

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



TESIS DE GRADO

**ESTRUCTURACIÓN DEL SISTEMA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA ARMADA
BOLIVIANA**

(Tesis para optar al Grado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social)

POSTULANTE: MARCO ANTONIO LUCANO CORRALES

TUTOR: Lic. OMAR LORA ZAMBRANA

LA PAZ - BOLIVIA

2015

DEDICATORIA

A la memoria de mis queridísimos padres por haberme dado todo lo mejor de su vida y no tener la alegría de disfrutar de su presencia para expresarles mi sincero y eterno agradecimiento. A Dios, por ser fuente divina de mi inspiración y luz permanente de mi camino.

AGRADECIMIENTO

A mi querida esposa y a mis adorados hijos por ser partícipes de mis desvelos y de mis alegrías, a la Universidad Mayor de San Andrés por cobijarme en sus aulas y a todos los distinguidos Catedráticos de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, por compartir conmigo la certeza e inmensidad de sus conocimientos.

RESUMEN ABSTRACT

El Estado Plurinacional de Bolivia atraviesa en la actualidad, una situación de transformaciones profundas en su estructura política, social y económica que exige que las instituciones dependientes de este, adecúen sus políticas, estrategias, programas y proyectos de funcionamiento a esta dinámica de cambios.

En este sentido, la Armada Boliviana al ser parte intrínseca de las Fuerzas Armadas del Estado como una de sus instituciones más importantes, no puede estar al margen de estos procesos, siendo vital promover la formación de una voluntad nacional de defensa que pasa por el fortalecimiento e interrelación con la sociedad civil a través de una “ESTRUCTURACIÓN DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA ARMADA BOLIVIANA”, que permitirá difundir la imagen de la institución militar naval que rescata la legítima esencia del Derecho a la Reivindicación Marítima, la seguridad, defensa y desarrollo en su plena relación con la sociedad civil, fines contemplados en la Constitución Política, objetivo principal de la tesis.

Para ello, se realizó un diagnóstico de la Dirección de Comunicación Social de la Armada que permitió evidenciar falencias que pasan por el empirismo comunicacional en los recursos humanos, limitaciones materiales y otros factores, que obstruyen una adecuada interrelación con la sociedad civil, siendo lógica esa desconfianza natural que impide concientizar a la población en la defensa de la Patria en un ambiente pleno de amistad, camaradería y una férrea voluntad conjunta de servicio a la Patria.

Por tanto, la propuesta de un Sistema Naval de Comunicación Social, viene a llenar ese vacío institucional de estrechar lazos de interacción entre la institución naval con la sociedad, evitando distanciamientos a través de iniciativas cargadas de creatividad que posibilitarán materializar este objetivo, toda vez que existen las condiciones plasmadas en la Constitución y las leyes castrenses, solo es necesario analizarlos, presupuestarlos y viabilizar los retos que hacen más interesante y emocionante emprender esta misión.

INDICE

	Pág.
ÍNDICE	ii
PREFACIO.....	vi
INTRODUCCIÓN	vii

CAPÍTULO 1

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

1.1. Delimitación Temática.....	1
1.2. Delimitación del Objeto de Estudio	3
1.3. Delimitación del Problema	6
1.4. Formulación de Objetivos	11
1.5. Diseño Metodológico.....	12
1.6. Sustento Teórico.....	15
1.7. Propuesta.....	25

CAPÍTULO 2

INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL.

2.1. La Comunicación como Posición Filosófica.....	31
2.2. La Comunicación Organizacional	33
2.3. La Comunicación como Proceso de Relación Humana	36
2.4. Formas de Comunicación.....	38
2.5. Direcciones de la Comunicación	38
2.6. La Comunicación en Función al Número de participantes	39

2.7.	Proceso de Comunicación.....	40
2.8.	Descripción de la Comunicación Social.....	41
2.9.	Funciones de la Comunicación.	42
2.10.	Medios de Comunicación Social	43
2.11.	Influencia de los Medios de Comunicación Social	46

CAPÍTULO 3

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA ARMADA BOLIVIANA.

3.1.	Consideraciones Generales.....	54
3.2.	La Comunicación Social y la Armada Boliviana	55
3.3.	Organismo Comunicacional de la Armada Boliviana	56
3.4.	Medios de Comunicación de la Armada Boliviana	59
3.5.	Limitaciones y Restricciones.....	60
3.6.	Medios Radiales y Televisivos	61
3.7.	Recursos Humanos y Materiales	61

CAPÍTULO 4

MARCO TEÓRICO.

IMPORTANCIA Y NECESIDAD DEL PROCESO COMUNICACIONAL COMO SISTEMA DE INTERRELACIÓN CON LA SOCIEDAD.

4.1.	Necesidad del Proceso de Comunicación Social.....	64
4.2.	Importancia de las RR.PP. en las Relaciones Humanas	66
4.3.	Objetivos y Relación con la Población	67
4.4.	Políticas de Organización y Funcionamiento	69
4.5.	Proyección de la Imagen Institucional.....	70
4.6.	La Comunicación como Elemento de Relación Interpersonal.....	71
4.7.	La Comunicación como Mecanismo de Vinculación	72

4.8.	La Comunicación como proceso de Interrelación con la Sociedad Civil ..	73
4.9.	La Comunicación como Sistema.....	74

CAPÍTULO 5

MARCO REFERENCIAL.

PROYECCIÓN DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN DE LA ARMADA EN EL CAMPO DE LA INTERACCIÓN SOCIAL.

5.1.	La interrelación entre la Sociedad Civil y la Militar	78
5.2.	Como Resguardador de la Imagen Institucional.....	82
5.3.	Como Red de Integración Territorial.....	83
5.4.	Como Instrumento Generador de la Conciencia Cívica.....	85
5.5.	Como Mecanismo de Protección de la Cultura Nacional.....	86
5.6.	Como Sistema de Desarrollo y de Defensa de la Soberanía Territorial ...	88
5.7.	Las Publicaciones Militares en la Comunicación Social	93
5.8.	Percepción social que justifica la propuesta.....	96

CAPÍTULO 6

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

PROPUESTA DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA ARMADA BOLIVIANA.

6.1.	Aspectos introductorios.....	98
6.2.	Sistema de Comunicación Social de la Armada.	99
6.3.	Estructura de la Dirección General de Comunicación Social y RR.PP... ..	106
6.4.	Estación de Radiodifusión Naval.....	116
6.5.	Capacitación de los Recursos Humanos.....	128
6.6.	Jerarquización de Funciones.....	129
6.7.	Planificación del programa de Comunicación Social y RR.PP	131
6.8.	Personal y Medios.....	133

6.9.	Infraestructura	135
6.10.	Presupuesto	135

CAPÍTULO 7

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

7.1.	Conclusiones	138
7.2.	Recomendaciones	141

BIBLIOGRAFIA	144
---------------------------	------------

ANEXOS	148
---------------------	------------

PREFACIO

En un mundo en el cual el interés cultural y estratégico sobre temas como la comunicación social, las relaciones humanas y el manejo de la información son cada día más significativos, el tratamiento y el conocimiento de los mismos no pueden estar compartimentados solamente por determinadas instituciones u organizaciones privadas, públicas o sociales.

En este contexto, la profesión militar no puede estar al margen de estas corrientes y requiere que sus recursos humanos se orienten en este sentido y determinen las necesidades que se ajusten a nuestra realidad en el campo comunicacional. Por esta razón, la Armada Boliviana como organismo integrador de la nacionalidad boliviana, debe canalizar esfuerzos para lograr una adecuada interrelación con la sociedad civil mediante el empleo pertinente de los distintos medios de comunicación masivos.

Este marco conceptual ha sido en concreto, el principal incentivo para que el autor decida profundizar en el tema, que presentada como una Tesis, refleja el convencimiento de que existen campos en los cuales se debe incursionar agresivamente, porque los tiempos y el desarrollo acelerado del conocimiento así lo exigen.

Con el ánimo de generar interés y expectativa, el presente trabajo de investigación procura mostrar un camino de solución a los diversos problemas que nos han originado el accionar de los medios de comunicación social, ahora y siempre y con mayor fuerza en el cercano pasado, toda vez que se reflejaba periodísticamente la realidad de la Institución militar.

La vigencia del Siglo XXI, compromete a la Armada Boliviana en particular y a las FF.AA. en general, a constituirse en un protagonista activo y relevante de la defensa de la soberanía e integridad territorial del país y estar preparada para enfrentar con éxito los desafíos del mañana que se le presenten en todos los ámbitos de su profesión.

INTRODUCCIÓN

El principio doctrinal de las relaciones públicas es la práctica de la verdad, lo contrario tendrá incidencia negativa en las actividades de relación, por lo que es necesario considerar la realidad de la Armada Boliviana como parte integral de las Fuerzas Armadas del Estado y responder a las interrogantes sobre la imagen que debe proyectar como institución tutelar de la Nación, o como la institución naval – militar que en esencia, representa la tan cara aspiración de retornar al mar y de constituirse en la abanderada del espíritu de civismo y reintegración marítima.

Por ello surgió el problema de cómo poder implementar un sistema de comunicación social en la Armada Boliviana, que permita lograr el mejoramiento de su imagen y la socialización de sus funciones, destacando la importancia que tienen para la seguridad, defensa y desarrollo nacional.

En este contexto el proyecto de lo que vendría a constituir el sistema organizacional de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas de la Armada Boliviana, pasa por la estructuración y adecuada gestión de un moderno sistema que permita adoptar una estructura comunicacional que transforme su actual organización, dejando atrás el empirismo en los recursos humanos y en el tratamiento de los fundamentos básicos de la comunicación social, sin descuidar las limitaciones materiales existentes, para alcanzar objetivos institucionales claramente definidos y lograr una plena interrelación con la sociedad civil.

Por tanto el presente trabajo, analiza y describe la necesidad que tiene la Armada Boliviana respecto a desarrollar una estructura organizacional del sistema de medios de comunicación social, que reemplace el trabajo comunicacional incipiente de la Dirección de Relaciones Públicas que se encarga actualmente de la administración de dichos medios en su relación con la sociedad.

Para ello se usó como método de investigación el método inductivo y deductivo a fin de que desde la parte más particular hasta la general, se pueda analizar esa relación de la sociedad civil con la militar y viceversa para poder encontrar coincidencias y acercamientos entre ambos sectores a través de la comunicación social.

En el **Capítulo 1, Diseño de Investigación**, se presenta las bases de la estructura del diseño de investigación, así como la metodología empleada para la delimitación temática y del objeto de estudio de la tesis, que demuestra la necesidad de crear una estructura organizativa de un Sistema de Comunicación Social en la Armada para formar la conciencia del Derecho a la Reivindicación Marítima promoviendo valores de seguridad y defensa para fortalecer la relación Estado – Sociedad, objetivos del diseño de investigación.

En el **Capítulo 2, Introducción a la Teoría de la Comunicación Social**, se analiza teóricamente el proceso de comunicación y su incidencia en la propuesta de un sistema comunicacional en la Armada Boliviana, que no podría vivir aisladamente, ni dedicarse únicamente a la profesión castrense por su propia constitución integradora y su filosofía de servicio al país.

En el **Capítulo 3, Los medios de Comunicación en la Armada Boliviana**, que es la prueba de campo, se demuestra una realidad difícil de aceptar pero que es necesario enfrentar, porque hablar de una estructura comunicacional de la Armada Boliviana en la actualidad, es desnudar las carencias de personal entendido en las ciencias de la comunicación social, además de las limitaciones y restricciones de carácter técnico y económico.

En el **Capítulo 4, Marco Teórico, Importancia y Necesidad del Proceso Comunicacional como Sistema de Interrelación con la Sociedad**, se reflexiona sobre la importancia de los procesos de Comunicación Social en la institución naval, los que deben responder a las exigencias comunicacionales del presente, que

permitan establecer mejores canales de relación y vinculación entre sus integrantes y la población civil, que faciliten la proyección de su imagen hacia todos los niveles de la sociedad boliviana.

En el **Capítulo 5, Marco Referencial, Proyección del Sistema de Comunicación de la Armada en el Campo de la Interacción Social**, se diseña la propuesta de un Sistema Comunicacional Naval, que ponga fin al antagonismo, indiferencia o probable apatía existente entre la sociedad civil y militar, ya que la Armada Boliviana tiene el deber de hacer que cada persona se considere parte integrante de la defensa de su comunidad y coadyuve en todas las situaciones que tengan relación con la protección y preservación de la integridad territorial de la Patria.

En el **Capítulo 6, como Resultados de la Investigación**, se plantea la **Propuesta de la Estructura Organizacional del Sistema de Comunicación Social de la Armada Boliviana**, que le permita disponer de una política y una estrategia comunicacional, que le facilite reestructurar su actual organización para alcanzar una plena interrelación con la sociedad civil, rompiendo definitivamente el aislamiento institucional, para ser un activo y permanente partícipe de las actividades que atañen directamente a la sociedad, contribuyendo en el desarrollo de las regiones más deprimidas del país e inculcando valores cívicos, éticos, morales, y fundamentalmente, promoviendo y concientizando sobre el derecho irrenunciable de Reivindicación Marítima que tiene el estado boliviano.

Finalmente en el **Capítulo 7, las Conclusiones y Recomendaciones** están orientadas a materializar el objetivo general y los objetivos específicos de la propuesta de tesis que, los cuales para su adecuada consecución, necesariamente deberán contar con el apoyo de las autoridades con poder de decisión en la institución naval, y cumplir con el mandato constitucional del Derecho a la Reivindicación Marítima, aspectos claros que se generaron como resultado valorativo del trabajo de investigación.

Es importante hacer notar que en cada capítulo de la tesis, a través del poder de la imagen se refleja la riqueza de la institución naval, a fin de hacer de esta una propuesta dinámica y amena en su lectura para el público lector. También se describe en detalle los elementos constitutivos y característicos del sistema comunicacional propuesto, así como las funciones generales y específicas de cada uno de los componentes de la nueva estructura organizativa de la Dirección General de Comunicación Social y Relaciones Públicas de la Armada Boliviana, aspectos que permiten enriquecer y configurar íntegramente la investigación.

CAPÍTULO 1

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN



La comunicación es el elemento clave dentro de toda organización. La Armada Boliviana no podría vivir aisladamente, ni dedicarse únicamente a la profesión castrense. Su constitución integradora y su filosofía de servicio al país, la obligan a tener una relación comunicativa con otras instituciones, sean estas civiles o militares, siendo necesario contar con una óptima estructura organizativa de un Sistema de Comunicación Social, a fin de formar la conciencia del Derecho a la Reivindicación Marítima, promoviendo valores de seguridad, defensa y desarrollo, para fortalecer la relación Estado –Sociedad, en el marco de la confianza recíproca.

CAPÍTULO 1

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El presente capítulo explica las bases de la estructura del diseño de investigación que permitirá comprender la toma de posición teórica en la propuesta de tesis de carácter propositivo, que refleja el alto compromiso social e institucional para que la Armada Boliviana pueda encarar el desafío de consolidar un sistema integral de comunicación social, que fortalezca vínculos con la sociedad civil, promoviendo la búsqueda de identidad y unidad nacional en aras de crear conciencia del Derecho a la reivindicación marítima, los valores cívicos que identifiquen la misión institucional castrense naval y contribuyan a la seguridad, la defensa y el desarrollo.

1.1. DELIMITACION TEMÁTICA.

1.1.1. Justificación.

El Estado Boliviano atraviesa en la actualidad, una situación de transformaciones profundas en su estructura política, social y económica que exige que las Instituciones dependientes de esta, adecúen sus políticas, estrategias, programas y proyectos de funcionamiento a esta dinámica de cambios.

Para ello, se impulsa un proyecto de reforma estructural para contar con unas Fuerzas Armadas modernas, tanto en el ordenamiento jurídico doctrinario, como en la formación del personal y su equipamiento acorde con los avances científico- tecnológicos para lograr un equilibrio racional en relación a otras entidades armadas del contexto internacional.¹

¹ MINISTERIO DE DEFENSA, “Bases para la discusión de la Doctrina de Seguridad y Defensa del Estado Plurinacional de Bolivia”. 2010.

La Armada Boliviana, al ser parte intrínseca del Estado y una de sus Instituciones más importantes, no está al margen de este proceso por lo que se hace imperativo que a objeto de cumplir de manera eficiente con la misión que le encomienda la Constitución Política del Estado en su Art. 244, ajuste las tareas que derivan de esta, a fin de que su funcionamiento contribuya a garantizar la vigencia del Estado en todas las latitudes del territorio nacional y promueva de forma permanente el Derecho a la reivindicación marítima como política de Estado consagrado en el texto constitucional (Art. 267 - 268 CPE) y por la Ley Orgánica de las Fuerzas Armadas con la visión de “liderar la reintegración marítima con cualidad bioceánica”.

La doctrina militar exige que para la conducción exitosa de la guerra, es necesario conocer las capacidades y posibilidades del enemigo y en el campo de la Comunicación Social ocurre lo mismo, por esta razón es importante el conocimiento y manejo adecuado de la teoría de la comunicación, porque esto permitirá que a nivel Armada Boliviana se hable con el fundamento científico y técnico que la situación en este campo requiera.

En el caso específico de las empresas públicas del Estado, el proceso de comunicación presenta fallas que afectan de manera negativa la relación Estado - sociedad civil, generando permanentes conflictos. Por esta razón, corresponde asegurar que la población comprenda con claridad la visión y misión institucionales de las cuales derivan sus acciones y limitaciones constitucionales.

Esta realidad concreta, convierte a la interrelación comunicacional entre la sociedad civil y la institución militar, en un proceso digno de estudio, porque de su interrelación derivarán diversos factores que óptimamente

utilizados, podrán redundar en beneficio de la formación de una vinculación verdadera, que fortalezca la integración del Estado con la sociedad civil.

En este contexto, el presente trabajo es importante porque exige tomar conciencia de que la integración comunicacional, requiere un profundo conocimiento sobre el empleo de los medios de comunicación social dentro la Armada Boliviana en particular, y de las FF.AA. en general, porque esto contribuirá en la formación de un adecuado ambiente de integración, profundizando su interrelación con la sociedad civil de la manera más óptima y conveniente para los intereses de la Nación.

Por esta razón, se puede afirmar que la investigación propuesta es trascendente, porque permitirá demostrar la necesidad que tiene toda organización de contar con un flujo de comunicación efectivo que le permita conocer las deficiencias que obstaculizan el cumplimiento de sus actividades y demostrar que un trabajo consensuado y coordinado entre la Institución Militar y la sociedad civil, fortifica y promueve el desarrollo nacional.

Finalmente, se considera que será relevante como modelo para ser aplicado en otras instituciones y como antecedente para futuras investigaciones, porque la comunicación persigue la finalidad íntima de toda sociedad, que es la de promover el progreso de la persona y la de estimular sus actividades individuales y colectivas.

1.2. DELIMITACION DEL OBJETO DE ESTUDIO.

Seleccionado el tema específico de estudio, el cual ha sido delimitado de una totalidad concreta que en este caso son las Fuerzas Armadas, empleando el procedimiento Deductivo, se ha establecido que el objeto

de estudio de la presente investigación, lo constituye la Armada Boliviana través de **la repartición de relaciones públicas**.

Para el desarrollo de los temas de investigación, el objeto de estudio ha sido delineado en base a tres elementos principales que son los siguientes: El Teórico – Empírico, porque la experiencia profesional en la vida castrense, constituye la base teórica de la investigación; el Metodológico porque tiene un carácter explicativo – descriptivo, y las Técnicas empleadas que son la observación y la investigación documental.

1.2.1. Tema genérico.

Desarrollo de los medios de comunicación social de la Armada Boliviana en el proceso de integración del Estado con la sociedad civil.

1.2.2. Problema general.

Es innegable que en la actualidad, el manejo de los medios de comunicación en la transmisión de información, ha logrado que el ser humano no solo se sienta influenciado por su accionar, sino que en la mayoría de los casos, el conjunto de la sociedad se ve subyugada y enteramente dependiente de esta

En Bolivia, la enorme influencia de los medios de comunicación social sobre la opinión pública, genera actitudes de apoyo o de rechazo hacia una determinada organización, por lo que es importante para la Armada Boliviana el estudio, dominio y desarrollo de este tema, en procura de modificar posiciones antagónicas y de establecer relaciones fluidas con estos medios y con la sociedad boliviana en su conjunto.

La Institución Naval necesita una mayor y fluida interrelación con los medios de comunicación social, debido a que en el pasado reciente, situaciones problemáticas internas han generado un incomprensible ataque de estos medios que sobredimensionaron problemas circunstanciales que en esencia eran de tipo personal, ocasionando una pérdida irremediable de la imagen institucional en el ámbito civil.

Por esta razón, la inexistencia de un sistema de comunicación social que difunda la doctrina, políticas, actividades y funcione como un organismo de interrelación efectiva entre la Armada Boliviana y la sociedad civil, ocasiona un serio deterioro de la imagen de la Institución Militar que afecta a la integración de esta importante repartición naval del Estado con la población en su conjunto.

Estos inconvenientes externos distraen la atención de la Armada Boliviana y le impiden cumplir su misión específica en el campo de la seguridad, defensa y desarrollo nacional.

1.2.3. Problema(s) particular(es).

Los indicadores de la existencia del problema son los siguientes:

1.2.3.1. Falta de políticas gubernamentales en el campo comunicacional que aprovechen la fortaleza de la Institución Militar Naval como factor estratégico de integración de la nación, en las zonas fronterizas.

1.2.3.2. Ausencia de un sistema integral de comunicación que agrupe políticas, estrategias, proyectos, programas y estudios técnicos que establezcan la viabilidad de la implementación de un sistema de comunicación social.

- 1.2.3.3. Necesidad de que la Armada Boliviana cuente con un Sistema de Comunicación Social, que le permita difundir las distintas actividades que cumple, proyectar su influencia dentro de la sociedad y coadyuvar en el desarrollo y la integración del país.
- 1.2.3.4. Falta de apoyo y voluntad institucional para la implementación de un sistema de comunicación social que posibilite la integración Estado -sociedad civil.
- 1.2.3.5. Intrascendente actividad de la Dirección de Comunicación Social de la Armada Boliviana que se limita a la función protocolar.
- 1.2.3.6. Antipatía de la población hacia la Institución Naval, por las constantes denuncias sobre supuestos maltratos y violaciones a los Derechos Humanos del personal de Marineros durante el desarrollo del Servicio Militar Obligatorio.

1.2.4. Problema a resolver.

La ausencia de un sistema de comunicación social naval, que contribuya a la defensa de la integridad territorial, al mantenimiento de la unidad nacional, que llame a la solidaridad de la población, en situaciones de emergencia, desastres o catástrofe naturales que afecten a la nación y fortalezca la integración del Estado con la sociedad civil.

1.3. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.

La delimitación del problema comprende 3 áreas principales y sus respectivas dimensiones:

- **Área Temática.** Comunicación organizacional de la Armada Boliviana.
- **Área Geográfica.** El alcance de la Armada abarca el territorio nacional.
- **Área Temporal.** Período comprendido entre los años 2008 - 2012.

1.3.1. Dimensión ideológica del problema.

El acelerado desarrollo tecnológico en el campo de las comunicaciones sociales, refleja la imperiosa necesidad Institucional de contar con estos sistemas, ya que no es conveniente estar al margen del manejo de los distintos medios de comunicación social, por que el adecuado empleo facilitaría el rol de la Armada Boliviana en lo que respecta a constituirse en un organismo integrador de la nacionalidad boliviana, así como defensora de la soberanía e integridad territorial del país.

La Armada Boliviana para la proyección de su influencia institucional, debe incidir con mayor profundidad en el manejo de los conceptos teóricos de la comunicación social y dejar de lado el empirismo con el cual se maneja hasta el presente, porque de acuerdo a lo que dice John Moelart "Los aspectos comunicacionales a las masas si bien suponen un aspecto limitado de la comunicación, son aspectos relevantes, toda vez que el discurso se produzca en los medios de comunicación social, mediante un flujo de mensajes".²

Es evidente que una característica significativa y definitoria del hombre es su uso del lenguaje. Más que un medio para transmitir información, el lenguaje es una parte importante de la cultura, que, desde el punto de vista psicológico, afecta de modo directo al individuo. Su contenido puede modelar la percepción, y en general el pensamiento y la acción de las personas.

² MOELART JOHN, Comunicaciones, Año 1981, Pág. 48.

La Institución Naval debe estudiar el lenguaje y su empleo como medio de influencia, tratando de generalizar su uso en la publicidad y propaganda de la imagen institucional porque "Los procesos mentales conllevan una servidumbre debido a que en ningún momento pueden captar la realidad misma, sino que, para poder representarla, para poder retenerla, tienen que acudir al signo, al símbolo y en definitiva entraña el empleo de la oratoria al servicio de las estrategias de los emisores".³

La racionalidad en la comunicación social es el mejor soporte para la construcción y la reproducción de la sociedad del consenso, toda vez que un mal uso del lenguaje y la irresponsabilidad en el manejo del poder acumulado por los medios de comunicación, puede acarrear fatales consecuencias para la convivencia social, atentando contra la integridad y la seguridad del Estado Boliviano.

Atender oportunamente los conflictos tan pronto aparezcan, mejorar la eficiencia de la Institución Militar y su posicionamiento en el ámbito de la opinión pública, son cuestiones de necesidad inobjetable para el país, en estos tiempos conflictivos y de convulsión social permanente.

1.3.2. Dimensión política del problema.

La Armada Boliviana, requiere para consolidar y proyectar su imagen, difundir por los medios de comunicación social las actividades que orienten fundamentalmente a mostrar sus actos, avalar sus procedimientos, demostrar la garantía de sus formulaciones y en general publicitar toda manifestación que posibilite respaldar su conducta y políticas, como consecuencia de una efectiva muestra de

³ MOELART JOHN, Comunicaciones, Año 1981, Pág. 73.

responsabilidad Institucional.

No obstante al referirnos a la Armada Boliviana, estamos hablando también del irrenunciable e ineludible Derecho a la reivindicación marítima como parte fundamental de la política de Estado y el anhelo imperecedero de retornar a las costas del Océano Pacífico.

Por ello la materialización de esta información debe responder básicamente a la orientación y política principal de la Institución y su irradiación, debe ajustarse a traducir textualmente los temas que se pretenden difundir o hacer conocer al público. De esta manera se estará cumpliendo aquello que establece John Moelart al afirmar que: “La comunicación con todos los sectores internos y externos, constituyen un poderoso medio del que se ha valido y se vale la institución, para hacer conocer los actos que interesa difundir”.

En un Estado de derecho todos los actos de las Instituciones y con mayor razón la Institución Militar Naval, deben ajustarse a las normas establecidas en el contexto nacional e internacional y de acuerdo a las normas fijadas en la Constitución Política del Estado.

Esta es la dimensión política del problema de estudio porque las normas constitucionales trascienden la vida íntima de la Institución y configuran un principio de respeto hacia la jerarquía cualquiera sea su carácter, estableciendo el marco conceptual necesario para establecer primero una adecuada interrelación entre el Estado y la sociedad civil y luego fortalecer ese nivel de integración a través de la Expresión Militar.

1.3.3. Dimensión social del problema.

En la actualidad, hablar de una estructura comunicacional de la Armada

Boliviana implica la misión de emprender una estrategia de comunicación organizacional, ya que aún no se tiene el pleno convencimiento de que el poder de la información constituye la riqueza del futuro y que quienes manejen el conocimiento y los medios de comunicación social, podrán tener el dominio de los niveles del poder mundial.

