



**UNIVERSIDAD MAJOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

PROYECTO DE GRADO

**“INSERCIÓN DEL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN EN
CANAL 13 TELEVISIÓN UNIVERSITARIA PARA LA
FORMACIÓN PRE-PROFESIONAL DE LOS
ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL”**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

PRESENTA: ALINA AYALA ESCOBAR

TUTOR: Lic. OMAR GÓMEZ LIZARRO

LA PAZ - BOLIVIA

DEDICATORIA

Este Proyecto va dedicado a mis padres Norberto Ayala y Rosa Escobar, quienes me han apoyado para poder llegar a esta instancia de mis estudios, ya que ellos siempre han estado presentes para apoyarme moral y económicamente.

También se lo dedico a mis sobrinos Luciana y Omar por ser mi motor de superación

Alina Ayala Escobar





AGRADECIMIENTOS:

- *A mis hermanos Tte. Wilfredo Ayala y Lic. Johbana Ayala, por su ejemplo de perseverancia y superación.*
- *A mi cuñada Brenda Iturralde de Ayala, por su apoyo absoluto.*
- *A Claudia Vargas de Iturri, por ser mi amiga incondicional y por brindarme su apoyo.*
- *A mi tutor Lic. Omar Gómez, por su colaboración en la realización de mi proyecto.*
- *Al personal de la carrera de Comunicación Social y al personal de Canal 13 por su colaboración absoluta.*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. FUNDAMENTACIÓN	Pág.	1
1.1.1. FORMACIÓN DE RECURSOS HUMANOS		3
1.1.2. EL PAPEL DE LOS RECURSOS ECONÓMICOS EN LA COMUNICACIÓN		4
1.1.3. FORMACIÓN ACADÉMICA REQUERIDA		6
1.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA O SITUACIÓN A RESOLVER		7
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN		10
1.3.1. OBJETIVO GENERAL		10
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS		10
1.4. ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN		11
1.4.1. ALCANCE ESPACIAL		11
1.4.2. ALCANCE TEMPORAL		11
1.4.3. ALCANCE TEMÁTICO		11

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO		12
2.1.1. COMUNICACIÓN		12
2.1.2. EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN		12
2.1.2.1. Escuelas de la Teoría de la Comunicación		14
2.1.2.2. Enfoques de la Comunicación		15
2.1.3. CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN		19
2.1.4. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN		19
2.1.5. EL PERIODISMO		22
2.1.6. EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN		23
2.1.6.1. Perspectiva Histórica del Periodismo de Investigación		23
2.1.6.2. Definición de Periodismo de Investigación		27
2.1.6.3. Características del Periodismo de Investigación		30
2.1.6.4. El Tiempo en el Periodismo de Investigación		31
2.1.6.5. El Factor "Ocultación" en el Periodismo Investigativo		32
2.1.6.6. Las Técnicas del Periodismo de Investigación		33
2.1.6.7. Detección de Hechos Investigables		36
2.1.6.8. Proceso de Investigación Periodística		38
2.1.6.9. La Confirmación de Datos		38
2.1.6.10. Riesgos de la Profesión		39
2.1.7. Actividades características del Periodista Investigador		42
2.1.8. PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN EN TELEVISIÓN		46

2.2. MARCO REFERENCIAL	49
2.2.1. UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS	49
2.2.1.1. <i>Misión y Visión Institucional</i>	50
2.2.1.2. <i>Fines y Objetivos de la UMSA</i>	51
2.2.2. CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL	54
2.2.2.1. <i>Antecedentes</i>	54
2.2.2.2. <i>Características Actuales de la carrera de Comunicación de la UMSA</i>	54
2.2.3. TELEVISIÓN UNIVERSITARIA	57
2.2.3.1. <i>Antecedentes Históricos</i>	57
2.2.3.2. <i>Filosofía del Canal Trece Televisión Universitaria</i>	58
2.2.3.3. <i>Plan Estratégico de Desarrollo de Canal 13 TVU</i>	59
2.2.3.4. <i>Misión y Visión del Canal Trece TVU</i>	60
2.2.3.5. <i>Principios</i>	60
2.2.3.6. <i>Objetivo y Productos Principales de Canal 13 TVU</i>	61
2.2.3.7. <i>Público del Canal 13 TVU</i>	62
2.2.3.8. <i>Estructura Organizacional del Canal Trece TVU</i>	62
2.2.3.9. <i>Programación de canal trece TVU a Agosto de 2012</i>	64
CAPÍTULO III	
MARCO METODOLÓGICO	
3.1. TIPO DE ESTUDIO	65
3.2. DISEÑO DE ESTUDIO	65
3.3. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	66
3.3.1. MÉTODOS TEÓRICOS	66
3.3.1.1. <i>ANÁLISIS DOCUMENTAL</i>	66
3.3.1.2. <i>MÉTODO TEÓRICO SISTÉMICO</i>	66
3.3.1.3. <i>Método Empírico</i>	67
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	67
3.4.1. <i>Población de Estudio</i>	67
3.4.2. <i>Muestra</i>	68
3.5. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS	69
3.5.1. <i>FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA</i>	69
3.5.2. <i>FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA</i>	70
3.6. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	70
CAPITULO IV	
MARCO PRÁCTICO	
4.1. TRABAJO DE CAMPO	72
4.2. RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO	73
4.2.1. <i>RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS</i>	73
4.2.3. <i>RESULTADO DE LAS ENCUESTAS A ESTUDIANTES</i>	86
4.2.4. <i>RESULTADOS ENCUESTA FUNCIONARIOS DEL CANAL 13</i>	98

CAPÍTULO V:	
PROPUESTA	
5.1.	CONDICIONES PREVIAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA 109
5.2.	RACIONALIDAD DE LA PROPUESTA 109
5.3.	MODELO OPERACIONAL 110
	5.3.1. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA 110
	5.3.2. ÁMBITO GEOGRÁFICO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA 111
	5.3.3. COMPONENTES DE LA PROPUESTA 111
5.4.	ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA 112
5.5.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA 112
	5.5.1. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UMSA Y EL CANAL 13 TVU, RESPECTO DEL PERIODISMO INVESTIGATIVO 112
	5.5.2. MARCO LÓGICO CAUSA, EFECTO Y POSIBLE SOLUCIÓN 113
	5.5.3. LÍNEAS DE ACCIÓN ESTRATÉGICAS 113
5.6.	CONSECUCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN 118
CAPÍTULO VI:	
CONCLUSIONES DEL TRABAJO	
6.1.	CONCLUSIONES 120
	BIBLIOGRAFÍA 123
ANEXOS	

**INSERCIÓN DEL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN EN CANAL 13
TELEVISIÓN UNIVERSITARIA PARA LA FORMACIÓN
PRE-PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

INTRODUCCIÓN

La televisión es uno de los medios de comunicación con mayor presencia en la sociedad occidental, lo que ha llevado a considerarla como uno de los medios básicos de comunicación social, lo cual repercute para que se contemple como el medio que dirige nuestra cultura y los valores que en ella se movilizan. "El poder del medio radica en su capacidad de impacto, penetración social y poder hipnótico debido a su percepción audiovisual"¹.

Aunque se trate de evitarlo, todo lo que ocurre en nuestro entorno influye en nuestro comportamiento diario. La televisión es parte de nuestro ambiente, incluso en ocasiones es considerada como un miembro más de nuestra familia. Y precisamente por ser un elemento importante de ese entorno, no cabe duda de que nuestra conducta está influida, al menos en cierta forma, por la calidad de programas y contenidos que ésta presenta².

De ahí, que plantear a la televisión como un medio educativo y de transmisión de cultura tal como lo constituye el canal 13 Televisión Universitaria dependiente de la Universidad Mayor de San Andrés, se constituye en un aporte relevante a la sociedad por la misma influencia que tiene la televisión en el comportamiento y culturización de sus televidentes, es así que, el canal 13 al ser un medio de comunicación cuya dependencia institucional ligada a la formación académica que representa la Universidad Mayor de San Andrés, tiene como actividad principal: educar y orientar mediante diferentes programas, respecto del quehacer cultural,

¹ CERESO, M.: Teorías sobre el medio televisivo y educación: el discurso de la televisión. Ed. Grupo Imago. España: 1994. Pág. 16.

² Ídem.

nacional y la problemática social en su conjunto³, y es el llamado a coadyuvar con la formación de los futuros profesionales de la carrera de Comunicación dependiente de ésta misma casa de Estudios Superiores, de ahí que para el efecto habilita la participación de estudiantes pasantes que realizan sus prácticas en ese medio de comunicación como parte de la formación profesional que reciben estos alumnos al interior de la carrera. El canal 13 juega entonces, un rol preponderante en la conducción orientación y enseñanza colectiva de los futuros comunicadores, además, es un medio de comunicación por esencia al servicio de la ciencia y la educación⁴.

En el entendido de que el presente trabajo busca incorporar en el canal 13 Televisión Universitaria, un espacio televisivo, cuyo contenido esté orientado a la realización de periodismo de investigación, como mecanismo de formar y preparar profesionales especialistas en ésta área de la comunicación, es que se apela al carácter educativo y formativo que tiene este medio comunicacional de la ciudad de La Paz.

Entendiendo que el periodismo de investigación se puede considerar una modalidad periodística que se debe sustentar en una práctica bien comprobada y bien realizada⁵, es que se pretende que sea el canal 13, quien pueda formar a los pasantes en una práctica bien realizada del periodismo de investigación, apelando para ello a su carácter formativo y no comercial que tiene este medio universitario.

Para el efecto y en función al requerimiento que implica la inserción de un espacio televisivo de periodismo de investigación en el canal 13, es que la presente

³ REGLAMENTO CANAL TRECE, Citado por: VERÁSTEGUI Susana en: Estrategias de comunicación para mejorar el marketing en Televisión Universitaria Canal Trece. Proyecto de Grado Comunicación Social UMSA, La Paz: 2011

⁴ VERÁSTEGUI Susana en: Estrategias de comunicación para mejorar el marketing en Televisión Universitaria Canal Trece. Proyecto de Grado Comunicación Social UMSA, La Paz: 2011

⁵ BORDÓN Jordi. Citado en: CAMINOS MARCET, José María: Periodismo de Investigación, Teoría y Práctica, Ed. Síntesis; Barcelona España: 1997

investigación, define en su primer capítulo, los aspectos generales de la investigación, donde se establece la pregunta de investigación, el objetivo general de la misma y los alcances que tendrá el presente trabajo fundamentalmente.

En su segundo capítulo se define el marco teórico, que sustenta la investigación así como el marco referencial que implica el sector de estudio y el ámbito donde se pretende aplicar el resultado y propuesta del presente trabajo investigativo, por otro lado el capítulo tercero muestra el diseño metodológico que se utilizó para realizar la investigación, éste diseño metodológico contempla el tipo de estudio, las fuentes utilizadas para arribar a resultados investigativos, define el universo y la muestra en la que se aplicó el trabajo de campo que es parte del cuarto capítulo.

El capítulo quinto del presente proyecto está referido a la propuesta de Inserción del espacio televisivo de periodismo de investigación que se pretende desarrollar en el canal 13.

Finalmente el capítulo seis, presenta las conclusiones del proyecto.

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. FUNDAMENTACIÓN

El presente proyecto se plantea en función al aporte de los aspectos inéditos y novedosos que puede brindar el periodismo de investigación en la formación de los comunicadores sociales que se profesionalizan en la Universidad Mayor de San Andrés

Una época en la que hay material abundante sobre la práctica periodística y que representa un desafío para enfrentar a un mundo de constantes cambios sociales, tecnológicos, políticos e ideológicos, debe ser entendida como el inicio de una formación profesional ligada a la práctica, que haga de la Universidad el nexo de la teoría con el servicio profesional a la sociedad en la que se desenvolverán los futuros comunicadores.

Por naturaleza propia el periodismo debe ser investigativo. De hecho, la investigación forma parte importante en el proceso de recolección y transmisión de información hacia la opinión pública.

Al hablar de periodismo investigativo, se hace alusión a aquel que va más allá del simple hecho noticioso, al que trasciende de la simple investigación de la nota del día, a la que está presionada por la hora del cierre⁶. En este aspecto es precisamente en donde debe buscarse la diferencia entre el periodismo informativo o noticioso y el investigativo. Reyes sostiene sobre este aspecto que la diferencia radica en dos puntos: tiempo y profundidad⁷.

⁶ REYES Gerardo. *“Periodismo de Investigación”*, Ed. Trillas, Primera Edición 1996. México

⁷ Ídem.

Las definiciones de Periodismo de Investigación son muchas, pero que no llegan a nuclear un concepto determinante. Sin embargo el producto final de la noticia ampliamente investigada, alcanza una gran relevancia social o pública, que permite apartarnos del sensacionalismo

Se sabe que la función de los medios de comunicación social es informar, orientar, fiscalizar, recrear y educar. A juicio de Antonio Herrera Palacios (2000), en su artículo “El Periodismo Investigativo: Una visión de futuro”, la educación se puede hacer a través de muchas campañas que los diarios ponen en práctica mediante la edición de suplementos especiales y en días determinados. Se debe recordar también que el periodismo orienta en sus páginas de opinión, cuando el columnista o editorialista opina sobre un determinado tema. Igual sucede con la fiscalización que realiza una función diferente a una información común o corriente, ambas brotan del mismo canal, pero su contenido no es el mismo⁸.

Si bien la nota informativa o noticia directa no tiene el propósito de corregir enigmas, sino el de presentar hechos dentro de contextos claros, la fiscalización sí busca enmendar o denunciar. A ésta última pertenece el periodismo de investigación.

Siendo ésta, una de las motivaciones directas que hace importante al hecho de formar a los comunicadores sociales que deseen emprender en este tipo de periodismo, para que su accionar responda al servicio a la sociedad como fin supremo de la Universidad Mayor de San Andrés, esto por medio de la utilización del medio más cercano para la comunión de la teoría y la práctica que representa en este singular caso el canal 13 Televisión Universitaria.

⁸ Antonio Herrera Palacios. “El periodismo de investigación :Una visión futurista” Disponible en: <http://www.saladeprensa.org> No. 24, octubre de 2000, Año III, Vol. 2

1.1.1. FORMACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

La calidad del trabajo y de los productos periodísticos en el país, refleja un inadecuado desarrollo, comprobable a partir de la mercantilización de la información periodística; síntoma evidente de ello es la tendencia a la baja de la credibilidad ciudadana en los medios informativos⁹. Y esta situación es resultante de un proceso acumulativo dado que la mayoría de los periodistas que ejercen ésta labor, sólo se dedican a realizar noticias breves o del momento, debido a la falta de formación o conocimiento de los recursos necesarios para la inserción de los mismos en el periodismo investigativo¹⁰.

El tema es complejo y polémico, debido a que: “La intensificación de la competencia por el estrecho mercado de las audiencias, la suplantación de los “hechos” por los “dichos”, la consiguiente proliferación de la manía opinativa, los cada vez más frecuentes entrecruzamiento e intercambios medios/política y la falta de formación y de vigilancia profesionales parecen estar en la base del problema, a la vez que constituyen sus manifestaciones más directas”¹¹, desde esa perspectiva entre otras, las razones que permiten afirmar que el periodismo investigativo no cuenta en nuestro medio con una práctica cotidiana y es más bien un espacio donde recién se sientan las bases de su entendimiento en real dimensión, hace parecer que en la actualidad, no existen los recursos humanos adecuadamente formados para encarar de manera adecuada el periodismo de investigación en el medio social en el que se pretende desarrollar la presente investigación.

⁹ Informe de opinión publica julio de 2009, Percepciones sobre el sistema político en general. Evaluación de la prensa nacional. Disponible en <http://www.equipoismori.com/Julio2008.pdf> (visitado el 24 de febrero de 2011)

¹⁰ Lynne Walker, expositora en el taller: “Periodismo de investigación y Derechos Humanos” La Paz 2010

¹¹ Torrico V. Erick, “*Periodismo sin Preguntas*”, Art. Publicado en el semanario “La Época”, 2005 La Paz Bolivia

Por la dinámica que ha ido adquiriendo el periodismo boliviano en los últimos años, bajo el espíritu competitivo del libre mercado, es fácil percibir que esa habilidad esencial está dañada. “Impactar”, reemplaza hoy a “Informar”, y se mercantiliza la información alejándose del verdadero sentido de servicio a la comunidad, lograr un cambio de actitud en este sentido, no es otra cosa que demostrar el verdadero poder de la comunicación, en la óptica de construcción del presente trabajo de grado, el logro de éste cambio pasa necesariamente por la formación de recursos humanos con sólidos conocimientos referentes al periodismo de investigación, para que estos asuman el reto de lograr el cambio antes propuesto.

Desde esta perspectiva incluir en la programación del canal 13 Televisión Universitaria, espacios televisivos con alto contenido investigativo, constituye un aporte fundamental no solo por lo novedoso de la idea, sino también porque es una forma de darle el contexto que requiere un medio de comunicación dependiente de un ente eminentemente académico como lo es la Universidad Mayor de San Andrés, de ahí que la formación de los futuros profesionales comunicadores, que pasen por el canal universitario y realicen prácticas en éste rubro constituye un aporte significativo no solo a la formación pre-profesional como tal, sino también, al desarrollo del medio televisivo.

1.1.2. EL PAPEL DE LOS RECURSOS ECONÓMICOS EN LA COMUNICACIÓN

La mayoría de los medios de comunicación en el entorno, al pertenecer a empresas privadas, tienen un gran poderío económico que las lleva a determinar y controlar el tipo de información que será entregada al receptor, es decir, el poder de la comunicación se somete al poder económico del medio y que la palabra tiende a someterse a la propiedad de un sistema en el que: “mercado y cultura se

han encontrado abiertamente en un circuito comercial empresarial”¹², la información no llega pura, de ahí que, la información está sometida a una serie de condicionantes que pueden llevarla a ser distorsionada por intereses foráneos a la comunidad.

Por otro lado, el canal televisivo del Estado, tiene un fuerte manejo político gubernamental de sus mensajes, sus limitaciones y posibilidades guardan estrecha correspondencia con la estrategia de comunicación del Gobierno que coyunturalmente tiene a su cargo la administración de éste y otros medios de comunicación, sea quien sea el que funge la autoridad, de tal forma que se ha reducido a una función de vocería gubernamental y con la incursión en el terreno de la competencia comercial. Éste al carecer de subvención para el desarrollo de programas educativos e investigativos, tienen que generar su propia subsistencia, “en éste medio sí se evidencia violaciones y alteraciones a la veracidad de la información”¹³, no por intereses económicos o particulares, sino por intereses enteramente políticos.

En estos extremos entonces, la formación ética y de profundidad investigativa se hace latente a la hora de pensar en los nuevos comunicadores que tendrán en sus manos el futuro de las noticias que deben llegar a la sociedad en su conjunto, tratando de proponer, desde esta investigación, acciones capaces de infundir en los nuevos comunicadores sociales valores y técnicas que les permitan lidiar con la influencia del poder económico a favor de producir una adecuada información veraz y científica dirigida a la sociedad. En tal sentido es que se orientará la propuesta naciente del presente trabajo de investigación a realizar.

Se debe hacer notar en este aspecto que las particularidades de funcionamiento del canal 13 cuya estrecha relación en términos comerciales, se sustenta en la

¹² Torrico V. Erick, et al., 1999, Industrias Culturales en la ciudad de La Paz.

¹³ Contreras Baspineiro Adalid, *“De Enteros y Medios de Comunicación, Medios Estatales”* Ed. Murillo La Paz Bolivia. Pág. 82

dependencia que éste tiene con la Universidad Mayor de San Andrés, permite en la actualidad manifestar que éste medio no tiene ningún tipo de condicionamiento comercial al que deba responder por lo que se constituye en un medio capaz de expresar con claridad y libertad la información tal como se genera y ésta cualidad lo convierte en un medio de comunicación creíble que puede sentar profundamente las bases de un adecuado desarrollo del periodismo investigativo.

1.1.3. FORMACIÓN ACADÉMICA REQUERIDA

Para formar periodistas profesionales con las competencias adecuadas a las necesidades de la sociedad boliviana capaces de analizar, conocer e investigar, se deberá motivar en los estudiantes, capacidades y técnicas de investigación periodística y análisis crítico de la realidad social circundante, relacionada con la labor comunicacional en Bolivia, situación que girará en torno a la inserción de espacios en los que se pueda desarrollar el periodismo de investigación en canal 13 Televisión Universitaria, bajo metodologías de enseñanza adecuadas, entendiendo que éste medio por sus particularidades debe estar predispuesto a la transmisión y construcción de conocimientos académicos que contribuyan a la sólida formación de los miembros de la comunidad universitaria de la cual también forma parte el canal 13 y que conjuntamente los profesionales que se forman en ella, deben servir a la sociedad de la que dependen.

Televisión Universitaria al pertenecer a una institución autónoma como es la Universidad Mayor de San Andrés, es el elemento adecuado para lograr el objetivo trazado, y de esta forma obtener éxito en éste desafío, ya que debe irradiarse entre los futuros periodistas, una visión del periodismo de investigación consensuado, ético y de alta responsabilidad profesional.

