a la sociedad, interrelacionar a las instituciones, interactuar con otras áreas de conocimiento, en este caso, una institución militar con competencias y fines específicos para la defensa nacional.

La radio y la televisión junto al complejo mediático integrado por el internet, la multimedia, las redes sociales, entre otras, son en estos tiempos de transformación, el contacto inmediato y cotidiano para conocer la realidad nacional e internacional.

c. Respeto al proyecto

En el proyecto se encuentran las especificaciones económicas, técnicas y operativas del plan de acción de la radio y la televisión para las FF.AA. bajo los lineamientos estratégicos del Estado, las normas constitucionales y el ordenamiento del espectro radioeléctrico.

Se ha trabajado en los ámbitos de infraestructura y equipamiento básico para el inicio de las operaciones. La implementación de este proyecto corresponde a la Armada Boliviana, por tanto, el proyecto se limita a proponer su factibilidad y en ningún caso tiene relación con el funcionamiento de los medios.

Se ha cumplido con lo planteado en el diseño del perfil de trabajo como en el propio informa final de la investigación.

2. Recomendaciones

Los autores de este proyecto de grado recomiendan a las FF.AA. poner en ejecución, por cuanto, es perfectamente factible el inicio de las operaciones en su fase experimental a partir de la asignación de las frecuencias.

- Incorporar este proyecto en el Plan Operativo de 2014 para iniciar las obras de infraestructura tanto en la estación terrena como en el área de enlace en los terrenos de las Fuerzas Armadas, en la zona de las antenas de Ciudad Satélite.
- Planificar el funcionamiento de la Dirección de los medios para organizar el plan de trabajo, crear las condiciones institucionales e iniciar labores de interacción con medios estatales, de las Fuerzas Armadas y otros a nivel internacional.

Bibliografía

Aguilar Elizardi, Mario Ismael (2003). *Compilación de Lecturas para el Curso Métodos y Técnicas de Investigación*. Guatemala: Editorial Estudiantil Fénix.

Arteaga, Carolina (2004). *Historia de la radio en México*. México: Revista latinoamericana especializada en comunicación Razón y Palabra N° 36.

Barbero, Jesús Martín (1992). *Pensar la sociedad desde la comunicación. Un lugar estratégico para el debate a la modernidad*. Lima - Perú: Diálogos N° 32. Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación.

Barbero, Jesús Martín (1998). *De los medios a la mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Santafé de Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Beltrán, Luis Ramiro. *Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina*. Barcelona: Ediciones Gustavo Gilli.

Bourdieu, Pierre (1998). *Sobre la Televisión*. Barcelona: Editorial Anagrama.

Costa, Joan (2004). *Dircomon-line*. Bolivia: Grupo editor Design.

De Fleur, M. (1975). *Teorías de la comunicación masiva*, Buenos Aires, Paidós.

Hernández, Roberto (1999). *Metodología de la investigación*. Colombia: McGraw Hill Interamericana editorial.

Ibañez Padilla, Gustavo (2008) *Imagen corporativa*. Buenos Aires: Fotocopia.

Lasswell, Harold (1985). *Estructura y función de la comunicación en la sociedad*. Barcelona: Ediciones Gustavo Gilli.

Maletzke, Gerhard (1976). *Sicología de la comunicación social*. Colección Intiyan, Ediciones CIESPAL. Quito Ecuador.

Martín Serrano, Manuel. (1993). *Teoría de la Comunicación. 1. Epistemología y análisis de la referencia*. (3ª.ed.). México: Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán.

Mccombs, Maxwell; Shaw, Donald (1986). *¿Qué agenda cumple la prensa? El poder de los medios en la política*. Buenos Aires, Argentina: Grupo Editor Latinoamericano.