Alvin Toffler en su obra "Las Guerras del Futuro", afirma que "la estrella del siglo actual, está representada por los medios de comunicación" y basa su teoría en la asombrosa demostración que estos hicieron durante la cobertura de la Guerra del Golfo Pérsico, en la cual a su influjo, millones de personas alrededor del mundo, no apartaban la vista de sus aparatos de televisión.

En el país, el desmesurado desarrollo de estos medios ha generado una serie de inconvenientes a distintos sectores de la vida nacional y la Armada Boliviana no ha estado al margen de su accionar, porque problemas personales de algunos de sus miembros, han sido tratados por estos medios como una cuestión institucional que ha dejado muy mal parada la imagen de la Institución y la de los profesionales que en ella trabajan.

Esto permite afirmar que la comunicación, convenientemente desarrollada y ejecutada, determina los éxitos o fracasos más que ninguna otra actividad, porque su esencia científica le da el marco teórico que requieren las personas e instituciones, en su interrelación con sus similares en la sociedad.

Esta es la dimensión social del problema porque la Armada Boliviana, se debe a los diversos públicos que se interesan en sus realizaciones

militares, profesionales, económicas, sociales, benéficas, etc. A su vez, los públicos procuran intensificar su acercamiento con quienes los proveen de los medios necesarios. En este sentido, la Institución Naval debe procurar estrechar al máximo sus relaciones con la sociedad en su conjunto y generalmente de asociarlos entre sí, interrelacionándolos.

1.3.4. Planteamiento del problema.

¿De qué manera la estructuración de un sistema de comunicación social en la Armada Boliviana, podrá lograr el mejoramiento de la imagen institucional con la sociedad civil, la socialización de sus funciones e importancia para la seguridad, defensa y desarrollo nacional?

1.4. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS.

1.4.1. Objetivo General.

Estructurar un Sistema de Comunicación Social de la Armada Boliviana, que permita obtener una imagen institucional que fortalezca su integración con la sociedad civil y promueva la seguridad, defensa y desarrollo nacional.

1.4.2. Objetivos Específicos.

1.4.2.1. Establecer un sistema de comunicación social que defina el accionar de la Armada Boliviana en el campo de la integración y la interrelación Estado - Sociedad Civil.

1.4.2.2. Plantear una estrategia de comunicación social, en la estructura orgánica de la Armada Boliviana que facilite el cumplimiento de su misión en lo referente a la seguridad, defensa y desarrollo nacional.

1.4.2.3. Consolidar el posicionamiento institucional de la Armada como mecanismo de interrelación entre la sociedad civil y la militar contribuyendo a la integración del Estado y al logro de sus objetivos en todos los confines de la Patria.

1.4.2.4. Determinar el mensaje, los contenidos, el público y canales de difusión de la Armada Boliviana, que permitan interrelacionar al Estado con la sociedad civil y contribuya a la seguridad, defensa y desarrollo nacional.

1.5. DISEÑO METODOLÓGICO.

1.5.1. Método de investigación.

De acuerdo al diseño metodológico elegido y entendiéndose el concepto de método, como la cadena ordenada de pasos o acciones basadas en un aparato conceptual y en reglas, que permiten avanzar en el proceso del conocimiento desde lo conocido a lo desconocido, para la realización de la presente investigación, se ha utilizado el método Inductivo – Deductivo.

- **Inductivo** frente a la indiferencia social ante la misión constitucional de las Fuerzas Armadas, en este caso las actividades de la Armada Boliviana y el significado mismo de la institución naval militar.

- **Deductivo**, frente a la indiferencia que motiva para que la Armada Boliviana utilice sus recursos de comunicación social para lograr una interrelación plena con la sociedad civil, inculcando valores cívicos entre ellos el de la reivindicación marítima para contribuir a la integración del Estado rompiendo

definitivamente el encierro de la institución.

La presente investigación se inscribe dentro del siguiente tipo de estudio:

1.5.1.1. Exploratorio.

Tema no estudiado y no existen tesis respecto a este asunto en la esfera de la Institución Militar y civil.

1.5.1.2. Propositivo.

Formula lineamientos específicos respecto al rol de la Armada Boliviana en el fortalecimiento de la seguridad, defensa y desarrollo destinado a la sociedad civil.

1.5.1.3. Planificación del desarrollo.

Plantea políticas y estrategias comunicacionales en base a procedimientos de planificación para el desarrollo nacional en el ámbito de la seguridad y defensa.

1.5.2. Hipótesis.

A través de la estructuración de un sistema de comunicación social () en la Armada Boliviana, se facilitará su interrelación con la sociedad civil, fortaleciendo la importancia de la seguridad, defensa y desarrollo para la integración del Estado.*

() Entendiéndose como sistema, el procedimiento ordenado de elementos comunicacionales que se encuentran interconectados, que interactúan entre sí y que permiten una fluida comunicación entre la institución emisora y los públicos receptores internos y externos.*

1.5.3. Variables.

1.5.3.1. Variable independiente.

A través de la estructuración de un Sistema de Comunicación Social en la Armada Boliviana.

1.5.3.2. Variable dependiente.

Facilitar su interrelación con la sociedad civil, fortaleciendo la importancia de la seguridad, defensa y desarrollo para la integración del Estado.

1.5.4. Procedimiento.

- Recopilación y registro de la información pertinente al tema.
- Realización de entrevistas con personal especializado en el ámbito de la comunicación social para establecer una relación directa entre el investigador y su objeto de estudio.
- Evaluación e interpretación de la información especializada.
- Proceso y validación en gabinete de la información recolectada en campo.
- Elaboración de una matriz de análisis de la información obtenida.

1.5.5. Técnicas.

- Entrevistas.
- Investigación bibliográfica.
- Revisión documental especializada.

1.5.6. Instrumentos.

- Cuestionario de opinión.
- Guía técnica de entrevistas.

- Estudios referidos a la organización de sistemas de comunicación social.
- Software de información estadística para el registro de toda la información obtenida.

1.6. SUSTENTO TEÓRICO.

Rescata el aspecto histórico esencial de las Fuerzas Armadas y los cambios que fue experimentando en el transcurso del tiempo, detalles que despertaron la inquietud militar como para que éstos, con el advenimiento del proceso democrático puedan reencontrarse con la sociedad boliviana y dejar de ser un ente apartado de la sociedad, siendo su rol fundamental la defensa de la misma sociedad, el Estado y el gobierno legalmente constituido.

Por ello es importante que las Fuerzas Armadas puedan tener ese contacto con el pueblo a través de la comunicación como factor clave de toda organización, en este caso de la Armada Boliviana con la sociedad civil, desde todos los confines de la Patria en que estos cumplen con el servicio de defensa del territorio nacional.

No es posible, ni será suficiente sólo con la experiencia del Servicio Pre Militar o el Servicio Militar Obligatorio, que por cierto tiene avances importantes y es fundamental, alcanzar esta interrelación social, sino que la propia institución de la Armada debe implementar una estrategia de comunicación organizacional, a través de la estructura de un Sistema de comunicación institucional que permita consolidar la importancia de la seguridad, defensa y desarrollo; aspecto esencial porque la sociedad civil tiene derecho a la defensa como medio de supervivencia frente a posibles amenazas de agentes externos por diversos motivos, ya que no se puede afirmar que el país esté libre de amenazas, porque el peligro siempre es latente.

Es necesario consolidar además, un espíritu de cuerpo y de unidad nacional, en una sociedad que no se libra plenamente del dominio de algunos intereses y egoísmos particulares o sectoriales. Esto es lo que precisamente trata de lograr el cumplimiento del servicio militar obligatorio y el servicio premilitar, para que juntos e identificados con los intereses nacionales, civiles y militares, superen los retos y desafíos que se presentan.

Probablemente en la sociedad boliviana esta tarea es más compleja pero no imposible, si es que se usan estrategias de comunicación organizacional que le permitan a la Armada Boliviana difundir el sentimiento de reivindicación marítima y el fervor cívico además de la importancia de la seguridad, defensa y desarrollo.

1.6.1. Antecedentes históricos del problema.

El pasado dictatorial que tuvieron las Fuerzas Armadas durante las décadas de los años 70s y 80s en medio de una inestabilidad política y social en el país, provocó rencores y rechazo de la sociedad civil en contra de la institución militar y no era para menos, el vivir en un permanente estado de excepción, causaba incertidumbre y temor en la ciudadanía que no estaba segura si iría a volver a su hogar una vez que saliera de su casa rumbo al trabajo, estudio u otra actividad, como un alto jefe militar diría en ese tiempo *“hay que caminar con el testamento bajo el brazo”*.⁴

Los golpes de Estado, la persecución política, el exilio a líderes sindicales y políticos y aun a quienes nada tenían que ver, marcaban un funesto ciclo histórico en el país que profundizó una brecha de dolor, descontento y rencor en contra de la entidad castrense que era presa de mezquinos intereses de parte de algunos de sus miembros

⁴ LA RAZÓN, “La dictadura abrió heridas que dan valor a la democracia”, en: *“25 años de democracia”*. La Paz, 10 de octubre de 2007. Pp. 12

quienes teniendo el poder en sus manos, coartaban las libertades más esenciales del ser humano, entre ellos la libertad de expresión.

En esos momentos parecía algo utópico pensar en un Estado democrático, la realidad era complicada “*el ruido de sables*” y “*la bota militar*”, eran parte de la cotidianidad. Sólo la lucha social del pueblo y la fe inalterable en alcanzar la democracia rompió las cadenas de la dictadura que permitió ver con optimismo el advenimiento del período democrático, es decir esa parte oscura de la historia, alentó la recuperación de la democracia.

De esta manera las Fuerzas Armadas en un desprendimiento en procura de alcanzar la pacificación del país, depusieron sus armas y se sometieron a la democracia y a la Constitución un 10 de Octubre de 1982. A partir de ese momento las FF.AA. buscaron limar asperezas, vencer obstáculos y cerrar heridas tratando de encontrar una reconciliación con la sociedad.⁵

Ya hubieron avances, su participación en obras de desarrollo social con su alcance en los lugares más recónditos del territorio patrio, su participación en el *proceso de Nacionalización* de algunos recursos estratégicos, la distribución del *Bono Juancito Pinto*, la *Renta Dignidad*, la efectiva asistencia frente a tragedias y desastres naturales, sus labores de seguridad ciudadana, y la implementación de la parada militar junto a los sectores sociales (7 de agosto de 2007), son claros ejemplos que expresan su amplia voluntad de acercarse al pueblo y compartir juntos sus sueños y realizaciones democráticas.

⁵ LA RAZON – SANTILLANA, “Las luchas sociales y políticas en La Paz”, en: *La Paz en el Siglo XX*, Colección Bicentenario – Tomo 4, pp.55.

Recientemente, su participación en la institucionalización del “*Día de la Reivindicación Marítima*” (29 de abril de 2011) como política de Estado, junto a la sociedad boliviana, como muestra irrenunciable de civismo y patriotismo en plena hermandad, son aspectos que hacen que en especial la Armada Boliviana, tenga la ventaja de acercarse a su pueblo convencidos de la importante interrelación con la sociedad civil, empero para ello, necesita contar con un efectivo sistema de comunicación, toda vez que en las condiciones actuales no podría llegar a satisfacer plenamente las expectativas de la sociedad que circunda su actividad en las regiones fronterizas.

Esto ha motivado a que se plantee en este trabajo, la propuesta de fortalecimiento de la estructura comunicacional de la Armada Boliviana, para dinamizar el proceso de interrelación entre los medios de comunicación social y la institución naval, como con la propia sociedad civil, con el objeto de identificar las falencias existentes proponiendo los mecanismos más adecuados para establecer una fluida integración entre el Estado y su pueblo, a través de los medios de comunicación social de la Armada Boliviana.

1.6.2. Revisión de estudios previos.

La temática de la presente investigación es novedosa en su enfoque por lo que prácticamente no existen estudios previos sobre este tema, sin embargo se harán algunas puntualizaciones teóricas que son necesarias indicar, para determinar el ámbito integral de la investigación.

El acelerado desarrollo tecnológico en el campo de la comunicación, ha permitido que los Medios de Comunicación Social, particularmente los de comunicación masiva como ser la prensa escrita, radial y

televisiva, representen hoy un nuevo factor de poder dentro la sociedad boliviana.

El irrestricto manejo de la opinión pública en beneficio de sus intereses comerciales y la permanente acción fiscalizadora de los actos de los Órganos de Poder del Estado, demuestra que los medios de comunicación social poseen poder y una amplia capacidad de manipulación de la información con posibilidades de poner a favor o en contra la opinión pública.

Actualmente existe una avalancha de información sin precedentes, que los medios de comunicación dan a conocer a la población según la investigación que hacen de la realidad. Sin embargo la información abundante es privilegio de pocos, es decir, de aquellos medios que tienen los recursos técnicos y económicos. No es novedad decir que los medios de comunicación están ligados con el poder político, económico y social, que les proveen los recursos necesarios para realizar su trabajo.

El periodista Javier Sánchez afirma que “existe una revolución tecnológica que viene acompañada de la concentración de poder informativo y la independencia de un periodista como productor primario de información, difícilmente se puede mantener al depender el periodista mismo de mediador tanto en la adquisición de información como en su retransmisión”.

La comunicación es el elemento clave dentro de toda organización; por ello, es necesario que sus integrantes mantengan un proceso fluido, eficaz, dinámico e interactivo en lo que a intercambio y uso de la información se refiere, para garantizar que los objetivos

institucionales se logren. Sin la comunicación sería imposible el flujo de instrucciones internas y la generación de actividades cooperativas.

En suma, sin el intercambio de información es casi imposible que las personas participen.

1.6.3. Teoría fundamental del estudio.

En la época actual, la importancia de la comunicación alcanza porcentajes altos, porque un correcto empleo de los medios de comunicación de una determinada Institución, le permitirá establecer canales de relación o vinculación adecuados entre sus integrantes y también le facilitará la proyección de su imagen a todos los niveles de la sociedad boliviana.

Álex Grijelmo afirma que: “la noticia entendida como un acontecimiento sorprendente, estremecedor, paradójico o trascendental y sobre todo reciente, es el pilar fundamental con el cual la gente se informa sobre diversos temas que le interesa”⁶.

Por esta razón, el empleo del proceso de la comunicación dentro de la vinculación institucional, adquiere singular importancia porque el ejercicio de la profesión militar impone estar en un permanente estado de alerta y en un severo convencimiento de lealtad y servicio a la Patria.

La Armada Boliviana no podría vivir aisladamente, ni dedicarse únicamente a la profesión castrense. Su constitución integradora y su filosofía de servicio al país, la obligan a tener una relación comunicativa con otras instituciones, sean estas civiles o de otras

⁶ El estilo del periodista, ALEX GRIJELMO, 2001.

instituciones militares, en cumplimiento a su misión constitucional que se expresa en la defensa del Estado, sus habitantes y su territorio.

Es comprensible la falta de relación con la sociedad civil porque los objetivos y las funciones son muy diferentes, pero ello exige que se deba tomar conciencia de que es necesario convivir animados de los mismos objetivos de patriotismo, grandeza nacional, desarrollo social, económico y de defensa de nuestro patrimonio cultural y de soberanía territorial.

La teoría que orienta el presente estudio considera que en cualquier tipo de sociedad, la comunicación debe cumplir las funciones de Identificar y seleccionar la información significativa; tratar y distinguir sobre todo la noticia y los datos dentro de un lenguaje propio y adecuado. Asimismo, debe cambiar los puntos de vista sobre las cuestiones de interés, difundir actividades recreativas, individuales o colectivas, a través de expresiones artísticas en general.

En este sentido, para la Institución Naval es imprescindible contar con una adecuada estructura organizativa de sus Medios de Comunicación Social, así como de sus reparticiones de Relaciones Públicas a efectos de optimizar estas funciones, buscando lograr la mayor eficiencia dentro de este importante campo.

1.6.4. Operacionalización conceptual.

▪ Medios de Comunicación Social Masivo.

Aquellos medios que son recibidos simultáneamente por una gran audiencia, de masas o de público, que tienen la finalidad de formar, informar y entretener al público que tiene acceso a ellos.

▪ **Comunicación Organizacional.**

Proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una organización que puede ser interno, es decir, basado en relaciones dentro de la organización, o externo entre organizaciones y entre la organización y sus públicos.

▪ **Comunicación de Crisis.**

Elemento comunicacional esencial y de enorme valor para toda institución u organización, porque le permite enfrentar situaciones de crisis o riesgo con solidez y realizar cambios proyectándolos exitosamente a todos los públicos de interés.

▪ **Institución Corporativa.**

Entidad legal creada bajo las leyes de un Estado, reconocida como persona jurídica, que cuenta con privilegios y responsabilidades distintos a la de otras organizaciones. Se identifican por un propósito común y están sujetos a reglas o normas rigurosas.

▪ **Estructura Comunicacional.**

Disposición ordenada de todas las partes dentro una organización. Puede entenderse también como un sistema de conceptos lógicamente vinculados, que precisan la esencia del objeto de estudio.

▪ **Estado.**

Representación material de un pueblo, políticamente organizado y que tiene soberanía, territorio y población.

▪ **Sociedad Civil.**

Conjunto diverso de ciudadanos, que se hallan fuera de la estructura del gobierno y que de manera colectiva actúan en el ámbito público para expresar sus intereses e intercambiar información, con la finalidad de alcanzar objetivos comunes.

▪ **Opinión Pública.**

Conjunto de opiniones de los miembros de una sociedad sobre un asunto en particular. Valoración que predomina en un grupo social sobre una institución, acontecimiento o problema.

▪ **Sistema de Interrelación.**

Procedimiento ordenado de elementos comunicacionales que se encuentran interconectados, que interactúan entre sí y que permiten una fluida comunicación entre la institución emisora y los públicos receptores internos y externos.

▪ **Proyección.**

Lanzamiento de la imagen corporativa de una institución para que llegue a diversos públicos a gran distancia y alcance una enorme trascendencia.

▪ **Políticas de comunicación.**

Líneas directrices que determinan el qué hacer en el ámbito de la comunicación para alcanzar los fines y objetivos comunes más importantes de una institución u organización de cualquier índole.

▪ **Estrategias comunicacionales.**

Conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo, que se efectúan para alcanzar las metas y objetivos institucionales en el campo de la comunicación.

▪ **Integración social.**

Proceso dinámico que posibilita que las personas que se encuentran en distintos ámbitos de la sociedad, se integren a otras personas o instituciones para lograr la unión de voluntades y alcanzar el bienestar común.

▪ **Fuerzas Armadas.**

Institución militar permanente del Estado boliviano compuesta por el Ejército, la Fuerza Aérea y la Armada Boliviana, cuya misión está establecida en la Constitución Política del Estado.

▪ **Armada Boliviana.**

Componente naval de las Fuerzas Armadas de Bolivia, que tiene por misión el cuidado y protección del medio ambiente, el desarrollo de los intereses marítimos, fluviales y lacustres y de la marina mercante.

▪ **Guarniciones Navales.**

Conjunto de unidades navales, aeronavales y de infantería de marina, instalaciones logísticas, servicios, marineros y demás personal militar, acantonadas en una localidad dentro los límites de su jurisdicción territorial y de acuerdo a su despliegue estratégico operativo.

▪ **Pequeñas Unidades Navales.**

Unidades de dimensión reducida en cuanto a infraestructura y medios navales que cumplen funciones específicas y hacen presencia física a lo largo de la línea de frontera en resguardo de la soberanía e integridad territorial.

1.7. PROPUESTA.

1.7.1. Alcance operativo de la propuesta.

La libertad de expresión para el ser humano, no sólo es importante en su relación con la sociedad, sino que es mucho más importante para la convivencia en democracia y si ésta no existe o es coartada, la formación de una opinión pública equilibrada y coherente se encuentra en riesgo.

Es preocupación de la ciudadanía, establecer procedimientos que impidan la generación de corrientes de censura tendientes a provocar información sesgada y parcializada que además de confundir y de provocar una percepción distorsionada de la realidad, genera incertidumbre en la población.

La falta de convenios con instituciones afines al tema y la desconfianza natural en funcionarios y autoridades de los medios de comunicación social, por los antecedentes militares de épocas pasadas, constituirán seguramente limitantes para la interrelación efectiva de la Armada Boliviana con la sociedad civil pero, estos importantes retos hacen más emocionante emprender una misión que no es fácil, pero que tampoco es imposible.

El alcance operativo de la investigación tiene connotación nacional porque se plantean políticas y estrategias que se deben adoptar para el desarrollo de un moderno sistema de comunicación social en la Armada Boliviana que contribuirá a fortalecer la integración del Estado con la sociedad civil.

1.7.2. Aportes esenciales de la propuesta.

En el marco de la propuesta, es hora de que la Armada Boliviana se integre a la sociedad y deje definitivamente el estereotipo de que la carrera militar es un círculo cerrado fuera del cual el profesional militar no sabe o no puede desenvolverse.

Por ello, es importante que a través del empleo óptimo de medios comunicacionales y de una adecuada estructura organizativa, proyecte su influencia e inculque en la sociedad de que la Institución Naval es importante no solo en tiempo de guerra, sino que su labor puede ser mucho más importante en tiempo de paz.

La Armada Boliviana tiene el deber de contribuir a crear una conciencia de defensa en la sociedad y para ello tiene la responsabilidad de procurar, a través de todas las instancias posibles, todo cuanto conduzca a que cada persona se sienta parte integrante de la defensa de su comunidad y respete los asuntos que tengan relación con la protección y preservación de la integridad territorial de la Patria.

En este contexto, el aporte esencial de la propuesta busca que el sistema de comunicación social de la Armada Boliviana a implementarse, se constituya en el promotor estratégico de los siguientes aspectos fundamentales:

- **Difusor de la reivindicación marítima.**
- **Resguardador de la imagen institucional.**
- **Puente o red de integración territorial.**
- **Instrumento generador de la conciencia cívica.**
- **Elemento de reafirmación de la identidad nacional.**
- **Mecanismo de protección de la cultura nacional.**
- **Sistema de desarrollo y de defensa de la soberanía territorial.**

1.7.3. Aportes a la seguridad del Estado.

Aristóteles en su obra "La Política" dice que el hombre es un animal político, un ser destinado a vivir en sociedad y por ello, traslada su natural deber y derecho de defensa, a la sociedad de la cual es componente. El hombre en la sociedad, recibe de los demás una serie de bienes y servicios que por sí mismo, no podría proporcionarse. El derecho a que alguien lo defienda, es uno de estos bienes, y por reciprocidad está obligado a contribuir a la defensa de los demás.

Aquí radica precisamente, su deber para con la sociedad, cuando se trata de temas referidos a la defensa de la integridad territorial.

En este sentido, el aporte de la investigación pretende darle un nuevo enfoque al rol de la sociedad en el ámbito de la seguridad, de forma tal que se constituya en el instrumento generador de la conciencia cívica, protector de la cultura nacional y difusor de que la seguridad del Estado se antepone a todo tipo de interés personal.

Que en un ámbito de integración entre el Estado y la sociedad civil, la Armada Boliviana, determine las políticas comunicacionales que demuestren el compromiso inalterable de ser una Institución que defiende los principios y valores éticos esenciales de la sociedad y que

constituye un organismo integrador de la nacionalidad boliviana, promotora de su desarrollo y defensora de su soberanía e integridad territorial.

1.7.4. Aportes a la defensa del Estado.

Es frecuente que el término defensa se relacione con las Fuerzas Armadas con una connotación de carácter exclusivo y algo propio del ámbito castrense, como si se tratara de una función de la cual los militares son los únicos responsables.

En la actualidad este es un concepto equivocado porque el fenómeno bélico y las amenazas en general, abarcan un campo mucho más amplio y alcanza a toda la sociedad y no tan solo a las Fuerzas Armadas. Por esta razón, cuando se habla de la defensa del Estado, se está refiriendo a la defensa del conjunto de la comunidad nacional y no tan solo a la protección de su espacio geográfico o territorio.

Aunque la mayor responsabilidad en este tema, recae en el poder político que administra el Estado; Fuerzas Armadas en general y la Armada Boliviana en particular, deben asumir una posición definida en la difícil tarea de motivar a la sociedad civil, para que comprenda la importancia que reviste la defensa de la Patria, que en definitiva constituye una de sus necesidades más vitales, pues una nación con doctrina y voluntad natural de defensa, le otorga las garantías necesarias para su supervivencia.

Esta voluntad, que en la práctica se expresa en nuestro país de manera desfavorable, debe ser el campo de acción de los Medios de Comunicación de la Armada Boliviana, de forma tal que, como lo afirmaba el historiador Jorge Escobari C., se concientice a la población

de que “La más eficaz defensa de una sociedad, radica en la perseverante búsqueda de una genuina voluntad nacional de defensa; ya que de nada servirán los más sofisticados medios bélicos, si la nación no está animada de una voluntad real de supervivencia”.

Cuando se habla entonces, sobre la defensa de la soberanía territorial, en la cual, evidentemente, se encuentran insertas las Fuerzas Armadas, estamos ante una verdadera disposición, integración y acción coordinada de todas las fuerzas y energías materiales y morales de toda la Nación, en contra de cualquier forma de agresión; y es aquí donde el rol de los Medios de Comunicación Social de la Armada Boliviana, deben desarrollar y concentrar la totalidad de su esfuerzo principal, buscando fundamentalmente, modificar la actitud negativa de la población y tratar de que se involucren sin ningún tipo de recelos en el sagrado deber de defender la integridad territorial cuando la situación de peligro así lo requiera.

1.7.5. Aportes al desarrollo del Estado.

La investigación se integra absolutamente al desarrollo del Estado, porque responde a las expectativas, necesidades e intereses de la población boliviana, de constituir el elemento más valioso de la nacionalidad boliviana y que con el apoyo del Gobierno Nacional y de las Fuerzas Armadas se propiciará de manera efectiva su progreso y superación personal.

En una sociedad moderna, es imprescindible que existan mecanismos de comunicación amplios y ágiles entre el Estado, la sociedad civil y la Institución Militar, para evitar que se conviertan en compartimentos estancos o reductos aislados que se desenvuelven de espaldas al desarrollo integral de la nación boliviana.

Los chauvinismos regionales de los distintos departamentos del país generan una sociedad dominada por egoísmos e intereses particulares y "cuando subsisten estas tendencias, la sociedad política ha perdido la ilusión de mantener una vida en común", afirma Jacques Maritain en su obra, " El Hombre y el Estado".

Es preciso fomentar un desarrollo integral, lleno de cooperación y mutuo conocimiento, si es que verdaderamente, se quiere alcanzar una interrelación profunda y completa del Estado y la sociedad civil, que haga más armoniosa y fecunda la vida de todos los habitantes, en el ámbito de los cambios y transformaciones sociales y económicas que atraviesa el nuevo Estado Plurinacional.

Este vínculo de integración funcionará, cuando se haga partícipe al otro interlocutor respecto de lo que el uno es, tiene o necesita. En otras palabras, cuando la sociedad civil, tome conocimiento profundo de aquellos asuntos que interesan en materia de seguridad, defensa y desarrollo.

El aporte esencial del presente estudio se orienta en ese sentido, porque se pretende promover la formación de una voluntad nacional de defensa, seguridad, desarrollo y fortalecer la relación Estado - Sociedad, a través de una de sus Instituciones fundamentales como la Armada Boliviana.

CAPÍTULO 2

INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



La doctrina militar exige que para la conducción exitosa de la guerra, es necesario conocer las capacidades y posibilidades del enemigo, en el campo de la Comunicación Social ocurre lo mismo, por esta razón es importante el conocimiento y manejo adecuado de la teoría de la comunicación para que la Armada Boliviana, proyecte su influencia institucional a través de la llamada Comunicación Social de masas muy efectiva en su interrelación con la sociedad.