1.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA O SITUACIÓN A RESOLVER

Habiéndose observado la realidad actual, donde el periodista requiere de mayor preparación y actualización ante una sociedad cada vez más dinámica, es necesario plantear nuevas acciones que ayuden a reestructurar o modificar algunas falencias tales como la inexistencia de la enseñanza y práctica del periodismo de investigación como contenido específico en la formación de los nuevos profesionales en Comunicación de la Universidad Mayor de San Andrés. Esta falencia pareciera no ser solamente propia de la UMSA, ya que en su artículo “Periodismo en Retroceso”, Erick Torrico, (2005), manifiesta de modo general que: “Basta un examen somero de los contenidos periodísticos ofrecidos por los medios televisuales - con las excepciones de siempre -, para advertir que si algunas reglas están siendo aplicadas en ellos, son las de la desinformación. El retroceso periodístico es indisimulable; urge iniciar una acción inmediata al respecto”¹⁴, denotando que el periodismo en su conjunto tiene falencias en su concepción y exposición que deben ser tratadas y subsanadas.

Por lo tanto, el presente proyecto de “Inserción del periodismo de investigación en canal 13 Televisión Universitaria para la formación pre-profesional de los estudiantes de comunicación social”, pretende ser un documento que oriente la actualización, capacitación y mejora de los futuros informadores inmersos en el periodismo de investigación.

Desde una perspectiva de mejora de la información, los medios de comunicación tienen una importancia superlativa, tanto por su capacidad para generar y cambiar actitudes como por su alcance y penetración en la vida de los ciudadanos y las organizaciones.

¹⁴ Torrico V. Erick, (2005) Periodismo en Retroceso, art. Publicados en el semanario “La Época”, La Paz.

Para lograr mejorar la información, es necesario dotarse de una serie de acciones específicas y de instrumentos que permitan llegar a la diversidad de grupos sociales y que sirvan para generar efectos multiplicadores en los medios de comunicación.

De ahí que, lo que se busca es constituir un medio televisivo con una estructura que acompañe la práctica y desarrollo del periodismo de investigación actual, con una estrecha relación al mundo globalizado en el que se desarrolla la sociedad y sea éste el espacio donde se formen los futuros comunicadores con sólidas bases de ética y responsabilidad periodística, éste es el caso del canal 13 Televisión Universitaria, que por las particularidades de dependencia de una institución ligada con la formación académica universitaria, es el medio llamado a promover efectivamente la formación de los futuros comunicadores, que en un futuro cercano podrán ser parte del espectro comunicacional de la región y posiblemente del país en su conjunto.

La programación actual que se desarrolla en la Televisión Universitaria de la ciudad de La Paz, y en función a un proceso de observación exploratoria realizada por la investigadora, la misma que se detallará con mayor énfasis en la etapa de la realización del trabajo de campo de éste estudio, determina que ésta programación, se basa en la reproducción de documentales de contenido académico, científico e histórico, acompañados de programas de producción propia en algunos casos relacionados con la ciencia, la cultura y de actividades enteramente pertenecientes con el qué hacer universitario tanto local como nacional, se tiene espacios informativos donde se reproduce los hechos que generan noticia y en algunos caso se exhiben programas de corte distractivo como son revistas para el hogar, programas de corte juvenil, etc. En este proceso de observación no se ha determinado la existencia de un programa o un espacio que desarrolle efectivamente investigación periodística, de ahí la necesidad de absolver este problema.

Desde esa perspectiva es necesario enfocarse en identificar claramente los aspectos relacionados al tema al interior del canal 13 para que a partir del entendimiento de éstos se pueda comprender cómo encarar un proyecto de la magnitud del que se plantea en la presente investigación, es decir que la investigación planteada pretende inicialmente realizar un diagnóstico profundo de las actividades y desarrollo laboral, académico, infraestructural, administrativo al interior del medio televisivo que se constituye en parte del objeto de estudio de la investigación.

Este análisis situacional permitirá entonces conocer el perfil de los profesionales periodistas de ese medio para comprender desde esa perspectiva el aporte que tendrán estos respecto de la formación de los futuros profesionales que realizan sus pasantías en el canal 13, por otro lado, al no existir un espacio consolidado a la generación de periodismo de investigación es importante también identificar las necesidades que se tiene para contar con el personal adecuado para la capacitación y conducción del proceso formativo en la especialidad de periodismo investigativo al cual se pretende someter a los estudiantes de la carrera de comunicación, extremo que sin duda podrá ser resuelto identificando a los profesionales docentes de la carrera de comunicación que en base a su experiencia profesional puedan guiar el desarrollo del espacio que se pretende implementar y la capacitación y formación en esta especialidad periodística.

A través de este proyecto, se pretende dotar a los estudiantes de comunicación que desarrollan prácticas en el canal 13, de los insumos necesarios para que generen actividades de interpretación periodística, análisis crítico, difusión y sensibilización, con el fin de dar a conocer los problemas que afectan y/o coadyuvan a nuestra sociedad en el marco del periodismo de investigación como especialidad de formación profesional.

En ese sentido el problema a resolver se plantea de la siguiente manera:

¿La incorporación de un espacio específico abocado al periodismo de investigación en el canal 13 Televisión Universitaria, como parte de las prácticas pre-profesionales (pasantía) de los estudiantes de la carrera de Comunicación de la UMSA, permitirá, a futuro, mejorar la calidad de información que se brinda a la sociedad televidente de éste medio de comunicación?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Incorporar un espacio específico abocado al periodismo de investigación en canal 13 Televisión Universitaria, como parte de la formación pre-profesional de los estudiantes de la carrera de Comunicación de la UMSA, para mejorar la calidad de información que se brinda a la sociedad televidente de éste medio de comunicación.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico del estado situacional del periodismo de investigación en la ciudad de La Paz.
- Desarrollar un diagnóstico de la formación periodística de investigación, en términos de técnicas y métodos, impartidos en la carrera de Comunicación de la UMSA
- Establecer el grado de interés que despierta el periodismo investigativo entre los estudiantes de la carrera.
- Determinar los componentes académicos, administrativos, infraestructurales y operativos, que permitan al canal 13 incorporar el

periodismo investigativo como parte de la formación pre profesional de los estudiantes de comunicación.

1.4. ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. ALCANCE ESPACIAL

El trabajo de investigación, será realizado en la ciudad de La Paz, considerando para el efecto los ambientes de la carrera de Comunicación Social y los ambientes del canal 13 de ambas entidades pertenecientes a la Universidad Mayor de San Andrés.

1.4.2. ALCANCE TEMPORAL

El presente estudio se realizó contemplando el periodo académico 2012 de la Universidad Mayor de San Andrés.

1.4.3. ALCANCE TEMÁTICO

El estudio pretende proponer el diseño e incorporación de un espacio televisivo específico abocado al periodismo de investigación en el canal 13 Televisión Universitaria, como espacio de formación pre profesional para los estudiantes de cuarto y quinto año interesados en especializarse en ésta rama de la Comunicación Social.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. COMUNICACIÓN

Se puede definir qué comunicación, es el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales. Así pues, la comunicación como medio de transmisión, exige la utilización de un código compartido cuyas funciones más importantes son, entre otras, la transmisión y recepción de información con cierto contenido de carga afectiva en función del receptor¹⁵

Desde un punto de vista puramente mecánico, la comunicación se entiende como un perfecto transmisor de un mensaje desde un emisor hasta un receptor; la sociología la considera como el producto de significados creativos e interrelaciones compartidas, mientras que la psicología la interpreta como el acto de enviar un mensaje a un receptor (llamado así porque considera al receptor como sujeto de la comunicación) y en el cual las sensaciones y las ideas de ambas partes influyen considerablemente en el contenido del mensaje¹⁶.

2.1.2. EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

La Teoría de la Comunicación estudia la capacidad que poseen algunos seres vivos de relacionarse con otros seres vivos intercambiando información. La Teoría de la Comunicación es una reflexión científica muy nueva, pero, en cambio, su objeto de estudio La Comunicación es una actividad muy antigua: la aptitud para

¹⁵ LEAL JIMÉNEZ, A.: Manual de Marketing y Comunicación Cultural. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz. España: 2011, pág. 35

¹⁶ Ídem.

servirse de la información en la interacción la poseen especies animales que han antecedido al hombre en millones de años¹⁷.

La comunicación, por ser una forma de interacción, supone la participación de al menos dos actores, entendiéndose como actor de la comunicación a cualquier ser vivo que interactúe con otro u otros seres vivos de su misma especie o de especies diferentes recurriendo a la información. En la situación comunicativa, los actores ocupan posiciones distintas y en el transcurso del proceso comunicativo desempeñan funciones diferentes.

El manejo de la información es una capacidad que aparece muy tempranamente en las especies cuyo comportamiento recurre a la interacción; pero no es el comportamiento interactivo más antiguo en la historia de la Evolución. Existen numerosos seres vivos capaces de relacionarse con otros, que solamente intercambian materias o energías, pero que todavía no han llegado al estado evolutivo que les capacita, además, para manejar el intercambio de información. Las especies que han logrado la capacidad de interacción comunicativa se distinguen biológicamente porque disponen de órganos especializados para poder desarrollar el trabajo que requiere el intercambio de información; y se distinguen conductualmente porque poseen pautas de comportamiento adecuadas para que ese trabajo genere información. Sin esos órganos, y sin esas pautas, no es posible que la interacción entre los seres vivos dé el salto desde el mero intercambio de materias y energías, al intercambio de información. El análisis de cuáles son los requisitos imprescindibles, de carácter biológico y de carácter conductual, para que le sea posible a un animal llevar a cabo un comportamiento comunicativo, permite identificar en la naturaleza a los actores de la comunicación, dentro del conjunto de los seres vivos¹⁸.

¹⁷ SERRANO, Manuel Martín; PIÑUEL RAIGADA, José Luis. Teoría de la Comunicación: Epistemología y Análisis, Ed. Gráficas Valencia, España, 1981.

¹⁸ Ídem.

2.1.2.1. Escuelas de la Teoría de la Comunicación

Escuela Europea, está fundamentada en la teoría de la sociedad de masas, donde la comunicación es apropiada por aquellos que tienen el poder político y económico por lo que el mensaje está al servicio de los intereses del poder; La Escuela de Frankfurt desarrolló el pensamiento de la cultura de masas, estableciendo que todo es comercializable y con el objetivo único de garantizar el poder de la clase dominante en todo el mundo¹⁹.

Escuela Estadounidense tiene como eje central la Universidad de Chicago y comenzó a desarrollarse a principios del siglo XX. En sus teorías se establecían, perfectamente delimitados, tres niveles en los que operaba la comunicación²⁰:

- a) Un nivel meramente físico del proceso, dado por el sistema telefónico que los interconecta. Este nivel interesa al ingeniero en comunicaciones.
- b) Un segundo nivel que es el semántico, dado por la lengua que usan para dialogar, y todas las otras formas del lenguaje.
- c) Un tercer nivel, sociocultural y en el que se pueden englobar los distintos aspectos de la comunicación.

Escuela Latinoamericana, es durante la década de los sesenta cuando se consolida la escuela latinoamericana desprendiéndose definitivamente de la estadounidense y cuestionando los modelos de comunicación impuestos en la región y al servicio de grupos de poder económico. Los primeros grandes críticos de la teoría de la comunicación latinoamericana cuestionan el orden mundial dominado por la información estadounidense y en gran parte europea y esbozan la tesis de un “nuevo orden mundial de la información y la comunicación”. Rechazan

¹⁹ LEAL JIMÉNEZ, A.: Manual de Marketing y Comunicación Cultural. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz. España: 2011.

²⁰ Ídem.

modelos foráneos pensados para otras sociedades y adaptan aquellos que eran útiles para el trabajo de campo de la comunicación en la región²¹.

2.1.2.2. Enfoques de la Comunicación

- **Enfoque Interaccional**

Destaca, en una primera instancia, el carácter circular de la causalidad en la comunicación, es decir, la retroalimentación.

El enfoque interaccional entiende el mundo desde la percepción del todo, no tiene sentido centrarse únicamente en un objeto, ya que lo importante, desde éste punto de vista, son las ideas, los mensajes, que se relacionan e interactúan entre diferentes personas²².

Entendiendo que, para conocer un objeto no basta con mirarlo aisladamente, sino que su contexto, la situación completa, las distintas interacciones entre los objetos de ese contexto, de manera circular, como un sistema y entendiendo que no existe una sola realidad, que cualquier afirmación sobre la realidad es válida, ya que su mensaje siempre conlleva un valor, se entiende entonces a la comunicación, como una actividad simbólica que se basa en conversaciones sociales, es decir, se entiende la realidad como producto de la comunicación, y a su vez, a la comunicación como producto de la realidad construida.

²¹ LEAL JIMÉNEZ, A.: Manual de Marketing y Comunicación Cultural. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz. España: 2011.

²² BRAVO, M., & FERNÁNDEZ, J. : Gestión cultural, desde la perspectiva del marketing comunicacional. Diego Portales. Santiago - Chile: 2001. Pág. 77

- **Modelo Comunicacional de David K. Berlo**

Berlo, plantea que la comunicación humana tiene como objetivo principal, influir y afectar intencionalmente a los demás, por lo que se hace necesario que las personas al momento de comunicarse, utilicen los mensajes adecuados para expresar lo que realmente quieren expresar.

Si esto no ocurriese de esa forma, la comunicación podría fracasar en su propósito de afectar o influir a los demás. Existen dos razones por las cuales la comunicación puede fracasar, la primera de ellas, corresponde al hábito rutinario de comunicarse y la segunda razón, a la interpretación errónea de la respuesta que la persona quiere provocar²³.

El enfoque de Berlo distingue también entre el concepto de receptores no intencionales, y el de receptores intencionales, correspondiendo los primeros, a las personas que son afectadas por el mensaje del comunicador, aun cuando no forman parte del propósito original de éste; mientras que el segundo grupo son los que realmente se desea impactar con el mensaje.

El enfoque de David Berlo se basa en un modelo que relaciona la fuente, el mensaje, el canal y el receptor, elementos que se puede explicar de la siguiente manera²⁴:

Fuente: este elemento considera:

- Habilidades de comunicación, existen cinco habilidades verbales en la comunicación, que son hablar, escribir, leer, escuchar y por último la reflexión o el pensamiento. Estas determinan la fidelidad de la

²³ BRAVO, M., & FERNÁNDEZ, J. : Gestión cultural, desde la perspectiva del marketing comunicacional. Diego Portales. Santiago - Chile: 2001. Pág. 79

²⁴ Ídem. Pág. 80

comunicación, es decir, en primer lugar afectan la capacidad analítica con la que nos comunicamos, y en segundo lugar, afectan la capacidad para encodificar los mensajes, para hacerlos más coherentes.

- Las Actitudes, que afectan la forma en que se comunica la fuente. Existen por lo menos tres formas en las que la actitud de la fuente afecta la comunicación. Estas son la actitud hacia sí mismo, la actitud hacia el tema que se trata y la actitud hacia el receptor.
- Nivel de Conocimiento, éste afecta la conducta de la fuente, ya que no se puede comunicar lo que no se sabe o lo que no se entiende con un máximo de efectividad. Por otro lado, si la fuente sabe demasiado también puede confundir al receptor debido al alto nivel técnico de su mensaje.
- Sistema Socio-Cultural, toda fuente se ve influida por el sistema socio-cultural en el que está inserto. La gente no se comunica igual cuando pertenece a distintas clases sociales o tienen distintos antecedentes culturales.

Receptor, la persona que se encuentra en uno de los extremos del proceso de comunicación y la que se encuentra en el otro extremo, tienen características similares, en el sentido de que ambos tienen las mismas habilidades comunicativas y requieren de los mismos procesos de comunicación. Es más, en una conversación intrapersonal, la fuente y el receptor son uno mismo.

Por esta razón, es que las características anteriores se explican sólo una vez, ya que se presentan desde el otro extremo de la comunicación.

Mensaje, considera los siguientes aspectos:

- Elementos y estructura, están unidos, y ninguno puede existir sin el otro. En la comunicación, las letras del alfabeto son los elementos, la palabra que forman es la estructura.

- Nivel de Discusión, cuando se analiza la comunicación se puede tomar en consideración el código, el contenido, y la forma en que es tratado. Teniendo en cuenta estos elementos de la estructura del mensaje, se pueden considerar los elementos y la estructura del código, los elementos y la estructura del contenido, y los elementos y la estructura de la forma en que es tratado el mensaje.
- Código del Mensaje, corresponde a todo lo que contiene un grupo de elementos como por ejemplo, el abecedario, y es un conjunto de procedimientos para combinar esos elementos con el fin de que adquieran un significado.
- Contenido del Mensaje, el contenido es el material del mensaje que ha sido seleccionado por la fuente para llevar a cabo la comunicación.
- Tratamiento del mensaje, al encodificar un mensaje, la fuente selecciona qué información, afirmación o evidencia quiere comunicar. La fuente demuestra su estilo de comunicación al definir el tratamiento de un mensaje, y es aquí cuando la fuente selecciona y estructura los códigos y los contenidos del mensaje.

Canal, todos los mensajes deben ser transferidos a través de un canal. La elección de éste canal es muy importante en la determinación de la eficiencia y efectividad de la comunicación. Se puede considerar los canales en tres formas, como mecanismos de unión, como vehículos o como medio de transporte para el vehículo.

Luego de haber analizado los componentes del modelo planteado por David K. Berlo, es posible concluir que la comunicación que se debe realizar con respecto a un estudio de comunicación cultural, debe tomar en consideración los factores explicados con anterioridad, con el fin de evaluar la recepción de los mensajes en términos de claridad, dirección y efectividad.

2.1.3. CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN

- En ella se debe utilizar palabras y gestos apropiados a los que queremos transmitir.
- Se exteriorizan sentimientos positivos (amor, respeto, sinceridad, simpatía, consideración, estimación, etc.).
- En la comunicación se responde con sentimientos y actitudes positivas, en forma serena y adulta, aun cuando los mensajes vengan cargados de sentimientos y actitudes negativas.
- Se emiten ideas claras, concisas y convincentes; con sentimientos positivos; en forma oportuna y sin interferencias de ruidos físicos prejuicios psicológicos.

2.1.4. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Los elementos básicos que intervienen en la comunicación son:

- Emisor.
- Mensaje.
- Canal.
- Receptor.

El Emisor

Es la fuente de la información, es quien va a exteriorizar la comunicación, por lo que deben tenerse en cuenta los siguientes detalles:

- Presentará el contenido informativo lo más apegado a la realidad separando los hechos reales de las opiniones subjetivas.

- Habilidad, recursos culturales, escolares, etc., y calidad de la persona que haga las veces de receptor.
- El mensaje será transmitido con la mayor exactitud, claridad y sencillez, de manera que la reacción producida por el impacto de éste sea decisiva y liquide toda posible resistencia al cambio o cualquier otro mecanismo de defensa del receptor.

El Mensaje

Una vez establecido el primer elemento de la comunicación, conviene definir con precisión lo que se tiene que decir; conocerlo a fondo, tan completamente que se esté en posibilidad de transmitir la misma idea con diferentes palabras.

A fin de evitar toda posible deformación de lo que verdaderamente se desea transmitir, un mensaje debe contener los siguientes elementos:

- Credibilidad, La comunicación establecida por el mensaje presentado al receptor, sea real y veraz, de manera que éste descubra fácilmente el objetivo de nuestra labor y elimine actitudes preconcebidas que deformarían la información.
- Utilidad. La finalidad de nuestra comunicación será dar información útil que sirva a quien va dirigida.
- Claridad. Para que el receptor entienda el contenido del mensaje será necesario que la transmitamos con simplicidad y nitidez.
- Continuidad y consistencia. Para que el mensaje sea captado, muchas veces es necesario emplear la repetición de conceptos, de manera que a base de la continuidad y consistencia podamos penetrar en la mente del receptor para vencer las posibles resistencias que éste establezca.

- Adecuación en el medio. En el proceso para establecer comunicación con los receptores en una organización será necesario emplear y aceptar los canales establecidos oficialmente, aun cuando estos sean deficientes u obsoletos.
- Disposición del auditorio. Es válido el siguiente principio: la comunicación tiene la máxima efectividad, cuando menor es el esfuerzo que realiza el receptor para captar. De tal manera, una comunicación asequible dispone al auditorio a captar la noticia, una forma oscura, que implique grandes esfuerzos por parte del receptor, lo predispone negativamente a los mensajes.

Canal

Por canal de comunicación se entiende el vehículo o medio que transporta los mensajes: memorándums, cartas, teléfono, radio, periódicos, películas, revistas, conferencias, juntas, etc.

Los canales de comunicación se identifican en muchos aspectos con las líneas de autoridad y responsabilidad. Ello se debe a que en las organizaciones tradicionales, la corriente de autoridad desciende desde la más alta jerarquía hasta el personal operativo.

El Receptor

Es la persona que recibe y capta la información transmitida; se debe tener en cuenta, por tanto, que existe en toda recepción la tendencia a desarrollar mecanismos de defensa; sobre todo cuando las informaciones llevan a cabo alguna modificación del status quo en que se vive y se actúa; de ahí que todo lo que significa cambio puede correr el riesgo de ser rechazado, produciéndose consciente o inconscientemente barreras que obstaculizan la verdadera

información, o en su defecto, la modifican de manera que esto sea aceptable. En tal situación, podemos hablar del receptor en términos de sus habilidades comunicativas. Si este no posee la habilidad de escuchar, leer y pensar, no estará capacitado para recibir y comprender los mensajes que la fuente ha transmitido.