- McQuail, Denis (1983). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Moragas Spá, Miquel de (1985). *Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Orozco Guillermo (1997). *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. México – Guadalajara: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario.
- Palacios Mejía, Luz Amparo (1993). *La comunicación humana. Teoría, elementos, bases*. Bogotá – Colombia: Ediciones Paulinas.
- Paoli, J. Antonio (1983). *Comunicación e información*. México: Editorial Trillas.
- Pasquali, Antonio (1978). *Comprender la comunicación*. Monte Avila Editores. Venezuela.
- Pérez, Alina y Acosta, Heriberto (2003). *La convergencia mediática: un nuevo escenario para la gestión de información*. La Habana, Cuba: Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas.
- Rodríguez, Raquel (2004). *La teoría de la agenda setting. Aplicación a la enseñanza universitaria*. España: <http://www.limencop.com>
- Ruiz Limón, Ramón (2006). *Historia y evolución del pensamiento científico*. México: Enciclopedia virtual.
- Saperas, Enric (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona; Ariel S.A.
- Sartori, Giovanni (1999). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Argentina: Editorial Taurus.
- Schramm, Wilbur (1965). *La ciencia de la comunicación humana*. Quito - Ecuador: Ediciones CIESPAL.
- Siles Espada, Hugo. *Modelos y efectos de la comunicación*. Fotocopia Biblioteca UPB.
- Torrigo Villanueva, Erick (1997). *“La Tesis en comunicación”*. La Paz – Bolivia: Artes Gráficas Latina.
- Torrigo, Erick (2004). *Comunicación. De las matrices a los enfoques*.
- Torrigo, Gualberto (2002) *Matrices de operacionalización*. La Paz – Bolivia: Artes Gráficas Latina.
- Wolf, Mauro (1987). *La Investigación de la comunicación de masas*. Barcelona, España: Editorial Paidós.

Vasallo Lopes, MariaImmacolata (1991), Pesquisa emcomunicação. Sao Paolo: Edit. Loyola.

Vasallo de Lopes, María Immacolata (1995). Recepción de medios, clases, poder y estructura. Comunicación y sociedad. México: Universidad de Guadalajara. Mayo – agosto de No. 24.

Westphalen, Marie H., J.L. Piñuel y Justo Villafañe (1993).*La dirección de comunicación. Prácticas profesionales. Diccionario técnico*. Madrid: Ediciones del Prado.

Documentos

Constitución del Estado Plurinacional de Bolivia

Ley de Telecomunicaciones

Ley de las Fuerzas Armadas de Bolivia

Ordenamiento legal de la Armada Boliviana

Tesis de Grado

ANEXOS

Anexo 1

Carta de la Armada Boliviana a la Directora de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA

FUERZAS ARMADAS DEL ESTADO
ARMADA BOLIVIANA
BOLIVIA

"ARMADA BOLIVIANA, EXPRESIÓN DEL PODER MARÍTIMO DEL ESTADO BOLIVIANO"

DPTO VI – DIR. II. OO. N° 419/13

Objeto: Lo indicado.

Anexos: S/A.

La Paz, 13 Noviembre de 2013

Sra. Lic. Gabriela Sotomayor

DIRECTORA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL - UMSA

Presente. -

Distinguida Licenciada:

Tengo el agrado de dirigirme a Usted, en atención al Proyecto de Reforma Institucional de las FF. AA. del Estado, la Armada Boliviana en el marco de su competencia constitucional requiere el funcionamiento de una Radioemisora y un Canal de Televisión, para promover mayor integración con la sociedad, defender la soberanía, fortalecer la conciencia social sobre nuestra histórica demanda de Reintegración Marítima y apoyar al desarrollo integral del país; al respecto, la Institución Naval aprobó el Proyecto de Radio y Televisión que es de suma importancia para la Armada Boliviana, elaborado por el siguiente personal:

- Srta. Univ. Kelly Pamela Escobar López
- Sr. Univ. Víctor Alberto Yujra Lima

Con este motivo, saludo a la Señora Licenciada, con las consideraciones más distinguidas.

**"EL MAR NOS PERTENECE POR DERECHO,
RECUPERARLO ES UN DEBER"**



Ajnte. Víctor Baldovinos Hache

COMANDANTE GENERAL DE LA ARMADA BOLIVIANA

GAA/JCTA/MMH/glt.