CAPITULO 2

INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

La doctrina militar exige que para la conducción exitosa de la guerra, es necesario conocer las capacidades y posibilidades del enemigo y en el campo de la Comunicación Social ocurre lo mismo, por esta razón es importante el conocimiento y manejo adecuado de la teoría de la comunicación, porque esto permitirá que a nivel Armada Boliviana se hable con el fundamento científico y técnico que la situación en este campo requiera.

Sin embargo, se ha observado que a través de los años, el manejo adecuado de la imagen institucional fue insuficiente, carente de una política comunicacional y generalmente se limitó a destacar los periodos de convocatoria al servicio militar obligatorio, la ceremonia de alguna inauguración de infraestructura o la recordación de fechas cívicas con motivo de conmemorar el 23 de marzo de cada año por el “Día del Mar” y recientemente la declaratoria del “Día de la Reivindicación Marítima” cada 24 de abril a partir del año 2011.⁷

En este contexto, el presente capítulo describirá los aspectos más relevantes del proceso de la teoría comunicacional con un enfoque sistémico y estratégico de la comunicación organizacional.

2.1. La Comunicación como posición filosófica que explica una realidad.

El comunicólogo Erick Torrico Villanueva, afirma que “la comunicación es un hecho social, puesto que implica una relación, entre por lo menos dos individuos. Por lo tanto la comunicación no es solo un producto de la sociedad,

⁷ El objetivo nacional de reintegración marítima recogida a través de la voluntad del pueblo boliviano debe constituirse en una política de Estado, tomando en cuenta la necesidad, interés y aspiración nacional, apoyándonos en las condiciones que son favorables para la reintegración marítima del país. FUNDAPPAC “Propuesta del sector Defensa para la Asamblea Constituyente” La Paz – Bolivia 2006, pp. 224.

sino más bien un fundamento de esta”. “No hay sociedad sin comunicación”, concluye acertadamente este experto investigador boliviano.⁸

Aunque la mayoría de las teorías de la comunicación ignoran esa socialización, ya que el mayor interés de estas teorías es referirse a la utilidad de la comunicación o las tecnologías que la facilitan. Entonces se debe reencontrar el aspecto social de la comunicación.

Por su parte el periodista Luis Ramiro Beltrán asevera que “la comunicación es el vínculo primordial para poner en funcionamiento una democracia como principal sistema de convivencia y de ellos los comunicadores son los servidores que deben enseñar y servir como nexo importante”⁹.

Sostiene que “la comunicación de apoyo al desarrollo es la noción de que la comunicación planificada y organizada - sea o no masiva - es un instrumento clave para el logro de las metas prácticas de instituciones y proyectos específicos de instituciones que propician el desarrollo”¹⁰.

No obstante la comunicación alternativa para el desarrollo democrático es la noción de que, al expandir y equilibrar el acceso y la participación de la gente en el proceso de comunicación, tanto a niveles de medios masivos como a los interpersonales de base, debe asegurar, además de beneficios materiales, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría.

En otro aspecto Erick Torrico Villanueva considera que una teoría “es una red sistemática de conceptos de mayor o menor amplitud que expone ciertos aspectos fenoménicos de una determinada zona de la realidad, como también algunas relaciones de tipo causal que ofrecen una interpretación de los

8 TORRICO Villanueva, Erick, “Comunicación. De los enfoques a las matrices”, 2010.

9 BELTRAN, Luis Ramiro, “Comunicación para el Desarrollo. Origen, Teoría y Práctica”, 2013.

10 TORRICO Villanueva, Erick, “Comunicación. De los enfoques a las matrices”, 2010.

hechos y/o procesos que tienen lugar en ella”¹¹.

Esto quiere decir que para el autor, las teorías son la percepción y comprensión de lo observado en contrapuesto con otras aproximaciones conceptuales afines u opuestas. Sin embargo, para que estas teorías puedan ser asumidas como válidas deben corresponder a una matriz interpretativa, es decir, a una concepción epistemológica o posición filosófica respecto de lo que se entiende por real.

En su libro “Comunicación. De los enfoques a las matrices”, Erick Torrico propone que para poder realizar un correcto estudio de la comunicación es necesario entender las matrices, paradigmas, o bien, teorías que explican la realidad de una forma específica. A su juicio, “la comunicación no es sino una de las dimensiones de la realidad social, aunque tiene la particularidad de ser transversal a prácticamente todas las demás”¹², por lo tanto, para introducirse en el estudio de la comunicación se debe primero tener una noción clara de otras teorías que expliquen parte de la realidad.

En ese sentido, la Armada Boliviana en estricto cumplimiento a su misión constitucional, tiene conceptos definidos respecto a su realidad institucional y doctrinaria, traducida en una posición concreta sobre la reivindicación marítima en principio, luego acerca de la seguridad, la defensa y el desarrollo nacional y con ello pretende integrarse con la sociedad boliviana.

2.2. Comunicación Organizacional.

Respecto a este proceso comunicacional relativamente nuevo, Joan Costa, afirma que “es cada vez mas importante para todo tipo de organización, tener

¹¹ TORRICO, Villanueva, Erick, “Comunicación. De los enfoques a las matrices”, 2010.

¹² *Ibíd.*

políticas y estrategias de comunicación con la sociedad, claras y eficaces”¹³, indica además que “básicamente, el rendimiento de la dirección de comunicación (DirCom), se aprecia en términos de la mejora de la imagen pública de la empresa, que es una de sus funciones principales. También en la mejora de las relaciones de la empresa con sus públicos estratégicos, que requieren una atención muy particular.

Internamente, afirma Joan Costa, que la comunicación organizacional “mejora ostensiblemente las relaciones y la cultura de la organización, la conducta de la gente, que es mejor escuchada, motivada e integrada”¹⁴.

En la época actual, la comunicación organizacional se ha convertido en una necesidad común para todo tipo de organizaciones estatales, militares, universidades, empresariales, culturales, sociales, etc., porque permite el conocimiento de los recursos humanos, su desarrollo en la empresa y productividad en los departamentos de trabajo. Por tanto, la comunicación organizacional es una importante herramienta de enorme aporte laboral, que da lugar a la transmisión de la información dentro de las organizaciones para identificar los requerimientos y logros de la organización y los colaboradores de la misma.

En este contexto, la principal finalidad de la comunicación organizacional es primordial para alcanzar los objetivos institucionales; elementos que en conjunto dan paso al desarrollo organizacional y de los colaboradores que se van preparando para alcanzar mejor desempeño en los mercados, en el caso de la Armada en los destinos que cumple su personal en los confines del territorio patrio.

13 COSTA, Joan, “DirCom, estrategia de la complejidad”. 2009.

14 COSTA, Joan, “DirCom, estrategia de la complejidad”. 2009.

2.2.1. Comunicación Interna y Externa.

La comunicación interna, son todas las actividades realizadas por la organización, para crear y mantener las relaciones y un ambiente laboral óptimo entre sus miembros, a través del buen uso de los diferentes medios de comunicación existentes en la organización.

La comunicación interna da lugar a:

- Elaborar un reconocimiento de la empresa en un ambiente de cordialidad, y estimulación en las actividades laborales.
- Poder conocer en gran medida a la organización y familiarizarse con ellas.
- Reconocimiento del desempeño de los colaboradores
- Fomentar el intercambio de información (comunicación) en toda la organización.
- La empresa es responsable de fomentar un clima organizacional positivo para beneficio de toda la organización.
- El clima organizacional es básicamente el ambiente personal y de índole físico a partir del cual se realizan las actividades empresariales.

La comunicación externa, son el conjunto de actividades realizadas por la organización, cuyo propósito es mantener relaciones profesionales, empresariales, comerciales, etc., con el exterior. En la actualidad a este tipo de comunicación se la conoce como relaciones públicas.

2.2.2. Escenarios de la Comunicación Organizacional.

La comunicación organizacional generalmente se puede presentar en los siguientes tres escenarios:

- **Escenario físico.** Dentro de este escenario se puede considerar el interno y externo, y se consideran todos los elementos decorativos de la organización y también los llamados informativos, por ejemplo: los símbolos de “no pasar”, “sólo personal autorizado”, etcétera.

- **Escenario social.** Este escenario incluye a la totalidad de factores que se relacionan con las personas y además de la interacción existente entre las mismas, como ejemplo de este escenario se puede considerar el empleo de papeles de cada miembro dentro de una reunión laboral.

- **Escenario institucional.** Relaciona los mensajes que la organización emite a sus miembros, proveedores, clientes, y demás personas involucradas; ejemplos de este tipo de comunicación en este escenario son básicamente: memorándums, avisos en pizarra, publicidad, entre muchos más.

2.3. La comunicación como proceso de relación humana.

Fue utilizada por el hombre desde su aparición en el mundo. De acuerdo a la historia de la teoría de la comunicación, “se dice que sus formas de expresión son distintas y obedecen a ciertos períodos llamados comunicacionales”¹⁵.

Estos períodos se clasifican en los siguientes:

- De Exteriorización.
- De Transposición.
- De Amplificación.
- De Registro.

¹⁵ FELDMAN.E., Teoría de los Medios de Comunicación. Año 1977, Pág. 16.

El Período de la Exteriorización constituye el más importante porque en este, el ser humano empezó a sacar de sí mismo una serie de significados, de símbolos y de signos, para poder comunicar algo a los demás y en este su esfuerzo se convierte en un medio emisor, por que transporta su mensaje a los demás, hace conocer sus ideas, sus acciones, etc.¹⁶

Pero esta parte común, deja de ser tal cuando aparecen nuevos lenguajes; el hombre ya no se sacrifica para expresar con sus propios recursos, con sus propias fuerzas; empieza a utilizar además otros símbolos, otros lenguajes.

El primero que aparece es el lenguaje escrito, por tanto la comunicación escrita se va imponiendo sobre los que no lo conocen y así sucesivamente, el hombre para seguir comunicándose, empieza a crear nuevos métodos que le permiten llegar a lo que hoy se conoce como el lenguaje televisivo, el lenguaje periodístico, el radial y otros que hacen que la comunicación adquiera una dimensión de características sorprendentes e impredecibles.

2.3.1. Importancia de la Comunicación.

La importancia de la Comunicación hoy en día alcanza niveles elevados, porque su utilización no solo se limita a servir como un medio de transmisión de mensajes, sino que su empleo va mas allá ya que permite intercambiar ideas, compartir experiencias, sentir emociones y hacer sentir las, entender y ser entendidos, dar y recibir, lograr cambios pero no de manera direccional, sino que estos se realicen en los participantes del proceso comunicacional.

2.3.2. Elementos Básicos del Proceso Comunicacional.

Para que el proceso de comunicación se realice deben existir dos elementos básicos: **EL EMISOR Y EL RECEPTOR**. Como nexos de

¹⁶ *Ibíd.*

ambos se encuentra el **CANAL**, el cual permite que el mensaje llegue del emisor hasta el receptor.¹⁷

A pesar de la simpleza de este proceso, en la realidad el mismo no es tan sencillo, porque existen una serie de problemas tales como la **Interferencia y la Distorsión** que dificultan la comunicación. Asimismo los **ruidos** existentes a nivel de medios o canales que se utilizan y el **grado de relación** que existe entre el emisor y el receptor, obstaculizan el normal desarrollo del proceso de comunicación.

2.4. Formas de comunicación.

John Moelart en su libro Comunicaciones establece que existen dos formas de comunicación: Próxima y Alejada o Telecomunicada.

2.4.1. Próxima.

La comunicación es **Próxima** cuando las partes que se van a comunicar comparten el mismo espacio físico, y están dentro de un mismo momento histórico.

2.4.2. Alejada o Telecomunicada.

En la **Telecomunicada** hay distancia, el espacio físico entre los dos participantes es diferente y se utilizan medios técnicos para comunicarse.

2.5. Direcciones de la comunicación.

En función a la dirección de la comunicación, se dice que esta puede ser de dos clases: Unidireccional y Bidireccional.

¹⁷ MOELART. JOHN, Comunicaciones. Año 1981, Pág. 8.

2.5.1. Dirección Unidireccional.

La comunicación unidireccional es aquella que viene solamente del emisor al receptor y este no tiene la oportunidad de ser emisor.

2.5.2. Dirección Bidireccional.

Es bidireccional cuando dentro del proceso de la comunicación existe intercambio en los roles de emisor a receptor; es decir que el emisor pasa a ser receptor y el receptor pasa a ser emisor.¹⁸

2.6. La comunicación en función al número de participantes.

De acuerdo al número de participantes dentro el proceso comunicacional, existen dos tipos: la Comunicación Interpersonal y la Comunicación Colectiva.

2.6.1. Comunicación Interpersonal.

La comunicación interpersonal es aquella que se realiza entre dos personas o más, pero susceptibles de ser reconocidos e identificados. Dicho de otra manera, es aquella comunicación entre un número determinado de personas, donde la identificación del emisor es neta y la identificación de los receptores también puede darse.

2.6.2. Comunicación Colectiva.

Comunicación colectiva es la que se origina en públicos vastos, heterogéneos y anónimos. Un ejemplo claro de este tipo es la comunicación radial que se asemeja a aquel ciego y sordo que habla con un mundo ciego que oye, aquí no se reconoce quien es el emisor y quiénes son los receptores.

¹⁸ MOELART. JOHN, Comunicaciones. Año 1991, Pág. 12.

2.7. Proceso de la comunicación.

Siendo la comunicación desde tiempos remotos un instrumento indispensable para la convivencia humana, la Ciencia de la Comunicación Social, avanzada como está en la actualidad en sus aspectos técnicos; viene a constituir una materia importante dentro de toda actividad que realiza el hombre.

Este análisis permite aceptar el hecho de que quizás antes de definir la comunicación, sería mejor reconocer el proceso madurado y a través de él, exponer una serie de conceptos que justifiquen este criterio.

Por esta razón, es conveniente reconocer previamente el proceso comunicacional y de esta manera establecer el concepto y definición de lo que se entiende por comunicación.

Para que el proceso de comunicación se efectúe, es necesaria la presencia de cuatro elementos indispensables:

- ❖ **EL EMISOR** : Es la persona que emite la información.
- ❖ **EL MENSAJE** : La información que se desea transmitir.
- ❖ **EL RECEPTOR** : Es la persona que recibe el mensaje.
- ❖ **EL MEDIO** : Es la forma de comunicar la información.

Feldman E. afirma que sobre los dos primeros componentes, se puede ejercer un control considerable, pero no sucede lo mismo con el último.¹⁹

Esto se debe a que **el medio** está representado por una serie de elementos ajenos a nuestra decisión y que de una u otra forma alteran el normal flujo de información que se quiere transmitir o hacer llegar al receptor.

¹⁹ FELDMAN. E. Teoría de los Medios Masivos de la Comunicación, Año 1977, Pág. 35.

En función de la realización óptima de este proceso, los diversos conceptos de lo que se entiende por comunicación, coinciden con Feldman al afirmar que, *"La COMUNICACIÓN, es el intercambio cotidiano y permanente de información, que ocurre dentro de un sistema complejo y abierto que es influenciado por el medio ambiente y que implica mensajes, flujos, propósitos, actitudes, sentimientos, dirección, relaciones, habilidades personales y medios empleados"*.

2.8. Descripción de la comunicación social.

Como se dijo líneas arriba, la Comunicación Social es el proceso por medio del cual se transmiten significados de una persona a otra. En este contexto, la **Comunicación** para los seres humanos es fundamental, porque hace posible poner en funcionamiento la capacidad que tiene el hombre para transmitir sus deseos, sentimientos, saber y experiencia, aumentando las oportunidades individuales para sobrevivir, del mismo modo que la ausencia de comunicación es vista generalmente, como una forma seria de trastorno patológico de la personalidad.

Existe también el problema de la **Incomunicación**, o sea las barreras que existen para una buena comunicación entre los componentes de la sociedad en sus diferentes estamentos, debido particularmente a muchos factores tales como: razas, idiomas, países, etc., de ahí que la comunicación haya pasado a ser tema de investigación científica y objeto de estudio para los sociólogos. El tema de la comunicación, como una orientación sociológica, enfoca la variedad de maneras en que son transmitidos los significados en la sociedad humana, desde el gesto más punitivo hasta la más elevada técnica electrónica.

Para circunscribirnos al tema, solo nos referiremos al sector que corresponde a la transmisión simbólica, comúnmente llamada **Comunicación Social de**

Masas, porque es el campo en el cual la Armada Boliviana debe incidir con mayor profundidad para la proyección de su influencia institucional.

Este análisis es muy importante porque se debe tomar conciencia de que la integración comunicacional, exige un profundo conocimiento sobre el empleo de los medios de comunicación social fundamentalmente dentro la Armada Boliviana y de manera general en las Fuerzas Armadas porque ello permitirá la formación de un adecuado ambiente de camaradería tanto en la vida personal, como en el trabajo específico que el militar desempeña a lo largo de su carrera, profundizando su interrelación con la sociedad civil de la manera más óptima y conveniente para los intereses de la Nación .

2.9. Funciones de la comunicación.

En cualquier tipo de sociedad, la comunicación debe cumplir las siguientes funciones: Identificar y seleccionar la información significativa; tratar y distinguir sobre todo la noticia, los datos dentro de un lenguaje propio y adecuado. Asimismo, la comunicación persigue la finalidad íntima de toda sociedad, que es la de promover al individuo y estimular sus actividades individuales y colectivas.

Otra función de la comunicación, es cambiar los puntos de vista sobre las cuestiones de interés, difundir actividades recreativas, individuales o colectivas, a través de expresiones artísticas en general. Estas son las funciones específicas de la comunicación dentro de su estructura como tal.

Esto permite afirmar que, la comunicación convenientemente desarrollada y ejecutada, determina nuestros éxitos o fracasos más que ninguna otra actividad humana, porque su esencia científica le da el marco teórico que requieren las personas o las instituciones, en su interrelación con sus similares dentro de la sociedad.

2.10. Medios de comunicación social.

2.10.1. La Prensa - Periodismo.

Es importante diferenciar lo que se entiende por prensa y periodismo por que en la actualidad, el conocimiento vulgar suele confundir ambos términos como si fueran uno solo.

Al referirnos al periódico o la prensa, es preciso primeramente dar una definición de lo que significa:

- **PERIÓDICO** dicese del impreso que se publica periódicamente con noticias, también denominado Prensa periódica.

Son medios de información masiva, por los resultados que generan cuando se lanza a la opinión pública alguna información, de cualquier carácter, ya sea político, religioso, cultural, social etc., pero no es el de mayor captación con relación a la radioemisora, por que el periódico requiere de un nivel de educación, ya que para informarse hay que saber leer y para informarse por las radioemisoras basta con escuchar.

Si la ciencia queda reservada a unos pocos (hay un auténtico compartimento estanco de la ciencia, aunque a veces influya en la sociedad) el periodismo produce un conocimiento socialmente compartido entre todos los seres humanos.

Los géneros periodísticos representan las distintas relaciones posibles entre el sujeto institucional o individual: el medio, o el periodista y el referente de la comunicación, siendo válidas las distintas relaciones observadas en los géneros periodísticos.

2.10.2. La Radio.

Básicamente se puede expresar en términos generales que en nuestro país, uno de los medios de comunicación social más utilizado y más adecuado en la emisión de mensajes para todo propósito, es la radio, conocida también como radiodifusión.

Los pobladores de las áreas rurales por la situación geográfica, la gran distancia que los separa de las Capitales, la falta de infraestructura caminera y el abandono desde el punto de vista social, no tienen los medios necesarios para mantenerse actualizados con informaciones que evidencien veracidad e imparcialidad.

Otro aspecto importante que también incide, es que los canales de televisión del país, no tienen los equipos con la suficiente potencia para llegar a todas las áreas rurales, a diferencia de los medios radiales que emiten en onda corta ampliando sus alcances a distancias considerables. Asimismo la prensa escrita no tiene acceso generalizado al área rural por la falta de vías de comunicación.

La aceptación del auditorio radica también en el hecho de que los medios radiales tienen programación variada para diferente tipo de público, en diferentes idiomas, a bajo costo y además posee la facilidad de ingresar a cualquier hogar, con la transmisión de mensajes cuyo contenido se realiza en los idiomas nativos de la zona o área geográfica.

2.10.3. La Televisión.

Desde su aparición, este medio de comunicación social ha sido calificado como un invento revolucionario, se ha llegado a esta apreciación por la frecuencia con la que la sociedad lo utiliza y porque

la misma encierra un alto nivel tecnológico por el permanente desarrollo de sus elementos humanos y técnicos. En este sentido, si bien inicialmente su acceso estaba reservado a determinada clase social con cierto nivel económico por el costo del aparato, hoy en día este obstáculo ha sido casi eliminado y no existen dudas de que la sociedad en su conjunto, se ha ido adaptando, sin gran esfuerzo, a este medio comunicacional.

Esta propiedad se deriva del éxito mismo de la TV, de la inmensidad de su público y de la credibilidad que éste le atribuye, lo que implica una heterogeneidad ideológica apartidista del público usuario, donde la TV podría actuar en las controversias como actor y no únicamente como presentador de las opiniones que se emiten.

Su gran aceptación en las urbes metropolitanas, la convierte en un medio de comunicación social de gran trascendencia, aunque en una nación como la nuestra en la que además de otras limitantes técnicas, el alcance de la señal televisiva no abarca el total del territorio boliviano, limita que su cobertura se extienda hacia todos los sectores de la población.

2.10.4. El Cine.

Al principio el cine era sólo la reproducción de personajes en movimiento, no era nada más que la fonografía o la foto de reproducción.

El nacimiento del cine como medio de expresión data de la destrucción de ese espacio fijo, en que el cortador imaginó la división del relato de planos, ideó fotografiar no una escena sino la sucesión de esas escenas, agrandar los personajes en la pantalla cuando lo creía

necesario y hacerlas retroceder.²⁰

El cine moderno no ha nacido de la posibilidad de hacer oír palabra cuando hablaban los personajes del cine mudo, sino de la posibilidad de la expresión unida de la imagen y el sonido y se convierte en arte cuando los directores de escena comprenden que el abuelo del cine cinematográfico no es el disco, sino una composición radiofónica.

El cine puede contar una historia con toda la imaginación visible y su poder es éste. En casi todos nosotros, lo inmediato de la puesta en escena es el paso del relato al diálogo.

El cine aparte de la voz, aporta la cámara, que permite al mundo escuchar, tanto las palabras como ver la imagen, así pues gracias a este poder, se convierte en un reino falso de la comunicación imaginaria, abriendo inmensas posibilidades de comunicaciones más ricas en la vida.

El punto de vista de que la película es una mercancía parece estar más cerca de la vida real, ya que a su influjo los espectadores se trasladan en viajes imaginarios que solo existen en la mente. Por esta razón el cine es tan vasto y restringido que no ha podido definir su verdadera naturaleza. Es un arte y por otra parte una industria que a pesar de la piratería cinematográfica existente en el mercado informal, mantiene su vigencia.

2.11. Influencia de los medios de comunicación social.

Es innegable que en la actualidad, el manejo de los medios de comunicación

²⁰ MOELART JOHN, Comunicaciones, Año 1981, Pág. 64.

en la transmisión de información, ha logrado que el ser humano no solo se sienta influenciado por su accionar sino que en la mayoría de los casos, la sociedad en su conjunto se ve subyugada y enteramente dependiente de esta.

En este contexto, los siguientes puntos analizan la influencia de los denominados medios masivos de comunicación social.

2.11.1. De la Televisión.

Desde hace tiempo se ha observado que el público manifiesta una inclinación especial a todo lo que le permite evadir las dificultades y las preocupaciones de su condición, aportándole posibilidades de sueño, de evasión y la televisión ha querido sacar provecho de esta situación y ofrece al igual que el cine un género de emisión caracterizado por el crimen y la violencia, el cual aporta a los espectadores un tipo diferente de evasión.

Por lo general, la programación de la televisión comercial, tiende a asegurar la diversión del público y para ello se inspira no en un cálculo ideológico o moral, sino en un deseo de rentabilidad económica, sin embargo sigue siendo posible que tengan sobre el público consecuencias de orden social o político. Estas emisiones muestran en general un mundo en el que no existen las dificultades sociales o éstas encuentran fácilmente una solución feliz.

Según varios comentaristas, este tipo y género de programas provoca un factor de apatía social y de apolitización. Esta interpretación incluye por lo menos dos variantes; para unos, el espectáculo de un mundo sin problemas ciega al público respecto a lo que pasa en el mundo real; para otros, el cuadro de este universo armónico aporta un alivio a las tensiones cotidianas, constituye una válvula de seguridad para las

luchas y dificultades sociales, tiende a disminuir la crítica social y los programas de evasión reducen la presión sobre el orden social de los grupos no privilegiados o desfavorecidos.

Muchos autores reprochan a este medio por no dar cabida a ideas nuevas y que se ciña, expresa o implícitamente a la difusión de ideas recibidas; según ellos, el acceso a la televisión está prácticamente vetado a los grupos de protesta.

Sin embargo esta indiferencia termina a partir del momento en que los grupos impugnadores se entregan a manifestaciones susceptibles de proporcionar a la televisión el género de acontecimientos dramáticos que se adapta tan bien a sus reportajes y es entonces cuando las actividades de estos grupos entran ampliamente en la información televisada. La más inexacta, sin duda, es la que acusa a los camarógrafos de filmar las manifestaciones por simpatía hacia los que las efectúan y de presentar sistemáticamente estos acontecimientos desde un prisma desfavorable a la policía.²¹

En realidad los reporteros de la televisión toman en cuenta el cariz y la calidad de la manifestación como tal, más que su contenido social o sus repercusiones políticas. En semejantes circunstancias, la presencia de las cámaras de televisión se explica no por una inclinación ideológica sino por la preocupación profesional de no perderse la ocasión de un buen espectáculo.

La televisión de acuerdo a estas características, constituye en la actualidad, un medio de comunicación y de información, de un poder

²¹ FELDMAN E., Teoría de los Medios Masivos de la Comunicación, Año 1977, Pág. 69.

poco común y con una capacidad de influencia excepcional sobre la opinión pública, porque la agresividad con que maneja la imagen y la información define la mayoría de las veces, la posición que adoptará la opinión pública.

2.11.2. De la Radio.

Se ha verificado que estos Medios de Comunicación Social, tienen gran influencia en la opinión pública.

Específicamente en el área rural, se observa una fuerte aceptación de la Radiodifusión, ya que debido al elevado índice de analfabetismo existente, que impide la lectura de los periódicos y el fácil acceso a un aparato de radio, es que se lo considera como un elemento primordial en el proceso comunicacional de masas y que a su influjo, se modifican y cambian posiciones y actitudes favorables o antagónicas de la población.

Los estudiosos de este medio afirman que a través del lenguaje amplificado por la Radio, la sociedad recepciona información sobre la realidad, reforzando los vínculos sociales con la cohesión necesaria para la supervivencia de la sociedad.

Esto último es relevante porque como afirma Ángel Castro en su libro *Relaciones Humanas* (1997), “tras la apariencia de un ritual de enfrentamiento en el lenguaje, se produce un ritual de solidaridad, y una producción y reproducción del consenso, en el que los disidentes son tolerados mediante el diálogo que hace posible, que se resuelvan los conflictos inevitables que conllevan el vivir en sociedad; y para que ello se produzca, nada mejor que la Radio”.

2.11.3. Del Cine.

La influencia del cine se traduce particularmente en que este se dirige a las masas y las masas aman el mito, para bien y para mal. Se presenta como una totalidad confusa, una industria formidable, miles de millones de espectadores anuales, un arte nuevo y grandioso, es una realidad específica, profunda, nueva y al mismo tiempo en apariencia es también la más banal de todas: un placer, un entretenimiento.