La cultura y situación en el sistema social del receptor, su status y su conducta afectan la recepción e interpretación de los mensajes.

2.1.5. EL PERIODISMO

Periodismo es un concepto que se basa en la recopilación y análisis (ya sea de modo escrito, oral, visual o gráfico) de la información, en cualquiera de sus formas, presentaciones y variedades. La noción también describe a la formación académica y a la carrera propia de quien desea convertirse en periodista. En otras palabras, el periodismo es una labor profesional que se basa en la recolección, síntesis, procesamiento y publicación de datos de carácter actual. Para cumplir con su misión, el periodista o comunicador debe apelar a fuentes que resulten creíbles o aprovecha sus propios saberes²⁵.

Aunque la base del plano periodístico es la noticia, también contempla otros elementos que pueden ser los géneros, como sucede con la crónica, la entrevista, la opinión y el reportaje. Por eso, el periodismo puede tener un perfil informativo, ser de tipo interpretativo o explotar el ámbito de la opinión y la investigación de determinados sucesos, por citar algunos ejemplos. Los distintos medios de comunicación, como los periódicos, la televisión, la radio o internet, hacen que el periodismo pueda ser gráfico, audiovisual, radiofónico o digital. No obstante, no sólo se puede hacer esta clasificación de periodismo en base al medio que utiliza. También existen otras muchas igualmente importantes destacando, por ejemplo,

²⁵ DEFINICIÓN DE PERIODISMO, disponible en: <http://definicion.de/periodismo/> (visitado el 2 de Octubre de 2012)

la que establece una tipología en función del abanico temático en el que se centra y que desarrolla, de esta forma, se puede hablar de periodismo político, social, económico, cultural, científico, ambiental, deportivo o de guerra, entre otros muchos más. Partiendo de esta clasificación podemos establecer que existen medios (periódicos, revistas, programas de televisión, etc.) que están especializados en uno de aquellos en concreto. Sin embargo, también existen otros que consiguen aunar a los diversos tipos como sería el caso de los informativos donde podemos acceder a información de muy variada temática²⁶.

Ante la fuerte influencia que el periodismo posee en la sociedad, suele ser conocido como el cuarto poder. Por otra parte, en un intento por garantizar el desarrollo ético de la profesión, existen colegios y asociaciones profesionales que regulan la actividad. El papel que ejerce el periodismo y el periodista en concreto, el poder que también tienen, es vital en la sociedad pues a través de ellos el ciudadano de a pie consigue estar al día de todo cuanto acontece no sólo en su entorno más directo sino también en su país o en el mundo. Es la forma de que no cierre los ojos ante los problemas y de que aprenda las distintas realidades sociales que existen.

2.1.6. EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN

2.1.6.1. Perspectiva Histórica del Periodismo de Investigación

En referencia cercana de cuando y como nace el periodismo de investigación, se puede mencionar que nace en la segunda parte del siglo XIX. El periodismo como tal, tuvo sus orígenes mucho antes. En el año 500 antes de Cristo, los egipcios producían informes escritos con formas jeroglíficas en sus papiros y, aproximadamente, en la misma época los césares de Roma ordenaban publicar el

²⁶ DEFINICIÓN DE PERIODISMO, disponible en: <http://definicion.de/periodismo/> (visitado el 2 de Octubre de 2012)

Acta Diurna, un compendio de los eventos diarios acaecidos en el foro romano. Con anterioridad, en China los distintos gobiernos enviaban a sus investigadores a las zonas rurales para que recopilasen por escrito las condiciones de vida y las opiniones del pueblo sobre los diferentes asuntos de Gobierno²⁷.

En Europa, el periodismo de investigación puede considerarse iniciado en 1885, cuando, un periodista protestante y religioso convencido, William Stead, trabajando contra la prostitución infantil denunció cómo en Londres se podían comprar los servicios sexuales de jóvenes prostitutas al amparo de las meretrices que las custodiaban. Paradójicamente, William Stead fue detenido y encarcelado por cometer un acto ilegal, ya que para demostrar la evidencia de la trata de menores, tuvo que comprar a una y así poderlo contar a sus lectores del *PallMall Gazette*(Periódico de esa ciudad y de esa época)²⁸.

En el caso americano, la aparición del periodismo de investigación, según Luis Díaz (2003), se remonta a principios del siglo XX y toma fuerza cuando se acuña el concepto de “periodistas rastrilladores” (en inglés este término se define como *muckrakers*, derivado del vocablo MuckRake, trabajadores que limpiaban la porquería en los recorridos de los peregrinos). El presidente norteamericano Theodore Roosevelt utilizó este calificativo en 1906 en una cena anual con periodistas. El presidente manifestó que los periodistas rehusaban ocuparse de todo lo que de bueno tiene la vida y la sociedad, y preferían dedicarse a ver los defectos de cuantos vivimos en sociedad. A partir de ahí, el concepto de *rastrillador* tomó cuerpo y vigencia en la sociedad norteamericana hasta iniciada la Primera Guerra Mundial. Desde entonces el periodismo de investigación empezó a

²⁷ BURGH, Hugo.: Investigación: Teoría y práctica de la investigación periodística. Ed. Longman. Londres 1999. Citado por: DÍAZ GÜELL, Luis en “Periodismo y Periodistas de Investigación en España: Contribución al Cambio Político, Jurídico, Económico y Social” Ed. Universidad Complutense de Madrid, España: 200, Pág. 45

²⁸ DÍAZ GÜELL, Luis en “Periodismo y Periodistas de Investigación en España: Contribución al Cambio Político, Jurídico, Económico y Social” Ed. Universidad Complutense de Madrid, España: 2003, Pág. 45

declinar como consecuencia de la post-crisis bélica, y con los consiguientes altibajos no volvería a cobrar fuerza hasta la década de los sesenta²⁹.

En ese concepto a decir de Luís Díaz en su trabajo “Periodismo y Periodistas de Investigación en España: Contribución al Cambio Político, Jurídico, Económico y Social” realizado el año 2003, para Theodore Roosevelt los periodistas “rastrilladores” o “los destripadores de estiércol” sólo se dedicaban a prestar atención a “lo que es vil y degradante” y, en realidad, de lo que se lamentaba era de las críticas que algunos periodistas realizaban a la política de capitalismo salvaje que imperaba en la época. Asimismo, las mejoras de la tecnología de impresión, la expansión de los servicios postales y el crecimiento del mercado alimentaron el auge del periodismo de investigación.

En la actualidad, la corriente americana de periodismo de investigación ha unido sus esfuerzos y funciona cohesionadamente a través de la Asociación de Reporteros y Editores Investigadores (*Investigative Reporters and Editors*—IRE acrónimo que, en inglés, tiene su connotación con el sentimiento de ira e indignación que a juicio de muchos autores debe tener el periodista de investigación ante cualquier injusticia o comportamiento inmoral por parte de los poderes públicos). Esta asociación fue creada en 1975, justo unos meses después de que finalizase el caso *Watergate* con la dimisión de Richard Nixon³⁰.

El papel desempeñado por el caso *Watergate* tuvo una importancia esencial en el resurgimiento del periodismo de investigación, pero hay autores que piensan que a finales del siglo XX existían notables evidencias de que las condiciones que habían conducido al *boom* del periodismo de investigación estaban cambiando. Los actuales cambios en la propiedad de los medios de comunicación privados, hacia conglomerados internacionales, y la intensificación de la competencia

²⁹ Ídem.

³⁰ DÍAZ GÜELL, Luis en “Periodismo y Periodistas de Investigación en España: Contribución al Cambio Político, Jurídico, Económico y Social” Ed. Universidad Complutense de Madrid, España: 2003, Pág. 47

comercial de los medios, han tenido profundas consecuencias en la producción cultural de información, que están gradualmente afectando el papel desempeñado por la profesión periodística.

De ahí que se puede mencionar que según la periodista Deborah Chambers, citada por Luís Díaz (2003), existen cinco consecuencias claramente identificadas a partir de los cambios surgidos en el medio periodístico³¹:

1. La irrupción de las grandes corporaciones de capital privado en la arena mediática ha impedido que el periodismo funcione como cuarto poder al servicio de la democracia y ha socavado la libertad de prensa, usándola para proteger los derechos de los propietarios de los medios de comunicación.
2. Como consecuencia de la desregulación general en las diferentes economías, los gobiernos se han mostrado renuentes a controlar los monopolios mediáticos, claramente influidos por los propietarios de los mismos.
3. También ligado a la desregulación, se ha producido una tendencia a la contemplación del periodismo como una mercancía más, donde se impone un estilo de consumo periodístico de investigación marcado por la fuerte competencia intensificada por las audiencias y anunciantes.
4. Derivado de la carencia de fuentes informativas ha aumentado la confianza en unos pocos suministradores de información, casi siempre ligados a las oficinas oficiales de prensa.
5. También ha influido negativamente en el periodismo de investigación la cada vez mayor implantación de la profesión de relaciones públicas, que

³¹ BURGH, Hugo.: Investigación: Teoría y práctica de la investigación periodística. Ed. Longman. Londres 1999. Citado por: DÍAZ GÜELL, Luis en “Periodismo y Periodistas de Investigación en España: Contribución al Cambio Político, Jurídico, Económico y Social” Ed. Universidad Complutense de Madrid, España: 200, Pág. 45

trata de imponer la privatización de periodismo, así como sus ideales y herramientas.

2.1.6.2. Definición de Periodismo de Investigación

El ciudadano, cuando lee una información, desconoce cuáles son los prejuicios del director o propietarios del diario, que le proporcionen algunas claves de por qué la información está escrita, cómo está escrita y dice lo que dice. Al lector, no se le puede engañar con información que sea publicitaria sin decírselo explícitamente. Al lector, en definitiva, no le importan los problemas de los periodistas ni las dificultades que han encontrado a la hora de elaborar una información. El lector quiere enterarse de lo que ha pasado, con el mayor grado posible de detalle, y la obligación del profesional es suministrar esa información veraz, intentando responder a todos los interrogantes que puedan plantearse³².

Si se aplica lo anteriormente expuesto hasta ahora al periodismo en general, cuando se habla de periodismo de investigación se debe redoblar los esfuerzos para no permitir ni un solo espacio de alteración de la información cuya veracidad sustenta la profesión periodística.

Para Robert Greene, fundador del Investigative Reporters and Editors (IRE) “el periodismo de investigación es el que se realiza a través de la iniciativa y el trabajo del periodista, sobre asuntos de importancia que algunas personas u organizaciones desean mantener en secreto”³³.

Los tres elementos básicos del periodismo investigativo son: que la investigación sea el trabajo del reportero, no un informe sobre una investigación hecha por

³² DÍAZ GÜELL, Luis en “Periodismo y Periodistas de Investigación en España: Contribución al Cambio Político, Jurídico, Económico y Social” Ed. Universidad Complutense de Madrid, España: 2003, Pág. 47

³³ ESCOBAR DE LA SERNA, Luis. “Derecho de la Información”. Ed. Dyckinson. Madrid 1998.

alguien más; que el tema de la información trate sobre algo de razonable importancia para el lector o el televidente, y que haya quienes se empeñen en que estos hechos no salgan a la luz pública o por lo menos no hayan hecho nada para publicarlos antes³⁴.

Otra definición, plantea que el periodismo de investigación se diferencia de cualquier otro tipo de periodismo en base a tres elementos³⁵:

1. Tiene que ser algo de importancia para los lectores.
2. Tiene que ser algo original.
3. Tiene que incluir un elemento de secreto, algo que nunca antes haya sido reportado y que alguien esté tratando de mantener oculto.

Para el periodista y escritor, Gabriel García Márquez, premio Nobel de Literatura, “la investigación no es una especialidad del oficio, sino que todo el periodismo tiene que ser investigador por definición”³⁶.

A juicio de William Gaines, si el periodismo está considerado como un arte, el periodismo de investigación es por muchas razones más parecido a una ciencia que a un arte. “En muchas investigaciones, sobre todo las relacionadas con cuestiones gubernamentales, para llegar a buen fin hay determinados pasos que dar en función de las limitaciones y leyes establecidas, aunque toda la información sea conocida”³⁷.

Para David Randall “el periodismo de investigación no consiste en resumir o encajar los descubrimientos y datos de otros, sino en realizar investigaciones originales, muchas veces empleando materiales en bruto. Se puede llevar a cabo

³⁴ REYES, Gerardo: “*Periodismo de investigación*”. Ed. Editorial Trillas. México 1996.

³⁵ ESCOBAR DE LA SERNA, Luis. “Derecho de la Información”. Ed. Dyckinson. Madrid 1998.

³⁶ GARCIA MARQUEZ disponible en: <http://www.saladeprensa.org>

³⁷ GAINES, William. “Investigación periodística”. Ed. Nelson-Hall Publisher. Chicago 1998

mediante una amplia serie de entrevistas, o bien cotejando datos y cifras. En muchas ocasiones, los frutos y la originalidad de la investigación se deben al descubrimiento de unas pautas o conexiones que nadie había observado con anterioridad. El periodismo de investigación comienza en el punto donde termina el trabajo cotidiano. No acepta el secretismo ni la negativa de las autoridades a facilitar información. Descubre las cosas por sus propios medios”³⁸

Leslie Cockburn, una de reporteras televisivas norteamericanas más afamadas y que ha realizado investigaciones periodísticas en diversas partes del mundo, sobre Afganistán, el cartel de Cali o las mafias rusas, dice que convencer a la gente de que te cuente sus secretos es una experiencia dolorosa, ya que conseguir una entrevista puede llevar semanas, meses o incluso años. “El noventa por ciento del trabajo», dice, «hay que hacerlo antes de llegar al fondo del asunto”³⁹.

Paul Willians señala en su libro “*Investigación Reporte y Edición*”, que “el trabajo del periodista rutinario es publicar que algo ha sucedido, mientras que el desafío del periodista investigador es averiguar por qué sucede y explicar por qué esto puede volver a suceder”⁴⁰.

Eduardo San Martín, apunta que el periodismo de investigación exige, por parte del periodista, una actitud activa como generador de información, y no la de simple agente transmisor. El periodista investigador provoca la información, da los pasos necesarios para la obtención de datos que necesita para completarla, es el que busca y contrasta los mismos, y nunca se limita a ser el mero receptor de una información que le viene dada desde fuera⁴¹.

³⁸ RANDALL, David: “El periodista universal”. Ed. Siglo Veintiuno Editores. México 1999.

³⁹ COCKBURN, Leslie. *Mirando el Trabajo*. Ed. McGraw Hill. México 1999

⁴⁰ QUESADA, Montserrat: *La investigación periodística*. Ed. Ariel Comunicación. Barcelona 2007. Pág. 25

⁴¹ Ídem. Pág. 27

2.1.6.3. Características del Periodismo de Investigación

Según Moserrat Quesada las características del periodismo de investigación son las siguientes⁴²:

- Que descubra información inédita sobre temas de relevancia social.
- Que denuncie mediante verificación documental hechos o situaciones ilegales o legales.
- Que se verifique todo el proceso de investigación con un sistema de igual contraste de datos.
- Que rompa el silencio de fuentes oficiales implicadas en este tema

Según HectorBorrat⁴³ estas características están dadas por:

- La investigación se ejercita sobre un campo específico donde muchos de los actores que la protagonizan quieren mantenerlo oculto.
- Lo oculto que se investiga, para ser revelado, se busca siempre en campo ajeno y al de los objetivos e intereses del periódico.
- Lo investigado se convierte en denuncia de aquello que el sujeto de la investigación quiere mantener oculto.
- La revelación de los resultados de una investigación periodística es solo total o parcial, y cuando es parcial, estos datos excluidos de la publicación conforman una ocultación periodística correlativa a la revelación de aquellos datos publicados.
- La revelación total o parcial de los resultados de una investigación periodística no excluye que el mismo periódico decida, en estos casos, la ocultación total o la no publicación de resultados de investigación no realizados.

⁴² Ídem. Pág. 28

⁴³ QUESADA, Montserrat: La investigación periodística. Ed. Ariel Comunicación. Barcelona 2007 Pág. 28

2.1.6.4. El Tiempo en el Periodismo de Investigación

El tiempo, es uno de los factores fundamentales que determinan el trabajo del periodismo de investigación.

Para realizar periodismo de investigación, el profesional necesita tiempo. Para intentar llegar hasta donde no llega otro tipo de periodismo, esta variable lleva consigo otro tipo de requisitos: el primero de ellos es, que el tiempo significa dinero, cuesta dinero; es decir que el periodismo de investigación, representa liberar a uno, dos o más periodistas para trabajar en historias que, primero, hay que descubrir y después, hay que trabajar para verificar su autenticidad, o para construirlas en su totalidad, lo que en los hechos significa una erogación de dinero significativa. Es una decisión que, hoy por hoy, en particular las empresas de comunicación y editores se resisten a tomar libremente⁴⁴.

Ante una carencia evidente de recursos, la reflexión que hace el editor o propietario antes de liberar a un grupo de profesionales para que se dediquen al periodismo de investigación es que, posteriormente, nadie va a descubrir un nuevo texto o noticia de lo que se haya investigado⁴⁵.

El mayor o menor grado de profundidad viene determinado por el mayor o menor espacio de tiempo disponible para investigar una historia determinada. Y éste suele ser, por término medio de una semana, que es el intervalo en el que se publican las revistas semanales o los suplementos dominicales de los periódicos en la mayor parte del mundo⁴⁶.

⁴⁴ DÍAZ GÜELL, Luis en “Periodismo y Periodistas de Investigación en España: Contribución al Cambio Político, Jurídico, Económico y Social” Ed. Universidad Complutense de Madrid, España: 2003

⁴⁵ Ídem.

⁴⁶ RODRÍGUEZ, Pepe. “Periodismo de Investigación: Técnicas y estrategias” Ed. Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia, 2005

En la práctica diaria, el profesional de la información dedicado a investigar hechos o historias periodísticas encuentra un plazo límite de tiempo en el que debe escribir sus historias, plazo que suele ser más estricto en la prensa semanal, que dispone de menos informaciones alternativas a la historia encargada y que puede, llegado el caso, forzar un poco más el sentido de las mismas. Por esto, se le tolera un ejercicio menos presionado de lo que se permitiría a un diario, dependiendo también de su fortaleza como empresa. Pero, por lo general, los intervalos temporales mencionados siguen siendo válidos hoy en día y la fecha de cierre suele ser implacable para un profesional de cualquier medio. Asimismo, en ese espacio temporal, el profesional debe haber aprendido a crear lo que algunos teóricos llaman una “conversación con la situación”⁴⁷, que consiste en enmarcar el ámbito donde se desarrolla la posible historia periodística, donde muchas veces la atmósfera es hostil, pues no todo el mundo está interesado en que se diga la verdad, y cuantos más elementos se tengan para tratar de encontrar la verdad, mejor resultado se obtendrá.

2.1.6.5. El Factor “Ocultación” en el Periodismo Investigativo

Cuando parte de una historia periodística, o la historia en su totalidad, está oculta porque no se ha llegado a conocer bien, o porque quienes la conocen tratan de esconderla, el periodista se ve obligado a poner en marcha otros mecanismos de su profesión para tratar de descubrir lo que está escondido. Lo que supone que el periodista investiga para encontrar respuesta a todos los interrogantes que plantea una buena historia periodística y que no son otros que las consabidas seis preguntas: ¿Quién?, ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde? y ¿Por qué?⁴⁸.

En este punto hay que resaltar dos elementos clave para que una investigación periodística tenga éxito. Por un lado, la propia habilidad del periodista para seguir

⁴⁷ ESCOBAR DE LA SERNA, Luis. Derecho de la Información. Ed. Dyckinson. Madrid 1998.

⁴⁸ DÍAZ GÜELL, Luis en “Periodismo y Periodistas de Investigación en España: Contribución al Cambio Político, Jurídico, Económico y Social” Ed. Universidad Complutense de Madrid, España: 2003

la pista a una buena información y desarrollar las pesquisas pertinentes. Por otro, el gran número de estamentos, organizaciones, sociedades y personas empeñadas, en unos casos y, encargadas en otros, de mantener oculta algún tipo de información.

En el primer caso, la experiencia del profesional es fundamental para el éxito de la misión emprendida. El conocimiento del entorno, de las fuentes acumuladas durante años de profesión y de las nuevas fuentes conseguidas día a día; su capacidad de persuasión y la constancia en la investigación serán las claves que determinen que una investigación periodística puede llegar a buen fin⁴⁹.

En segunda instancia, el periodista tiene que ser consciente de que el gran desarrollo experimentado por los medios de comunicación y la enorme influencia que generan ha provocado mecanismos alternativos encargados de preservar la información como un bien valioso, que utilizado en sentido determinado puede cambiar el signo de los acontecimientos. Hoy en día es raro encontrar una gran corporación empresarial, política o social, que no tenga su departamento de comunicación encargado de distribuir y orientar esta información, intentando casar intereses de quien emite la información, quien la transmite y quien la recibe. En otros casos, con el fin premeditado de orientar la misma en el sentido único de beneficiar a quien la emite y, por tanto, ocultando hechos que pueden interesar a terceros⁵⁰.