Anexo 2

Requisitos técnicos para la tramitación de frecuencias de radio



ESTADO PLURINACIONAL
DE BOLIVIA



ATT
Autoridad de Regulación y Fiscalización
de Telecomunicaciones y Transportes

Resolución Administrativa Regulatoria ATT-DJ-RA TL 0821/2013

ANEXO "F"

DOCUMENTACIÓN NECESARIA PARA SOLICITAR LA ASIGNACIÓN DE UNA FRECUENCIA DE RADIODIFUSIÓN PARA EL SECTOR ESTATAL

Requisitos legales:

- a) Nota o memorial que especifique el alcance territorial de la licencia solicitada, donde también se manifieste de manera expresa su adhesión a los siguientes principios y valores: Pluralista e inclusiva, democrática, educativa, intercultural, participativa, constructora de ciudadanía, independiente y fomentadora de la defensa de los derechos humanos, así como a los valores éticos, morales y cívicos y de solidaridad, respeto, identidad cultural, responsabilidad y transparencia.
- b) Nombre, dirección, teléfono(s), correo electrónico y si corresponde, fax, casilla postal del solicitante.
- c) Norma jurídica de creación y disposición de nombramiento del Titular.
- d) Fotocopia del Documento de Identidad del Representante Legal o del Titular designado.
- e) Fotocopia del Número de Identificación Tributaria NIT.

Requisitos Técnicos:

- a) Coordenadas geográficas de las estaciones y ubicaciones descriptivas de dichas estaciones.
- b) Elevación de los sitios de transmisión (m.s.n.m.).
- c) Frecuencias solicitadas.
- d) Descripción de emisiones (según nomenclatura de la UIT-R);
- e) Ancho de banda solicitado;
- f) Potencia nominal y Potencia Radiada Efectiva de los transmisores.
- g) Tipo de torre, altura total de la infraestructura y altura de ubicación de las antenas en la infraestructura.
- h) Tipos de antenas transmisoras y sus diagramas de irradiación.
- i) Tipo de polarización electromagnética del radioenlace, si corresponde.
- j) Descripción del sistema de protección (pararrayos - tierra - baliza).
- k) Área de cobertura, adjuntando estudio técnico correspondiente.
- l) Estudio de interferencia en canal adyacente y co-canal.
- m) Estudio Técnico sobre límites de exposición a campos electromagnéticos de radiofrecuencia.

RESUMEN

Las Fuerzas Armadas del Estado de Bolivia declaran que el funcionamiento de una radioemisora y un canal de televisión es una necesidad impostergable e inaplazable, por tanto, garantizan sus operaciones. Ambos medios podrían desarrollar sus actividades en convergencia con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para apoyar a la integración nacional, defender la soberanía, construir civismo, coadyuvar al progreso del país y mantener vigente el sentimiento nacional de reintegración marítima, entre otras dimensiones.

Este proyecto de grado realizado en la institución militar con pleno consentimiento de las autoridades castrenses, considera de vital importancia la creación de ambos medios masivos desde un enfoque de civismo y de sentimiento nacional.

“Para el funcionamiento de las estaciones transmisoras utilizadas en el servicio de radiodifusión estatal, así como los servicios destinados a la seguridad y defensa del Estado, la asignación de frecuencias electromagnéticas será de forma directa” señala el artículo 11° de la Ley de Telecomunicaciones³⁶.

Estos medios influirán en la sociedad, esencialmente en las áreas rurales, donde la población se informa predominantemente por la radio y la televisión. Son instancias para la integración nacional, crean sentimiento de civismo y pertenencia con la identidad nacional.

El proyecto de radio y televisión tiene como finalidad revalorizar la identidad y diversidad cultural del país, apoyar a la vigilancia nacional, la cohesión de la población y la formación de valores que se transmiten de generación en generación, además de apoyar a la educación en la sociedad que es una de las debilidades más críticas de la realidad nacional.

KPEL - VAYL

Palabras claves: Radio y televisión, NTICs, comunicación institucional, comunicación para el desarrollo, integración nacional, civismo, educación y pertenencia con la realidad de identidades y diversidades del país.

³⁶ Ley N° 164 de Telecomunicaciones aprobado el 8 de agosto de 2011.