Las ciencias humanas han ignorado al cine hasta una época muy reciente y a pesar del nuevo interés que ha suscitado entre las diversas ciencias humanas, el problema central de la ciencia del cine continua.

Hasta ahora los sociólogos, cuando no han despreciado al cine, han considerado únicamente fragmentos de él y ha sido examinado rara vez como una institución sociocultural.

Pero hoy en día, este medio es convenientemente utilizado para proyectar todo tipo de mensajes que van desde los meramente comerciales hasta aquellos mensajes subliminales que transmiten intereses de todo tipo.

Sin embargo, los altos costos que implica la producción de una película obligan a los cineastas a enfocar todo su esfuerzo hacia la elaboración de productos cinematográficos enteramente comerciales y sin ningún contenido social.

La comunicación en el cine, o se absorbe como espectáculo, es decir, se digiere lo mismo que una película de ficción, se convierte en emoción estética y en este caso, el contenido real de la comunicación se pierde, la energía afectiva sufre una metamorfosis y queda

convertida en la satisfacción de haber visto un espectáculo bello e interesante ²². O bien, la comunicación se rechaza y el espectador se da las razones que justifican este rechazo argumentando que lo que vio "es falso"; "es un truco"; "es un bluf"; es decir, creyendo que lo imaginario está cubierto bajo la etiqueta de lo real.

2.11.4. De la Prensa.

Respecto a los periódicos, se puede establecer que aquí o en cualquier lugar del mundo, cada uno de ellos responde a una determinada tendencia política, lo cual no debiera ser, pues se supone que fueron creados para informar al público, la noticia veraz, imparcial e inmediata.

Existen diferencias entre los distintos medios de prensa escritos pero todos en su generalidad tienen un grado de influencia mayor o menor en las decisiones, opiniones, y sobre todo en la interpretación de las noticias del acontecer diario, de sus lectores.

Normalmente, la comunicación masiva por medio de la prensa o el periódico se limita a sectores determinados, tales como las zonas pobladas y dentro de ellas, hacia los niveles sociales y económicos más altos. Además de las tendencias políticas que cada periódico tiene sin demostrarlo abiertamente.

En síntesis, es fácil de comprobar que todos estos medios de comunicación masiva (la televisión, la radio, la prensa y el cine), responden a intereses sectoriales determinados. Por ello en el caso de la televisión Sandra Aliaga y Zulema Alanes afirman que "...la televisión privada está controlada por una compleja estructura económica de poder que directa o indirectamente da los

22 FELDMAN E., Teoría de los Medios Masivos de la Comunicación, Año 1977, Pág. 61.

lineamientos y las pautas por los cuales dichos medios deben regirse en lo político, ideológico y económico”

En este análisis de los distintos tipos de medios de comunicación social, no se ha tocado el boom actual de la comunicación informática representado por el INTERNET y las redes sociales, porque se considera que si bien su uso se está universalizando, todavía su acceso está restringido a una gran mayoría de la población por las limitaciones de carácter económico y tecnológico.

La Armada Boliviana para la proyección de su influencia institucional, debe incidir con mayor profundidad en el manejo de los conceptos teóricos de la comunicación social y dejar de lado el empirismo con el cual se maneja hasta el presente, porque "Los aspectos comunicacionales a las masas si bien suponen un aspecto limitado de la comunicación, son aspectos relevantes, toda vez que el discurso se produzca en los medios de comunicación social, mediante un flujo de mensajes".²³

Es evidente que una característica significativa y definitoria del hombre es su uso del lenguaje. Más que un medio para transmitir información, el lenguaje es una parte importante de la cultura, que, desde el punto de vista psicológico, afecta de modo directo al individuo. Su contenido puede modelar la percepción, y en general el pensamiento y la acción de las personas.

La racionalidad en la comunicación social es el mejor soporte para la construcción y la reproducción de la sociedad del consenso, toda vez que un mal uso del lenguaje y la irresponsabilidad en el manejo del poder acumulado por los distintos medios de comunicación masiva, puede acarrear impredecibles consecuencias para la convivencia social.

23 MOELART JOHN, Año 1981, Pág. 48.

Esta cruda realidad convierte a la integración comunicacional entre la sociedad civil y la institución militar, en un proceso digno de análisis, ya que de su interrelación derivarán diversos factores que óptimamente utilizados, podrán redundar en beneficio de la formación de una vinculación verdadera, que facilite el desarrollo del incomprendido trabajo específico que el profesional militar desempeña.

Esto lamentablemente no podrá ser posible, si en el corto o mediano plazo, la Armada Boliviana no se introduce profesionalmente en el campo del manejo de la información y de los medios de comunicación social.

CAPÍTULO 3

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA ARMADA BOLIVIANA



Hablar de una estructura comunicacional de la Armada Boliviana en la actualidad, implica la misión de buscar una estrategia comunicacional, que le permita disponer de personal profesional idóneo entendido en el campo de la Comunicación Social, con el fundamento científico y técnico que le proporcione una base sólida para enfrentar con éxito la carencia de medios y las limitaciones de carácter económico, con el pleno convencimiento de que el poder de la información constituye la riqueza del futuro.

CAPITULO 3

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA ARMADA BOLIVIANA

Este capítulo presenta un diagnóstico del estado de los medios de comunicación social de la Armada Boliviana que describe las profundas limitaciones humanas y materiales por las que atraviesa la Institución, factores que restringen de sobremanera su accionar y alcance comunicacional en la sociedad, aspectos que se comprobarán en esta prueba de campo. Se deja entrever que estos factores limitan el poder reflejar a la sociedad, la riqueza institucional de esta fuerza y su importancia en el desarrollo nacional, a través de importantes actividades cívico militares que no llegan al conocimiento pleno de la población como el que debería ser.

3.1. Consideraciones generales.

En la actualidad, hablar de una estructura comunicacional de la Armada Boliviana, implica la misión de buscar una estrategia comunicacional que permita tener el pleno convencimiento de que el poder de la información constituye la riqueza del futuro y que quienes manejen el conocimiento y los medios de comunicación social, podrán tener el dominio de los niveles del poder mundial.

Alvin Toffler en su obra "**Las Guerras del Futuro**", afirma categóricamente que la estrella del siglo venidero está representada por los medios de comunicación social y basa su teoría en la asombrosa demostración que estos hicieron durante la cobertura de la Guerra del Golfo Pérsico, en la cual a su influjo, millones de personas alrededor del mundo, no apartaban la vista de sus aparatos de televisión.

En nuestro país, el desmesurado desarrollo de estos medios ha generado una serie de inconvenientes a distintos sectores de la vida nacional y la Armada Boliviana no ha estado al margen de su accionar, porque problemas personales de algunos de sus miembros han sido tratados por estos medios como una cuestión institucional que ha dejado muy mal parada la imagen de la profesión naval.

En este sentido, el presente capítulo analiza la situación actual de la repartición responsable de este campo.

3.2. La comunicación social y la Armada Boliviana.

Para el estudio de esta relación, existen diferentes procedimientos pero la más eficiente es, la que nos permite relievare sus aspectos más fundamentales, es decir, aquella óptica que lo analiza teniendo en cuenta las dos formas en que la Institución Naval es considerada desde la perspectiva de la comunicación social, es decir como sujeto y objeto de opinión.

3.2.1. La Armada Boliviana como sujeto de Opinión.

En el aspecto de sujeto de opinión, es preciso reconocer que si bien la Armada Boliviana no se comporta como un medio informativo "para sí", necesita proyectar una imagen a la sociedad que sea concordante con lo que esta misma pretende de una institución que resulta fundamental para la preservación del conjunto de la sociedad.

3.2.2. La Armada Boliviana como Objeto de Opinión.

En este sentido, es necesario considerar el contexto o campo de la comunicación social en la que naturalmente participa la Armada Boliviana, es decir, aquél que se refiere a la necesidad que tienen los medios de comunicación social denominados estatales o privados, de informar a la opinión pública, respecto a los temas que, a su juicio, son

noticia y que tienen que ver directa o indirectamente con la Institución Naval, observada entonces como objeto de opinión.

La enorme trascendencia que representa para la sociedad, el tener una percepción de la Institución Naval más próxima a la imagen que ella misma espera de este ente, es uno de los espacios en el que pueden actuar los Medios de Comunicación Social institucionales, sin perjuicio de cumplir su rol comunicacional dentro del ámbito castrense.

3.3. Organismo comunicacional de la Armada Boliviana.

Al presente, el estar carente de una adecuada organización comunicacional en la Armada Boliviana, no impide que en la medida de sus posibilidades trate de cumplir con las exigencias que la Institución tiene en este campo.

Para ello, la Armada Boliviana designa como organismo responsable de la proyección de su imagen institucional, a la Dirección de Relaciones Públicas, Ceremonial y Protocolo; repartición que en función de sus limitados recursos cumple con los objetivos que plantea el Concepto Inicial del Comandante General de la Armada Boliviana. Su composición organizacional es la siguiente:

3.3.1. Dirección de Relaciones Públicas, Ceremonial y Protocolo.

La Dirección de Relaciones Públicas, Ceremonial y Protocolo es responsable de reflejar la buena imagen de la Institución Naval, hacia el público interno y externo.

En el marco de sus funciones específicas, realizan actividades orientados a planificar, ejecutar y supervisar los objetivos que persigue el Comando General de la Armada, única y exclusivamente en el ámbito de las relaciones públicas y no de la comunicación social.

En tal sentido, las actividades de esta repartición fundamentalmente están encaminadas a la consolidación de la imagen de la Armada Boliviana, en función a la Opinión Pública.

Para el cumplimiento efectivo de esta tarea cuenta con escasos medios humanos, económicos y materiales, lo que dificulta la realización efectiva de todo el trabajo y el accionar planificado por esta Dirección.

3.3.2. Organización.

La Dirección de Relaciones Públicas, Ceremonial y Protocolo de la Armada Boliviana, se encuentra conformada en la actualidad de la siguiente manera:

- **Nivel de Decisión:**

- Dirección.

- **Nivel de Ejecución:**

- División "A" Prensa e Información.
 - División "B" Protocolo y Ceremonial.
 - División "C" Administración y Planificación.

Esta organización data de hace muchos años atrás y responde a la contenida en el Manual de Organización y Funciones de la Dirección de Relaciones Públicas, Ceremonial y Protocolo.

El organigrama de dicha repartición se encuentra representado en el Anexo "**ALFA**".

3.3.3. Objetivos.

Esta repartición tiene como objetivos generales los siguientes:

- Elevar el prestigio de la Armada Boliviana.
- Incentivar la conciencia marítima del personal de la Armada en particular y de la población boliviana en general.
- Mantener informado al país y a la propia Institución de las actividades desarrolladas por la Armada Boliviana a través de boletines, revistas, trípticos, etc.
- Promover la participación activa de la Institución en las diferentes ceremonias y actos cívicos de carácter nacional y departamental a fin de mantener vigencia en el acontecer nacional.
- Difundir las actividades de apoyo y acción cívica que realiza la institución naval.
- Estrechar relaciones con otras instituciones civiles o similares

Todos estos objetivos quedan plasmados solamente en los planes que se elaboran, debido a que por los limitados recursos humanos, económicos y materiales, no llegan a cumplirse o en el mejor de los casos se cumplen parcialmente porque básicamente los mandos superiores le dan relativa importancia a esta repartición.

3.3.4. Publicaciones.

La Dirección General de Relaciones Públicas, Ceremonial y Protocolo elabora de manera irregular las siguientes publicaciones a través de la División "A" Prensa e Información:

- **Revista Naval.**

La Revista mantiene el nombre original con el que se inició hace muchos años atrás, contiene la opinión sobre temas profesionales y actividades oficiales y sociales del personal de la Institución. Su

publicación es esporádica y está condicionada al criterio de las autoridades de turno y a la disponibilidad de recursos económicos que estas puedan asignar para su elaboración.

- **Boletín Naval.**

Publicación bimestral, trimestral o semestral que refleja la actividad rutinaria de la Armada Boliviana. También está condicionado a la disponibilidad de recursos económicos.

Es imperativo hacer notar que lamentablemente todas estas publicaciones tienen cobertura solamente institucional por lo que su influencia en la sociedad civil es mínima y prácticamente desconocida.

3.4. Medios de comunicación de la Armada Boliviana.

Los objetivos propuestos por la Institución requieren de una estructura adecuada que le permitan cumplir con los mismos pero, la realidad actual y la carencia de los implementos necesarios impiden que esta importante función comunicacional se cumpla eficientemente.

En este contexto los precarios medios de comunicación disponibles con que cuenta la Institución Naval son los siguientes:

- Dirección de Relaciones Públicas.
- Boletines Informativos.
- Revistas y Publicaciones periódicas.
- Bibliotecas.
- Teléfonos.

Los medios tradicionales que de acuerdo a necesidades institucionales son utilizados por la Armada Boliviana para la comunicación externa de alguna información de interés institucional o de la población y que obviamente requieren erogaciones económicas son:

- La Prensa.
- La Televisión.
- La Radio.
- El Cine (muy esporádicamente).

Estos medios, si bien prestan una cobertura positiva para hacer conocer las actividades que desarrolla la Institución Naval, cuando no son contratados sus servicios, difícilmente proporcionan una información completa, continua, veraz y oportuna, para conocimiento de la opinión pública, en desmedro de la imagen de la Armada Boliviana.

3.5. Limitaciones y restricciones.

La más importante limitación es el referido a los recursos económicos, porque al ser estos reducidos, impide que la cantidad impresa de los distintos productos diseñados sea grande, lo cual influye directamente para que estas no lleguen a todos los estratos sociales de la población y solo sea conocido en el ámbito castrense.

Las restricciones son de carácter material y de recursos humanos, lo cual obviamente genera una serie de servidumbres y obligaciones presupuestarias difíciles de enfrentar.

Por esta razón, el accionar de la Dirección de Comunicación Social, se limita al cumplimiento de actividades protocolares, organización de eventos sociales y de recordación cívica; actos oficiales, condecoraciones y la elaboración discontinua de publicaciones navales que se distribuyen exclusivamente dentro el ámbito naval, no llegando a conocimiento de la opinión pública civil en la gran mayoría de los casos, por las restricciones de carácter económico y de recursos humanos existentes.

3.6. Medios radiales y televisivos.

La Armada Boliviana, esporádicamente utiliza estos medios para el logro de sus objetivos específicos, debido al elevado costo económico que implica contratar estos servicios.

Por otra parte, la Institución, no tiene la capacidad técnica y profesional de producir programas televisivos ni radiales pero aún si lo tuviera, el mismo no podría ser transmitido por los canales privados porque no se cuenta con la capacidad económica suficiente para cubrir los costos de su difusión; por esta razón, esta producción, si existiera, sólo sería para la comunicación interna y consumo dentro de la Institución Naval.

3.7. Recursos humanos y materiales.

Los medios actuales de Comunicación Social, en su empleo como forma de interrelación social en la Armada Boliviana, se usan en la actualidad en todos sus aspectos, su desarrollo indica la necesidad de que su crecimiento responda a las exigencias del presente.

La información que ofrece la Institución, acerca de lo que es y lo que puede ser, ha avanzado muy poco o casi nada con relación a años anteriores, debido al reducido conocimiento y formación técnica profesional de los recursos humanos en el manejo de los medios de comunicación social y porque hasta

el presente no se han desarrollado planes y programas al respecto, porque fundamentalmente se carece de personal capacitado en el campo de la comunicación social, rama que en la actualidad, es tan importante como un libro abierto.

Podemos estar seguros que si los niveles de mando de la Armada Boliviana se proponen, con asesoramiento en la materia y nuevas aportaciones en el tema, se podrá superar este obstáculo, para poder contar con personal eficiente e idóneo que pueda llevar a cabo la tarea encomendada y con la suficiente madurez en la práctica de esta difícil y compleja actividad.²⁴

En la actualidad, la Armada Boliviana no dispone de los recursos humanos entendidos en el campo de la comunicación social y su estrategia comunicacional carece del fundamento científico y técnico que le proporcione la base sólida que requiere para enfrentar con éxito a los medios de comunicación masiva.

La Dirección de Relaciones Públicas, Ceremonial y Protocolo de la Armada Boliviana, organizada en tres Divisiones y compuesta por un Oficial Superior, un Oficiales Subalterno y un Suboficial, se constituye en la única repartición que esporádicamente tiene relación con la prensa, cuando debe publicar avisos de interés o necrológicos.

Es innegable que la enorme influencia de los medios de comunicación masiva sobre la opinión pública, provoca actitudes de apoyo o de rechazo hacia una determinada organización, por lo que es importante para la Armada Boliviana el estudio, dominio y desarrollo de este campo comunicacional en procura de modificar posiciones antagónicas y de establecer relaciones fluidas con estos

²⁴ DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL EJÉRCITO, Manual de Funciones, Año 1995, Pág. 7.

medios y con la sociedad boliviana en su conjunto.

El acelerado desarrollo tecnológico en el campo de las comunicaciones sociales, refleja la imperiosa necesidad Institucional de contar con estos sistemas, ya que no es conveniente estar al margen del manejo de los distintos medios de comunicación social, porque su adecuado empleo facilitaría el rol de la Armada Boliviana en lo que respecta a constituirse en un organismo integrador de la nacionalidad boliviana, así como defensora de la soberanía e integridad territorial del país.

CAPÍTULO 4

MARCO TEÓRICO

IMPORTANCIA Y NECESIDAD DEL PROCESO COMUNICACIONAL COMO SISTEMA DE INTERRELACIÓN CON LA SOCIEDAD



La necesidad de los procesos de Comunicación Social en la Institución Naval, responde a las exigencias que permitan establecer mejores canales de relación y vinculación adecuados entre sus integrantes que faciliten la proyección de su imagen para todos los niveles de la sociedad boliviana, ya que si la comunicación entre estos dos grandes sectores no se cuida, el prestigio de las Fuerzas Armadas padece.

CAPITULO 4

MARCO TEÓRICO

IMPORTANCIA Y NECESIDAD DEL PROCESO COMUNICACIONAL COMO SISTEMA DE INTERRELACIÓN CON LA SOCIEDAD

El presente capítulo trata aspectos inherentes a la importancia y la necesidad del proceso comunicacional como parte de la estrategia de interrelación con la sociedad que sustenta la propuesta de bases y procedimientos básicos que permitan consolidar y proyectar la imagen institucional de la Armada Boliviana a la diversidad de sectores de la sociedad.

La aplicación de estas estrategias comunicacionales estarán además destinadas a concienciar a la población sobre la importancia de la defensa para la existencia y desarrollo del Estado, porque la defensa es tarea de todos. Esto permitirá legitimar el rol funcional del sector defensa, fomentar el orgullo y la identidad nacional creando una percepción colectiva de seguridad y una actitud proactiva y comprometida de toda la sociedad con los altos intereses del Estado.

4.1. Necesidad del proceso de comunicación social en la Armada Boliviana.

En nuestra sociedad es algo frecuente que los medios de comunicación social desinformen, tergiversen o transcriban información de carácter militar la mayoría de las veces desactualizada, que en opinión del personal militar, aparentemente responden a intereses particulares, intenciones políticas o intereses sectoriales de grupos contrarios a la Armada Boliviana.

Temas como el Servicio Militar, la violación de los derechos humanos en los cuarteles, la injerencia política en la designación de autoridades militares,

denuncias en contra del personal militar, etc., son tratados por los medios de comunicación social sin verificar las fuentes con la profesionalidad requerida y con marcada intencionalidad sensacionalista que podría evitarse, si existieran los canales de acercamiento y coordinación entre la Institución y los medios de prensa.

La necesidad de los procesos de la Comunicación Social en la Institución Naval, responde a las exigencias del evolucionismo socio-administrativo y sobre la base de estas realidades, su acción operacional constituye una información positiva para el o los distintos tipos de auditorios.

Se debe tomar en cuenta que la comunicación se hace más efectiva cuanto mejor informado esté el público respecto a lo positivo que tiene la organización de la Armada Boliviana.

El concepto o imagen de la Institución Naval, debe ser reflejado con claridad y precisión; esto exige que los elementos que la configuran, sean comunicados en forma adecuada y en tiempo apropiado y oportuno.

Una información confusa, insuficiente o incompleta, hará difícil su asimilación por parte de sus componentes y originará en la mente de éste, una imagen distorsionada y posiblemente contradictoria.

La verdad sobre lo positivo, no implica necesariamente que tenga que destacar lo negativo, se puede y se debe decir la verdad sobre las cosas, pero sin que implique necesidad de exponer la faz negativa de las mismas y es misión imprescindible de la Institución, en lo interno, corregir los factores negativos y lógicamente mostrar la imagen mejorada y positiva a través de un sistema comunicacional.

La comunicación en su objetivo de mantener actitudes de simpatía y aceptación de la sociedad hacia la institución, cristaliza las cosas óptimas e imprime a la organización, las acciones que más convengan para el logro del mantenimiento de su imagen o concepto favorable, lo cual es resultado de una efectiva política comunicacional y de relaciones públicas.

En este sentido, sería muy propicio para la imagen Institucional, que la Armada Boliviana realice un curso especial de interrelación, destinado a profesionales de los medios de comunicación social, a objeto de que estos conozcan el funcionamiento, la estructura jerárquica, la terminología militar y las obligaciones básicas de la Institución, de tal modo que puedan informar adecuadamente a la opinión pública en su trabajo cotidiano.

Por otra parte, es necesario normar de manera definitiva, la acreditación permanente de un número importante de periodistas como **CORRESPONSALES MILITARES**, que estén autorizados expresamente por la Institución, para cubrir profesionalmente cualquiera de las actividades militares que se realizan, según el grado de reserva que corresponda, buscando eliminar el déficit comunicacional que actualmente existe.

4.2. Importancia de las Relaciones Públicas en las relaciones humanas.

Las Relaciones Públicas en nuestro medio, son consideradas como un subsistema orgánico de apoyo Institucional de segundo nivel, debido a que todavía no se ha tomado conciencia del importante rol que en la actualidad cumplen.

En la época presente las Relaciones Públicas constituyen, un amplio campo en el que hay muchos especialistas que tienen la función de influir en la opinión pública, a través de una buena actuación, expuesta con honradez y apoyada en la comunicación recíproca, que nos permita un intercambio fluido

de información, ya que su actividad es un constante dar y recibir.

Por ello se dice, que es una destreza que analiza el problema de cómo un individuo o una institución puede coexistir con otros individuos o instituciones de la sociedad e interrelacionarse con ellos.

El enriquecimiento de las Relaciones Públicas en los diferentes niveles orgánicos de las Instituciones es un factor indispensable para su buena conducción. Es evidente, que la aplicación de las Relaciones Públicas por los países desarrollados constituye un ejemplo de su utilidad y los beneficios que proporcionan las comunicaciones oportunas y adecuadas.

Los entendidos en la materia, afirman que *las Relaciones Públicas constituyen la medicina que debe ser tomada por toda empresa o institución que esté en la búsqueda del instrumento más efectivo para adquirir prestigio.*

Por esta razón, las Relaciones Públicas son consideradas actualmente como una necesidad vital para la convivencia humana, mucho más cuando externamente se trata de integrar a la sociedad con una institución privada, pública o estatal, e internamente cuando se trata de integrar la relación y los esfuerzos de los miembros de una organización empresarial, militar, etc., hacia el logro de un objetivo común.

4.3. Objetivos y relación con la población.

La comunicación con todos los sectores internos y externos, constituyen un poderoso medio del que se ha valido y se vale la Institución, para hacer conocer los actos que interesa difundir.²⁵

²⁵ LERLY PHILIPS, Manual de Relaciones Públicas. Año 1977, Pág. 4.

La materialización de dichas informaciones debe responder básicamente a la orientación y política principal de la Institución y su irradiación debe ajustarse a traducir textualmente los temas que se pretenden difundir.

La incorporación de dichas tareas al área de relaciones públicas, posibilita y unifica las diversas manifestaciones emitidas en el orden interno y externo por los distintos niveles de acción comunicacional.

La Armada Boliviana, requiere para consolidar y proyectar su imagen, desarrollar una difusión por los medios anteriormente nombrados que orienten fundamentalmente a mostrar sus actos, avalar sus procedimientos, demostrar la garantía de sus formulaciones y en general publicitar toda manifestación que posibilite respaldar su conducta y políticas, como consecuencia de una efectiva muestra de responsabilidad Institucional.

El personal militar es también el mejor capital y el que ayuda a fijar los verdaderos rumbos, porque constituyen sus más sólidos pilares.

La Armada Boliviana, se debe a los diversos públicos que se interesan en sus realizaciones militares, profesionales, económicas, sociales, benéficas, etc. A su vez, los públicos procuran intensificar su acercamiento con quienes los proveen de los medios necesarios.

La Institución debe procurar estrechar al máximo sus relaciones con la sociedad en su conjunto y generalmente de asociarlos entre sí, interrelacionándolos.

Todos los actos de la Institución Naval deben ajustarse a las reglas establecidas en el plano nacional e internacional y de acuerdo a las normas fijadas en la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia.

Ello contribuye al respeto de la disciplina y la jerarquía en el orden militar, civil, diplomático y eclesiástico.

Estas normas trascienden la vida íntima de la Institución y configuran un principio de respeto hacia la jerarquía cualquiera sea su carácter, estableciendo el marco conceptual necesario para una adecuada interrelación entre la sociedad civil y la institución militar.

4.4. Políticas de organización y funcionamiento.

Se debe entender por "Política de Organización y Funcionamiento", a los principios que normen su conducta y se encuentran claramente explicados en cada reglamento interno, manual de funciones, u otros documentos que regulan su desenvolvimiento. En este sentido, la función de los Medios de Comunicación Social en la Institución Armada, es la de propender que la organización obre bien y lo dé a conocer.

En la política de una adecuada organización descansaría el éxito en las comunicaciones, por cuanto ella constituye el basamento para la programación de acción y de la comunicación intergeneracional.²⁶

La política no puede establecerse siguiendo patrones rígidos; es indispensable proveerla y dotarla de flexibilidad a fin de que permita: ser revisada periódicamente e introducir perfeccionamientos si así lo exigen las circunstancias.

Para determinar la política de la organización en materia de comunicación, es necesario ajustarla a los requerimientos de las bases filosóficas, sociológicas y económicas; abriendo un camino accesible y más seguro para alcanzar las

²⁶ LERLY PHILIPS, Manual de Relaciones Públicas. Año 1977, Pág. 12.

metas y objetivos a seguir, permitiéndole:

- Realizar en condiciones favorables el procesamiento y la programación.
- Mantener y activar la acción programática sobre cauces firmes y realidades que son verificables.
- Evitar cambios caprichosos que pudieran alterar los principios establecidos y originar actitudes contradictorias.

En este contexto, la política de funcionamiento del organismo de comunicación social de la Armada, debe estar regida por una estrategia que busque el trabajo mancomunado y dentro de un marco de profesionalidad, en procura de que todo lo bueno que haga la Institución Naval salga del ámbito castrense, se difunda, se proyecte y sea conocida por toda la población en general.

4.5. Proyección de la imagen institucional.

La imagen de la Institución Naval, es modelada por su política y proyectada a la opinión pública a través de acciones y/o comunicaciones. La función es coadyuvar el establecimiento de políticas que permitan crear y mantener en la opinión, una imagen favorable del ente o entidad que se presenta a ella mediante las comunicaciones.

La transmisión de la imagen de cualquier Institución, sea esta gubernamental, militar, pública o privada, se inicia a través del comportamiento, de las palabras y de los actos de su personal interno hacia el público externo, porque sin la colaboración del personal orgánico, sería infructuoso todo esfuerzo que se haga para transmitir una buena imagen hacia el exterior.