2.1.6.6. Las Técnicas del Periodismo de Investigación

A juicio de Jacques Barzun y Henry F. Graff, en su libro *El investigador moderno* cualquier cuestión preliminar que se tiene que plantear un investigador es, qué tipo de ayuda necesita o puede solicitar, ya sean índices, bibliografías, diccionarios

⁴⁹ RODRÍGUEZ Pepe. “Periodismo de Investigación: Técnicas y estrategias” Ed. PAIDOS, España: 1994.

⁵⁰ Ídem.

catálogos, biografías y cuál es su grado de accesibilidad. Y luego tener en cuenta que ningún dato habla por sí mismo. Los datos deben ser seleccionados, ordenados, relacionados y hay que darles voz, porque la investigación no es ningún fin en sí mismo, si no está concebida para un objetivo determinado.

El periodista investigador no lee los periódicos y las revistas como el resto de sus colegas. Él sabe que detrás de cada noticia publicada por un competidor o en su propio medio hay más noticias, y en ellas se puede esconder una gran historia. La visión del periodista de investigación no se agota cuando el periódico ha sido publicado. Su mira está puesta mucho más allá y, cuando lee algo, ya sabe si tendrá mayor o menor desarrollo informativo. Nadie como él sabe leer los anuncios por palabras para descubrir hechos noticiosos en los que encontrar un hilo. Los prolijos informes policiales o los sesudos informes legales son parte de su lectura habitual, como lo son las revistas especializadas que, con frecuencia, escapan al gran público. El periodista de investigación tiene una intuición ejercitada con la práctica, mayor que la de sus colegas y la observación es una de sus características esenciales⁵¹.

Luego están las técnicas para desarrollar esa labor investigadora, que requieren, fundamentalmente, de una dosis de persistencia por encima de cualquier otro tipo de periodismo. Debe emplear mucho tiempo en cultivar a sus fuentes para ganarse su confianza y ha de tener una especial habilidad para separar lo esencial de lo florido, para ir al grano de los asuntos, sin despreciar ni una sola de las fuentes de información que se le presenten.

David Spark, un veterano *freelance* con una amplia experiencia como periodista de investigación, glosa en siete reglas sus recomendaciones para todo aquel que quiera dedicarse a labores de investigación periodística⁵²:

⁵¹ RODRÍGUEZ Pepe. "Periodismo de Investigación: Técnicas y estrategias" Ed. PAIDOS, España: 1994.

⁵² SPARK, David. "Reporte Investigativo: Un estudio de su técnica". Ed. Focal Press México 1999.

- Ir a los hechos en el corazón de los problemas y no contentarse con los comentarios de los portavoces.
- Explicar los conceptos difíciles. No escribir acerca de ellos.
- No hacerse eco únicamente de los puntos de vista de la fuente principal.
- Buscar otras fuentes con otros puntos de vista.
- Hablar con el mayor número de gente posible y cuanto más relevante mejor.
- Preguntar siempre, por simples y obvias que puedan parecer las preguntas.
- No tomar cada hecho y a cada uno por lo que parecen valer.
- Recordar que cualquier persona, organización o hecho tiene una historia, la cual puede tener relación con lo que esté pasando ahora.

Según este mismo autor, hay también siete reglas en el periodismo de investigación⁵³:

1. Evitar el partidismo político
2. Mantener la neutralidad ante las personas involucradas, a despecho de las simpatías individuales.
3. Documentarse seriamente en torno al asunto, sea municipal, provincial, nacional, sindical o financiero.
4. Moderación en el tratamiento de los hechos, que no se deformen.
5. Acudir a las fuentes de información con nobleza y directamente, respetando el incógnito de los informadores confidenciales para ganarse su respeto y confianza.
6. No obtener información por medios ilícitos.
7. Ofrecer evidencias cuando se desprenda de una noticia la culpabilidad de una persona, dando a ésta la posibilidad de explicarse.

⁵³ SPARK, David. “Reporte Investigativo: Un estudio de su técnica”. Ed. Focal Press México 1999.

2.1.6.7. Detección de Hechos Investigables

El campo de la realidad está repleto de hechos interesantes que esperan ser detectados para ser investigados y convertidos en noticia. Las vías para poder detectarlos son múltiples: canales institucionales, publicaciones de interés general, especializadas o técnicas, actos públicos y privados, publicaciones privadas y reservadas, confidencias, filtraciones, etc. Analizar el contenido, contexto y veracidad de estos canales informativos llevará a la detección de la noticia y por tanto, al inicio de un proceso de investigación periodística⁵⁴.

El proceso de determinación del hecho investigable se origina, en lo que se llama el campo de la realidad, que se puede imaginar como una especie de gran almacén en el que están todos los hechos pasados y con expectativas de concreción futura. En teoría, todo lo que ya ha sucedido ha dejado su rastro en este campo de la realidad y, por ello, puede ser localizado e investigado. Y mucho de lo que aún está por suceder, siendo el futuro una prolongación de su pasado/presente inmediato, puede averiguarse si logramos encadenar los suficientes y adecuados hechos ya pasados⁵⁵.

Partiendo de la hipótesis de que todo hecho puede ser detectable si se dan una serie de procesos comunicativos apropiados que lo aproximen hasta el periodista. Y se asume que, debajo de cualquier hecho o persona, si se busca lo suficiente, siempre encontraremos aspectos realmente interesantes que se han intentado ocultar con más o menos celo, todo proceso de investigación se asienta sobre un comportamiento humano que resulta extremadamente difícil de obviar.

Toda realidad que consigue salir de su campo y traspasar el filtro informativo lo hace a través de un proceso comunicador que admite muy diversas variables

⁵⁴ RODRÍGUEZ Pepe. “Periodismo de Investigación: Técnicas y estrategias” Ed. PAIDOS, España: 1994. Pág. 49.

⁵⁵ Ídem, Pág. 52

formales y estructurales. Como primera medida distinguiremos entre un proceso voluntario y otro involuntario⁵⁶:

- El proceso comunicador voluntario, como su nombre indica, será aquel que nace con la intencionalidad de traspasar un determinado contenido informativo desde su campo de origen hasta un receptor ajeno al mismo.
- El proceso comunicador involuntario será el que al traspasar el contenido informativo lo hace de una manera no intencional, inadvertida o por error, ya que lo que interesaba realmente al emisor era, precisamente, silenciarlo.

En general, dentro de un proceso comunicador pueden diferenciarse tres niveles⁵⁷: el público, el privado y el reservado.

- Un primer nivel informativo será el público, conformado por comunicaciones de muy distintas procedencias pero con el común denominador de haberse difundido de una manera pública y notoria (que debería presuponer voluntariedad comunicativa siempre, aunque pueda haber excepciones notables). A priori, éste parece el nivel menos atractivo para el periodista investigador pero, sin embargo, si se sabe utilizar bien, arroja una rentabilidad informativa muy importante.
- Un segundo nivel informativo será el privado, integrado por comunicaciones transmitidas a nivel particular y/o dentro de un grupo de receptores reducido que, en principio, no tienen intencionalidad de publicitarias aunque, en todo caso, tampoco tengan prohibición expresa de hacerlo. Es un nivel de comunicación que exige, muchas veces, tener que respetar algunas reglas de anonimato o de intimidad.

⁵⁶ RODRÍGUEZ Pepe. “Periodismo de Investigación: Técnicas y estrategias” Ed. PAIDOS, España: 1994. Pág. 54.

⁵⁷ Ídem. Pág. 54.

- El tercer nivel informativo será el reservado, configurado por contenidos comunicativos estrictamente confidenciales, elaborados para muy reducidos y seleccionados grupos de receptores que, éstos sí, tienen la obligación de mantenerlos ocultos o hacer de ellos un uso absolutamente reservado.

2.1.6.8. Proceso de Investigación Periodística

La dinámica de un proceso de investigación es el camino que conduce desde la recepción de un rumor hasta la publicación de un hecho probado. Por ello, antes de iniciar un trabajo hay que definir el campo de investigación, buscar, analizar y estructurar las posibles fuentes, confeccionar una base de datos, confirmar cada uno de los elementos que se incorporan a la investigación, etc.⁵⁸

La investigación periodística se concreta siempre a partir de un proceso, más o menos laborioso, en el que el periodista se afana por descubrir pistas, hechos, relaciones y cualesquiera otros retazos de realidad que le conduzcan a demostrar el objetivo motor de la investigación puntual que se haya emprendido, y este proceso, a su vez, se concretará mediante el uso de una serie de técnicas y estrategias genéricas o específicas, ortodoxas o heterodoxas, que permitirán descubrir, con más o menos fortuna, la realidad escondida que el periodista pretende hacer aflorar con su trabajo.

2.1.6.9. La Confirmación de Datos

Un dato nunca debe ser empleado como tal si antes no ha sido debidamente confirmado a través de un proceso adecuado que tenga en cuenta su procedencia (oral o documental), la credibilidad de la fuente, la posibilidad de ser razonablemente cierto y, en general, si no se ha encontrado otras fuentes independientes concordantes, no se ha podido contrastar un documento con su

⁵⁸ RODRÍGUEZ Pepe. “Periodismo de Investigación: Técnicas y estrategias” Ed. PAIDOS, España: 1994.

original y/o con las personas implicadas en él, o en casos específicos si no se lo ha sometido a un análisis técnico especializado⁵⁹.

Cuando el periodista obtiene un dato y, lógicamente, antes de que lo utilice o publique, siempre es aconsejable que invierta el tiempo necesario para cotejarlo y confirmarlo. El esfuerzo requerido, en realidad, no es tanto como la natural pereza hace sospechar y, muy a menudo, al hacerlo, se evitan problemas de considerable importancia y difícil reparación a posteriori.

2.1.6.10. Riesgos de la Profesión

Hacer periodismo de investigación es verdaderamente peligroso. Las amenazas y muerte de periodistas han permitido escribir miles de páginas.

Se puede recordar la masacre de ocho periodistas peruanos en el poblado de Ayacucho de Uchuraccay el 26 de febrero de 1983.

Periodistas de diferentes diarios y revistas en su afán de encontrar la verdad sobre la matanza de campesinos, fueron emboscados y asesinados salvajemente, sin que hasta la fecha se conozca la verdadera realidad de los hechos.

Las amenazas de muerte son para desgracia cada vez más frecuentes. Asesinar es la fórmula más radical de la censura.

A decir de M. Esther Soto Sempértegui en su artículo publicado en el periódico La Patria de Oruro, los gobiernos más cuestionados en la actualidad, respecto al tema de la Libertad de Prensa son: Argentina, Bolivia, Cuba, Ecuador, Venezuela y Honduras, los métodos; el desprestigio de los periodistas, el insulto y la

⁵⁹ RODRÍGUEZ Pepe. “Periodismo de Investigación: Técnicas y estrategias” Ed. Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia, 2005.

persecución, lo mismo que la instauración de medios manejados por los gobiernos que manipulan la información de acuerdo a los intereses de los gobiernos vigentes. Colombia y México, también integran la lista, sus periodistas son secuestrados, torturados y asesinados por las FARC y los narcotraficantes, cuyo poder infinito tiene sitiadas por el silencio y el terror a ciudades enteras⁶⁰

En Bolivia las condiciones son igualmente difíciles en lo que se refiere al ejercicio profesional del periodismo, a decir del periodista Alberto Bailey Gutiérrez ex presidente del Tribunal de Honor de la Asociación de Periodistas de La Paz (APLP), en el marco del foro “Libertad de prensa en tiempos de cambio”, organizado por la Asociación Nacional de la Prensa (ANP) en colaboración con la UNESCO, realizado en la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Mayor de San Andrés en abril de 2012, la situación del periodismo en nuestro país: “vive estos tiempos difíciles que atravesamos hoy colmados de amenazas y amedrentamientos a periodistas y a medios de comunicación”, y se refiere a que ésta situación de riesgo profesional es parte de un comportamiento represivo ejercido por autoridades gubernamentales que se puede traducir en que: “los gobiernos democráticos aceptan y respetan el derecho ciudadano fundamental a la libre expresión y los no democráticos y proclives al autoritarismo no toleran su fiscalización, la consideran un obstáculo para gobernar”⁶¹

Por otro lado en el informe Estado de la Libertad de Expresión 2011, la ANP registró en relación al 2010, que el número de casos de agresiones físicas subió de 13 a 19. Un aumento de esa naturaleza, marca una peligrosa tendencia de sectores en conflicto a descargar su enojo, justificado o no, sobre reporteros, fotógrafos y camarógrafos que cumplen su tarea específica de informadores, convirtiéndose en un riesgo el ejercicio profesional periodístico en Bolivia., de ahí

⁶⁰ SOTO SEMPÉRTEGUI, M. Esthér. “En el Día Mundial de la Libertad de Prensa”, Disponible en: <http://lapatriaenlinea.com/?t=en-el-día-mundial-de-la-libertad-de-prensa¬a=105886>

⁶¹ Foro de periodistas: La prensa boliviana vive tiempos difíciles, Disponible en: <http://eju.tv/2012/04/foro-de-periodistas-la-prensa-boliviana-vive-tiempos-dificiles/>

que se puede observar en el cuadro siguiente esta tendencia de inseguridad para el ejercicio profesional en el medio

CLASIFICACIÓN DE ALERTAS DIFUNDIDAS POR LA UNIDAD DE MONITOREO Y VIGILANCIA DE LA LIBERTAD DE PRENSA Y EXPRESIÓN EN BOLIVIA 2011

Tipificación de la alerta	No. de alertas difundidas	
	2010	2011
	13	19
Agresiones físicas		
Agresiones verbales y amenazas	25	27
Agresiones materiales a equipos de periodistas y de medios	1	4
Restricciones al trabajo periodístico	14	6
Normas o proyectos que dificultan el acceso a la información pública y dificultan el trabajo periodístico	1	4
Incidentes de acoso judicial o administrativo	8	13
Reconocimiento judicial a la vigencia de la Ley de Imprenta		2
Desplazamiento forzado , refugio y exilio		1
Detención		3
Intimidación/presión/Vigilancia		1
Retiro de la publicidad estatal		2
Despido arbitrario	1	

Fuente: Unidad de Monitoreo de la Libertad de Prensa y Expresión en Bolivia de la ANP

2.1.7. Actividades características del Periodista Investigador

El periodista investigador normalmente, aunque sea de forma intuitiva, sabe cuándo ha encontrado algo importante y conoce también por dónde debe empezar a investigar para confirmar sus previsiones iniciales⁶².

Un periodista profesional que se encarga de trabajos de investigación a decir de José María Caminos (1998), debe saber leer entre líneas las informaciones diarias que publican los medios de comunicación, observar con detenimiento las declaraciones que se hacen al respecto y debe tener una percepción especial para observar si los datos expuestos no encajan perfectamente con la realidad.

Muchos trabajos de investigación parten de esa intuición del periodista investigador, de una capacidad de observación que ha desarrollado a lo largo de su carrera profesional. Otras muchas investigaciones surgen a partir de un ligero indicio, una pista que puede haber llegado al periodista a través de un simple rumor que le ha hecho llegar una fuente de información o cualquier persona conocida.

El periodista investigador no posee una fórmula mágica para determinar qué temas son susceptibles de ser investigados y acceder a las primeras pistas. Las fórmulas para buscar temas de interés son muy variadas de las que podemos citar las siguientes⁶³:

- **LA OBSERVACIÓN DIRECTA**

La manera más sencilla que tiene un periodista de detectar una posible investigación se basa en la observación directa de los sucesos diarios. Los acontecimientos cotidianos y las conversaciones con ciudadanos normales que

⁶² CAMINOS MARCET, José María: Periodismo de Investigación, Teoría y Práctica, Ed. Síntesis; Barcelona España: 1997, Pág. 138.

⁶³ Ídem. Pág. 139.

expresan quejas sobre el mal funcionamiento de las cosas siempre dan pistas para formular algunas hipótesis e iniciar una investigación.

- **EL ARCHIVO DE DATOS PARCIALES**

La documentación es una herramienta imprescindible para el periodismo de investigación. Un periódico que no tenga una buena documentación no está bien preparado para esta práctica. De la misma forma que un periodista que no posea un buen archivo personal está incapacitado para el ejercicio de esta profesión.

Uno de los trabajos más importantes del periodista investigador es el constante archivo de datos que considera de interés para poder ser utilizados en investigaciones futuras. Pequeñas pistas que por sí solas no conducen a nada, pero que poco a poco, acumuladas con otras evidencias, pueden acabar tomando cuerpo.

Los datos aislados así obtenidos, interrelacionados entre sí, pueden proporcionar pistas importantes para iniciar un trabajo de investigación. Todos los datos relacionados con un determinado tema, por insignificantes que parezcan en un principio, pueden proporcionar piezas suficientes para componer un rompecabezas que debe ser investigado.

- **EL ANÁLISIS DE LOS HECHOS DE ACTUALIDAD**

Consiste en revisar críticamente las informaciones que diariamente publican los medios de comunicación, tanto los del medio en el que trabaja el periodista como los de los diarios de la competencia. Muchas informaciones que publican los medios de comunicación dejan entrever aspectos importantes que pueden ser investigados por los periodistas.

Conocer a la perfección la actualidad, los acontecimientos diarios que aparecen en los medios de comunicación es imprescindible para el ejercicio del periodismo y, por

extensión, para la práctica del periodismo de investigación. En muchas ocasiones, leyendo entre líneas informaciones aparentemente anodinas se deslizan datos que pueden ser importantes, piezas que no engarzan y que dejan algo en evidencia.

- **ESTUDIO DE PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS**

Se trata de un material imprescindible para el trabajo del investigador. La prensa especializada, en todas sus variantes, ofrece pistas inmejorables para iniciar determinadas investigaciones.

Dentro de este campo de publicaciones especializadas podemos hablar también de los boletines internos de empresas o revistas confidenciales, que siempre aportan pistas para la investigación.

- **EL ESTUDIO DE LOS BOLETINES OFICIALES**

Los boletines oficiales son un buen lugar para detectar y recoger el pulso de las actividades públicas institucionales. Es el lugar adecuado para seguir la marcha de nombramientos, actuaciones oficiales, concesiones de obras públicas, etc., publicación en la que a través de una lectura crítica se pueden descubrir numerosas pistas para iniciar trabajos de investigación.

En el periodismo de investigación los boletines oficiales se suelen utilizar también para consultar y verificar datos que se han obtenido por otras fuentes.

- **LA VISITA PERIÓDICA A LOS JUZGADOS**

Muchas informaciones que pasan desapercibidas para los periodistas de información diaria se gestan en los juzgados. Allí se abren diariamente numerosas causas que sirven de pista para alertar sobre posibles irregularidades y que pueden derivar en futuras investigaciones.

La relación con los juzgados es importante, pero también con despachos de abogados, procuradores y fiscales. Ésa es una de las minas más importantes de información en el periodismo de investigación, porque todos los asuntos polémicos pasan por sus manos.

Los periodistas investigadores deben procurar mantener unas relaciones fluidas con la Judicatura. Periodista y juez son personas que en el fondo tienen como función sacar a la luz temas ocultos.

- **LAS CONFIDENCIAS**

Un porcentaje muy alto de las investigaciones periodísticas parten de una confidencia o un rumor que alguna persona pone en conocimiento del periodista.

La confidencia de una fuente de información puede situar al periodista ante un tema. Pero, en contra de lo que se piensa, en la mayoría de las ocasiones no se trata de fuentes importantes, grandes confidencias. Normalmente, las confidencias que conducen a temas importantes son de personas normales que alertan al periodista de tal o cual tema porque piensan que puede dar lugar a una investigación interesante.

- **LOS AVISOS ANÓNIMOS**

Son fuentes habituales entre los periodistas que se han especializado en algún área temática. Los avisos anónimos llegan frecuentemente a la redacción de un diario, sobre todo cuando la gente conoce al periodista porque está publicando temas importantes. Los anónimos pueden dar pistas, pero hay que tener mucho cuidado con ellos porque, por una confidencia anónima buena que llega a la redacción, otras nueve son incoherentes y carecen de sentido.

Las confidencias sólo se utilizan cuando el periodista está convencido de que pueden llevar a algo concreto. Hay que tener en cuenta que las redacciones de los

periódicos parecen a veces el teléfono de la esperanza al que llama cualquier perturbado para buscar simplemente desahogo, alguien que le escuche.

Las informaciones que provienen de avisos anónimos, a pesar de que en ocasiones aporten pruebas documentales, nunca pueden ser publicadas sin proceder previamente a una profunda verificación. Hay que tener en cuenta que la fuente anónima es desconocida y, por lo tanto, de entrada, de escasa credibilidad y tiene que ser investigada.

- **EL CONTACTO PERMANENTE CON LAS FUENTES**

Los integrantes de la red habitual de fuentes de información del periodista investigador pueden proporcionarle por iniciativa propia datos para una investigación. Para que esto se produzca es necesario que la fuente habitual confíe en el periodista. Es por ello importante que el investigador respete siempre los pactos que contrae con sus fuentes de información. Si el periodista es serio y profesional y respeta a su fuente puede convertirla en un cauce permanente para obtener buenas informaciones.

Una buena agenda, una buena lista de fuentes de información, siempre es una garantía para llegar a temas de interés.