Corresponde entonces a la Armada Boliviana, iniciar la acción con el logro del establecimiento de una política interna, que permita transmitir al exterior, una imagen que genere hacia esta, corrientes favorables provenientes de los diferentes sectores de la colectividad o ciudadanía.

Paralelamente a este accionar interno dice Philips, “la Institución debe señalar los lineamientos de la política general que exprese la actitud de la entidad hacia la comunidad dentro la cual opera; establecer las bases y procedimientos comunicacionales para ganar el apoyo de la comunidad y sustentar en dicho apoyo, el desenvolvimiento normal de las actividades y el progreso lógico de la institución”.²⁷

Las informaciones derivadas de la política y encaminadas a crear la imagen favorable de la Institución Naval deben ser realizadas a un corto y mismo tiempo, porque su asimilación y retención por los públicos sería efímera.

Todos los enunciados anteriores, se aplican a cualquier tipo de organización y si los principales objetivos de las mismas, desean llevar a su Institución, por senderos de verdadera comunión de ideales, es recomendable la apertura al diálogo, el empleo de elementos altamente capacitados en la profesión y dejar para siempre la improvisación, que tanto y tan profundo daño ocasiona a la buena imagen de la Institución y porque no decirlo, del país todo.

Por esta razón, en los siguientes puntos se describe como la comunicación puede servir a los objetivos comunicacionales de la Institución Naval.

4.6. La comunicación como elemento de relación interpersonal.

Como se describió en los capítulos anteriores, la comunicación desde el punto

²⁷ LERLY PHILIPS, Manual de Relaciones Públicas. Año 1977, Pág. 17.

de vista de la relación interpersonal, constituye en toda circunstancia un elemento de extrema necesidad.

La naturaleza del ser humano exige que durante el proceso de su desarrollo, se exterioricen todas las manifestaciones de relación y vinculación con el resto de las personas que lo rodean y esto no podría ser posible si no existiera el mecanismo de la comunicación, traducido en lo que hoy se conoce como Relaciones Humanas.

El estudio de las relaciones humanas es en la actualidad, una verdadera ciencia y al mismo tiempo un arte por que busca obtener y conservar la cooperación y la confianza de los integrantes del grupo, así como el de establecer o restablecer buenas relaciones y óptimas comunicaciones interpersonales.

4.7. La comunicación como mecanismo de vinculación institucional.

El empleo del proceso de la comunicación dentro de la vinculación institucional, adquiere singular importancia porque el ejercicio de la profesión militar impone estar en un permanente estado de alerta y en un severo convencimiento de lealtad y servicio a la Patria en los confines más alejados de su territorio.

Es comprensible la falta de relación con la sociedad civil porque los objetivos y las funciones son muy diferentes pero, ello exige que se deba tomar conciencia, de que es necesario convivir animados de los mismos objetivos de patriotismo, grandeza nacional, desarrollo social, económico y de defensa de nuestro patrimonio cultural y de soberanía territorial.

La Armada Boliviana no podría vivir aisladamente, ni dedicarse únicamente a la profesión castrense. Su constitución integradora y su filosofía de servicio lo

obligan a tener una relación comunicativa con otras instituciones, sean civiles o de otras fuerzas.

Por ello la comunicación es muy importante para la Institución Naval, porque internamente le permitirá establecer canales de relación o vinculación adecuados entre sus integrantes y externamente le facilitará la proyección de su imagen a todos los niveles de la sociedad boliviana.

4.8. La comunicación como proceso de interrelación con la sociedad civil.

Normalmente cuando se habla de establecer relaciones con la sociedad en general, se acostumbra interpretar por dicho concepto como el adecuado desarrollo de "**buenas relaciones sociales**"; pero el concepto si bien no esta muy alejado de la verdad, no es el correcto ni el deseado, por que el establecer relaciones con la sociedad obligan no-solo a saludarse cortésmente sino que estas actividades de relación requieren de un cuidadoso planeamiento y un esfuerzo y dedicación considerable de ambas partes.

Esta tarea de relación con la sociedad civil, a veces surge espontáneamente por la personalidad y característica individual de los que en determinado momento fungen como autoridades en el mando naval, pero la mayoría de las veces es necesario elaborar políticas de acercamiento que normen el accionar de nuestros medios de comunicación social en procura de conseguir los objetivos institucionales propuestos.

Esto demuestra nuevamente que la práctica de las relaciones sociales, requiere de una orientación específica en la comprensión y enfoque de la gran importancia que tienen los medios de comunicación social para el establecimiento de una eficaz interrelación civil-militar.

En la sociedad actual, es imprescindible que existan mecanismos de

comunicación amplios y ágiles entre la Institución Militar y la sociedad civil para evitar, por todos los medios, que la primera se convierta, en un compartimento estanco o reducto aislado que se desenvuelve de espaldas a la marcha colectiva.

Es preciso fomentar el desarrollo de un proceso lleno de cooperación y mutuo conocimiento, si es que, verdaderamente, se quiere alcanzar una unión profunda y completa entre la Institución Naval Militar y la sociedad civil, que haga más armoniosa y fecunda la vida de la población nacional. Alguien decía con mucho acierto que **"Si la comunicación entre estos dos grandes entes no se cuida, el prestigio de las Fuerzas Armadas padece"**.

La sociología moderna reconoce tres razones fundamentales que justifican el distanciamiento entre la sociedad civil y la militar: **Los intereses, el estilo de vida y la incomunicación.**

4.9 La comunicación como Sistema.

En este aspecto, Raúl Rivadeneira Prada, parte del principio de que "ningún factor es absolutamente determinante, sino que la comunicación es un complejo fenómeno en el cual cada variable interviniente tiene su importancia y no se puede llegar a establecer parámetros definitivos"²⁸.

Este mismo estudioso afirma que, "los elementos concurrentes en un proceso de comunicación no van necesariamente en la secuencia **emisor - codificación - decodificador - receptor**, y hay que ver la concurrencia cualitativa de los elementos para establecer de qué tipo de proceso se trata, en relación con las variables tiempo y espacio"²⁹.

²⁸ RIVADENEIRA Prada, Raúl, "La Teoría General de los Sistemas y la Ciencia de la Comunicación". 1990.

²⁹ *Ibíd.*

En ese sentido, se dice que el aporte más importante de Raúl Rivadeneira es que restituye a la comunicación social su carácter esencialmente humano, liberado a ese proceso de interacción e interdependencia de los claustros mecánicos, electromecánicos y tecnológicos que le mantienen cautivo, y ubica su tratamiento en el ámbito de la antropología cultural y de la historia de la confrontación de fuerzas sociales, al proponer una visión globalizada de la comunicación frente a la tendencia al reduccionismo que plantean otras obras sobre esta especialidad.

De esta manera, para poder entender a la comunicación como un modelo sistémico, en primer lugar es necesario definir el término sistema. Este se refiere a un conjunto interrelacionado de elementos en un entorno, un todo integrado donde se presentan relaciones entre los inputs (entradas) y los outputs (salidas).

El fenómeno de la comunicación, puede ser analizado desde diferentes enfoques, y en este caso “el enfoque sistémico se apoya en la noción de sistema para comprender los procesos comunicativos. Un sistema está en permanente conexión con el ambiente generando procesos de retroalimentación donde además hay un flujo de información, por lo tanto es dinámico”³⁰.

Está claro entonces, que siguiendo esta corriente de pensamiento, la comunicación será entendida como un modelo sistémico en tanto que la esencia de esta reside en procesos de relaciones interactivas, donde todo comportamiento humano tiene un valor comunicativo de auto implicación.

³⁰ La obra del sociólogo Niklas Luhmann, hace referencia a la elaboración de una súper teoría, en donde no se proyecta a reproducir la realidad, pero sí intenta entregar una respuesta general y holística de la sociedad. Asumiendo que todo sistema es superior y diferente a sus partes que la componen, y que todo es la suma de sus partes.

Si se analiza desde el Sistema Mediático de Niklás Luhamm, la comunicación es un modelo sistémico en tanto que la sociedad no la componen los individuos, sino sus sistemas de comunicación, el sistema comunicativo es el constitutivo esencial de la sociedad. Así, teniendo en cuenta que las relaciones comunicativas son las que conforman la sociedad, se ve como el hombre se encuentra inmerso en el mundo, en un ámbito de los sentidos que le otorgan referencia real del mundo, dichos sistemas le dan sentido a la realidad humana.

De acuerdo con la teoría de Luhamm, “los medios de comunicación masivos son sólo una de las múltiples formas de comunicación. Son además medios y no fines en sí mismos y funcionan como microsistemas con estrategias propias de auto reproductibilidad y auto referencialidad”³¹.

Es decir, la televisión es un medio que utiliza diferentes estrategias al dirigirse a un público y lo mismo la radio o la prensa cada uno tiene una manera particular para reproducirse como medio. De esta manera, los medios de masas están dentro de un sistema social que conforma un sistema mediático que a su vez realiza sus propias operaciones de auto reproducción y auto referenciación.

Como sistema, los medios de comunicación masivos en su propia operación mediática difunden información con ayuda tecnológica y al mismo tiempo generan una secuencia de observaciones construidas sobre la realidad dando lugar un efecto de realidad. La comunicación es un sistema en tanto que aborda la realidad a través de temas que sirve para acoplar los medios con otros sistemas sociales.

31 *Ibíd.*

Además de estos dos enfoques desde donde se analiza la comunicación como sistema, es importante tener en cuenta las características que hacen de este un sistema. Este es circular y complejo, en vez de transmisión, privilegia el contacto. En segundo lugar, es interactivo, es decir implica reciprocidad entre los componentes del sistema, relación entre elementos y contexto.

Por este motivo, es necesario que en una sociedad moderna, se ejercite una fluida relación civil-militar, y para ello, la comunicación social, constituye en sí, uno de los principales elementos vinculantes que hará posible lograr una relación eficiente que unirá esfuerzos para alcanzar sus fines comunes, asumiendo una visión integral y multidimensional que satisfaga las demandas del colectivo social, institucional y estatal, concibiendo a la defensa, a la seguridad y al desarrollo como pilares garantes de la estabilidad institucional y convivencia democrática del Estado Plurinacional de Bolivia.

CAPÍTULO 5

MARCO REFERENCIAL

PROYECCIÓN DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN DE LA ARMADA EN EL CAMPO DE LA INTERACCIÓN SOCIAL



Hay un estereotipo cultural muy generalizado, que es el natural distanciamiento que siente el hombre civil frente al hombre uniformado. La raíz de esta reiterada idea se halla en la creencia subconsciente de que quien viste ropa que identifica a un grupo, se autosepara de los demás, esto permite plantear la propuesta de un Sistema de Comunicación Social que ponga fin al antagonismo existente entre la sociedad civil y militar. La Armada Boliviana tiene el deber de hacer que cada persona sea parte integrante de la defensa de su comunidad y respete los asuntos que tengan relación con la protección y preservación de la Patria.

CAPITULO 5

MARCO REFERENCIAL

PROYECCIÓN DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN DE LA ARMADA EN EL CAMPO DE LA INTERACCIÓN SOCIAL

La proyección del sistema de comunicación social de la Armada Boliviana en el campo de la interacción social, pretende estrechar las diferencias entre civiles y militares, superando así las barreras del antagonismo, la apatía o quizás la indiferencia existente entre la sociedad civil con la militar, ya que se debe entender, que las Fuerzas Armadas están al servicio de la defensa del Estado nacional y el desarrollo junto a su pueblo.

Esto se ratifica en la nueva visión de seguridad nacional, donde se establece que la defensa es responsabilidad fundamental del Estado, es integral y multifacética, dinámica, permanente y plenamente articulada con la seguridad y desarrollo, basada en la unión entre la sociedad civil – militar (pueblo y Fuerzas Armadas) con el esfuerzo dirigido hacia la protección del Estado, la sociedad y sus intereses. Asimismo, implica la participación activa de las Fuerzas Armadas en el desarrollo integral, donde si bien la entidad no diseña ni gestiona la política social, su participación es imprescindible para la operativización de las políticas sociales del Estado.

5.1. La interrelación entre la institución militar y la sociedad civil.

La comunicación de interrelación no siempre se desarrolla de acuerdo al deseo circunstanciado de sus interesados; por el contrario, la misma está continuamente sujeta, entre otros aspectos, a trabas y barreras que dificultan su realización positiva entre los grupos humanos de nuestra sociedad.

Cada una de las sociedades del mundo, presenta sus propias peculiaridades y en particular en nuestra sociedad, hay un estereotipo cultural muy generalizado, que es el natural distanciamiento que siente el hombre civil frente al hombre uniformado, lleve este sotana o traje militar. La raíz de esta reiterada idea se halla en la creencia subconsciente de que quien viste ropa que identifica a un grupo, se auto separa de los demás pues no lo consideran uno más de todos.

Esta actitud de alguna forma está sustentada por aspectos lógicos e ineludibles, es así que por ejemplo los imperativos funcionales de la seguridad dan lugar a complejas facetas vocacionales que otorgan al cuerpo armado la forma de una unidad social autónoma.

La estructura institucional incluye no sólo la burocracia oficial, sino también asociaciones, sociedades, publicaciones, costumbres y tradiciones; normalmente los integrantes de la Institución Naval, viven y trabajan aparte del resto de la sociedad; física y socialmente es muy probable que tenga menos contactos sociales que cualquier otro profesional.

Esto explica entonces el por qué, la línea divisoria entre el militar y el civil, está públicamente simbolizada por el uniforme.

James Forestal (Ex Secretario de Defensa de los Estados Unidos) afirmaba: "No conozco ninguna tarea, excepto posiblemente la del Gobierno, que sea tan compleja como la de engendrar en una democracia, un sentimiento de simpatía hacia la función que desempeñan las Fuerzas Armadas".

En nuestro país la etapa de gobiernos militares ha generado una situación de crisis con nítidos síntomas de intolerancia social y un amplio espacio de opinión desfavorable, que manipulada por algunos partidos políticos de

tendencia radical, alienta una visión diferente sobre las Fuerzas Armadas en general y sobre la Armada Boliviana, en particular.

Diversidad de artículos cuestionando la existencia de las Fuerzas Armadas en unos casos, sugiriendo la reducción de su precario presupuesto en otros, criticando planes de renovación de armamento o condenando dramáticamente faltas de personal militar que en la vida civil son hechos rutinarios, colocan a la Institución Naval, en la obligación moral e institucional de salir al frente de esta situación y definir de una vez por todas qué es lo que pretendemos ser en el presente y en el futuro mediato.

Por otra parte, noticias sensacionalistas de las constantes y no comprobadas denuncias de maltrato al personal de marineros, etc. son indicadores que demuestran la enorme influencia que tienen los medios de comunicación social en el adecuado tratamiento de estos temas, motivando que una situación de índole personal pase a ser tratado como un problema de carácter Institucional.

Es comprensible que la situación coyuntural, obligue a que agrupaciones políticas de ideologías contrarias, demuestren su antagonismo entre ellas pero, es incomprensible que en función de sus intereses particulares o foráneos, presenten a las Fuerzas Armadas como antagónicas y enemigas de la sociedad boliviana.

Es concebible que en el marco de la libertad de prensa, todos tengan el derecho de opinión pero, es inconcebible que medios de prensa escrita que se jactan de ser defensores de los principios democráticos, den cobertura a sujetos descalificados para expresar conceptos alejados de la realidad que al estar dirigidos contra una de las Instituciones más importantes de la Nación, hacen daño a la Patria toda.

La posición de la Institución Militar ante estos ataques verbales, siempre fue de prudente silencio procurando minimizar dichas agresiones con la indiferencia, para no bajar al nivel de la réplica intrascendente. Sin embargo esta posición neutra, normalmente es tomada como un síntoma de debilidad o de “mea culpa” que no puede mantenerse permanentemente, por el bien de los hombres y mujeres que trabajan en ella.

Esta situación obliga a que uno de los fundamentales objetivos de los sistemas militares de comunicación social, sea el de robustecer la imagen ante la opinión pública nacional y enaltecer las sacrificadas funciones que cumple en resguardo de la integridad territorial. De ello depende en gran parte, el desarrollo y proyección futura de la Institución.

Por esta razón, en el presente capítulo se plantean las formas de empleo del poder de la comunicación social para coadyuvar al desarrollo institucional pero sobretodo al progreso de la Patria y de sus habitantes.

Tomando en cuenta que el nuevo siglo ha traído consigo una explosión de identidades culturales en todo el orbe. En ese contexto Bolivia vive una transición social, cultural y política que señala un proceso de interpelación de la hegemonía cultural que históricamente la ha dominado.

Una transición denominada multi, pluri e intercultural e impulsada por la gestión de los movimientos sociales e indígenas que llevan a pensar sobre asuntos de identidad, diferencia, igualdad, solidaridad y sobre todo, el enorme desafío de construir sociedades y Estados plenamente plurales, incluyendo transformaciones en las mismas estructuras e instituciones del Estado.

Tal el caso de las Fuerzas Armadas ya que hoy en día el pueblo boliviano tiene otra idea del componente militar porque se ganó el respeto a través de

su participación permanente en la ejecución de políticas sociales, sentando y consolidando una institución armada con un nuevo norte, proteger el Estado, que la seguridad y defensa tengan su base y sostén en un triángulo estratégico conformado por el Estado, la comunidad plurinacional y las Fuerzas Armadas.³²

5.2. Como resguardador de la imagen institucional.

La Institución Naval en su conjunto, en la actualidad debe orientar el accionar de sus escasos medios materiales y humanos, a la específica actividad de resguardar la imagen institucional de los distintos comentarios que se hacen sobre la integridad y razón de ser de las Fuerzas Armadas.

5.2.1. Protagonismo Profesional.

En el actual mundo convulsionado por múltiples conflictos localizados en diversas regiones del mundo, los Medios de Comunicación Social adquieren un mayor protagonismo social porque es necesario que proyecten información profesional de primer nivel sobre los acontecimientos bélicos relevantes, transformándose en una fuente específica de consulta y referencia.

5.2.2. Voz de Alerta Institucional.

Esta es otra tarea fundamental y complementaria de los órganos con responsabilidad específica. Porque es una responsabilidad asumida ante la sociedad, de mantenerla informada sobre problemas que atentan contra la seguridad del Estado (subversión, guerrillas, narcoterrorismo, etc.).

³² MINISTERIO DE DEFENSA, “Bases para la discusión de la doctrina de Seguridad y Defensa del Estado Plurinacional de Bolivia”. 2010.

5.2.3. Medios empleados.

Los elementos básicos empleados por la Armada Boliviana deben ser las distintas publicaciones militares, revistas, boletines, periódicos, gacetas, etc. que se editan esporádicamente en la respectiva Dirección de Relaciones Públicas a lo largo de una gestión.³³

5.3. Como red de integración territorial.

Este posiblemente, deberá ser el objetivo fundamental de los medios de comunicación social de la Armada Boliviana, pero la reducida cantidad con que se cuenta, impide desarrollar actividades o programas que tengan como objetivo integrar territorialmente a todos los rincones más alejados de la Patria.

5.3.1. Puente integrador.

La tarea de los medios comunicacionales debe favorecer la composición del relacionamiento estrecho y continuo con la sociedad y otros ámbitos internacionales.

Con la conformación adecuada y orientada a la política de "puertas abiertas" se conserva la indispensable aproximación con la sociedad y todos los estamentos constitutivos exponiendo a la Institución como uno de los todos.

Esta faceta integradora es capaz de proporcionar estudios y trabajos para emplearse conjuntamente con otros organismos e instituciones públicas o privadas. Al mismo tiempo, divulga las tareas específicas de integración como son los convenios y coordinaciones de actividades, ejecutadas mancomunadamente -a título de ejemplo- con las distintas

³³ COMANDO EN JEFE, Concepto Inicial del Comandante. Año 1996, Pág. 16.

Universidades del país y otras reparticiones gubernamentales.

5.3.2. Alcance de los medios impresos (Publicaciones).

Se debe vencer la servidumbre que implica la remisión de las distintas publicaciones y procurar que estos productos salgan de la guarnición militar de la ciudad de La Paz, llegando no solo a las unidades más recónditas de la institución, sino también a aquellas poblaciones que circundan a las Grandes y Pequeñas Unidades Navales.

Esto facilitará para que la función integradora se cumpla oficialmente, constituyendo una ventaja palpable y real de los medios de comunicación impresos de la Institución Naval.

5.3.3. Organizar una Estación de Radio.

El objetivo que se persigue es de contribuir a la consolidación de una imagen positiva, que sirva a la Armada Boliviana como un medio para mostrar y socializar las importantes actividades que realiza.

En este contexto, la Radio como medio de comunicación masiva tiene la ventaja de llegar a los lugares más alejados y aún dentro del radio urbano su alcance y difusión son significativos, por lo tanto utilizar este medio de comunicación, permitirá hacer conocer a un gran sector de la opinión pública, el trabajo que va realizando la Institución Naval en el ámbito de sus específicas funciones y en el ámbito de la cooperación en situaciones de desastres naturales, tales como inundaciones, sequias, incendios forestales y otros.

Resulta imperioso referirse a la influencia que ejerce este medio de comunicación en la formación de la imagen Institucional por toda la gran trascendencia que tiene, particularmente en un país como el nuestro

con un gran universo de población rural.

Lo que persigue este proyecto, que será descrito en el siguiente capítulo, se enmarca a través del trabajo de personal capacitado que pueda por intermedio de esta radioemisora servir a la población, identificarse con sus necesidades e intereses locales y regionales, al margen del compromiso de colaboración social, educación cívica y entretenimiento que se trazará como eje de trabajo de este medio e identificar el espíritu nacional y de reivindicación marítima.

5.4. Como instrumento generador de la conciencia cívica.

Posiblemente este sea uno de los aspectos más descuidados en la actualidad debido a la indiferencia de las autoridades nacionales del campo de la educación y en este sentido la Armada debe ejecutar acciones específicas para revertir esta situación.

5.4.1. Reafirmación de la Identidad Nacional.

La evolución institucional de la Armada Boliviana, se produjo sobre el desarrollo de ideas y sentimientos éticos y morales que tienden a elevar la autoestima del individuo exaltando los verdaderos ideales cívicos y patrióticos.

Esta cultura de tradición y honra de los símbolos nacionales y de los valores más caros de nuestra sociedad, lo han conservado como el principal baluarte de la defensa y afirmación de nuestra identidad nacional e institucional.

Los Medios de Comunicación Social a través de las publicaciones militares deben asegurar constantemente la presencia de esos principios y valores, transmitiéndolos permanentemente y dejándolos

activos en la relación de convivencia ciudadana de nuestro país.

5.4.2. Importancia de las Publicaciones Militares.

Se ha evidenciado notoriamente, que en los cuarteles toda vez que llega una publicación militar de cualquier índole, causa entre los soldados una serie de comentarios favorables y la labor social que cumplen las radioemisoras en las "Guarniciones Militares donde están ubicadas, permite apoyar este objetivo ya que dentro de su programación, contienen aspectos referidos al cultivo del civismo y amor a la Patria".³⁴

Lamentablemente la reducida disponibilidad de este tipo de medios de comunicación social impide llegar a todos los confines del territorio nacional.

Otra limitante de consideración, es también la falta de recursos humanos con la orientación técnica radial necesarios para el cumplimiento de estas funciones.

5.5. Como mecanismo de protección de la cultura nacional.

No se puede negar que al margen de la globalización económica, existe una desmesurada corriente de globalización cultural, particularmente por la injerencia extranjera a través de los sistemas de televisión satelitales, que han ido provocando una paulatina pérdida de la identidad nacional y en este sentido la Armada Boliviana, debe realizar acciones específicas que protejan la riqueza cultural y las tradiciones ancestrales de nuestra raza, impidiendo la invasión cultural foránea, en aquellos alejados territorios que están comprendidos dentro de su jurisdicción.

³⁴ RADIO "BATALLÓN COLORADOS", Manual de Funciones, Año 1996, Pág. 8.

5.5.1. Aporte cultural.

Sin representar lo medular y específico, el contenido sustancial de los artículos de los medios de comunicación social deben contener aportes nutritivos para el área de la cultura general en nuestro país. Esto permitirá, la apreciación y valoración pública de nuestro nivel y alcance protector contra los plagios foráneos. Lo contrario significará como es costumbre nuestra, arar en el desierto y seguir permitiendo el plagio descarado de nuestra cultura y sus diversas manifestaciones musicales, artísticas, danzas folklóricas, costumbres, etc.

5.5.2. Conservación de las Tradiciones Locales.

Los medios de comunicación social de la Armada Boliviana deben incluir en su planificación estos aspectos porque ello permitirá aportar positivamente a la defensa de nuestras tradiciones culturales y al desarrollo de este tipo de actividades en un tiempo en el cual, los valores ancestrales pierden su importancia para dar paso a costumbres extranjeras que no tienen nada que ver con la idiosincrasia de nuestra gente.

5.5.3. Defensa de los Valores Culturales.

A pesar de ser un elemento imperativo de los medios de comunicación social, este es un aspecto que se cumple de manera muy relativa, debido particularmente a que no existen los recursos de personal, infraestructura y medios económicos que faciliten el cumplimiento óptimo de este tipo de actividades tan importantes para la protección de nuestros valores culturales y tradicionales en resguardo de heredad e identidad nacional.³⁵

³⁵ RADIO "BATALLÓN COLORADOS", Manual de Funciones, Año 1996, Pág. 9.

5.6. Como sistema de desarrollo y de defensa de la soberanía territorial.

La Institución Militar es una parte intrínseca de la sociedad boliviana y como tal representa un patrimonio que no es exclusivo de los militares, sino que es el brazo ejecutor de la defensa de la soberanía territorial y constituye la savia y los cimientos morales de la nación.³⁶

5.6.1. Responsabilidad Institucional en la Defensa.

No cabe duda de que esta responsabilidad no es la función exclusiva ni principal de la Armada Boliviana, pero recae en ella, de algún modo, una parte importante de este aspecto, por cuanto la Institución Militar, por un lado, es reconocida como la reserva moral más significativa de la sociedad y por otro, se trata de la organización que se relaciona más directamente con la seguridad y la defensa.

El rol de los medios de comunicación en este contexto debe priorizar las necesidades de la población y orientar sus objetivos hacia la satisfacción de estos, solo de esta manera se estará cumpliendo con la misión fundamental de integrar a todos los componentes de este sagrado suelo patrio.

Para delimitar adecuadamente el tema de interés, es necesario realizar un análisis previo de la relación civil-militar, porque ello permitirá determinar la verdadera trascendencia que tienen los Medios de Comunicación Social y el importante rol que juegan las publicaciones militares, tanto en la estructura misma del ámbito militar, como en la función de constituirse en el óptimo mecanismo de interrelación social, cultural y profesional entre la Institución Militar y la sociedad civil.

³⁶ DIRECCIÓN DE RR.PP., CEREMONIAL Y PROTOCOLO DE LA FNB, Manual de Funciones, Año 1996, Pág. 1.

Toda producción literaria, independientemente de la naturaleza que fuera, constituye un aporte para el desarrollo de nuestra Patria, en este sentido las distintas publicaciones que realiza la Armada Boliviana contribuyen en este campo y por esta razón no debe limitarse únicamente al ámbito naval.

En este sentido es también importante, efectuar un análisis del fenómeno comunicacional al cual se enfrentan las Fuerzas Armadas en general y la Armada Boliviana en particular, considerándolo como sujeto de información, puesto que las publicaciones militares tienen mucha importancia y juegan un papel notoriamente significativo, para la socialización de sus actividades no solamente militares, sino también de cooperación en situaciones de emergencia y desastre natural.

Esto permitirá plantear o formular la propuesta de un sistema comunicacional y de publicaciones militares, que den solución al antagonismo existente entre la sociedad civil y la militar, actuando como nexo de vinculación efectiva tanto con la sociedad civil, como dentro de la misma estructura Institucional.

5.6.2 Formación de la voluntad nacional de defensa y la relación Fuerzas Armadas - Sociedad.

Es frecuente que el término defensa se relacione con las Fuerzas Armadas con una connotación de carácter exclusivo y algo propio de la profesión militar y del ámbito castrense, como si se tratara de una función de la cual los militares son los únicos responsables.

Obviamente, en la actualidad este es un concepto equivocado por que en la época presente, el fenómeno bélico y las amenazas en general, abarcan un campo mucho más amplio y general que alcanza a toda la

sociedad y no tan solo a las Fuerzas Armadas. Por esta razón, cuando se habla de la defensa de la integridad territorial, se está refiriendo a la defensa del conjunto de la comunidad nacional y no tan solo a la protección de su espacio geográfico.

Ya que de la misma forma, por razones de funcionalidad se genera una dependencia mutua entre sociedad civil y Fuerzas Armadas. La primera indefensa, necesita la acción defensiva que sólo estas puedan darle para poder alcanzar los objetivos del Vivir Bien, entre las cuales también están la paz y el desarrollo libre de antagonismos bélicos.

Las Fuerzas Armadas a su vez precisan de la sociedad civil porque de estas obtienen su vitalidad y su razón de ser, esa interdependencia se mezcla por motivos de funcionalidad entre las Fuerzas Armadas y la sociedad civil. Después de todo, debe prevalecer la unidad social establecida por los objetivos y el destino comunes en función de la seguridad integral y sus variables Defensa y Desarrollo.³⁷

Por su naturaleza, el ser humano nace con el deber y el derecho a la defensa; por ello, en el hombre existe implícitamente una voluntad de defensa, no solamente referida a su defensa, como algo propio o personal, sino como un sentido de protección del conjunto y para lo cual no se bastaría por sí mismo.

Aristóteles dice en su obra "La Política", que el hombre es un animal político, un ser destinado a vivir en sociedad y por ello, traslada su natural deber y derecho de defensa, a la sociedad de la cual es componente. El hombre en la sociedad, recibe de los demás una serie

³⁷ MINISTERIO DE DEFENSA, "Bases para la discusión de la Doctrina de Seguridad y Defensa del Estado Plurinacional de Bolivia". 2010.

de bienes y servicios que por sí mismo, no podría proporcionarse. El derecho a que alguien lo defienda, es uno de estos bienes, y por reciprocidad está obligado a contribuir a la defensa de los demás. Aquí radica precisamente, su deber para con la sociedad, cuando se trata de temas referidos a la defensa de la integridad territorial.

De lo expuesto líneas arriba, surge un factor fundamental que influye directamente en cualquier sistema de defensa nacional y esta es la voluntad de toda la nación a defenderse y precaverse de todo aquello que pueda perturbar gravemente la sana convivencia de la sociedad nacional.

Esta voluntad, que en la práctica se expresa en nuestro país, de manera desfavorable, debe ser el campo de acción de los Medios de Comunicación de la Armada Boliviana, de forma tal que, como lo dijo el historiador Jorge Escobari Cusicanqui, se concientice a la población de que "La más eficaz defensa de una sociedad, radica en la perseverante búsqueda de una genuina voluntad nacional de defensa; ya que de nada servirán los más sofisticados medios bélicos, si la nación no está animada de una voluntad real de supervivencia".

Por tanto es fundamental concientizar a la población sobre la importancia de la seguridad como objeto colectivo, como responsabilidad compartida de todo el Estado para después promover una efectiva participación de la sociedad civil en el diseño y priorización de las estrategias de seguridad.

Los chauvinismos regionales de los distintos departamentos del país generan una sociedad dominada por egoísmos e intereses particulares y "Cuando subsisten estas tendencias, la sociedad política ha perdido la

ilusión de mantener una vida en común", afirma Jacques Maritain en su obra, " El Hombre y el Estado".

Cuando se habla entonces, sobre la **Defensa de la Soberanía Territorial**, en la cual, evidentemente, se encuentran insertas las Fuerzas Armadas, estamos ante una verdadera disposición, integración y acción coordinada de todas las fuerzas y energías materiales y morales de toda la Nación, en contra de cualquier forma de agresión; Y es aquí donde la labor de los Medios de Comunicación Social de la Armada Boliviana, deben desarrollar y concentrar la totalidad de su esfuerzo principal, buscando modificar la actitud negativa de la población.

Es cierto que esta misión será muy difícil de lograr, porque a pesar de que el análisis efectuado, evidencia de que **la defensa es una responsabilidad del todo y no de una de sus partes**, la realidad nos indica que el criterio común que prima en nuestra sociedad, es observar con indiferencia los aspectos de la defensa y solo muestren preocupación, cuando las amenazas o los peligros resultan inminentes y los afectan de manera directa, por lo menos así lo refleja nuestra historia.

De esta manera, aunque la mayor responsabilidad en este tema, recaerá en el poder político que administra el Estado; las Fuerzas Armadas en general y la Armada Boliviana en particular, deben asumir una posición definida en la difícil tarea de mover psicológicamente a la sociedad civil, para que comprenda la importancia que reviste la defensa de la Patria, que en definitiva constituye una de sus necesidades más vitales, pues una nación con doctrina y voluntad natural de defensa, le otorga las garantías necesarias para su supervivencia.

Pese a ello, el Estado Plurinacional de Bolivia diseña sus políticas de Seguridad y Defensa integral, basados en principios constitucionales, orientados a garantizar la independencia, soberanía, integridad territorial y la salvaguarda de los altos intereses del Estado, además como tarea importante, fomenta la participación activa de toda la sociedad, para el logro de los objetivos de Seguridad y Defensa.³⁸

Este vínculo de interrelación funcionará, cuando se haga partícipe al otro interlocutor respecto de lo que el uno es, tiene o necesita. En otras palabras, cuando la sociedad civil, tome conocimiento profundo de aquellos asuntos que interesan en materia de defensa.

Como principal propósito que aspira esta propuesta para estimular la discusión de la ciudadanía en general y de las Fuerzas Armadas en particular sobre los principios, valores, conceptos y estructura general de la Seguridad y Defensa del Estado, así como constituirse en la base inicial para la elaboración del *Libro Blanco de la Defensa*, bajo la premisa de que la Defensa es un deber y responsabilidad compartida por todas las bolivianas y los bolivianos, enmarcados en la nueva visión del Estado Plurinacional de Bolivia, con características dinámicas e interdependientes entre sí y que abracen un amplio espectro desde el punto de vista de la integralidad.

5.7. Las publicaciones militares en la comunicación social.

Hasta el presente la Armada Boliviana no ha estructurado un sistema de medios de comunicación social impresos que le permita llegar a los distintos públicos en forma periódica y permanente. Esta actitud de ninguna manera contribuye a proyectar la imagen de la Institución.

³⁸ MINISTERIO DE DEFENSA, “Bases para la discusión de la Doctrina de Seguridad y Defensa del Estado Plurinacional de Bolivia”. Ed. 2010.

En función de todo el estudio realizado, es necesario establecer un sistema de publicaciones militares teniendo en cuenta que éstas deben servir plenamente los propósitos que se han descrito en los puntos anteriores.

En primer lugar deben servir como un vínculo eficiente entre las distintas partes que componen la propia estructura organizativa, como asimismo, entre la institución y la comunidad civil.

Las revistas y publicaciones de la institución, constituyen uno de los principales medios a través de los cuales se refuerzan los valores y principios de la profesión militar, la cohesión y la integración dentro el ámbito militar como interinstitucional.

También constituye un valioso y eficaz medio de proyección de la imagen de una Institución Naval profesional, sustentado en su tradición histórica y en una situación presente que lo perfila como la memoria marítima de nuestra nación y un pilar fundamental de la vida institucional futura del país.

Por ello, las publicaciones militares deben desempeñar un rol importante en la proyección de la imagen de la Institución Naval y en la cohesión y comunicación de sus integrantes tanto al interior de la Armada como hacia el exterior de la misma.

En este sentido, se propone que las Publicaciones Militares realizadas por el organismo responsable de la Armada Boliviana, deben satisfacer los siguientes requerimientos:

- Constituir un nexo de interrelación entre todos los componentes de la Institución Naval.

- Proyectar una imagen institucional, fundada en sus principales valores y principios doctrinarios, tanto hacia el interior como hacia los sectores de la sociedad civil nacional, vinculados con la Institución.
- Llegar a todas las Grandes y Pequeñas Unidades Navales desplegadas en el territorio nacional y a los sectores sociales seleccionados.
- Contribuir eficientemente a la formación cultural y técnico-profesional de los integrantes de la Institución.
- Constituir un medio generador de opinión, respecto de aquellos temas que sean de interés institucional y público.
- Constituirse en el núcleo integrador de la Familia Naval en todos sus aspectos.
- Cubrir todos los ámbitos en el que la Institución Naval desarrolla sus actividades profesionales, culturales y sociales.
- Publicar opiniones sobre temas de carácter coyuntural en los que se vean involucrados los intereses de la Institución y de la Nación.

El amplio espectro comunicacional que deben cubrir las publicaciones militares, demuestra la importante labor que estas cumplen en el campo de la proyección de la imagen institucional y en el proceso de interrelación con la sociedad civil.

El campo de la comunicación social adquiere una trascendental importancia en la labor de hacer efectiva una adecuada relación civil-militar por que permitirá tratar los asuntos que, siendo de incumbencia mutua, no tienen la

adecuada equivalencia de conocimientos y perspectivas que en definitiva son de interés común.

La tarea de transmitir el mensaje de la Institución hacia la sociedad civil y el espacio público, debe realizarse de manera directa con esfuerzos propios, a través de publicaciones concretas, periódicas, regulares, o indirectamente por medio de un continuo y cercano trabajo con los Órganos de Comunicación Social privados (prensa principalmente), buscando establecer con estos una excelente situación de relación y cooperación recíproca.

5.8. Percepción social que justifica la propuesta de un Sistema de Comunicación Social en la Armada.

La propuesta de organizar un Sistema de Comunicación Social con políticas agresivas en el campo comunicacional es una tarea prioritaria de la cual la Armada Boliviana no puede eximirse porque la importancia del manejo del poder de la información, constituye en la época actual un mecanismo que no solo permite vincularse con la sociedad sino que también facilita la apertura de la Institución hacia los distintos sectores de la población nacional.

La coyuntura presente, le obliga a la Armada Boliviana a extremar todos los esfuerzos para generar corrientes de opinión en la sociedad civil, para la formación de una conciencia de defensa nacional de forma tal que desde el lugar en el que cada habitante se encuentre, se sienta parte constituyente y comprometido con la custodia y preservación de la heredad nacional y de todos aquellos aspectos que pongan en riesgo la seguridad interna y externa de nuestra Patria.

Es tiempo de que la Armada se integre a la sociedad y que su personal, deje definitivamente el estereotipo de que la carrera militar es un círculo cerrado fuera del cual el profesional militar no sabe o no puede

desenvolverse. Por ello es importante que a través del empleo óptimo de medios comunicacionales y de una adecuada estructura organizativa, proyecte su influencia e inculque en la sociedad de que la Institución Naval es importante no solo en tiempo de guerra, sino que su labor puede ser mucho más importante en tiempo de paz.

Por esta razón, es trascendental alcanzar la excelencia en las relaciones civiles y militares enmarcada en la propia calidad de democracia existente, a través de iniciativas que contribuyan a lograr un mayor acercamiento y tratar el problema de la defensa, la seguridad y el desarrollo en su sentido más amplio en un contexto de relacionamiento horizontal, ya que ningún esquema o diseño defensivo moderno sería coherente en medio del aislamiento de las Fuerzas Armadas respecto a la sociedad que la sustenta.

Esta es la ardua tarea que les depara en el futuro, a los Medios de Comunicación Social de la Armada Boliviana.

CAPÍTULO 6

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

PROPUESTA DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA ARMADA



La propuesta de lo que vendría a constituir un sistema organizacional de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas, permitirá adoptar una estructura comunicacional que le facilite a la Armada Boliviana reestructurar su actual organización para alcanzar una plena interrelación con la sociedad civil rompiendo definitivamente el encierro de la institución para ser permanentes partícipes de las actividades que atañen directamente a la sociedad inculcando valores cívicos y el irrenunciable Derecho a la Reivindicación Marítima.

CAPITULO 6

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

PROPUESTA DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA ARMADA BOLIVIANA

En este capítulo final, se plantea la estructura organizacional del Sistema de Comunicación Social de la Armada Boliviana, en la Dirección General de Comunicación Social y Relaciones Públicas que le permita encaminar mejor sus funciones para transmitir la imagen institucional a la sociedad con una plena visión de *“Liderar la Reintegración Marítima con cualidad Bioceánica”* que consiste en la comprometida misión de fortalecer y emplear el poder naval, para administrar y proteger los intereses marítimos, fluviales, lacustres y de la marina mercante, a fin de contribuir en la Seguridad, Defensa y el Desarrollo integral del Estado.

Todo ello permite que se materialice la finalidad del poder naval para la difusión de sus actividades, entre ellas, la adecuada y oportuna protección a los recursos del Estado desde los espejos de agua nacionales y contribuir eficazmente al desarrollo integral, con amplia concepción estratégica naval donde los ríos y sus zonas de influencia son objeto y sujeto de la acción del Estado como patrimonio social.

6.1. Aspectos introductorios.

El acelerado desarrollo tecnológico en el campo de la comunicación, ha permitido que los Medios de Comunicación Social, particularmente los de comunicación masiva como ser la prensa escrita, radial, televisiva, el internet y las redes sociales, constituyan hoy en día un emergente factor de poder comunicacional, dentro de la sociedad boliviana.

Su influencia en la opinión pública, ha incidido para la materialización exitosa de acciones fiscalizadoras de los actos irregulares cometidos por los distintos niveles del poder nacional, demostrando con ello que la prensa se constituye en un factor determinante, con una amplia capacidad de información, que genera posibilidades de poner a favor o en contra a la opinión pública.

En este sentido, la Armada Boliviana, como integrante de las Fuerzas Armadas, requiere una mayor y fluida interrelación con los medios de comunicación social, para que, problemas institucionales internos o de carácter personal de alguno de sus miembros, sean tratados con la ecuanimidad adecuada en la difusión de la información, porque podrían ocasionar la pérdida de la imagen institucional en el ámbito de la sociedad civil.

En la época presente, el tratamiento de este tipo de situaciones difícilmente puede ser manejada por la Dirección de Relaciones Públicas, Ceremonial y Protocolo de la Institución, porque esta repartición cuenta con una estructura orgánica carente de recursos humanos como de medios, que le limita desarrollar y trabajar apropiada y profesionalmente en el ámbito de la comunicación social.

Por esta razón, para la Armada Boliviana, es imprescindible contar con una adecuada estructura organizativa de sus Medios de Comunicación Social, así como de sus reparticiones de Relaciones Públicas a efectos de optimizar estas funciones, buscando lograr la mayor eficiencia dentro de este importante campo.

6.2. Sistema de Comunicación Social de la Armada Boliviana.

La situación democrática y de libertades constitucionales que vive el país, le ha permitido a los medios de comunicación social, un manejo irrestricto de la

opinión pública, incidiendo positiva o negativamente en el accionar de los Poderes del Estado, demostrándose que en el tiempo presente, la prensa se constituye en un importante **factor de poder** con una amplia capacidad de administración, difusión y manejo de la información oral, escrita y televisiva.

Por tal razón, la Armada Boliviana, ha visto la necesidad de establecer una mayor y fluida interrelación con los medios de comunicación social y a través de estas con la sociedad civil, en razón de que un trabajo integrado, armonioso y en un ambiente de amplia cordialidad institucional y respeto mutuo, se podrían generar actitudes de afecto y simpatía hacia la Institución Militar por parte de la sociedad civil.

En la Institución Naval, el tratamiento de la información institucional a través de la Dirección de Relaciones Públicas, Ceremonial y Protocolo, no brindó los resultados esperados, evidenciando la falta de una adecuada instrumentación comunicacional en su estructura orgánica, que le permita desplegar una óptima interrelación con la prensa escrita, radial y televisiva, así como la adecuada difusión de las actividades navales que se realizan.

Esto ha motivado a que, en el presente capítulo, se plantee la propuesta de un sistema de fortalecimiento de la estructura comunicacional de la Armada Boliviana, que dinamice el proceso de interrelación existente entre los medios de comunicación social y la Institución Naval, a objeto de determinar los mecanismos más convenientes y adecuados para establecer una fluida y mayor interacción entre la Armada, los medios de comunicación social y la opinión pública.

El proyecto propone la organización de esta estructura comunicacional desde cuatro pilares fundamentales:

- **La Comunicación Social.**

Porque se considera que con los elementos constitutivos de los medios de comunicación social masivos, se abarca todo el espectro comunicacional.

- **Las Relaciones Públicas.**

Porque se enfatiza la importancia de las relaciones humanas dentro de la organización y la relación interinstitucional externa, en el ámbito de las Relaciones Públicas.

- **La Información.**

Porque se optimiza el manejo y tratamiento veraz de la información en el área de la comunicación masiva, orientadas a promover la imagen institucional.

- **El aspecto Psicosocial.**

Porque se considera que revitaliza el concepto de la valoración institucional y de la autoestima del personal, en el campo psicosocial.

6.2.1. Estructura del Sistema de Comunicación Social de la Armada.

La estructura de la nueva repartición comunicacional propuesta, le permite a la Armada Boliviana obtener una imagen institucional que fortalece su integración con la sociedad civil y promueve la seguridad, defensa y desarrollo nacional.

Esta estructura comunicacional, que responde a normas reglamentarias y a la doctrina de organización militar, está conformada por dos partes fundamentales: La Dirección General de Comunicación Social y Relaciones Públicas y la Estación de Radio. Su organigrama es el siguiente:



Fig. 1. Sistema de Comunicación Social de la Armada Boliviana.

Este proyecto comprende partes y elementos compatibles e interrelacionados entre sí, orientados específicamente al desarrollo y mejoramiento de los medios de comunicación social de la Armada Boliviana y que son los que a continuación se detallan:

6.2.2. Política y Estrategia de Comunicación Social.

El connotado periodista Luís Ramiro Beltrán establece en su artículo *La Comunicación para la Salud del Pueblo*, que “en toda planificación tres son los instrumentos primordiales: la política, la estrategia y el plan. En la base de la planificación está la política. Ésta sustenta a la estrategia. Y la estrategia conduce a la acción por medio del plan. Las políticas, las estrategias y los planes son herramientas para trazar comportamientos conducentes al logro de determinados propósitos. De ahí su natural relación con la comunicación”.

En la misma publicación, asegura que “la política es un conjunto de principios, normas y aspiraciones; la estrategia es un conjunto de previsiones sobre fines y procedimientos y el plan es un conjunto de prescripciones para administrar operaciones”.

Luís Ramiro Beltrán afirma también que “la Política de Comunicación es un conjunto de principios, normas y aspiraciones que buscan regir intervenciones de comunicación en apoyo instrumental a políticas de salud”. Indica además que la “Estrategia de Comunicación es un conjunto de prescripciones direccionales y procedimentales para enviar a la población mensajes que apuntalen los fines de las estrategias de salud” y que “el Plan de Comunicación, es un conjunto de previsiones operativas detalladas para producir y distribuir entre la población mensajes que divulguen conocimientos, propicien actitudes y propongan prácticas convenientes para el cuidado de la salud pública”.

Se puede aseverar entonces, que la política es doctrinaria y establece objetivos generales, la estrategia es metodológica y plantea objetivos específicos, el plan es ejecutivo y enumera metas concretas.

Partiendo de estos conceptos y en el entendido de que la política para ser efectiva debe ser explícita, integral y estable, en el ámbito de la Armada Boliviana se ha determinado la siguiente política y estrategia:

➤ **Política de comunicación social.**

- Priorizar la integración institucional con la sociedad civil.
- Promover el empleo de medios de comunicación social.

➤ **Estrategia de Comunicación Social.**

Consecuente con la política institucional, la Estrategia de

Comunicación Social definida, plantea una estructura orgánica de la Armada Boliviana, que facilita el cumplimiento de su función en el ámbito de la seguridad, defensa y desarrollo nacional, derivado de la misión institucional establecida en el Art. 244 de la Constitución Política del Estado.

Esta estrategia establece un sistema de comunicación social que puntualiza concretamente el accionar de la Armada Boliviana en el campo de la integración y la interrelación Estado - Sociedad Civil, basada en el Art. 265 de la Constitución Política del Estado y desarrollado a través de la estrategia comunicacional que está cimentada en las siguientes líneas estratégicas directrices:

- Resguardar y proyectar la imagen institucional.
- Constituir el puente de integración territorial.
- Ser instrumento generador de la conciencia cívica.
- Defender las tradiciones y valores culturales.
- Representar el elemento integrador de reafirmación de la identidad nacional.
- Constituir el mecanismo de protección de la cultura nacional.
- Difundir el objetivo nacional de reivindicación marítima.
- Ser promotor del desarrollo, la seguridad y defensa del territorio.

Para el desarrollo óptimo y la ejecución exitosa que permita alcanzar los objetivos institucionales, esta Estrategia Comunicacional está configurada en los siguientes niveles:

- **El Nivel Estratégico Institucional.** Responsable de establecer la política comunicacional de la Armada.
- **El Nivel Estratégico Operacional.** Responsable de delinear la estrategia comunicacional y de planificar y definir el accionar del Sistema de Comunicación Social de la Institución.
- **El Nivel Operativo.** Responsable de desarrollar y ejecutar los planes y tareas elaborados en el nivel superior, para alcanzar los objetivos comunicacionales, tanto en el ámbito interno como externo.

6.2.3. El Perfil Comunicacional.

Contiene los requisitos comunicacionales que debe abarcar un Sistema de comunicación Social y Relaciones Públicas.

Esto permitirá que la política y estrategia comunicacional seleccionada y que ha sido detallada en el punto precedente (6.2.2.) se ajuste a los objetivos previamente planteados y que todo el accionar del organismo de comunicación social esté orientado al cumplimiento de tareas y actividades que redunden en beneficio de la Institución.

6.2.4. El Modelo Bidireccional de Comunicación Interpersonal.

Establece el modelo de comunicación interpersonal más conveniente para una organización de comunicación social.

No se puede lograr los objetivos planteados sin la activa interrelación con la sociedad civil, por ello es necesario seleccionar un modelo de comunicación que rompa definitivamente el encierro de la Institución y nos permita ser permanentes partícipes de las actividades que atañen directamente a la sociedad inculcando valores cívicos y el irrenunciable Derecho a la Reivindicación marítima.

6.3. Estructura Organizacional de la Dirección General de Comunicación Social y Relaciones Públicas.

Plantea la óptima organización de la estructura comunicacional de la Armada Boliviana que le facilitará la solución de los problemas que se presenten en la interrelación con los medios de comunicación social y través de estas con la sociedad civil, por lo que la estructura orgánica que se propone, está en función a la responsabilidad del cargo, del grado y jerarquía militar del personal de la institución, que tenga conocimientos básicos en comunicación social.

La Dirección General de Comunicación Social y Relaciones Públicas, es la entidad responsable de la ejecución de la estrategia y planes institucionales en el ámbito de la comunicación social y está compuesta por cinco divisiones:

- División Comunicación Social.
- División Relaciones Públicas y Protocolo.
- División Información y Prensa.
- División Psicosocial.
- División Archivo.

Para el cumplimiento de las importantes tareas que tiene esta dirección, está estructuralmente organizada de la siguiente forma:

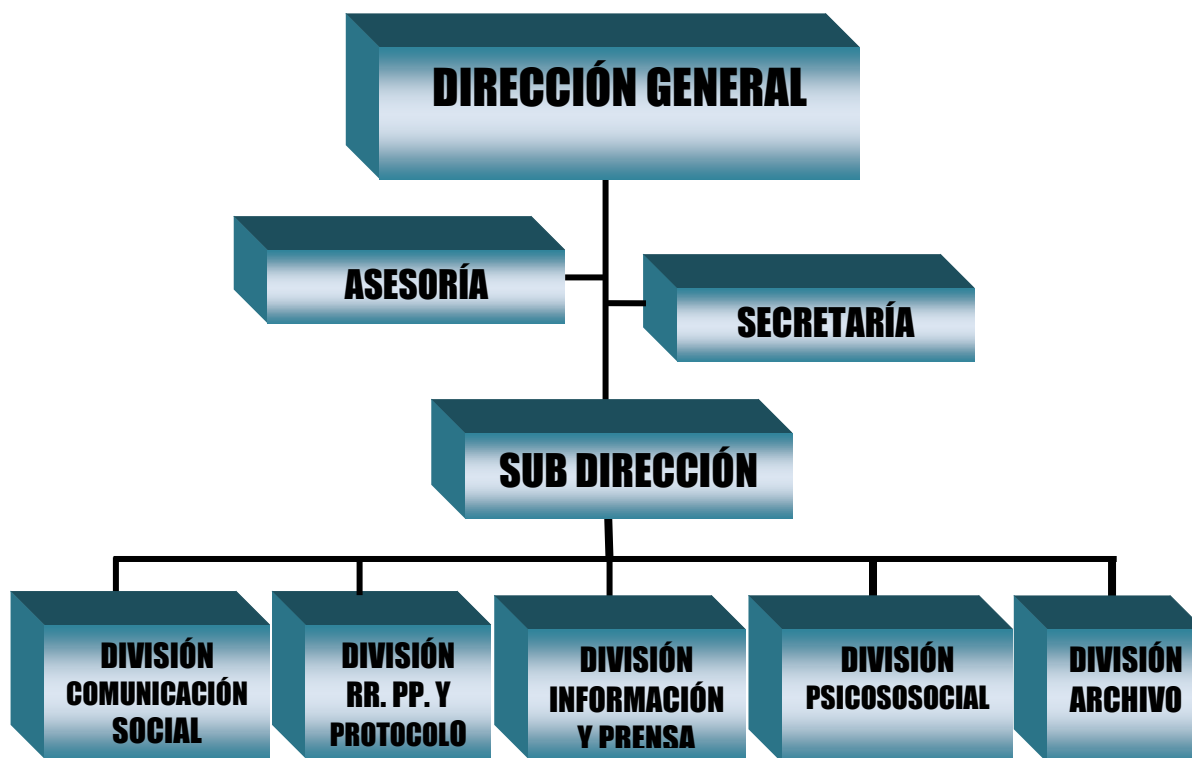


Fig. 2. Organigrama de la Dirección General de Comunicación Social y RR. PP.

La misión y tareas de cada una de estas divisiones, es la de coadyuvar en el logro de los objetivos institucionales propuestos en el campo de la comunicación social, teniendo cada una de ellas responsabilidades específicas que están establecidas claramente en el manual de funciones de la Dirección General de Comunicación Social y Relaciones Públicas y en la Directiva que define la política institucional en el ámbito de la misión que le impone y que está establecida en la Constitución Política del Estado.

Los elementos generales y específicos de estas funciones se describen en los puntos posteriores que se detallan a continuación.

6.3.1. División Comunicación Social.

Se constituye en la parte medular más importante de la Dirección General de Comunicación Social y Relaciones Públicas, porque a su influjo se desarrollarán todas las actividades en el ámbito de la comunicación social.