2.1.8. PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN EN TELEVISIÓN

El periodismo de investigación también puede ser perfectamente un periodismo de imágenes, aunque es precisamente la televisión el medio que más dificultades presenta para el desarrollo de esta especialidad periodística. Excluida la radio, un medio cuyas características lo hacen inapropiado para el periodismo de investigación, se puede afirmar que la televisión es el medio más difícil para la práctica de esta modalidad periodística. Esto no quiere decir que la televisión no sea un medio adecuado para estos trabajos. De hecho, los reportajes de

investigación televisivos suelen ser bastante apreciados por los televidentes. Lo que sí se quiere decir es que la prensa escrita representa un vehículo más apropiado para resolver la dificultad de comprensión de las vastas temáticas que se abordan en estos complejos trabajos⁶⁴.

A pesar de que en el medio televisivo el impacto del periodismo de investigación es mucho mayor, el espectador no puede volver sobre aspectos complejos o que no ha terminado de comprender en toda su extensión, por lo que es necesario recurrir a una mayor simplificación de los temas. Además, el factor tiempo es siempre determinante en un medio como la televisión, por lo que el periodismo de investigación que se difunde a través de este medio es especialmente difícil y requiere una especial celeridad.

Ya hemos explicado que el medio idóneo para la difusión de las investigaciones periodísticas es la prensa escrita, diaria o no. En la explicación de grandes temas de investigación, la continua aparición de personajes distintos y el complicado y a menudo oscuro y difícil proceso de la investigación, hacen necesario acudir a "referencias cruzadas" que sólo se pueden ofrecer con toda su complejidad a través de la prensa escrita.

Debido a todas estas circunstancias, "es evidente que la televisión no va a sustituir a los periódicos, y menos en esta familia periodística que constituye la inquisición sobre los asuntos públicos ocultos. El espectáculo "total" que ofrece la televisión es inimitable en otros medios, pero el espectador necesita una explicación adicional para la completa comprensión de estas temáticas que, en ocasiones, son especialmente complejas. Una explicación que sólo puede darle la letra impresa"⁶⁵.

⁶⁴ CAMINOS MARCET, José María: Periodismo de Investigación, Teoría y Práctica, Ed. Síntesis; Barcelona España: 1997, Pág. 215.

⁶⁵ Ídem. Pág. 216

A pesar de la innegable importancia de la imagen, la esencia del periodismo de investigación que se difunde a través de la televisión es la palabra. La denuncia mediante argumentaciones sustentadas en datos es lo que da credibilidad a estos reportajes de investigación.

La técnica del periodismo de investigación en televisión es la misma que en la prensa escrita. Entre otros motivos, porque utilizar imágenes inéditas como soporte esencial de los reportajes de investigación resulta excesivamente caro ya que habría que utilizar tecnología punta de difícil acceso. Carlos Estévez deja perfectamente claro este aspecto cuando afirma: "Nosotros no investigamos con las cámaras, porque saldría muy caro; investigamos con lápiz y papel"⁶⁶.

Los equipos de investigación en televisión deben intentar acercarse lo más posible a la forma clásica de investigar en la prensa escrita, porque es la más adecuada incluso cuando el soporte es el televisivo. Uno de los aspectos más importantes del periodismo investigativo en televisión es el cuidado que debe tener el periodista para ofrecer al espectador la sensación de que está frente a un trabajo de investigación serio. Nunca deben utilizarse imágenes que puedan devaluar el trabajo investigador convirtiéndolo en un mensaje cercano al sensacionalismo informativo. Una actitud que no es tan necesaria en el periodismo escrito y que deriva de la gran complejidad de los mensajes que se pueden transmitir a través de las imágenes.

En televisión, el trabajo de investigación debe dar la sensación de seriedad, de ahí la supeditación de la imagen respecto a la palabra. Se pueden hacer reportajes de investigación llamativos, jugando con las imágenes, pero ello desvirtuaría el género investigativo. Con reportajes llamativos se puede incrementar la audiencia, pero se corre el riesgo de caer en las características más negativas del reality

⁶⁶ CAMINOS MARCET, José María: Periodismo de Investigación, Teoría y Práctica, Ed. Síntesis; Barcelona España: 1997, Pág. 216.

show. Por eso la rigurosidad en el desarrollo de la investigación y la palabra son esenciales en estos trabajos televisivos⁶⁷.

Un problema fundamental es también los altos costos de la investigación televisiva. Hay televisiones europeas que tienen un equipo entero trabajando durante un año para elaborar un único reportaje. Un derroche que no pueden permitirse todas las televisiones y al que sólo pueden hacer frente las cadenas más poderosas. Sin embargo, el prestigio que acompaña a esta modalidad periodística ha empujado a algunas empresas audiovisuales a optar por la investigación a pesar de sus altos costes de producción.

Sin embargo, es muy importante matizar que estos reportajes en profundidad, la mayoría de ellos de denuncia, no se ajustan en todos los casos a las características que se reconocen como propias del periodismo de investigación. La mayoría de los periodistas que se dedican a este tipo de programas de denuncia, investigan, como lo hacen también, la mayor parte de los periodistas. Pero, una cosa es que practiquen la investigación periodística y otra totalmente diferente es que trabajen con las técnicas del periodismo de investigación.

Un periodista puede hacer un buen reportaje de denuncia y no utilizar las técnicas que acompañan siempre a cualquier texto de investigación.

2.2. MARCO REFERENCIAL

2.2.1. UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

La Universidad Mayor de San Andrés (UMSA), fue creada por Decreto Supremo de fecha de 25 de octubre de 1830 durante la presidencia del Mariscal Andrés de

⁶⁷ CAMINOS MARCET, José María: Periodismo de Investigación, Teoría y Práctica, Ed. Síntesis; Barcelona España: 1997, Pág. 216.

Santa Cruz con el nombre de Universidad Menor de San Andrés de La Paz, inaugurando sus actividades el 30 de Noviembre de 1830. Un año más tarde, por Ley de la Asamblea Constituyente alcanza el grado de Universidad Mayor de San Andrés de La Paz de Ayacucho por Decreto Supremo de 13 de agosto de 1831⁶⁸.

La Historia de la Universidad de La Paz consta de tres periodos bien caracterizados:

1. La Universidad Oficial que comprende desde su fundación
2. La universidad semiautónoma o autarquía universitaria que comprende desde la revolución de junio de 1930 hasta la llegada al Rectorado de la Universidad de Héctor Ormachea Zalles; junio de 1936.
3. La Universidad plenamente autónoma que alcanza desde este último hito hasta nuestros días.

2.2.1.1. Misión y Visión Institucional

- **Misión**

Formar profesionales idóneos de reconocida calidad y excelencia académica con conciencia ética y capacidad de crear, adaptar, transformar la ciencia y la tecnología universal para el desarrollo y proceso nacional, promover la investigación científica y los estudios humanísticos, defender y acrecentar el patrimonio cultural, así como contribuir a la defensa de la soberanía del país.

⁶⁸ SALINAS José María, Historia de la Universidad Mayor de San Andrés, tomo I, La Paz – Bolivia, pago. 49

- **Visión**

La Visión de la Universidad se caracteriza por:

- Contribuir con la creación de una conciencia nacional, partiendo del conocimiento de la realidad de la dependencia, opresión y explotación del país, en la perspectiva de su integración y de libre determinación nacional.
- Formar profesionales idóneos en todas las áreas del conocimiento científico, humanístico, tecnológico y cultural que correspondan a las necesidades del desarrollo nacional y estén dotados de conciencia crítica.
- Asimilar, crear y desarrollar la ciencia y la tecnología mediante la investigación objetiva de la realidad, para su transformación.
- Identificar el quehacer científico-cultural con los intereses populares, integrándose a ellos en la lucha por la liberación nacional.
- Organizar y mantener institutos destinados al desarrollo cultural técnico y social de los trabajadores.

2.2.1.2. Fines y Objetivos de la UMSA

Son fines de la Universidad Mayor de San Andrés los siguientes⁶⁹:

- a) Los fines y objetivos generales señalados en el estatuto de la Universidad Boliviana.
- b) Formar profesionales idóneos en todas las esferas del quehacer científico, tecnológico y cultural, los que deberán responder a las

⁶⁹ Estatuto Orgánico de la UMSA, aprobado en el 1º Congreso interno de la UMSA, 31 de octubre de 1988, Art.13

necesidades de la transformación y el desarrollo nacional y regional, con conciencia crítica y con capacidad en el manejo de los instrumentos teóricos, metodológicos y prácticos.

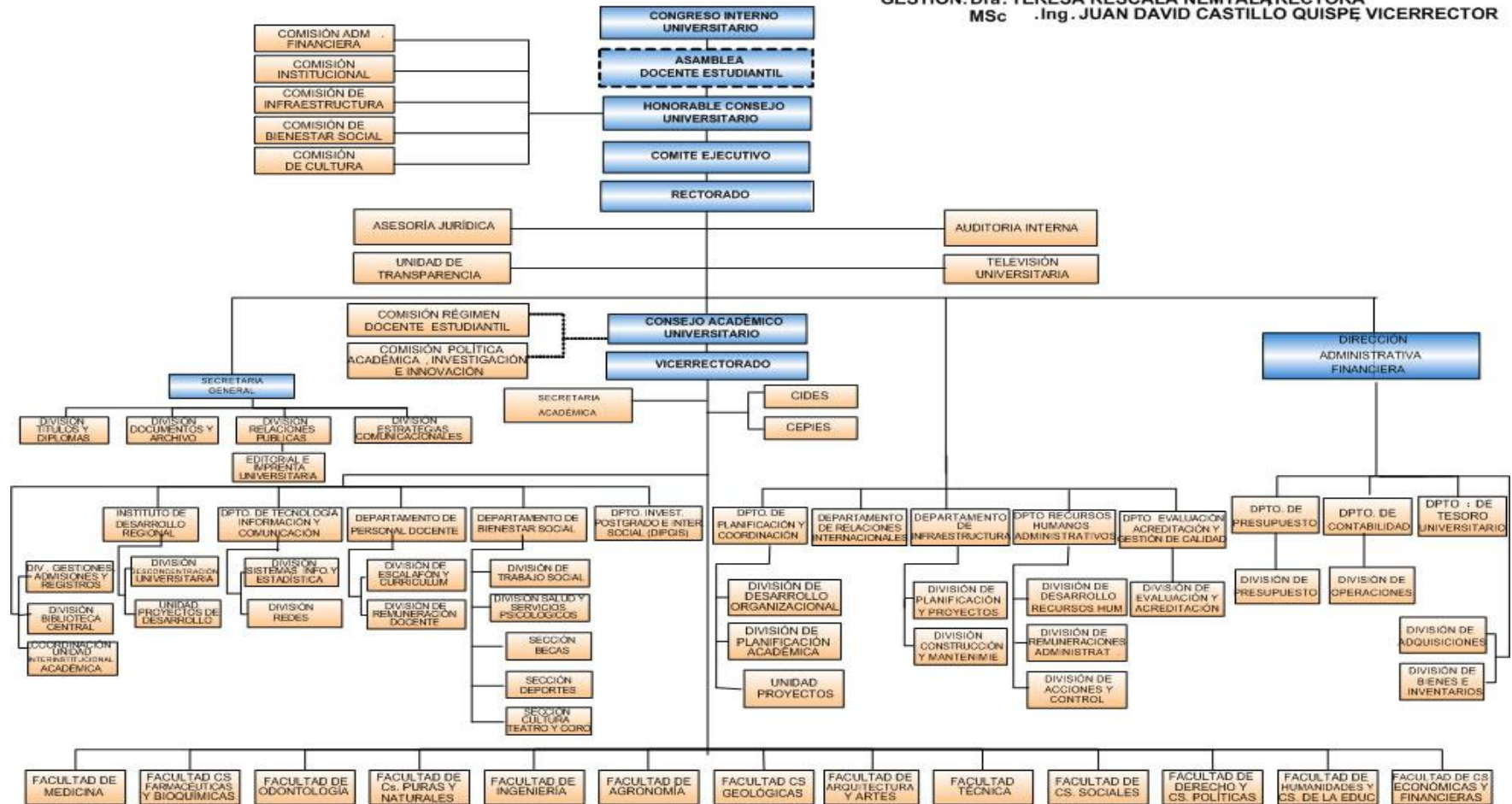
- c) Desarrollar y difundir la ciencia, la tecnología y la cultura en general, dentro y fuera de la Universidad;
- d) Orientar, realizar y promover la investigación en todos los campos del conocimiento, conforme a la priorización de los problemas de la realidad.
- e) Defender, rescatar y desarrollar los valores de las culturas del país y la cultura universal.
- f) Desarrollar el proceso académico que integra la teoría y la práctica, así como la enseñanza-aprendizaje, la producción y la investigación.
- g) Fortalecer el sistema de la educación integrándose con las demás universidades bolivianas y con los ciclos pre universitario de instrucción.
- h) Fortalecer vinculación con las Universidades del exterior.
- i) Defender y desarrollar el carácter democrático de la educación en general.
- j) Promover que todos los instrumentos de comunicación social cultural y científica con que cuenta la universidad se articulen dentro de los lineamientos de un desarrollo integral de la región.

Gráfico N° 2.1.

ORGANIGRAMA DE LA UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
ESTRUCTURA ORGÁNICA 2008

GESTIÓN: Dra. TERESA RESCALA NEMTALA RECTORA
MSc .Ing. JUAN DAVID CASTILLO QUISPE VICERRECTOR



Fuente : Resolución 053/08 H. C. U
Departamento de Planificación y Coordinación - 2008

2.2.2. CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

2.2.2.1. Antecedentes

A comienzos de 1984 no existían carreras de comunicación social en universidades públicas. La situación político económica de Bolivia hacía importante la necesidad de formar profesionales en el campo de la comunicación con un sentido crítico, conscientes de la realidad que vivía y vive el país y el mundo, en la época de vertiginoso avance de la tecnología en la comunicación⁷⁰.

La Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Mayor de San Andrés decidió, en junio de 1984, efectivizar la creación de las carreras de Comunicación, Antropología y Arqueología. El mes de agosto del mismo año, por resolución 1/1617/145/84 del Honorable Consejo Universitario, se creó formalmente la Carrera de Comunicación Social de la U.M.S.A.⁷¹

2.2.2.2. Características Actuales de la carrera de Comunicación de la UMSA

- **Perfil Profesional⁷²**

La Carrera de Comunicación Social de la U.M.S.A. forma:

a) Licenciados en Ciencias de la Comunicación Social

Los Licenciados en Comunicación Social de acuerdo a reglamento pueden optar a las siguientes menciones:

- Planificación en políticas de comunicación.
- Comunicación y educación alternativa y popular.

⁷⁰ UMSA, "Programa Académico: Carrera de ciencias de la Comunicación Social". Ed. EDCON Editores, La Paz - Bolivia 1998

⁷¹ Ídem.

⁷² Ídem.

- Periodismo.
- Producción audiovisual

Al cabo de los cinco años de estudios el profesional en Comunicación de la U.M.S.A. deberá haber alcanzado las siguientes características:

- Deberá poseer, una formación basada en la realidad nacional apoyada en el conocimiento universal sobre la ciencia social, lo que le permitirá comprender problemas sociales vigentes
- Deberá poseer, al mismo tiempo, un dominio de los instrumentos técnicos propios de la comunicación moderna.
- Sabrá evaluar los procesos económico-sociales y políticos del país.
- Será promotor de actividades y proyectos comunicacionales.
- Estará preparado para realizar investigaciones científicas en comunicación, que le permitirán no sólo profundizar, sino también producir nuevos conocimientos que conduzcan a la permanente aproximación a la realidad nacional.
- Estará formado para experimentar adhesión y práctica de los principios y valores éticos fundamentales como: la verdad, justicia, equidad, solidaridad, tolerancia y vocación de servicio.
- Estará capacitado para impartir clases a nivel de enseñanza superior y media en los ámbitos relacionados con la comunicación y las ciencias sociales.

• **Número de Docentes y Estudiantes por especialidad⁷³.**

- | | |
|--------------------------------------------|----|
| ▪ Cantidad de Docentes | 79 |
| ▪ Cantidad de Docentes en Taller de Prensa | 3 |

⁷³ Kardex Comunicación Social UMSA

- Cantidad de Docentes en Periodismo 2
- Cantidad de docentes en Redacción I 5
- Cantidad de docentes en Redacción II 4
- Cantidad de docentes en Redacción III 3
- Cantidad de docentes en Lenguaje 6
- Cantidad de alumnos inscritos (Gest.2012) 1904
- Cantidad de alumnos inscritos en Menciones
 - Planificación y Política de la Comunicación 46
 - Comunicación y Educación Pop. Alternativa 56
 - Producción Audiovisual 54
 - Periodismo 37

• **Plan de estudios Carrera de Comunicación**

PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
Economía Política	Teorías Sociológicas	Legislación y Ética en la Comunicación	Procesos y Tendencias Actuales	Tesis, Proyecto de Grado o Trabajo Dirigido
Procesos Históricos	Teoría y Práctica de la Comunicación II	Formación Social Boliviana	Teoría y Análisis de los Lenguajes	Taller de Síntesis IV
Teoría y Práctica de la Comunicación Social	Redacción I	Inv. de la Realidad Comunicacional Boliviana	Redacción III	T.V. – Radio – Prensa Abierta
Lenguaje	Epistemología y Lógica	Redacción II	Investigación en la Comunicación	
Introducción a la Investigación	Lenguaje de la Imagen	Métodos de Investigación	Taller de Síntesis III T.V. – Radio – Prensa Abierta	
Diseño y Diagramación	Taller de Síntesis I T.V. – Radio – Prensa Abierta	Publicidad y Propaganda		
		Taller de Síntesis II T.V. – Radio – Prensa Abierta		
Menciones	Planificación de Políticas en comunicación	Comunicación y Educación Alternativa y Popular	Producción Audiovisual	Periodismo

SEMINARIOS OPTATIVOS: 4 de Vencimiento obligatorio.

Comunicación oral	Fotografía	Narrativa Literaria	Matemáticas
Comunicación Organizacional	Nuevas tecnologías en Comunicación	Idioma Optativo: Aymara, Quechua, Inglés, Francés,	Teoría de la Ideología
Opinión Pública	Cine	Narrativa Literaria	Estadística

2.2.3. TELEVISIÓN UNIVERSITARIA

2.2.3.1. Antecedentes Históricos⁷⁴

Televisión Universitaria es un medio de comunicación institucional de la Universidad Mayor de San Andrés que emerge producto de un proceso que se inició en 1979 cuando el Consejo Nacional de Educación Superior (CNES) establece las bases de la elaboración y ejecución del proyecto TV-U para La Paz en circuito cerrado. En 1980, en la dictadura de García Mesa, se equipa y organiza la Televisión Universitaria, mediante el decreto supremo N° 16800, su primera emisión es el 24 de diciembre en la frecuencia de canal 5 y una potencia de 1 Kw., con emisiones ínter diarias de 17:30 a 22:00, posteriormente se realiza el cambio de frecuencia a Canal 13.

En todo este tiempo TVU lleva adelante una labor comprometida con el pueblo y con un contenido educativo cultural. Su historia hace que su labor tenga matices en cada uno de los periodos políticos sociales y económicos, constituyéndose en un medio que en cada uno de estos periodos ha brindado diferentes formas de aporte a la sociedad y de acción en beneficio de la UMSA.

⁷⁴ Disponible en: http://www.umsa.bo/umsa/app?service=page/Tvu_History (Visitado el 5 de Octubre de 2012)

En el último tiempo manifiesta ser uno de los medios de comunicación que ha generado referencia en el plano del análisis y propuesta para los cambios y transformaciones que vive el país. Recientemente ha encarado con seriedad el fortalecimiento de su trabajo para brindar una propuesta televisiva diferente de servicio al país, la sociedad y la UMSA, pretende convertirse en un referente regional y en actor articulador de la Universidad Mayor de San Andrés y la sociedad para transferir a beneficio del pueblo todas las actividades institucionales enmarcadas en los principios fines y objetivos de la propia universidad.

2.2.3.2. Filosofía del Canal 13 Televisión Universitaria

Frente al panorama existente en el medio respecto de la televisión considerada fundamentalmente comercial, y cuya concepción es de orden generalizada en todos los países subdesarrollados, surge la televisión alternativa, la televisión como vehículo de enseñanza no tradicional, medio que fortalece el proceso educativo de una sociedad, dentro de las nuevas tecnologías con el objetivo de enseñar algo a alguien, con un público relativamente heterogéneo, que en este caso es la Televisión Universitaria⁷⁵.

De ahí que el canal 13 sustenta su visión filosófica de servicio en lo siguiente: “La televisión educativa surge en el mundo, casi desde el nacimiento de este medio, en países desarrollados (EE.UU. y Europa) surge como un servicio complementario a la educación formal, mediante programas culturales, informativos y educativos, en otros casos los que se hace es preparar docentes para impartir la enseñanza a través de este medio. Siguen esta iniciativa las universidades de Argentina, Colombia y Chile que en las décadas 60 y 70 definen utilizar a la televisión como instrumentos de respaldo técnico para sus fines educativos. La Televisión Educativa tienen como elemento central a la

⁷⁵ Disponible en: http://www.umsa.bo/umsa/app?service=page/Tvu_Antecedentes(Visitado el 5 de Octubre de 2012)

planificación, orientada a la formación de un público relativamente heterogéneo y así mismo su eficacia es proporcional al grado de empatía y de compromiso con el público potencial, es decir que la Televisión Educativa tiene como objetivo de todas sus acciones concurrentes la formación del hombre"⁷⁶.