Esta importante unidad comunicacional tiene la siguiente estructura:

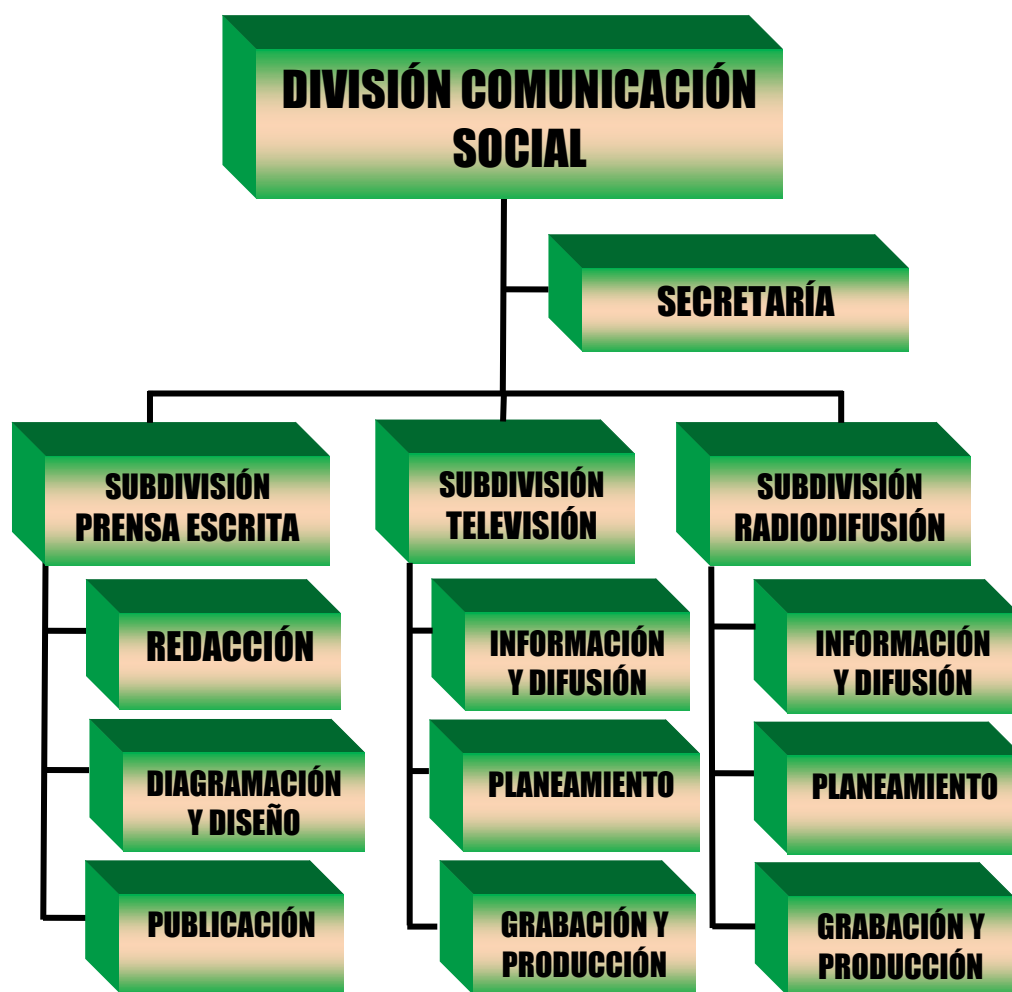


Fig. 3. Organigrama de la División Comunicación Social.

Sus tareas estarán normadas por un manual de funciones que se regirá estrictamente con la política y estrategia comunicacional de la Institución y por la doctrina militar vigente de las Fuerzas Armadas.

Las funciones comunicacionales más importantes son las siguientes:

- Consolidar la imagen y el prestigio de la Armada Boliviana.
- Informar al personal de la Institución y a la población de todas las actividades desarrolladas por la Armada Boliviana.
- Difundir las actividades realizadas por la institución, en programas de acción cívica y de apoyo a desastres naturales.
- Incrementar la interrelación con instituciones similares civiles y militares.
- Destacar la participación de la Institución en actos cívicos, ceremonias, congresos y reuniones de carácter nacional e internacional.
- Incentivar la conciencia marítima del personal y de la población civil.
- Publicar periódicamente revistas, gacetas, boletines, trípticos, etc.
- Planificar la ejecución de las actividades comunicacionales programadas.

La organización de esta división es flexible porque deberá adecuarse al avance y desarrollo tecnológico de los medios de comunicación social.

6.3.2. División Relaciones Públicas y Protocolo.

Tiene la enorme responsabilidad de constituirse en una unidad de apoyo Institucional de primer nivel, porque tiene la función de influir en la opinión pública, a través de una excelente relación con la población y otras instituciones, expuesta con honestidad y cimentada en la comunicación recíproca, que le permita a la Armada un intercambio de información.

La organización de esta división está estructurada de la siguiente manera:

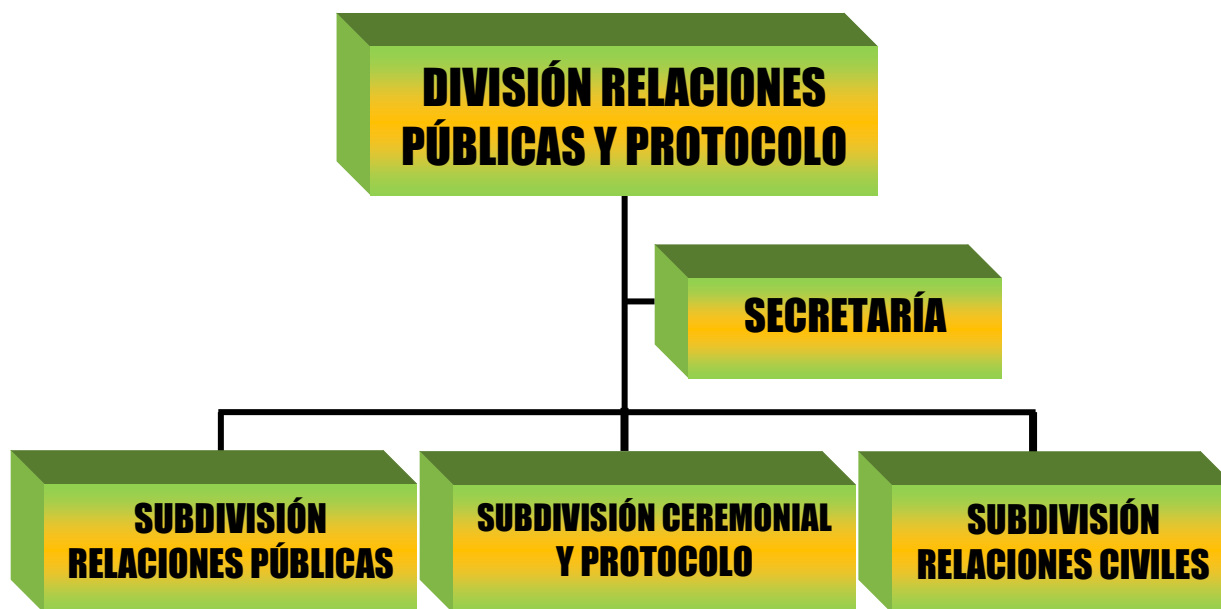


Fig. 4. Organigrama de la División Relaciones Públicas y Protocolo.

Las funciones más importantes de esta repartición son las que a continuación se detallan:

- Incrementar y enriquecer las relaciones públicas con la sociedad y las diferentes instituciones nacionales y extranjeras.

- Constituir un factor indispensable para la buena relación entre el personal y las autoridades administrativas de la institución.
- Incrementar el prestigio institucional en la sociedad.
- Integrar a la Armada Boliviana con la sociedad, con una institución privada, pública o estatal.
- Incrementar la interrelación y el esfuerzo del personal militar, hacia el logro de los objetivos institucionales.

6.3.3. División Información y Prensa.

Tiene la responsabilidad de transmitir la información veraz y oportuna a todos los públicos internos y externos y constituir una activa unidad que empleará la Armada, para difundir la actividad que le interesa hacer conocer.

La información a ser difundida debe responder a la política comunicacional de la Institución y su contenido debe ajustarse a redactar textualmente los temas que se pretenden anunciar.

Sus funciones más importantes son las siguientes:

- Proporcionar al mando la utilidad y beneficio de unas comunicaciones rápidas, oportunas y adecuadas.
- Desarrollar la difusión de la información empleando todos los medios de comunicación social posibles.
- Demostrar la garantía y veracidad de la información difundida a través de la prensa oral, escrita y televisiva.

- Publicitar la responsabilidad Institucional en la ejecución de actividades militares, de acción cívica o de otra índole.
- Informar que la Armada se debe a los diversos públicos que se interesan por sus realizaciones profesionales, sociales y benéficas.

La estructura orgánica de esta división es la siguiente:



Fig. 5. Organigrama de la División Información y Prensa.

6.3.4. División Psicosocial.

La importancia de la función de esta unidad, radica fundamentalmente en que a través de la actividad comunicacional, promueve el incremento de la moral de todo el personal militar, porque la Armada Boliviana al ser una institución militar preparada para situaciones de guerra, requiere de manera permanente, mantener la unidad de mando,

el respeto a la disciplina, y el convencimiento del deber cumplido para hacer frente a este tipo de conflictos.

Por esta razón, es imperioso que el personal militar esté convencido de adecuar su conducta a las normas y principios claramente establecidos en la doctrina militar, reglamentos, manuales y otros documentos que regulan su desempeño profesional, revitalizando la concepción de valoración institucional e incrementando los conceptos de autoestima profesional.

Esta división está estructurada de la siguiente forma:

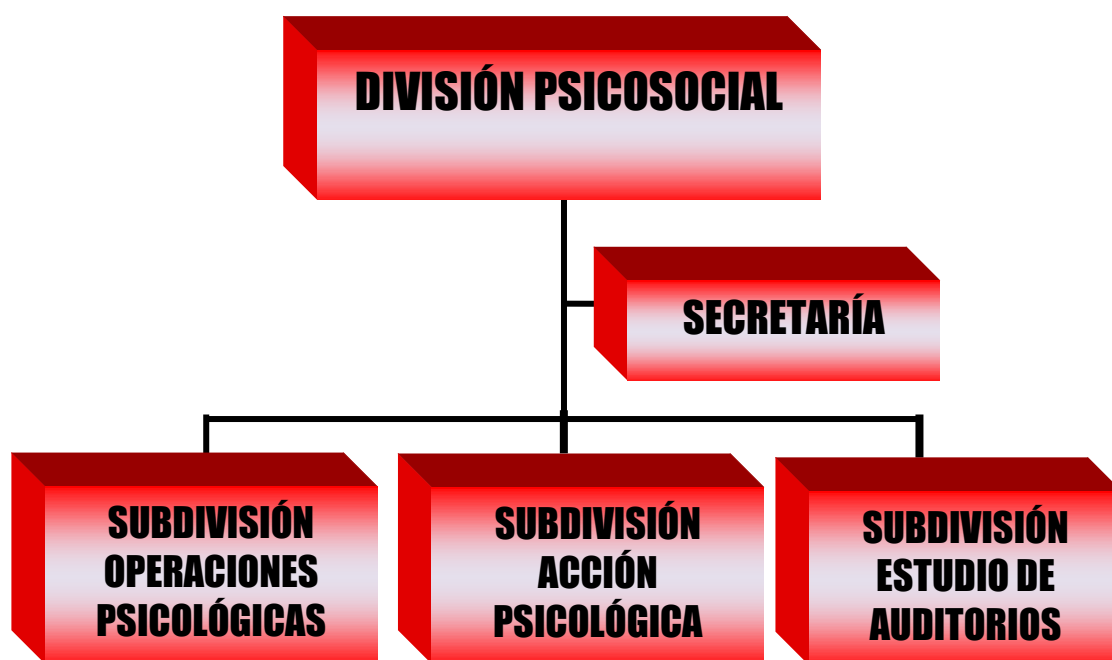


Fig. 6. Organigrama de la División Psicosocial.

Las funciones más importantes de esta repartición son las siguientes:

- Revitalizar el concepto de respeto y valoración institucional.

- Incrementar la autoestima profesional del personal militar.
- Contribuir al incremento de la disciplina y respeto a la jerarquía militar.
- Concientizar al personal de que sus actos deben regirse a las normas establecidas en la Constitución Política del Estado.
- Determinar modelos de comportamiento individual, acorde a las buenas costumbres y responsabilidad profesional.
- Persuadir para que el personal adopte conocimientos, actitudes y prácticas propicias para el logro de del éxito profesional.
- Revisar periódicamente la estrategia comunicacional en función de las necesidades de información del público interno y externo.

6.3.5. División Archivo.

Esta división constituye la memoria institucional y está organizada abarcando la integridad de los elementos utilizados por los medios de comunicación social para manejar dispositivos de archivo de información.

Debe ser actualizada y modernizada de acuerdo a los requerimientos del avance y desarrollo de los medios de comunicación y responder a un trabajo técnico en el ámbito de la archivística.

Entre sus objetivos más importantes se tiene a los siguientes:

- Realizar el registro, procesamiento y archivo oportuno de la información.

- Mantener en condiciones adecuadas de mantenimiento y conservación toda la información escrita, radial y televisiva.
- Evitar el manipuleo irresponsable e indiscriminado de la información.
- Clasificar la información en función a su importancia y grado de seguridad.
- Mantener actualizado el inventario y banco de datos de la información.
- Archivar cronológicamente todas las publicaciones escritas, radiales y televisivas realizadas por las distintas reparticiones de la Armada Boliviana y por la Dirección General de Comunicación Social y Relaciones Públicas.

Esta división está organizada de la siguiente manera:

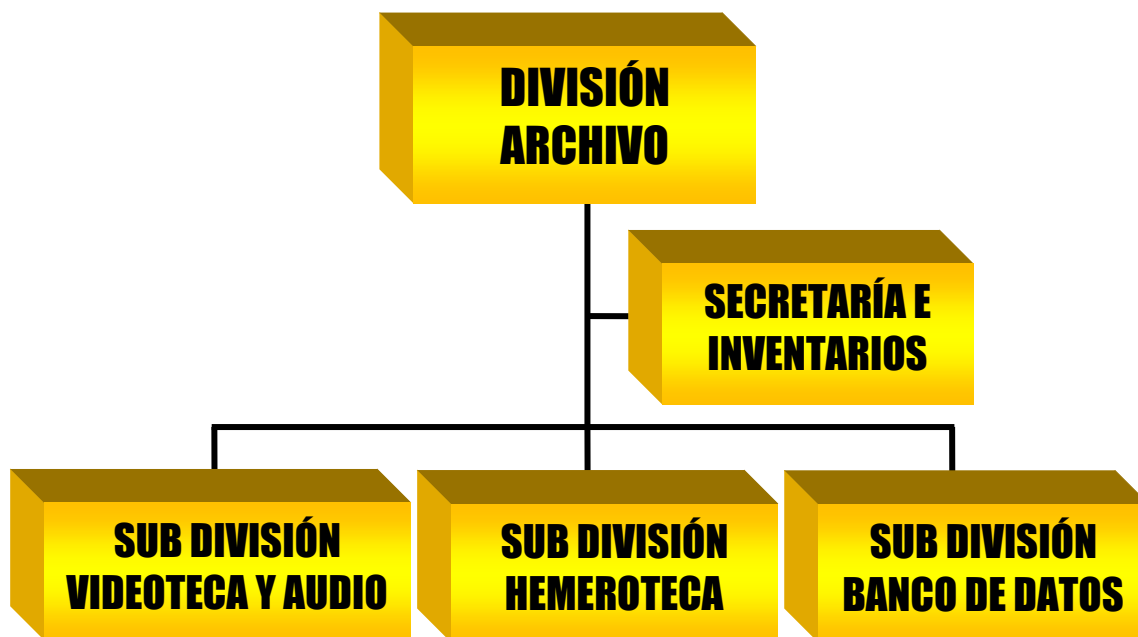


Fig. 7. Organigrama de la División Archivo.

6.4. Estación de Radiodifusión Naval.

El trabajo de campo y la consideración de variables tales como el costo operacional, la implementación de medios e infraestructura, ha demostrado que la radio es el medio de comunicación social más óptimo para la Armada Boliviana, por el gran alcance y cobertura que tiene, debido a que su señal tiene que llegar al público interno, destinado en la unidades navales desplegadas en las zonas fronterizas a lo largo y ancho del país y al público externo, constituido por las poblaciones aledañas a la jurisdicción de las regiones y unidades militares.

La enorme influencia que tiene este medio de comunicación radial en una nación como la nuestra, cuyo universo poblacional se asienta con gran densidad en las áreas rurales, la convierte en el medio propicio para llegar a todas las latitudes y generar la formación de una imagen Institucional que la consolide en la opinión pública urbana y rural.

El objetivo de esta estación de radiodifusión, es que con personal capacitado se pueda servir a la población, identificarse con sus necesidades e intereses comunales, locales, regionales y comprometer la colaboración institucional en el campo social, cultural, educativo y de entretenimiento, tratando de formar el espíritu nacional que impida la intromisión de culturas extranjeras.

Como parte integral de la propuesta de Estructuración del Sistema de Comunicación Social de la Armada, se plantea la siguiente red de radiodifusión institucional:

6.4.1. Red de Radiodifusión Naval.

La radiodifusión, se constituye en uno de los medios de comunicación más accesible a casi todos los estratos sociales de la población, debido a los bajos costos económicos para su adquisición y porque

sus características de alcance le permiten abarcar las áreas más alejadas del territorio nacional donde no llegan otros medios como la televisión o la prensa escrita. En nuestro país, es el medio de comunicación social más utilizado y más adecuado para la emisión de mensajes de distinto contenido.

La aceptación del auditorio radica también en el hecho de que los medios radiales tienen programación variada que se adecúa a diversos tipos de público, en diferentes idiomas, a bajo costo y con la facilidad de ingresar a cualquier hogar, con programas transmitidos en el idioma nativo de la zona o área geográfica.

La estructura básica de esta unidad comunicacional es la siguiente:



Fig. 8. Organigrama de la Estación de Radiodifusión Naval.

En este contexto, la comunicación radial constituye uno de los medios de comunicación social que permite llegar a la población de manera directa y con mayor facilidad que otros medios, sin ocasionar gastos onerosos, por lo que las Fuerzas Armadas en general y la Armada Boliviana en particular, deben incidir con mayor énfasis para la proyección de su imagen e influencia institucional.

6.4.1.1. Finalidad.

Implementar una **Red de Radiodifusión Naval** en la jurisdicción de la Armada Boliviana, para la difusión de programas educacionales, cívicos y culturales que permitan incrementar el prestigio Institucional, concientizar a la población sobre temas de Seguridad, Defensa y Desarrollo Nacional y exaltar los valores cívicos, patrióticos, morales y espirituales de la población.

6.4.1.2. Visión.

La **Red de Radiodifusión Naval**, deberá constituirse en el medio de comunicación social más importante en la jurisdicción de la Armada Boliviana, para que a través de la difusión de programas de carácter naval militar, históricos, cívicos, educativos, culturales y campañas de concientización de la población civil, se logre la preservación y fortalecimiento de la imagen institucional, contribuyendo de esta manera a incrementar la confianza y la credibilidad de la Institución Naval y de las Fuerzas Armadas en su conjunto.

6.4.1.3. Misión.

Promover la participación activa de la Armada Boliviana en el campo de la Comunicación Social, **a fin** de mantener

vigencia en el acontecer nacional y lograr la integración y cohesión de las regiones aledañas a las Grandes Unidades Navales e incrementar los valores cívicos y patrióticos de sus pobladores.

6.4.1.4. Objetivos.

La Red de Radiodifusión Naval tendrá los siguientes objetivos comunicacionales:

- Elevar el prestigio de la Armada Boliviana y constituir el instrumento generador de la conciencia cívica, el mecanismo de protección de la cultura nacional y el principal difusor de la imagen y la actividad naval, en beneficio del desarrollo integral del país.
- Incentivar la conciencia marítima del personal de la Armada Boliviana en particular y de la población boliviana en general.
- Contribuir en la defensa de los recursos naturales, los valores culturales y el patrimonio nacional, en las regiones fronterizas.
- Promover el acercamiento entre la población civil y la Armada Boliviana, a través de programas educativos, informativos, sociales y de entretenimiento.
- Apoyar la difusión de campañas de prevención de desastres naturales y cuidado y conservación del medio ambiente.

- Difundir las actividades que desarrollan las Fuerzas Armadas y en particular la Armada Boliviana, en beneficio del desarrollo integral del país.
- Lograr el incremento de la imagen, el prestigio, la confianza y la credibilidad de la opinión pública nacional en la Armada Boliviana y en las Fuerzas Armadas.
- Contribuir en el incremento de los valores éticos, morales, educacionales, y cívicos, en el personal de cuadros y marineros de la Armada Boliviana.

6.4.1.5. Ámbitos de Ejecución.

En función de los objetivos planteados y debido a que la zona de responsabilidad de las Grandes Unidades Navales, abarca regiones fronterizas alejadas en las que la transculturización y la penetración pacífica foránea son permanentes, se ha establecido que los ámbitos de ejecución más propicios para el desarrollo de la **Red de Radiodifusión Naval**, se encuentran en la jurisdicción de las siguientes Grandes Unidades:

- 3er. Distrito Naval "MADERA".
- 4to. Distrito Naval "TITICACA".
- 5to. Distrito Naval "SANTA CRUZ".
- 6to. Distrito Naval "PANDO".

Esta selección de ámbitos no es limitante y la misma puede extenderse a las demás Unidades Navales, en función de los planes comunicacionales existentes y los medios humanos, materiales y equipos disponibles.

6.4.1.6. Fases de Implementación de la Red.

1ra. Fase: Radio “La Voz Lacustre”.

Esta Fase se desarrollará en el **Cuarto Distrito Naval “Titicaca”**, debido a que la cercanía a la sede de gobierno permitirá la adquisición de los equipos de radiodifusión que se requieren para iniciar sus emisiones en el corto plazo, a costos relativamente bajos.

Los requerimientos de personal de Comunicadores Sociales y técnicos así como los materiales y accesorios necesarios, inicialmente serán provistos por el Escalón Superior y el Comando de la Gran Unidad, posteriormente se aplicará el concepto de autosostenimiento de gestión, con los recursos que podría generar por la venta de servicios de radiodifusión en los distintos campos de la publicidad comercial y otro tipo de actividades.

La 1ra. Fase constituirá una etapa de prueba y se sujetará a un **Programa Piloto** que se elaborará en función de las características culturales y las necesidades del auditorio de la región del altiplano, en el ámbito de la radiodifusión social y popular.

2da. Fase: Radio “La Voz del Mamoré”.

La implementación de esta Fase estará en función de los resultados comunicacionales obtenidos en la 1ra. Fase y dependerá de las disposiciones del Escalón Superior y de los medios técnicos y materiales disponibles.

3ra. Fase: Radio “La Voz del Pantanal”.

La implementación de esta Fase estará en función de los resultados comunicacionales obtenidos en la 1ra. Fase y dependerá de las disposiciones del Escalón Superior y de los medios técnicos y materiales disponibles.

4ta. Fase: Radio “La Voz del Acre”.

La implementación de esta Fase estará en función de los resultados comunicacionales obtenidos en la 1ra. Fase y dependerá de las disposiciones del Escalón Superior y de los medios técnicos y materiales disponibles.

6.4.1.7. Organización.

Para un eficiente funcionamiento y la consecución de los objetivos establecidos, la estructura de cada una de las fases de la **Red de Radiodifusión** estará organizada en las siguientes Áreas:

- Dirección de Radio.
- Jefe de Producción.
- Jefe de Programación.
- Área Informativa.
- Área Locución.
- Área Técnica.

6.4.1.8. Desarrollo de Actividades.

Las actividades que desarrollarán cada una de las estaciones de radio de la Red de Radiodifusión Naval se regirán bajo una programación que buscará fundamentalmente enfatizar los aspectos que a continuación se detallan:

- Cumplir con las funciones de informar, entretener y educar, difundiendo programas con temas cívico – patrióticos, culturales y otros.
- Emitir programas informativos del acontecer nacional, en los que se destaque la veracidad e imparcialidad.
- Difundir a través del medio radial programas que resalten las distintas actividades que se desarrollan en la Institución Naval.
- Elaborar programas que fortalezcan la conciencia marítima y mantengan latente el anhelo imperecedero de retornar a las costas del Pacífico.
- Obtener información de las Expresiones de Poder y de los ámbitos de interés Institucional y local, para ser difundidos a la opinión pública de la jurisdicción.
- Establecer un nexo comunicacional entre el personal de armas, el Marinero, el Premilitar y sus familiares.
- Promover el desarrollo de campañas tales como “Centinelas de la Salud”, Defensa Civil, Ecología, pago de bonos y otros en favor de la sociedad.
- Implementar un archivo sistemático y ordenado (audioteca) para un registro metódico de los programas informativos, musical y otros.

6.4.1.9. Características de Funcionamiento.

Para el óptimo desarrollo de la Red, es imprescindible que este tenga una adecuada fisonomía en su programación, acorde con los avances de la época, a objeto de mejorar la calidad que requiere una emisora moderna para ser atractiva a la audiencia, por lo que las características de cada una de las estaciones de radio se regirán bajo los siguientes criterios de funcionamiento:

Audiencia.

El público al que se debe llegar estará conformado por el público interno compuesto por personal militar y público externo constituido por la población que habita en la jurisdicción de las GG.UU.

Eficacia de transmisión.

El sistema deberá tener un alto grado de eficacia de transmisión y recepción y determinar en qué medida pueden influir las condiciones meteorológicas y del terreno, para optimizar el alcance y llegar a los aparatos receptores de los pobladores de la Zona de Responsabilidad.

Alcance de la señal.

El alcance de la estación de radiodifusión, estará de acuerdo a las características técnicas del equipo con el que actualmente se dispone, debiendo ser un objetivo permanente el de modernizarse para estar al nivel de las radioemisoras privadas.

6.4.1.10. Modalidad de funcionamiento.

El desarrollo del trabajo de las estaciones de radio de la Red de Radiodifusión Naval, se realizará en función de la situación imperante bajo dos modalidades:

Situación Normal.

Escenario de relativa tranquilidad en las distintas zonas de responsabilidad o jurisdicción militar, y en la que **no** existen posibilidades de que la situación alcance niveles de desastre natural, convulsión social u otros.

Bajo estas condiciones, la Estación de Radio funcionará con **dos** integrantes de acuerdo a disponibilidad de personal, uno responsable de los medios de locución y otro responsable de los medios técnicos del equipo de radiodifusión.

El **horario de servicio** del personal en la Estación de Radio se desarrollará en función de esta situación bajo la siguiente modalidad: Se establecerá un rol de cuatro turnos de servicio considerando los horarios en los que se emiten los informativos de mayor importancia.

Situación de Emergencia.

Circunstancia en la que las distintas zonas de responsabilidad o jurisdicción militar atraviesan una situación de catástrofe ambiental, desastres naturales, convulsión social, u otros.

En estos acontecimientos, la Estación de Radio funcionará con **cuatro** integrantes de acuerdo a disponibilidad de

personal, dos responsables de los medios de locución y dos responsables de los medios técnicos del equipo de radiodifusión.

El horario de trabajo será cubierto durante las 24 horas del día, de acuerdo a un rol de servicio elaborado para tal efecto. El número de los efectivos de servicio estará en función de la disponibilidad de personal y de acuerdo a disposiciones del Director de Radio y del Comandante de la Gran Unidad.

6.4.1.11. Requerimientos de la Red de Radiodifusión.

El requerimiento de personal, equipos y accesorios para la implementación de esta red en su 1ra. Fase es el siguiente:

Recursos Humanos.

Para la implementación de la 1ra. Fase de este proyecto se requiere:

- 1 Comunicador Social especializado en radiodifusión.

- 1 Técnico electrónico para el montaje de la estación de radiodifusión.

Este personal deberá ser contratado transitoriamente y paralelamente al desarrollo de su trabajo, capacitar al personal militar destinado en la radioemisora naval, a objeto de contar en el corto plazo con un número de comunicadores sociales y técnicos medios en este campo.

Otra alternativa para cubrir las necesidades de personal es la de realizar un convenio interinstitucional con la Carrera de

Comunicación Social de la UMSA, a efectos de que estudiantes de último año puedan realizar sus prácticas y pasantías en nuestras estaciones de radio.

Recursos económicos para adquirir la frecuencia.

No se requieren, porque las radioemisoras militares se encuentran sujetas al Art. 41 de la Ley de Telecomunicaciones No. 1632 de 05-JUL-95, vinculados con la Seguridad y Defensa Nacional.

Por su carácter social relacionados con la Educación y Salud, sus servicios y su funcionamiento, se encuentran exentos del pago de tasas y derecho de utilización de frecuencias, debiendo únicamente realizarse el trámite ante las autoridades pertinentes, para la asignación de una frecuencia que corresponderá a la Red de Radiodifusión Naval.

Provisión de Equipos.

Para la provisión de equipos de radiodifusión, existen dos alternativas:

- Que la provisión de equipos sea adquirido por el Comando General de la Armada Boliviana.

- Que a través del Programa “Evo cumple” se pueda gestionar ante el gobierno la provisión de equipos de una estación radial, en vista de que la Armada es una institución del Estado y la labor de este sistema de radiodifusión estará orientado a coadyuvar a la integración y desarrollo del país.

- El costo de la red estará en función del alcance, calidad y características tecnológicas de los equipos que se pretenda adquirir y fundamentalmente del tipo de estación radial que se desee instalar.

Una vez que se materialice este proyecto, la Estación de Radiodifusión Naval se constituirá en el brazo operativo del Sistema de Comunicación Social de la Armada, y será responsable de la difusión de información oportuna y veraz al público interno y externo, respecto a las actividades que realiza la Armada Boliviana en el cumplimiento de su misión constitucional y la de hacer conocer a la población los objetivos, planes y tareas institucionales, en el campo de la seguridad, defensa y desarrollo nacional.

6.5. Capacitación de los recursos humanos.

Como se ha descrito en los capítulos precedentes, la Institución Naval al igual que otras instituciones estatales no cuenta con una repartición de comunicación social y Relaciones Públicas, técnicamente estructurada y que cumpla con las funciones específicas en el campo de las relaciones humanas.

Esta situación requiere que al personal se le proporcione una capacitación formal de enseñanza-aprendizaje en el ámbito de la comunicación social, para modificar la orientación, las aptitudes y el comportamiento de su personal, de manera que éste se ponga al tanto de las nuevas políticas y estrategias comunicacionales que le faciliten el cumplimiento de sus funciones.

Por este motivo, es importante tomar en cuenta que para una perfecta complementación de las funciones a desarrollar por esta nueva organización, deben cumplirse los aspectos previos de formación de los recursos humanos, generación de medios materiales, infraestructura y otros que se consignan en los siguientes puntos.

6.5.1. Personal Empírico.

Pese a contar con un gran caudal de recursos humanos, muy pocos por no decir ninguno, de los que actualmente cumplen funciones en las reparticiones de Relaciones Públicas han realizado algún curso de especialización en este campo, lo que obviamente determina que su labor se remita al cumplimiento empírico de las tareas asignadas.

6.5.2. Necesidad de Capacitación.

Ningún individuo o institución puede subsistir sin interrelacionarse, esto impone que se extremen las medidas necesarias para que el personal destinado en una oficina de Relaciones Públicas se capacite de la forma más eficiente porque solo así conseguirá cumplir exitosamente con la misión encomendada.

Este estudio y preparación no es fácil, la parte científica de las Relaciones Públicas, contiene problemas de una diversa complejidad que no solo requiere tener inteligencia sino también el carisma y el poder sutil de convencimiento y persuasión para llegar a convencer al auditorio oyente.

El proceso de desarrollo de la vida humana, así como el avance cultural y tecnológico obligan a que el personal militar incursione no solo en el campo de las Relaciones Públicas sino que debe complementar esta instrucción con el conocimiento adecuado de los medios de comunicación social.

6.6. Jerarquización de funciones.

6.6.1. Funcionalidad de los manuales y reglamentos.

Los distintos manuales y reglamentos de funciones, deben tener una

funcionalidad flexible que permita normar la ejecución de las actividades de comunicación social y relaciones públicas, de forma tal que la organización y función de esta repartición, especifique claramente los procedimientos para el tratamiento adecuado de la difusión de la información, comunicación, protocolo y ceremonial, expresando además el 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.

Estos manuales deben establecer claramente la organización, el organigrama, las funciones del personal, los puestos de trabajo, el perfil profesional requerido y normar procedimientos que establezcan que las comunicaciones inoportunas, informaciones descuidadas y compromisos protocolares mal organizados, son factores negativos para una repartición de comunicación social eficaz y eficiente.

El Director de la repartición propuesta, debe ser una autoridad militar o civil, que tenga el perfil de comunicador social o en su defecto contar con los conocimientos técnicos básicos en el área comunicacional y de relaciones públicas.

6.6.2. Principio doctrinal de comunicación social y relaciones públicas.

En la Armada Boliviana, el principio doctrinal de comunicación social y de relaciones públicas, **es la práctica de la verdad**, lo contrario tendrá incidencia negativa en las actividades de interrelación con la sociedad civil, los medios de comunicación social y otras entidades públicas y privadas, por lo que es necesario considerar la realidad institucional y responder veraz y concretamente, dando estricto cumplimiento a los siguientes requerimientos institucionales:

- La imagen que debemos difundir a la sociedad civil como Institución naval-militar.
- El rol a cumplir como Institución responsable del desarrollo del espíritu cívico y patriótico de la ciudadanía.
- La función a desempeñar cómo promotor de los valores cívicos, éticos y morales.

El cumplimiento de estas funciones y otras que normalmente surgen en el desarrollo de las Relaciones Públicas, originará una serie de actividades y tareas que no podrán ser cumplidos si no se tiene una óptima preparación en el campo de las relaciones humanas.

6.6.3. Jerarquización de Puestos de Trabajo.

Los problemas de comunicación existente en el campo institucional son de dos tipos: El público interno y el público en general.

Esto exige que la jerarquía del personal destinado a una organización de comunicación y relaciones públicas no solo esté representada por el grado, sino también por una sólida formación profesional que garantice el eficaz cumplimiento de las tareas. Lógicamente que esto solo se podrá obtener con una óptima capacitación profesional y técnica en el campo de las Relaciones Públicas, de los recursos humanos con que se cuenta.

6.7. Planificación del programa de comunicación social y relaciones públicas.

Todo proceso de trabajo, cualquiera sea el campo de acción, requiere de una planificación previa y en el caso de la comunicación social y las relaciones

públicas esta debe ser mucho más detallada y cuidadosa porque de su ejecución dependerán los cambios de actitud que se pretenden lograr en la opinión pública.

Para tal efecto, la Dirección General de Comunicación Social y Relaciones Públicas de la Armada Boliviana, debe especificar dentro de su planificación comunicacional, las siguientes tareas:

- Dirigir y orientar las actividades comunicacionales y de relaciones públicas hacia los objetivos que son de interés para la Institución Naval.
- Planificar y supervisar las actividades de comunicación social y relaciones públicas en los niveles de dirección y de ejecución.
- Realizar un análisis de los programas de comunicación social y relaciones públicas conforme a las necesidades del público interno y externo.
- Establecer en la Institución procedimientos y programas orientados a optimizar la imagen Institucional.
- Mantener relaciones y coordinar con organismos similares tanto nacionales como extranjeros.
- Supervisar la elaboración y emisión de documentos de comunicación social y relaciones públicas.
- Asesorar y proporcionar información a los Organismos de la Institución en lo referente a actividades de comunicación social y relaciones públicas.

- Coordinar con las autoridades civiles, militares, Organismos, Institutos Navales y otras reparticiones, los diversos actos en los que participan las Fuerzas Armadas.
- Realizar otras actividades específicas relacionadas con su trabajo.
- Presentar sugerencias para el Plan Anual de la Dirección General de Comunicación Social y Relaciones Públicas.
- Elaborar programas orientados a fortalecer la ética y la moral de los miembros de la Institución.
- Supervisar las actividades de relación con los Medios de Comunicación Social.
- Coordinar con la División Prensa la elaboración de publicaciones, con información de la Institución.
- Supervisar la elaboración y publicación de los Boletines, Revistas, Periódico Mural y otras, que debe efectuar la División de Prensa e Información.

Si se planifican anteladamente todas estas tareas con profesionalismo y criterio comunicacional, se estará realizando un trabajo sistemático y continuo para el establecimiento de un entendimiento mutuo y el mantenimiento de una óptima interrelación entre la Institución Militar y la sociedad civil.

6.8. Personal y medios.

Una limitante para la óptima ejecución de las actividades de comunicación social y relaciones públicas, es la permanente falta de personal y medios.

La coyuntura económica que atraviesa actualmente la Institución Naval, restringe de manera determinante toda intención de iniciativa o motivación para la ejecución eficaz de las distintas tareas de comunicación social y relaciones públicas, puesto que los mayores esfuerzos se orientan a la satisfacción de necesidades operativas y administrativas.

Como se indica en párrafos precedentes, la comunicación social y las relaciones públicas son un elemento de mucha importancia, porque de ella depende la humanización de las relaciones entre personas o grupos sociales y no se puede estar hipotetizando éxitos si no se cuentan con un mínimo de requerimientos específicos, que van a posibilitar el desarrollo del esfuerzo común entre la Institución Militar y la comunidad civil para lograr someter el interés particular bajo un único pensamiento de solidaridad y de entendimiento recíproco que incremente la confianza mutua entre ambas partes.

Si se logra esto, se puede decir que se está aplicando de la mejor manera la filosofía de las Relaciones Públicas y esto no puede ser posible si no se cuenta con los recursos humanos y materiales necesarios. Inicialmente, vía convenios interinstitucionales, la Dirección General de Comunicación Social y Relaciones Públicas de la Armada Boliviana puede solucionar estas debilidades con la programación y realización de seminarios, talleres y conversatorios de capacitación en Comunicación Social y Relaciones Públicas, para el personal destinado en esa repartición, como también para los corresponsales militares.

Estas actividades se podrán realizar de forma continua para quienes lleguen a ser destinados a esta repartición naval y las mismas, estarán a cargo de profesionales en Comunicación Social a través de convenios con las Universidades quienes irán capacitando al personal en el amplio panorama de la comunicación social.

Paralelamente, para ir formando personal con conocimientos básicos en comunicación social para el futuro, se abarcará hasta la formación que se desarrolla en los institutos navales, es decir de pregrado y postgrado, con la finalidad de capacitar recursos humanos aptos para entablar una óptima relación con la sociedad civil, para de esta manera quebrar esos distanciamientos entre la sociedad civil con la institución militar que tanto daño le hacen al país.

6.9. Infraestructura.

Los requerimientos de infraestructura comunicacional son también condicionantes que influyen negativamente en la búsqueda del entendimiento común entre la sociedad civil y la militar a través de la comunicación social y las relaciones públicas.

Las distintas reparticiones de Relaciones Públicas de la Armada Boliviana, en lo comunicacional, carecen de una infraestructura adecuada que les permita desarrollar sus actividades de manera eficiente, porque el cumplimiento de estas funciones se las hace como una tarea anexa y secundaria a sus específicas responsabilidades militares.

En este sentido, la Armada Boliviana es la institución militar que cuenta con los medios más reducidos, en cuanto a recursos de infraestructura se refiere y debido a ello es que limita su accionar a la ciudad de La Paz, dejando prácticamente de lado a las grandes y pequeñas unidades navales del interior.

6.10. Presupuesto.

Sin duda alguna el presupuesto como expresión numérica de una gestión a emprender es de vital importancia, en este caso para poner en marcha el Sistema de Comunicación Social de la Armada Boliviana, se recurrirá a los siguientes preceptos constitucionales para poder conseguir el financiamiento

de este trascendental emprendimiento institucional.

En el Art. 107. Párr. I el mandato imperativo constitucional que da el Estado boliviano es claro ya que **“los medios de comunicación social deberán contribuir a la promoción de los valores éticos, morales y cívicos de las diferentes culturas del país”**, en este sentido el Sistema de Comunicación Social de la Armada, contempla la promoción de estos valores mucho más en su calidad de ser una institución militar que desplegada a lo largo de la frontera, tiene alcance en todo el territorio boliviano y contacto con todas las culturas que son parte de la sociedad en el Estado Plurinacional.

Asimismo en el Art. 267. Párr. I, de la Constitución Política, el Estado establece como un Derecho Constitucional la **Reivindicación Marítima** sobre el Océano Pacífico y su espacio marítimo, no obstante en el precepto constitucional siguiente, Art. 268, estipula que **“el desarrollo de los intereses marítimos es prioridad del Estado y su administración y protección será ejercida por la Armada Boliviana”**.

A este precepto se suma la Ley Orgánica de las Fuerzas Armadas de la Nación **“Comandantes de la Independencia de Bolivia”** de 31 de diciembre de 1992, que en su Art. 1, Inc. e) prescribe **que las FF.AA. son el factor indispensable para el desarrollo integral del país y la indeclinable decisión de reivindicación marítima** y en su Art. 6, Inc. h) señala que **las Fuerzas Armadas deben mantener latente la conciencia cívico – patriótica y de recuperación marítima**, aspecto principal que claramente compete a la Armada Boliviana.

Por tanto con esta normativa del ámbito militar se sustenta la necesidad de que pueda viabilizarse un presupuesto extra para la Armada Boliviana a objeto de que cumpla esa misión constitucional y militar a través del ámbito de la

Comunicación Social con la sociedad civil, ya que desde el año 2011, se recuerda cada 29 de abril el *Día del Derecho a la Reivindicación Marítima*, siendo así podría rescatarse parte de ese presupuesto para una actividad permanente que cumpla la entidad militar a través del Sistema de Comunicación Social.

El Presidente Constitucional del Estado Plurinacional de Bolivia Evo Morales Ayma recalcó y reconoció que ***La Armada Boliviana es sinónimo de la reivindicación marítima al expresar que “Esta Fuerza de las Fuerzas Armadas nos hace recordar nuestro Océano Pacífico”***, durante el acto de celebración del aniversario de creación del IV Distrito Naval Titicaca, ubicado en el estrecho de Tiquina, a orillas del lago Titicaca.³⁹

En este contexto, la presente investigación plantea una propuesta sobre la óptima instrumentación del sistema de comunicación social de la Armada Boliviana y de sus objetivos institucionales, que le permita ampliar su interrelación con la sociedad civil y con los medios de comunicación social, a fin de establecer los lineamientos más favorables para la difusión de las actividades que realiza, en procura de proyectar su influencia en todos los estratos de la sociedad boliviana y liderar la búsqueda permanente e ineludible de la Reintegración Marítima con calidad Bioceánica, en beneficio de la seguridad, defensa y desarrollo del Estado Plurinacional de Bolivia.

³⁹ LA RAZON, “Presidente dice que la Armada Boliviana es sinónimo de la reivindicación marítima, Aseguró que la institución armada es garantía de este proceso de cambio”. La Paz, 5 de octubre de 2012.

CAPÍTULO 7

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



La Armada Boliviana como parte intrínseca de la sociedad boliviana, requiere estructurar el Sistema de Comunicación Social y Relaciones Públicas, para lograr la plena interrelación con el pueblo y para ello es imprescindible que las autoridades decisorias de la Institución, extremen todos sus esfuerzos para materializar este objetivo, mucho más cuando esta entidad castrense, tiene que cumplir con el mandato constitucional de ser promotor permanente del Derecho a la Reivindicación Marítima.

CAPITULO 7

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES.

7.1.1. El objetivo General ha sido cumplido porque en la investigación se propone la Estructura de un Sistema de Comunicación Social, que le permite a la Armada Boliviana obtener una imagen institucional que fortalece su integración con la sociedad civil y promueve la seguridad, defensa y desarrollo nacional. Esta estructura comunicacional, que responde a la normativa reglamentaria y a la doctrina de organización militar, está conformada por **dos partes** fundamentales:

a. La Dirección General de Comunicación Social y Relaciones Públicas. Responsable de la ejecución de la estrategia y planes institucionales en el ámbito de la comunicación social, compuesta por cinco reparticiones:

- La División Comunicación Social.
- La División Relaciones Públicas y Protocolo.
- La División Información y Prensa.
- La División Psicosocial.
- La División Archivo.

La misión de cada una de estas divisiones es la de coadyuvar en el logro de los objetivos institucionales establecidos en el campo de la comunicación social.

b. La Estación de Radiodifusión Naval. Responsable de la difusión de información al público interno y externo, de los objetivos, planes y tareas institucionales, en el campo de la seguridad, defensa y desarrollo nacional.

7.1.2. El primer objetivo Específico ha sido alcanzado porque se ha establecido un sistema de comunicación social que define concretamente el accionar de la Armada Boliviana en el campo de la integración y la interrelación Estado - Sociedad Civil, basado en el Art. 265 de la Constitución Política del Estado y de la política institucional de integrarse con la sociedad civil, desarrollado a través de la estrategia comunicacional propuesta que está cimentada en las siguientes líneas estratégicas directrices:

- Resguardar y proyectar la imagen institucional.
- Constituir el puente de integración territorial.
- Ser instrumento generador de la conciencia cívica.
- Defender las tradiciones y valores culturales.
- Representar el elemento integrador de reafirmación de la identidad nacional.
- Constituir el mecanismo de protección de la cultura nacional.
- Difundir el objetivo de reivindicación marítima.
- Ser promotor del desarrollo, la seguridad y defensa del territorio.

7.1.3. El segundo objetivo Específico ha sido cumplido, porque en la investigación se plantea una Estrategia de Comunicación Social, en la estructura orgánica de la Armada Boliviana, que facilita el cumplimiento de su función en el ámbito de la seguridad, defensa y desarrollo nacional, derivado de la misión institucional establecida en el Art. 244 de la Constitución Política del Estado. Estrategia comunicacional que está configurada en tres niveles:

- **El Nivel Estratégico Institucional.** Responsable de establecer la política comunicacional de la Armada.
- **El Nivel Estratégico Operacional.** Responsable de delinear la estrategia comunicacional y de planificar y definir el accionar del Sistema de Comunicación Social de la Institución.
- **El Nivel Operativo.** Responsable de desarrollar y ejecutar los planes y tareas elaborados en el nivel superior, para alcanzar los objetivos institucionales en el campo de la comunicación social, tanto en el ámbito interno como externo.

7.1.4. El tercer objetivo Específico ha sido logrado porque a través del sistema de comunicación social de la Armada, se ha consolidado el posicionamiento institucional de la Armada como mecanismo de interrelación entre la sociedad civil y la militar, contribuyendo a la integración del Estado y al logro de sus objetivos en todos los confines de la Patria, desarrollando acciones en cumplimiento al mandato constitucional establecido en el Art. 263 y realizando actividades y tareas establecidas en el Art. 268, por el cual la Armada Boliviana es responsable del desarrollo de los intereses marítimos, fluviales, lacustres y abanderada de la reivindicación marítima. Aspectos que probadamente han reafirmado la aceptación de la Institución Naval por el conjunto de la población boliviana, en todo el territorio nacional.

7.1.5. El cuarto objetivo Específico ha sido cumplido porque en la investigación se ha determinado el mensaje, los contenidos, el público y canales de difusión de la Armada Boliviana, que le permiten interrelacionar al Estado con la sociedad civil y contribuir a la seguridad, defensa y desarrollo nacional, estableciéndose que:

- El Mensaje debe estar orientado a la promoción de los valores cívicos, éticos, morales y de reivindicación marítima.

- El Contenido debe considerar aspectos que coadyuven en la formación de una conciencia nacional de defensa, seguridad y desarrollo nacional.
- El Público debe ser personal de la Institución (interno) y la población boliviana (externo).
- Los Canales de difusión deben estar compuestos por la integridad de los medios de comunicación social de los que dispone la Armada Boliviana.

7.2. RECOMENDACIONES.

7.2.1. Que las autoridades decisorias de la Armada Boliviana extremen todos los esfuerzos necesarios para poner en ejecución la estructura del Sistema de Comunicación Social que se propone, a objeto de que la Institución Naval disponga de una organización adecuada que le permita desarrollar los principios fundamentales de la comunicación social y que desde este ámbito se puedan aportar soluciones compatibles con los problemas que aquejan a la Armada y a la comunidad nacional.

7.2.2. Que se adopten las estrategias comunicacionales planteadas, para la búsqueda de la interrelación armónica entre la sociedad civil y la Institución militar, sustentada en el interés común, el respeto mutuo y la cooperación solidaria en todos los niveles de las relaciones humanas, para que en el marco de la convergencia laboral se puedan establecer dispositivos de beneficio recíproco que contribuyan a promover el progreso del Estado y la convivencia pacífica entre todos los habitantes de este hermoso e incomparable país.

- 7.2.3.** Que el Comando General de la Armada Boliviana, determine y seleccione los mecanismos necesarios, para lograr el potenciamiento de medios e infraestructura del Sistema de Comunicación Social propuesto, con el propósito de resguardar la imagen institucional, demostrar credibilidad y el compromiso inalterable de ser una Institución que defiende los principios y valores éticos esenciales, de la sociedad en su conjunto.
- 7.2.4.** Que se realice la planificación de las actividades de los organismos de Relaciones Públicas de la Armada Boliviana, para coordinar y normar la interrelación con la sociedad civil y los medios de comunicación social, a efectos de conjugar intereses de trabajo conjunto en beneficio del interés nacional.
- 7.2.5.** Que se considere la posibilidad de redistribuir los recursos económicos institucionales para que en el marco constitucional del Derecho a la Reivindicación Marítima, la Armada Boliviana, en su calidad de abanderada principal de este derecho legítimo del Estado Plurinacional boliviano, pueda fortalecer el Sistema de Comunicación Social y materializar efectivamente esa interrelación con la sociedad civil en todo el territorio patrio, a fin de coadyuvar en la concreción de este gran objetivo nacional.
- 7.2.6.** Que la Armada Boliviana y el conjunto de las instituciones de la sociedad civil constituyan un elemento integrador y de vinculación general, en este sentido, es imprescindible que la Institución Naval ponga en ejecución, los procedimientos de interrelación con la sociedad propuestos, porque esto le permitirá la difusión de sus actividades de forma tal que, en el futuro mediato se establezca una relación de cooperación recíproca y confianza mutua, que coadyuve en el

perfeccionamiento de la defensa, seguridad y desarrollo del Estado boliviano.

7.2.7. Que a fin de que esta propuesta se desarrolle correctamente y se mantenga permanentemente actualizada con los adelantos científicos y tecnológicos en el campo comunicacional, la Armada Boliviana incorpore personal profesional idóneo egresado de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés, que le proporcione una base sólida para enfrentar con éxito la carencia de medios y limitaciones de carácter técnico profesional.

BIBLIOGRAFÍA

- BELTRÁN S., Luis Ramiro, “Comunicación para el Desarrollo. Origen, Teoría y Práctica”. 2013.
- BELTRÁN S., Luís Ramiro, Artículo: “Comunicación para la salud del pueblo”. Una revisión de conceptos básicos. Revista: Estudios sobre las Culturas Contemporáneas 2010.
- BONILLA Gutiérrez, Carlos, “La comunicación. Función básica de las relaciones públicas”. Editorial Trillas, España. 1994.
- CAMPOS VILLEGAS, María Cristina “Comunicación empresarial. Plan estratégico como herramienta gerencial”. Editorial ECOE, Bogotá: Colombia. 2007.
- CASTRO Ángel, "Relaciones Humanas"; Año 1977.
- COSTA Joan, “DirCom, estrategia de la complejidad”. Valencia, España. 2009.
- DÍAZ Mora Juan Pablo, "La política y pensamiento de la comunicación". 2006.
- FELDMAN E., “Teoría de los Medios Masivos de la Comunicación”; Año 1977.
- FERNÁNDEZ Collado Carlos, "La comunicación en las organizaciones". Ed. Trillas. México. 2002.
- FRAUNFOHER Thompson, Stephen. “Cultura Organizacional”. 2001.

- GARCÍA Fajardo, J.C., “Comunicación de masas y pensamiento político”. 1992.
- GOLDHABER, Gerald M., “Comunicación Organizacional”. Ed. Diana, México, 1986.
- LERLY Philips, "Manual de Relaciones Públicas"; Año 1977.
- LLAUCA Curiñán, Rodrigo, “Técnicas de estudio. Normas de comunicación”, Editorial 21, Santiago-Chile. 2010.
- MC LUHAN, Marshall, “Comprender los Medios de Comunicación”. 1996.
- MOELAERT John, "Comunicaciones"; Año 1981.
- POLI H. Jorge, “Comunicación Social”, Ed. Pleamar, Bs. As., Argentina. 1979.
- REIG, Ramón, “El control de los medios de comunicación de masas: bases estructurales y psicosociales”. 1995.
- RIVADENEIRA Prada, Raúl, “La Teoría general de los sistemas y la Ciencia de la Comunicación”. Ed. Trillas. 1990.
- ROBINSON J. Edward, “Comunicación y RR.PP.”, Ed. Continental, México. 1971.
- ROIZ, Miguel, “La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas”. 2002.

- TORRICO, Villanueva, Erick, "Comunicación. De los enfoques a las matrices", 2010.

LEGISLACION BOLIVIANA.

- Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia. 2009.
- Ley Orgánica de las Fuerzas Armadas de la Nación "Comandantes de la Independencia de Bolivia" de 31 de diciembre de 1992.
- Ley de Telecomunicaciones No. 1632 de 05 de Julio de 1995.

DOCUMENTOS MILITARES.

- COMANDO EN JEFE DE LAS FUERZAS ARMADAS, "Concepto Inicial del Comandante". Año 1996.
- COMANDO GENERAL DE LA FUERZA NAVAL BOLIVIANA, "Concepto Inicial del Comandante". Año 1996.
- DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL EJÉRCITO, "Manual de Funciones", Año 1996.
- DIRECCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS DE LA F.A.B., "Manual de Funciones", Año 1996.
- DIRECCIÓN GENERAL DE RR.PP., CEREMONIAL Y PROTOCOLO DE LA ARMADA BOLIVIANA., "Manual de Funciones". Año 1996.

- FUNDAPAC – MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL, FF.AA. DE LA NACION, CONSEJO SUPREMO DE DEFENSA NACIONAL, “Propuesta del Sector Defensa para la Asamblea Constituyente”, La Paz - Bolivia, 2006.
- MINISTERIO DE DEFENSA, “Bases para la discusión de la Doctrina de Seguridad y Defensa del Estado Plurinacional de Bolivia”, 1ra. Ed. 2010.
- RADIO BATALLÓN COLORADOS, "Manual de Funciones". Año 1996.

LISTA DE ANEXOS

- **Anexo "ALFA":** Organigrama de la Dirección de Relaciones Públicas, Ceremonial y Protocolo de la Armada Boliviana.

ANEXOS



Es vital que a través del empleo óptimo de medios comunicacionales y de una adecuada estructura organizativa, la Armada Boliviana proyecte su influencia y convenza a la sociedad, de que la Institución Naval es importante no solo en tiempo de guerra, sino que su labor puede ser mucho más importante en tiempo de paz.

ANEXO “ALFA”

ORGANIGRAMA DE LA DIRECCION GENERAL DE RELACIONES PUBLICAS CEREMONIAL Y PROTOCOLO