2.2.3.3. Plan Estratégico de Desarrollo de Canal 13 TVU

Televisión Universitaria en función a generar un desarrollo institucional acorde con el desarrollo de la Universidad Mayor de San Andrés, ha elaborado un Plan Estratégico de Desarrollo que implica los siguientes ejes fundamentales⁷⁷:

- Política de mejorar técnicamente la señal televisiva y encarar la sustitución de equipamiento domestico por un equipamiento profesional
- Política de programación que busca ampliar, diseñar y ejecutar una programación atractiva y de impacto social y que se sustente los horizontes y definiciones institucionales, que considere lo educativo, cultural, científico, de servicio, regional, popular, medio ambiente, género y participación.
- Política de producción que busca ampliar, diseñar y ejecutar una producción atractiva y de impacto social y de calidad sustentada en los horizontes y definiciones institucionales, que considere lo educativo, cultural, científico, de servicio, regional, popular, medio ambiente, género y participación.
- Implementar una política de promoción, para primero lograr una motivación a ver cada programa y segundo lograr adhesión a nuestra propuesta global televisiva.
- Lograr una sinergia institucional que permita crear vínculos y relaciones con las unidades académicas formativas de pre y post grado, de investigación y

⁷⁶ Disponible en: http://www.umsa.bo/umsa/app?service=page/Tvu_Antecedentes(Visitado el 5 de Octubre de 2012)

⁷⁷ Disponible en: http://www.umsa.bo/umsa/app?service=page/Tvu_Philosophy (Visitado el 5 de Octubre de 2012)

de interacción social para canalizar hacia la sociedad las diferentes facetas de actividad que realiza cada unidad.

- Política de cualificación de los recursos humanos en procesos de producción audiovisual y televisiva, además contar con mayor cantidad para enfrentar los retos.

2.2.3.4. Misión y Visión del Canal 13 TVU

- **Misión**

Televisión Universitaria Canal 13 es un medio de comunicación masivo televisivo educativo, cultural, de servicio y regional responsable de desarrollar producción, difusión, promoción y comunicación audiovisual de las actividades de formación, investigación e interacción social de la Universidad Mayor de San Andrés, enmarcado en los principios, fines y objetivos del estatuto orgánico, para servir a la sociedad y el país y para que se conozcan los resultados de su labor y se apropie de los mismos en beneficio de ella y del país.

- **Visión**

Canal de referencia regional y de servicio a la sociedad y el país, medio de comunicación educativo cultural de servicio a la sociedad y el país, que promociones, difunda y comunique las actividades y resultados de la UMSA.

2.2.3.5. Principios

Los principios en los que basa su trabajo y las funciones que desarrolla el Canal 13 TVU son los siguientes⁷⁸:

⁷⁸ Disponible en: http://www.umsa.bo/umsa/app?service=page/Tvu_Principios (Visitado el 5 de Octubre de 2012)

- **Ética**

Mostramos actitudes y experiencias individuales y colectivas comprometidas con el bien común. Somos pluralistas y respetamos opiniones diferentes, mostramos nuestra posición ética frente a los grandes problemas de nuestro tiempo.

- **Iniciativa comunitaria**

Mostramos en nuestra programación a la comunidad universitaria.

- **Espíritu emprendedor**

Dando espacio a ideas creativas, narrativas propias. Producimos con bajo presupuesto pero mucho ingenio.

- **Pluralismo cultural y educativo**

Rescatando y divulgando las diversas manifestaciones culturales de nuestro pueblo. Mostrar y explicar diferentes experiencias educativas

2.2.3.6. Objetivo y Productos Principales de Canal 13 TVU

- **Objetivo**

Medio de comunicación televisiva de la UMSA que trabaja en la difusión, promoción y comunicación de las actividades formativa, de investigación e interacción social de la UMSA y en las actividades de la sociedad en sus diferentes campos.

- **Productos Principales**

- Productos audiovisuales de producción propia y de co-producción.
- Difusión de productos audiovisuales de producción propia, co-producción, programas independiente y material audiovisual de otra procedencia.
- Servicios de transcripción y copiado de materia audiovisual.
- Servicios publicitarios.

2.2.3.7. Público del Canal 13 TVU

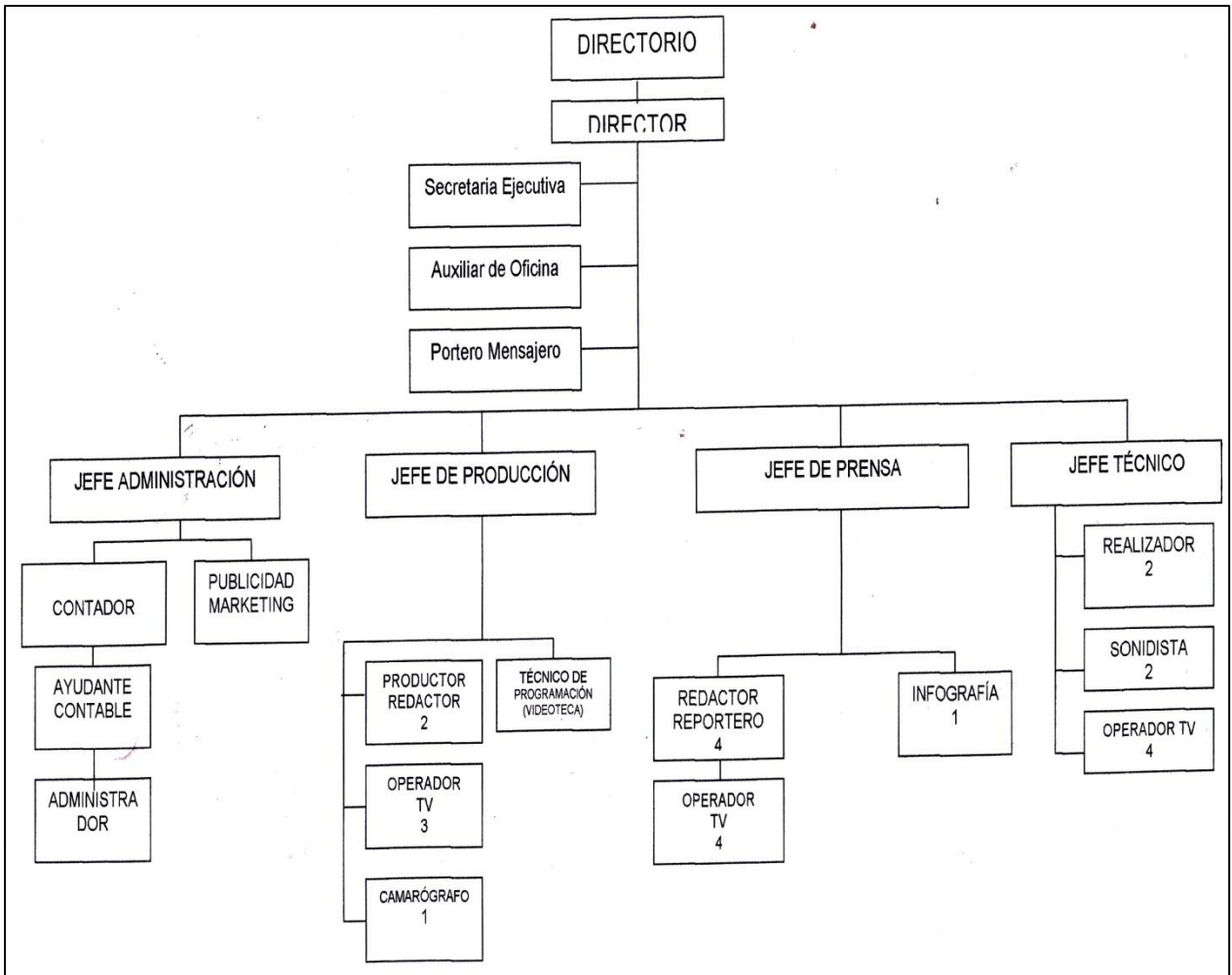
El público de canal 13 lo constituyen los siguientes sectores ciudadanos:

- **Primario:** Comunidad Universitaria
- **Secundario:** La población de la Paz y El Alto
- **Estratégico:** Organizaciones populares

2.2.3.8. Estructura Organizacional del Canal 13 TVU

El Canal 13 depende estructuralmente de las máximas autoridades de la propia Universidad Mayor de San Andrés, contando para el efecto como máxima autoridad al Directorio del Canal, que tiene a la cabeza al Rector o Rectora de la UMSA, o a su representante, y lo conforman: el Secretario Ejecutivo de la Federación Universitaria Local (FUL) o su representante, el Secretario Ejecutivo de la Federación de Docentes (FEDSIDUMSA) o su representante, además, ésta instancia está conformada por estudiantes representantes del Centro de Estudiantes y el Jefe de Carrera o su representante de las carreras de Electrónica de la Facultad Técnica, de Ciencias de la Educación de la Facultad de Humanidades y Comunicación Social de la facultad de Ciencias Sociales.

Gráfico Nº 2.2.
ORGANIGRAMA CANAL 13 TVU



Fuente: Canal 13 TVU

Actualmente Canal 13 Televisión Universitaria está bajo la dirección del Lic. Omar Gómez Lizarro.

2.2.3.9. Programación de canal 13 TVU a Agosto de 2012

La programación que se difunde por canal 13 hasta agosto de este año tiene la siguiente conformación:

TVU PARRILLA AL 2 DE AGOSTO					
HORARIO	PROPUESTA NUEVA				
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES CARTA AJUSTE	JUEVES	VIERNES
07:00 – 08:15	REVISTA UNIVERSITARIA	REVISTA UNIVERSITARIA	REVISTA UNIVERSITARIA	REVISTA UNIVERSITARIA	REVISTA UNIVERSITARIA
08:15 – 08:45	SABORES EN BOLIVIA	SABORES EN BOLIVIA	SABORES EN BOLIVIA	SABORES EN BOLIVIA	SABORES EN BOLIVIA
08:50 10:00	NOVELA (COREANA)	NOVELA (COREANA)	NOVELA (COREANA)	NOVELA (COREANA)	NOVELA (COREANA)
10:00 A 11:00	EN DIRECTO (REVISTA)	GRANDES DOCUMENTALES	EN DIRECTO (REVISTA)	GRANDES DOCUMENTALES	EN DIRECTO (REVISTA)
11:00 – 12:00	LOS TESOROS PERDIDOS DE LA HUMANIDAD	LOS TESOROS PERDIDOS DE LA HUMANIDAD	LOS TESOROS PERDIDOS DE LA HUMANIDAD	LOS TESOROS PERDIDOS DE LA HUMANIDAD	LOS TESOROS PERDIDOS DE LA HUMANIDAD
12:00 – 12:30	LA HORA DE LOS CHUKUTAS	LA HORA DE LOS CHUKUTAS	LA HORA DE LOS CHUKUTAS	LA HORA DE LOS CHUKUTAS	LA HORA DE LOS CHUKUTAS
12:30 – 13:30	TVU NOTICIAS	TVU NOTICIAS	TVU NOTICIAS	TVU NOTICIAS	TVU NOTICIAS
13:30 – 14:00	CITA DE CAMPEONES	CITA DE CAMPEONES	CITA DE CAMPEONES	CITA DE CAMPEONES	CITA DE CAMPEONES
14:00 – 14:30	"DIARIO DE OVNIS	"DIARIO DE OVNIS	"DIARIO DE OVNIS"	"DIARIO DE OVNIS	"DIARIO DE OVNIS
14:30 – 15:00	DOCUMENTAL DE CHINA	DOCUMENTAL DE CHINA	DOCUMENTAL DE CHINA	DOCUMENTAL DE CHINA	DOCUMENTAL DE CHINA
15:00 – 15:12	ESLABÓN PRODUCTIVO	ESLABÓN PRODUCTIVO	ESLABÓN PRODUCTIVO	ESLABÓN PRODUCTIVO	ESLABÓN PRODUCTIVO
15:12– 16:00	EL CUERPO HUMANO AL LÍMITE	EL CUERPO HUMANO AL LÍMITE	EL CUERPO HUMANO AL LÍMITE	EL CUERPO HUMANO AL LÍMITE	EL CUERPO HUMANO AL LÍMITE
16:00 – 17:00	U MUSIC	U MUSIC	U MUSIC	U MUSIC	U MUSIC
17:00 – 17:30	SERIE ANIMADA	SERIE ANIMADA	SERIE ANIMADA	SERIE ANIMADA	SERIE ANIMADA
17:30 – 18:30	NATURALEZA Y VIDA	NATURALEZA Y VIDA	NATURALEZA Y VIDA	NATURALEZA Y VIDA	NATURALEZA Y VIDA
18:30 – 18:45	ESLABÓN PRODUCTIVO	ESLABÓN PRODUCTIVO	ESLABÓN PRODUCTIVO	ESLABÓN PRODUCTIVO	ESLABÓN PRODUCTIVO
18:45 – 19:30	IDEAS SANAS	GRANDES DOCUMENTALES REACCIÓN EN CADENA	IDEAS SANAS	GRANDES DOCUMENTALES REACCIÓN EN CADENA	IDEAS SANAS
19:30 – 20:30	TVU NOTICIAS	TVU NOTICIAS	TVU NOTICIAS	TVU NOTICIAS	TVU NOTICIAS
20:30 – 22:30	CINE	CINE	CINE	CINE	CINE
22:30 – 23:00	PANORAMA UNIVERSITARIO	PANORAMA UNIVERSITARIO	PANORAMA UNIVERSITARIO	PANORAMA UNIVERSITARIO	PANORAMA UNIVERSITARIO
23:00 – 24:00	GRANDES DOCUMENTALES	GRANDES DOCUMENTALES	GRANDES DOCUMENTALES	PERSPECTIVA	GRANDES DOCUMENTALES
24:00 – 24:15	VIDEOS BOLIVIANOS	VIDEOS BOLIVIANOS	VIDEOS BOLIVIANOS	VIDEOS BOLIVIANOS	VIDEOS BOLIVIANOS
	CIERRE EMISIÓN				

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO DE ESTUDIO

La presentación de este trabajo se basa en la investigación del tipo descriptivo.

Descriptivo, porque busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diferentes conceptos (variables), aspectos, dimensiones del fenómeno a investigar”.⁷⁹

En el caso particular de la investigación, se busca describir las variables que componen el tema de estudio y que son complementarias también al objeto del estudio es decir al canal 13 y la carrera de Comunicación Social de la UMSA, la utilización de este tipo de estudio permitió establecer los parámetros necesarios para la inclusión del periodismo investigativo en el canal 13 Televisión Universitaria.

3.2. DISEÑO DE ESTUDIO

El diseño de la investigación es no experimental transversal

“El diseño no experimental es aquel donde no se manipulan las variables y se analiza el fenómeno como se presenta”⁸⁰. Por lo que no se tiene la intención de efectuar ningún tipo de manipulación del hecho estudiado, a fin de obtener resultados veraces. En la presente investigación, se analiza las condiciones

⁷⁹ HERNANDEZ Sampieri, FERNÁNDEZ Collado, BAPTISTA Lucio, Metodología de la investigación, Editorial McGraw-Hill, México, 1998, Segunda edición

⁸⁰ Ídem.

actuales en las que se desarrolla la formación académica en la carrera de Comunicación Social y la relación de esta con las actividades del canal 13 Televisión Universitaria

Transversal, es aquella investigación que recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado⁸¹, es decir que se recolectaron los datos necesarios para la investigación en un solo momento, sin necesidad de cotejar los mismos en un tiempo posterior.

3.3. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para Arandia Saravia el método es: “El conjunto de procedimientos racionales para obtener el fin que nos proponemos, en otras palabras es el conjunto de técnicas particulares integradas para alcanzar un objetivo”⁸².

3.3.1. MÉTODOS TEÓRICOS

3.3.1.1. ANÁLISIS DOCUMENTAL

Posibilita la revisión de textos y otros documentos relacionados con esta temática que permitirá la elaboración y complementación del Marco Teórico.

3.3.1.2. MÉTODO TEÓRICO SISTÉMICO

Determina los principales componentes y las relaciones existentes en el objeto de estudio en el ámbito del periodismo investigativo. De igual forma, este método especifica los principales componentes para la elaboración de una estrategia que

⁸¹ Ídem.

⁸² ARANDIA SARAVIA, Lexin “Métodos y técnicas de investigación y aprendizaje UMSA” Ed. UMSA, La Paz Bolivia, 1989

permita la inserción del periodismo investigativo en las actividades del canal 13 como elemento necesario para la formación de los futuros profesionales de Comunicación de la UMSA.

3.3.1.3. Método Empírico

- **OBSERVACIÓN COTIDIANA**

Este método permite, a partir de la experiencia cotidiana del trabajo, determinar la influencia que tendrá en el proceso enseñanza aprendizaje de la carrera en cuestión, una práctica profesional el campo del periodismo investigativo.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población de Estudio

Se denomina universo o población de estudio al conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones, mismas que pueden ser de contenido, lugar y tiempo.⁸³

La Población o Universo de estudio para la presente investigación está determinada por miembros de la comunidad universitaria estudiantil de la carrera de Comunicación Social, más las autoridades y responsables del canal 13 Televisión Universitaria de la Universidad Mayor de San Andrés.

⁸³ HERNÁNDEZ Sampieri, Metodología de la Investigación, Editorial McGraw-Hil, México, 2007.

3.4.2. Muestra

Se entiende como muestra al subgrupo del universo, del cual se recolectan los datos y debe ser representativo del mismo⁸⁴, es decir, es una parte del universo que debe presentar los mismos fenómenos que ocurren en aquél.

En el caso de esta investigación, la muestra está dada por:

- a) En el caso de los estudiantes se seleccionará la muestra por un carácter probabilístico en relación a la aplicación de las encuestas y cuestionarios, centrándose el estudio en los estudiantes de cuarto y quinto año, para el efecto se toma como dato el número de estudiantes inscritos en la carrera de Comunicación durante la gestión 2012, cuyo número asciende a 1904 estudiantes, dato proporcionado por Kardex de la carrera.
- b) En el caso de los miembros del canal 13, se seleccionará a la muestra con carácter “no probabilístico” de tipo intencional, también llamada dirigida. La elección de sujetos de estudio nacerá del criterio de interés de la investigadora
- c) En el caso de autoridades tanto de la carrera de Comunicación como del canal 13, se realizó la entrevista al Director de este medio de comunicación así como a la Directora de la carrera de Comunicación Social.

Para el cálculo de la Muestra del universo referido a los estudiantes de la carrera se utilizó la siguiente fórmula muestral de tipo probabilístico:

$$n = \frac{\sigma^2 N p q}{e^2 N - 1 + \sigma^2 p q}$$

⁸⁴ HERNÁNDEZ Sampieri, Metodología de la Investigación, Editorial McGraw-Hill, México, 2007 Pág. 302

Dónde:

σ = Nivel de confianza, distribución de Gauss 95% = 1.96

N = Universo o población = 1904 estudiantes

p = Probabilidad a favor, 50% = 0.5

q = Probabilidad en contra, 50% = 0.5

e = Error de estimación (precisión en los resultados) 5% = 0.05

n = Número de elementos (tamaño de la muestra)

Reemplazando datos, se obtiene lo siguiente:

$$n = \frac{(1,96)^2 (1904 * 0,5 * 0,5)}{(0,05)^2 1904 - 1 + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n=319,8$$

Para una mayor eficiencia en el resultado se consideran a 320 estudiantes de la Carrera de Comunicación que preferentemente estén en cuarto y quinto año.

3.5. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.5.1. FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA.

La presente investigación utiliza a efectos de la recolección de datos las fuentes primarias de información que son aquellas que contienen datos originales, no abreviada ni traducida, recopilada directamente y generada por el investigador, brindando a la investigación una rica información de primera mano, se caracteriza

por ser sistematizada, profunda y especializada⁸⁵, esta está dada por los resultados obtenidos por el investigador, los documentos facilitados por las autoridades tanto de la Carrera como de Televisión Universitaria.

3.5.2. FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA

Las fuentes de información secundaria son aquellas obras de referencia que auxilian al estudio: libros, revistas, archivos, etc. Las mismas que colaboran y enriquecen la investigación.

Es toda la información escrita que ha sido recopilada por terceras personas que recibieron a través de otras fuentes⁸⁶

3.6. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas empleadas en la presente investigación corresponden a:

Observación.

Consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamiento o conducta manifiesta. Puede utilizarse como herramienta de medición en muy diversas circunstancias.

“En áreas como la educacional, social y psicológica; es de mucho provecho; de sobremanera cuando se desea estudiar aspectos del comportamiento”⁸⁷

⁸⁵ HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, FERNANDEZ COLLADO, Carlos, BAPTISTA LUCIO, Pilar "Metodología de la investigación" 1ª. edición McGRAW - HILL INTERAMERICANA DE MÉXICO, S.A. de C.V., México 1991.

⁸⁶ Ídem.

⁸⁷ MORÁN José Luis, “La Observación” recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2007b/jlm.htm> (3 de Septiembre de 2010)

Lo importante de este instrumento es minimizar la subjetividad y los juicios de valor al realizar la observación.

Entrevista

Es un instrumento que permite conocer las percepciones, ideas y sugerencias a partir de plantear preguntas que tienen el objetivo de recolectar la información necesaria⁸⁸. En el presente caso, la información recolectada es referente a la pertinencia de la implementación en el canal 13 del periodismo investigativo como elemento de formación pre-profesional de los nuevos comunicadores sociales.

Estas entrevistas, se aplican de manera personal a autoridades de la Carrera y del canal 13 TVU, quienes permitieron, a partir de éste medio, conocer sus inquietudes respecto al tema en cuestión.

Encuesta.

Que, según Carrasco se entiende como, un procedimiento de recopilación de información estructurada a través de preguntas a una determinada muestra de personas.

La encuesta para la investigación, tiene las siguientes características: es de carácter unitario o individual, el análisis de hechos y opiniones; y será de tipo personal o cara a cara entre el entrevistado y el entrevistador destinada a la recolección de datos a partir de los estudiantes de la carrera de Comunicación.

⁸⁸ SABINO, Carlos, “El proceso de la investigación científica” Ed. El Cid, Buenos Aires, 1978

CAPITULO IV

MARCO PRÁCTICO

4.1. TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campo de la presente investigación fue desarrollado en tres fases de acuerdo al siguiente detalle:

Primera Fase: Aplicación del cuestionario prediseñado, para determinar las características de la apreciación de los estudiantes de Comunicación Social respecto del periodismo de investigación. Esta fase demandó un periodo de ejecución de 14 días debido a que preferentemente se buscó realizar el estudio sobre estudiantes de quinto y cuarto año. (Primera quincena del mes de Septiembre de 2012)

Segunda Fase: Aplicación de las entrevistas a autoridades de la carrera, docentes de la misma y al director del canal 13 TVU, esto con base al cuestionario prediseñado. (Segunda quincena del mes de Septiembre de 2012)

Tercera Fase: Se realizó la tabulación de datos, para establecer los resultados obtenidos mediante esta aplicación y técnica de investigación científica, para el posterior análisis e interpretación de los mismos que permitan arribar a conclusiones significativas, así como aporte de la propia investigación. (Primera quincena del mes de Octubre de 2012)

4.2. RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO

4.2.1. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

Cuadro Nº 4.1.

ENTREVISTA DIRECTORA CARRERA DE COMUNICACIÓN

DATOS DE LA PERSONA ENTREVISTADA
Nombre: Lic. Gabriela Sotomayor Terceros Cargo: Directora Carrera de Comunicación Social UMSA
ENTREVISTA
<p>1. Una buena relación con la teoría y la práctica representa una de las mejores maneras de lograr formación profesional en cualquier ámbito de formación, en esa línea, ¿existe una estrategia entre el Canal 13 y la Carrera de Comunicación para coordinar acciones en torno a la formación profesional de los Estudiantes de comunicación de la UMSA?</p> <p>Bueno, el modelo que presenta el libro azul fruto del congreso de la carrera, señala como modelo pedagógico la praxis es decir la teoría unida a la práctica, por eso dentro de la matriz que se ha elaborado, la matriz de las materias, la matriz académica de la carrera incorpora también eso transversalmente, poner en práctica todos los conocimientos teóricos de las cuatro áreas de la comunicación que se lleva durante cuatro o cinco años, lamentablemente, los años pasados los talleres no eran equipados entonces los estudiantes llevaban talleres, pero tampoco accedían a hacer una práctica abundante porque hay muchos estudiantes y pocos equipos en algunos casos no había equipos, en el siglo actual en la década actual los equipos para hacer producción en televisión ha bajado sustancialmente yo diría hasta un 80% de su precio, entonces eso nos permite mayor accesibilidad y que la carrera ofrezca posibilidades de práctica a través de los talleres. Tenemos 6 talleres de televisión, tenemos 4 talleres de radio y tenemos dos talleres de prensa aparte de esto tenemos la mención de producción audiovisual que va vinculada a la televisión como una mención y también la mención de periodismo, entonces nuestra intención sin duda es colaborar con el estudiante para que tenga conocimientos teóricos y también tenga conocimientos prácticos, ellos, los estudiantes eligen. Ahora la instancia de tener ese relacionamiento con el canal 13 ha sido siempre un objetivo un poco difícil hemos abierto el camino el 2004 por primera vez, porque antes el canal 13</p>

prefería recibir estudiantes de la Universidad Católica que estudiantes de la UMSA, había mucha susceptibilidad dado que el 2003 una asamblea general de la Universidad Mayor de San Andrés definió que a cargo del canal 13 debía estar la carrera de comunicación social lo que no ha sucedido hasta la fecha, hay un temor de parte de los funcionarios del canal en sentido de que he sea la carrera la que maneje el canal, porque hasta el momento ese canal depende del Rectorado y se maneja como se maneja el canal 7, el canal 7 es un medio del Estado pero lo maneja el gobierno entonces es un canal de gobierno, igual el canal 13, lo mismo, debería ser manejado por la universidad bajo el criterio y la técnica de la carrera pero lo maneja el Rectorado entonces es un canal de Rectorado, no representa los intereses de toda la Universidad pero sin embargo vamos caminando a ese objetivo de mejorar las condiciones y que sea un espacio más para la práctica del estudiante, no ha habido muchos estudiantes que desde el 2004 han desarrollado sus prácticas, esperando hallar otra opción, no podemos restringir al estudiante si quiere ir a otro canal no podemos restringirles si quieren ir a otro espacio o lugar todo el tiempo nosotros recibimos solicitudes de pasantes aunque no esté en nuestra estructura no tiene valor curricular, entendemos que es motivación del estudiante que quiere hacer sus prácticas lo único que nosotros pedimos es que haya condiciones y respeto, que no se considere al estudiante como mano de obra gratis, un esclavo más, sino que se pague por lo menos sus gastos mínimos o viáticos para que pueda trasladarse a su fuente laboral y que reciba buen trato un lugar, un espacio de trabajo materiales de trabajo, eso es lo que se espera que se le trate al estudiante que va a hacer la pasantía.

2. ¿Se han evaluado sus resultados en términos del cumplimiento de su objetivo, es decir se ha evaluado el logro de la correcta preparación especializada de los estudiantes en función a las pasantías?

Yo creo que son variables en la medida del aprovechamiento de cada estudiante, entonces algunos si aprovechan bien, algunos no, he hemos tenido muchas quejas en el sentido de que van a hacer una cosa y resulta que llegan allá y les hacen hacer otras cosas entonces inmediatamente el estudiante notifica a la carrera y esa pasantía se suspende. En realidad no hemos, no hemos tenido una evaluación así seria y haciendo el seguimiento de cada estudiante que hace la pasantía por una razón, porque primero tenemos mucho trabajo y dos la pasantía es algo voluntario del estudiante, sabemos que es o puede ser complementario a su formación académica pero también sabemos que es o está guiada con el objetivo de tener, el estudiante, una oportunidad laboral.

3. ¿Existe en la carrera y en el canal, espacios que fomenten la actividad periodística práctica en los estudiantes?, ¿Puede indicar cuáles?, Si no existe o no son adecuadas, ¿Se ha planteado la necesidad de

implementarlas o mejorarlas? ¿Cómo?

Creo que sí, porque los estudiantes van habitualmente al departamento de prensa, están en el departamento de prensa y es ahí donde hacen sus prácticas y los vemos en las calles el único problema es que no los vemos identificados igual que los otros trabajadores ni siquiera llevan una chaqueta que diga periodista del tal medio eso ya se ha reclamado en el directorio y el director se ha comprometido a enmendar esta situación, pero sí creo que la mayoría de ellos va y hace su trabajo el área de prensa ahora, he si tendrá la oportunidad de aprender lo que ellos desean aprender no se sabe, no he recibido un informe de parte de los propios estudiantes, lo que sí recibo es informes del canal, las certificaciones en sentido de que están satisfechos con los estudiantes, pero como no estar satisfechos con quien no se tiene ninguna responsabilidad.

- 4. La formación pre profesional (pasantías)de los estudiantes de último año de la carrera de comunicación en el Canal Trece es fundamental para establecer una relación entre la teoría y la práctica, la carrera y el canal cuentan con los medios infraestructurales, económicos y técnicos para ejercer a plenitud este espacio de preparación?¿Existen los mecanismos adecuados para que los alumnos desarrollen a plenitud sus actividades de formación pre-profesional? ¿Tiene programas o espacios definidos para ello?, ¿El personal docente de la carrera cuenta con la capacitación necesaria para realizar la inducción a la práctica pre profesional específicamente en el área del periodismo investigativo en televisión?, ¿cada cuánto se realizan procesos de capacitación para el personal docente en esta temática?, ¿El canal trece cuenta con espacios definidos para ello?, ¿su personal tiene capacitación en esa temática?**

En la carrera se lleva, se empieza a llevar periodismo desde primer año, primero lenguaje, redacción I, II, III, la mención de periodismo, creo que en tiempos son tres no son cuatro años que pasa el estudiante periodismo, ahora el periodismo de investigación nosotros dentro de las dimensiones de nuestra carrera no presentamos eso, pero estamos preparando para que se lleve el congreso y estamos pensando que el periodismo de investigación puede ser a nivel de especialidad con título de especialización, que no sea un diplomado, porque diplomado no tiene grado académico es un curso de, es solo un diploma como de participación, si se puede dar un curso de especialización siguiendo algunos ejemplos en periodismo, hemos firmado recientemente un convenio con Página 7 para que los estudiantes hagan también sus prácticas allá ya dentro del periodismo de investigación con todo lo que significa.

Lo que ahora estamos haciendo es la autoevaluación, seguramente la autoevaluación nos va a revelar muchos datos, qué es la autoevaluación, cuáles son los niveles de formación, en qué áreas se están formando, cómo andan los talleres, en diciembre vamos a tener algunos resultados.

5. Dentro de esta evaluación se podría tomar en cuenta a los trabajadores de canal 13 porque ellos son parte de la formación que se le da al estudiante...

Ha, en la autoevaluación los trabajadores no entran porque son de otra instancia lo que sí seguramente el congreso va a plantear que el canal 13, que se cumpla aquella resolución de asamblea general universitaria de que el canal 13 sea parte de la carrera de comunicación social.

6. ¿El canal 13 cuenta con espacios definidos para realizar periodismo de investigación?, ¿su personal tiene capacitación en esa temática?

Sí, yo creo que sí.

7. De quién depende la generación de estos espacios?

Sobre todo del Director del canal, debe plantar esa necesidad, aquí en la carrera habría que especificar, habría que presentar un proyecto específico, para este tema, pero tiene que ser en coordinación estrecha con los que son formadores de los comunicadores, y ellos no son los del canal 13, ellos tendrían que hacer bien su rol que tienen que hacer que es producción y difusión, primero tendrían que hacer ese rol y nosotros tendríamos que coordinar con ellos para llevar profesionales bien formados que sean contratados posteriormente.

8. ¿Qué contenido temático debería contemplarse para este tipo de formación?

Ha, yo primero pienso que tiene que ser una especialidad y básicamente todo lo que es lenguaje televisivo, debería tener una mirada sobre la tecnología en televisión encontrando nuevas herramientas, porque ya no se produce y estamos en producir vamos a dar un salto de la televisión normal a la televisión digital ese

salto, ya se tendría que dar en la carrera en coordinación con la universidad, pero yo estoy viendo que la tendencia del director es más bien de formar estudiantes en producción más que en otras áreas, habiendo tanto dinero en el área prensa, o zapatero a tus zapatos.

9. ¿Qué habilidades se desarrollarían en los estudiantes?

Que competencias, primero la competencia de una lectura crítica de la realidad para hacer periodismo de investigación y que sea desde un lado crítico, después otra habilidad la investigación como tal, que no es lo mismo que la investigación científica, el periodismo de investigación tiene sus variantes, se basa también en el manejo de datos que es muy importante, en los últimos años el periodismo en general ha bajado su nivel sustancialmente porque ya no encontramos el periodismo de contraste el manejo de fuentes que es importante, a veces se maneja una fuente y se saca una noticia unifuentes y el conocimiento, la transversalización de conocimientos fundamentales como la economía, la sociología, la psicología y todas las áreas que uno piensa investigar por lo menos tienes que conocerlas, convenciéndonos que el periodista para hacer un reportaje debe saber más el tema que cualquiera, incluso que su entrevistado, recién puede ir a hacer su trabajo, transversalmente, la disciplina son los fundamentos para hacer el periodismo de investigación.

10. El carácter de pertenencia del Canal 13 a una institución de Educación Superior hace que su contenido programático debe ser ¿académico, informativo, comercial?, ¿por qué?

Primero el hecho que de pertenezca a una Universidad el canal no lo hace automáticamente un canal educativo cultural, lo que hace que un canal sea o no sea educativo cultural es la calidad de sus programas, yo lo veo al canal 13 sobreviviendo, lo que si hay muchas perspectivas, lo que hemos podido encontrar a través de las encuestas que han realizado hace años, hay muchas expectativas por el rol que pueda cumplir, pero creo que nos falta y creo que el canal 13 tiene que hacer énfasis en producción y difusión tiene que mejorar su calidad de programas. Nosotros estamos viendo vamos a instalar un estudio de televisión para producir y para coadyuvar el trabajo que se hace en canal 13 que se tenga espacios específicos y nosotros lanzar la producción porque ya no puede ser que los estudiantes produzcan y eso sea solo para su familia o sea para si mismo, hay muy buenas producciones que vamos a ver en la calle, son producto que se hace en la carrera y se vende junto con los enlatados en la calle así como vienen los enlatados del Perú los mismo sucede y en el canal 13 no se pasan lo que producen nuestros estudiantes entonces queremos que nos den espacios para

mostrar nuestra producción.

ANÁLISIS

La entrevista sostenida con la Directora de la carrera de Comunicación social muestra claramente que existe una descoordinación entre lo que significa el Canal 13 TVU y la labor formadora de profesionales de la propia Carrera, llama la atención que las pasantías que realizan los estudiantes, en el Canal 13 o en cualquier otro medio, no sean tomadas en cuenta desde la perspectiva de formación por parte de la carrera, es decir que se manifiesta que las prácticas pre profesionales, son meras actividades voluntarias del estudiante, a juicio de la directora, para ver si se puede obtener un espacio laboral a futuro.

Ya, en lo que refiere el tema específico de la investigación, periodismo de investigación, se cree que el canal 13 tiene espacios que pueden generar este tipo de actividades, pero se deja en manos del Director del Canal esta efectivización, como no se tiene un grado de coordinación entre el Canal y la Carrera, se descuida los contenidos que se manejan al momento de realizar las prácticas de los estudiantes, de ahí que, se manifiesta que en la carrera el periodismo de investigación no exista como materia, ni como mención y mucho menos como especialidad, por lo que se espera que en un futuro y en función a una evaluación, se supone académica, se vea la posibilidad de incorporar esta especialidad en la malla curricular de formación de los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Mayor de San Andrés.

Cuadro Nº 4.2.
ENTREVISTA DIRECTOR CANAL TRECE

DATOS DE LA PERSONA ENTREVISTADA
<p>Nombre: Lic. Omar Gómez L. Cargo: Director Canal 13 Televisión Universitaria</p>
ACLARACIÓN
<p>El Director del Canal 13 una vez solicitada una entrevista, hizo la siguiente aclaración en función a la guía de entrevista que se le presentó para llevar adelante la misma: “En relación a todas las preguntas descritas aquí, solamente algunos puntos pueden ser tratados por mi persona, ya que se debe ser muy puntual con relación a la formación de estudiantes en la praxis y referente al Canal, definió inicialmente que no se desarrollan espacios de periodismo de investigación, considero que es un proyecto con perspectiva a futuro, claro que, para el mismo se debe considerar varios aspectos así como el aspecto de infraestructura esencialmente.</p>
ENTREVISTA
<p>1. Una buena relación con la teoría y la práctica representa una de las mejores maneras de lograr formación profesional en cualquier ámbito de formación, en esa línea, ¿existe una estrategia entre el Canal Trece y la Carrera de Comunicación para coordinar acciones en torno a la formación profesional de los Estudiantes de comunicación de la UMSA?</p> <p>No específicamente coordinada, pero si existe una política que la desarrolla el canal y esa política pasa por las diferentes formas mediante las cuales los estudiantes egresados pueden llevar adelante una formación, bueno en realidad no una formación sino pueden articular la teoría que desarrollan en la carrera, porque debemos entender que en la carrera también llevan talleres de televisión talleres de prensa etc., etc., entonces el canal suele ser una opción más a la posibilidad práctica que tiene la propia carrera.</p> <p>2. ¿Se ha considerado dentro de los planes estratégicos la implementación de una estrategia especializada en esta actividad, es decir en el área de práctica profesional?</p>

Si, está totalmente en planta, es decir en el plan estratégico institucional, como en las políticas que tiene el canal, la incorporación de los diferentes estudiantes en diferentes áreas y de hecho se lo hace no, estamos ahora hablando de un promedio de unos 70 a 80 estudiantes por año.

3. ¿Se han evaluado sus resultados en términos del cumplimiento de su objetivo en términos del logro de la correcta preparación especializada de los estudiantes?.

Si, los estudiantes a partir de las modalidades que he señalado, práctica pre profesional y becas trabajo que ya otorga el canal, además del trabajo dirigido proyecto de grado etc., llevan adelante prácticas de diferentes unidades académicas, porque aquí estamos incorporando estudiantes de electrónica y telecomunicaciones, ingeniería electrónica, de antropología, de comunicación social, ciencias de la educación entre algunas carreras, que se vienen desarrollando, entonces en la actividad periodística específica sí participan de los diferentes espacios de producción de noticieros.

4. ¿Existe en la carrera y en el canal, espacios que fomenten la actividad periodística práctica en los estudiantes?, ¿Puede indicar cuáles?, Si no existe o no son adecuadas, ¿Se ha planteado la necesidad de implementarlas o mejorarlas? ¿Cómo?

No, ese es un problema estructural del propio país, es decir, la Universidad tiene insuficiencias en dotarse de herramientas que permitan la formación académica a un nivel que sea óptimo, entonces eso también se traduce en las limitaciones que tiene la propia institución digo como Universidad, la propia Facultad, la propia carrera y naturalmente el Canal.

5. Entrando puntualmente al tema de la creación de un espacio televisivo en el Canal 13 especializado en el periodismo investigativo, ¿Desde su opinión el Canal 13 cuenta con los medios técnicos para la generación de este espacio? ¿de quién depende la generación técnica de este espacio? ¿Qué características debería tener? ¿Qué profesionales deberían hacerse cargo de esta actividad?

Investigación específicamente periodística no, estamos haciendo práctica periodística a partir de la investigación que se realiza en la Universidad ósea hay que diferenciar eso, es decir, como práctica periodística no hemos desarrollado la investigación, no tenemos definitivamente práctica periodística en esa área, el propio canal con su personal de planta no hace la labor periodística investigativa,

sin embargo tiene espacios abiertos a otro tipo de investigación.

6. El carácter de pertenencia del Canal 13 a una institución de Educación Superior hace que su contenido programático debe ser ¿académico, informativo, comercial?, ¿por qué?

No, eso ya pasa por un diseño que ha sido aprobado por el directorio, esto es totalmente reglado rayado, el diseño de canal que se ha hecho, es un canal educativo cultural de pertenencia institucional, ya que, pertenece a la institución en su conjunto y su diseño es un educativo cultural y a partir de eso tiene una conceptualización de lo qué es el canal de lo que es educativo y cultural y cuáles son los ámbitos institucionales.

ANÁLISIS

Fundamentalmente esta entrevista permite establecer claramente que no existe una coordinación entre la Carrera de Comunicación y el Canal 13 TVU, de ahí que se manifiesta que las prácticas pre profesionales desarrolladas, el trabajo dirigido, las becas trabajo, están orientadas a solo dar practicidad a lo aprendido en la carrera y no así a complementar la enseñanza impartida en la institución. Uno de los motivos centrales para dicho extremo, a decir del Director del canal trece es la falta de recursos.

Por otro lado se reconoce claramente que en la actualidad el Canal 13 no hace periodismo de investigación, que tampoco su personal cuenta con funciones destinadas a este tipo de periodismo, y se limita a desarrollar prensa solo informativa y de lectura de hechos noticiosos.

Ha decir del director del canal, TVU es un medio de comunicación educativo y cultural por definición de su directorio y la línea institucional que maneja la Universidad Mayor de San Andrés.

Cuadro Nº 4.3.

**ENTREVISTA DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UMSA**

DATOS DE LA PERSONA ENTREVISTADA
Nombre: Lic. Melina Díaz De Medina Cargo: Coordinadora Académica Carrera Comunicación Social UMSA
ENTREVISTA
<p>1. ¿En su criterio, existe una estrategia entre el canal 13 y la Carrera de Comunicación, para coordinar acciones en torno formación profesional de los estudiantes de comunicación?</p> <p>Bueno, en realidad el problema es que, no hay una real presencia de la Carrera de Comunicación Social en el Canal 13, no lo ha habido antes excepto cuando estaba nuestra actual Directora de Carrera, que fue también Directora del Canal 13 en aquel entonces, el problema radica en que cuando hay un Rector de Turno es él quien decide quién va a ser el Director o no del Canal 13, entonces no hay una participación real de la carrera, dentro del canal 13, entonces eso no te permite coordinar directamente las acciones que se tengan que realizar a nivel de la carrera, no se puede coordinar que los estudiantes puedan hacer sus prácticas directamente en la carrera o en el canal 13.</p>
<p>2. ¿Se ha considerado dentro de los planes estratégicos la implementación de una estrategia especializada en esta actividad? Y si ya existe tal estrategia, ¿se han evaluado sus resultados en términos del cumplimiento de su objetivo en términos del logro de la correcta preparación especializada de los estudiantes?</p> <p>Bueno, a lo que se ha visto, y es algo que se está considerando, pero eso tendrían que profundizarlo más con la Directora, es la posibilidad de tener un propio canal para la carrera.</p>
<p>3. ¿Pero Canal 13 es de la Universidad y para los universitarios y más para los de comunicación?</p> <p>Claro, pero la idea es, ver la posibilidad que la carrera tenga su propio canal, por lo menos es algo que se ha estado considerando no, pero como les digo quien les</p>

pueda dar mejor información es la Directora que son las personas encargadas del tema.

4. El fortalecimiento de la actividad periodística puede ser un elemento fundamental para una buena formación profesional en los futuros profesionales en comunicación ¿existe en la carrera y en el canal, espacios que fomenten la actividad periodística práctica en los estudiantes?, ¿Puede indicar cuáles?.

Bueno, en realidad en la carrera no se ha visto necesaria, precisamente frente a la experiencia que se tiene de las personas que se han titulado ya y han salido al campo laboral y al falta de práctica para poder ejercer el periodismo es que se ha visto algunas estrategias para que puedan hacer prácticas, por ejemplo en la carrera se ha creado la Agencia de Noticias, que es una Agencia de Noticias que está abierta para el trabajo no solamente de los estudiantes que están en la carrera sino que también hay postulantes que están haciendo sus Trabajos Dirigidos en la Agencia de Informaciones, entonces ese es el espacio, se está trabajando en el tema de la Radio San Andrés, también para que puedan trabajar y puedan hacer prácticas periodísticas, otro proyecto que es el canal de televisión propio de la carrera, ahora si bien es cierto que el Canal 13 abre las puertas a los estudiantes de la carrera para que puedan hacer sus pasantías sus prácticas etc., pero se hace necesaria la presencia de todos los estudiantes no, porque de toda la comunidad universitaria que hay aquí en la carrera, no todos pueden tener acceso al Canal 13, no todos los estudiantes que están en el Taller de Televisión tienen acceso, ¿será por la falta de equipamiento o los que se tienen no son los adecuados?, No, si no que los estudiantes de Taller de Televisión deberían tener más acceso al Canal 13 ha nivel de equipos, a nivel de set etc., para hacer sus prácticas, pero sin embargo eso no hay, ósea no hay la apertura total a la carrera de Comunicación a los Talleres de Televisión.

**5. ¿Se ha planteado la necesidad de implementarlas o mejorarlas?
¿Cómo?**

Si, precisamente se está trabajando en eso no, haciendo un diagnostico determinando las falencias que tiene la carrera, tanto en prensa, televisión y radio, es que se está viendo esa necesidad, para que puedan hacer sus prácticas profesional acá, en la carrera paralelamente a los periódicos que van publicando los Talleres de Prensa con la Agencia de Informaciones porque además, cuanto tu sales al campo laboral incluso para hacer pasantías te piden cierto nivel en redacción, en televisión y radio, entonces lo que nosotros queremos es que los estudiantes hagan sus primeras armas que puedan equivocarse en la carrera, porque solo la experiencia y la práctica te va a dar una mejor condición para ejercer el periodismo, entonces lo que se está haciendo es a

partir de la Agencia y de la Radio, hay un estudio de televisión también en el canal entonces mejorar esos aspectos para que puedan hacer sus prácticas aquí, y salgan mejor preparados al campo laboral, directamente puedan salir a competir a un mercado laboral, que es lo que ahora no hay no, porque básicamente los estudiantes lo que buscan y los que hemos pasado por la carrera lo mismo, empezar primero a hacer pasantía las prácticas para empezar a tener experiencia laboral y luego recién puedas acomodarte a algún medio de comunicación pero ya teniendo las condiciones necesarias o de lo contrario tener la opción de quedarte en el medio donde estás haciendo prácticas.

6. ¿Existen los mecanismos adecuados para que los alumnos desarrollen a plenitud sus actividades de formación pre-profesional?

Bueno en realidad, hay estudiantes que reanalizan sus prácticas, sus pasantías en el Canal 13 pero para que pueda haber una mayor amplitud básicamente debería haber predisposición del canal 13.

7. ¿El canal trece tiene programas o espacios definidos para ello?, ¿El personal docente de la carrera cuenta con la capacitación necesaria para realizar la inducción a la práctica pre profesional específicamente en el área del periodismo investigativo en televisión?, ¿cada cuánto se realizan procesos de capacitación para el personal docente en esta temática?, ¿El canal 13 cuenta con espacios definidos para ello?, ¿su personal tiene capacitación en esa temática?

Si hay, hay talleres que han creado programas no, y que esos programas se transmiten en Canal 13.

Bueno yo creo que los docentes de los Talleres en el área de Redacción y todo lo que tiene que ver con periodismo de investigación etc., todo lo que tiene que ver con el área de periodismo, tiene las condiciones, tienen experiencia laboral ellos provienen de medios, entonces saben cómo es la hermenéutica del trabajo periodístico, ahora el problema para que no haya periodismo de investigación, es un problema estructural que proviene de los medios de comunicación, ósea yo creo que la carrera se les da las pautas necesarias para que ellos puedan hacer periodismo de investigación el problema es que afuera en los medios no se hace periodismo de investigación, entonces afuera no puedes desarrollarte en periodismo de investigación porque simplemente no se hace.

Bueno, de hecho es importante considerar que dentro de las modalidades de titulación exista el trabajo dirigido, y dentro del trabajo dirigido está el gran reportaje, y el gran reportaje sin duda es un trabajo de investigación en televisión desde luego que sí, el año pasado ha habido un estudiante que ahora es el Lic. Juan Carlos Mamani que ha hecho un gran reportaje que es producto de una investigación sobre la creación de la UPEA y que ha sido presentado en formato de televisión.

8. ¿Qué características cree usted que debe tener estos espacios?

Bueno yo creo, que en realidad no simplemente basta con un programa de Canal 13 no, sino que debería ser el Canal 13 un lugar de acceso directo para los estudiantes, es decir que los estudiantes tengan la libertad de utilizar el set de ir, de presentar sus propuestas de programa, de estar ahí, de ver el manejo de los equipos, el tema técnico etc., sin duda ellos debieran tener acceso, los talleres de televisión deberían tener un acceso directo, no solo a través de un programa de televisión porque además, no hay un programa de esas características, si no me equivoco, no estoy segura el Licenciado Leonardo Mollinedo ha sacado un programa de televisión con su paralelo el año pasado, pero no es suficiente, se debería dar cobertura, una apertura total a los estudiantes de la carrera por parte de Canal 13.

9. El carácter de pertenencia del Canal 13 a una institución de Educación Superior hace que su contenido programático debe ser ¿académico, informativo, comercial?, ¿por qué?

De hecho hay muchas deficiencias ahora en el contenido de Canal 13, por ejemplo en la calidad de la programación, deberían haber programas más científicos más investigativos, más académicos, hay muchas cosas que se realizan a nivel de la universidad que las difunde Canal 13, ponen muchos enlatados etc., en la cobertura periodística ocurre lo mismo eh hay hechos coyunturales que necesitan ser cubiertos en fin de semana y el Canal 13 no los cubre y debería ser así, el problema es que en el Canal 13 da la impresión de que los funcionarios ellos trabajan bajo un horario de oficina, se limitan a ese horario y no hacen más allá de ese horario y en realidad el trabajo periodístico no implica 12 horas, implica 18 horas dentro del medio de comunicación, y la clave es determinar la rapidez de la información que tú puedas dar y la cobertura que se tenga, el problema es que el Canal 13 no hace eso, el País puede estar desmoronándose y el Canal 13 definitivamente no lo va a transmitir no va a informar y eso si debería hacerse, ahora el tema de lo académico por ejemplo hay tantas cosas que se están haciendo ellos simplemente tienen un micro espacio

donde eh muestran todo lo acontecer universitario es muy poco, debería exponerse mucho más las investigaciones que se realizan en las carreras, los descubrimientos que se hacen por carrera, de la misma carrera de comunicación social se hacen tantas cosas, televisión universitaria nos las muestra, la cantidad de periodistas que se tienen tanto para la cobertura universitaria, como la cobertura nacional que tal vez es muy poco, yo personalmente, por lo menos, creo que en este momento no está en condiciones para competir con otro canal comercial y es por la estructura que se tiene, se tiene muchos enlatados, en la carrera por ejemplo tenemos un seminario de cine, tenemos un taller donde se hace producciones y esos trabajos deberían estarse mostrando, en vez de estar mostrando películas enlatadas, se debería más bien incentivar a la producción no

ANÁLISIS

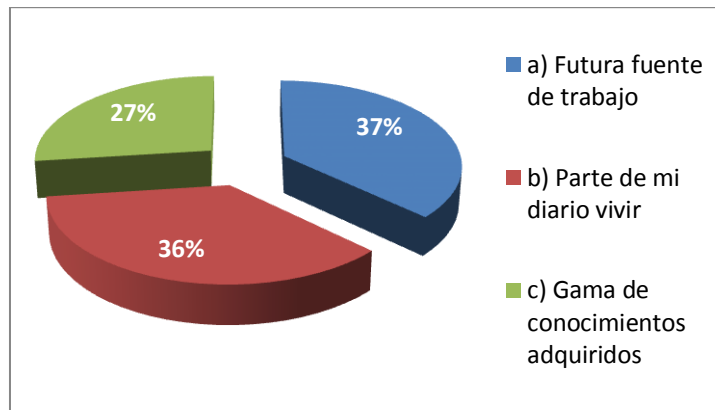
La realidad que muestra la coordinadora académica, señala profundamente la lejanía del Canal 13 con la labor de formación profesional de la carrera y la necesidad de encontrar espacios que integren esta relación mutua entre el canal de la UMSA y su carrera de comunicación.

4.2.3. RESULTADO DE LAS ENCUESTAS A ESTUDIANTES

Las encuestas fueron realizadas en las instalaciones de la carrera de comunicación social, en base al formulario impreso que se adjunta al presente documento (ver anexo N° 1), se consideraron para el efecto la realización de la encuesta a los estudiantes de toda la carrera pero se hizo énfasis en los estudiantes de últimos años (Cuarto y Quinto año), considerando que ellos tienen ya un criterio más desarrollado respecto de la especialidad profesional que van a seguir en su futura vida profesional, para el efecto también se tomó en cuenta la determinación del número de la muestra especificado en el capítulo anterior, de estas encuestas los resultados son los siguientes:

1. QUÉ ES PARA UD. LA COMUNICACIÓN SOCIAL.

Gráfico N° 4.1.

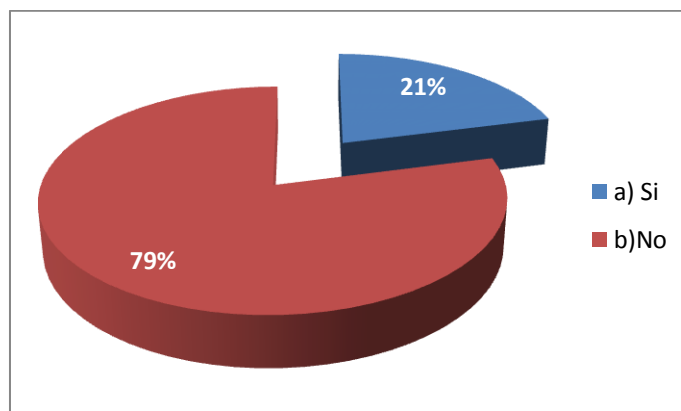


Fuente: Elaboración Propia

Un 37% de los estudiantes encuestados manifiesta que la carrera de comunicación social para ellos representa un camino a una futura fuente de trabajo, ya que esperan principalmente formar parte de algún tipo de medio de comunicación, otro 36% expresa que es parte de su diario vivir, esto en algunos casos por que ya han o están trabajando en medios de comunicación y un 27% dice que la comunicación social es una gama de conocimientos adquiridos simplemente.

2. CONOCE LA VISIÓN Y MISIÓN DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UMSA.

Gráfico N° 4.2.

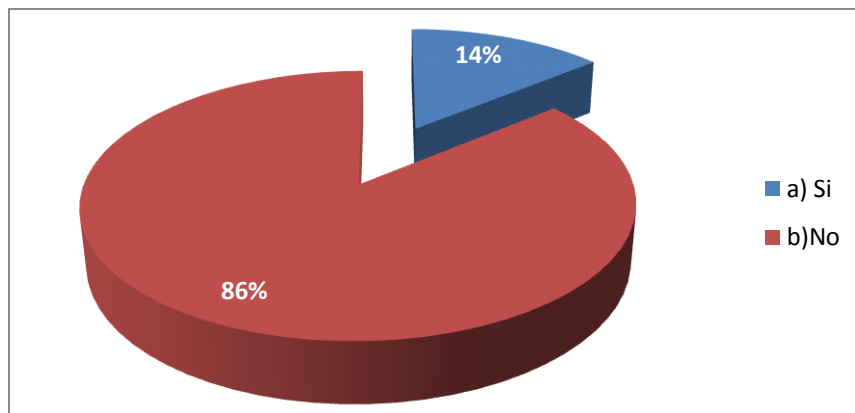


Fuente: Elaboración Propia

En cuanto al conocimiento de la misión y visión de la carrera de comunicación social por parte de los estudiantes, el 79% indica no conocer estos aspectos de la carrera, en cambio un 21% que manifiesta si conocer ambas definiciones organizacionales, pero una gran mayoría no ha podido plasmarlos por escrito, lo que nos puede indicar que dicho conocimiento no está bien definido en los estudiantes encuestados.

3. CONOCE EL TRABAJO QUE DESARROLLA EL CANAL 13 RESPECTO DE LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN SOCIAL.

Gráfico N° 4.3.

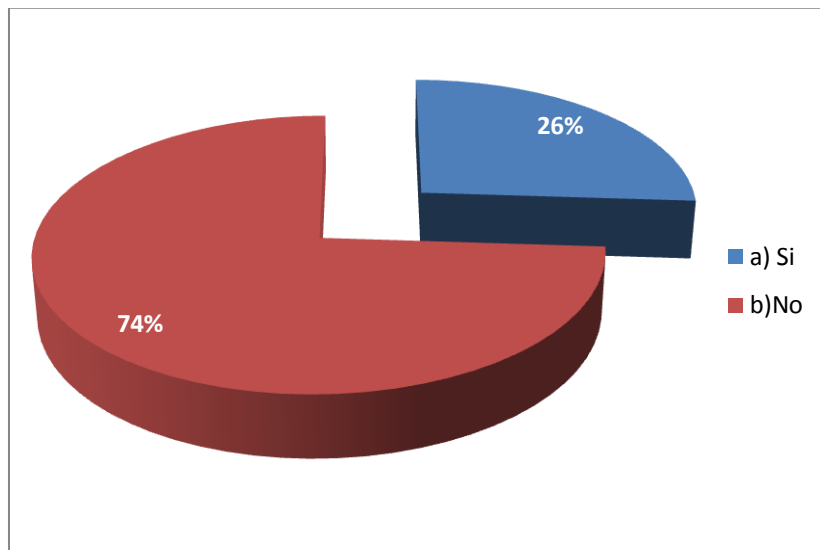


Fuente: Elaboración Propia

El 14% de los estudiantes encuestados manifiesta que si conoce del trabajo que desarrolla el Canal 13 respecto de la formación de profesionales en comunicación social, esto gracias a que en algún momento ellos realizaron prácticas o pasantías en el canal, otro 86% indica que no conoce sobre el trabajo que desarrolla canal 13 con respecto a la formación de los estudiantes de comunicación social, pero en los hechos nadie da una referencia real de cuál es la labor que desarrolla este medio de comunicación respecto de la formación de nuevos profesionales, y mucho menos saben que su labor tiene una escasa relación con la formación académica considerando el carácter voluntario de la realización de pasantías en este medio.

4. COMO CIUDADANO O TELEVIDENTE COMÚN, ¿USTED VE EL CANAL 13 Y SU PROGRAMACIÓN HABITUAL?

Gráfico N° 4.4.

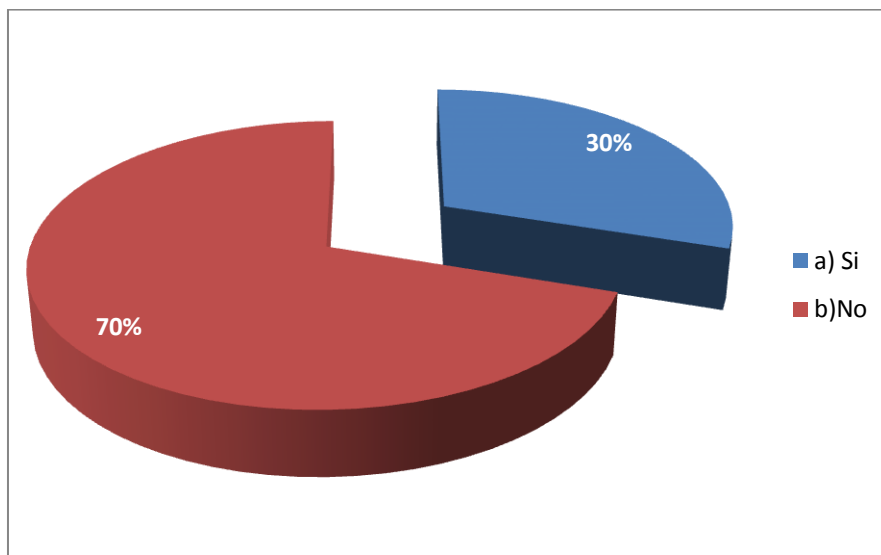


Fuente: Elaboración Propia

Los estudiantes de la carrera de comunicación social encuestados manifestaron que como televidentes comunes no ven la programación habitual de canal 13 porque según su opinión esta programación es aburrida y pese a que es un canal universitario no muestra programación de interés académico y menos juvenil, además consideran que son muchos programas repetitivos, el 74% de los estudiantes afirma que no lo ven, otro 26% considera lo contrario, ya que ve en canal 13 un medio de información cultural interesante por los documentales que transmiten y otros lo ven por las novelas Coreanas que transmiten, que pareciera ser uno de los mejores programas que tienen, esto en consideración de los estudiantes encuestados.

5. CONSIDERA QUE EXISTE UN CONTENIDO ACADÉMICO E INVESTIGATIVO UNIVERSITARIO EN LA PROGRAMACIÓN DEL CANAL 13 TELEVISIÓN.

Gráfico N° 4.5.

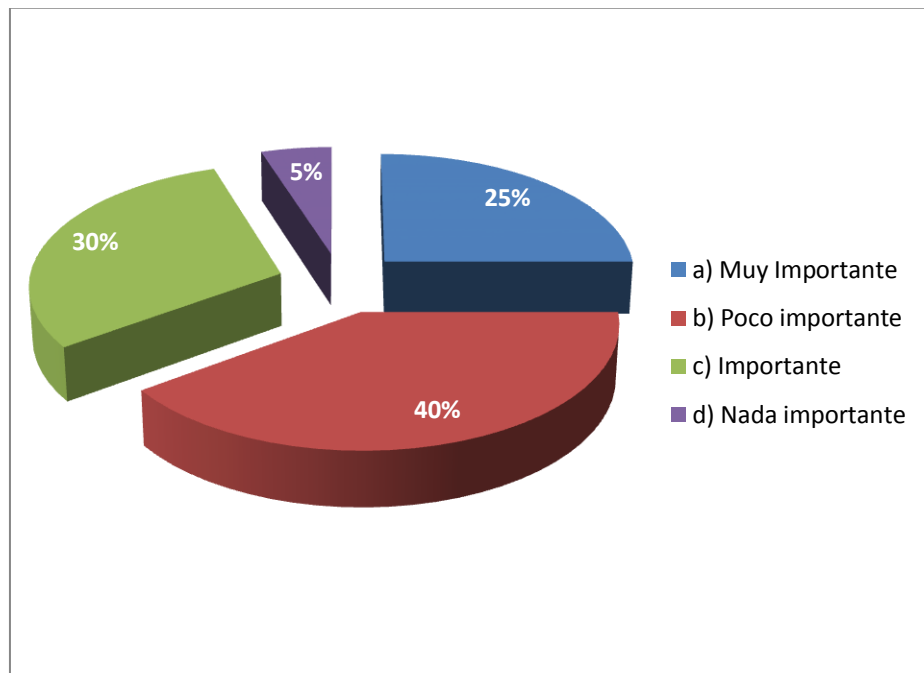


Fuente: Elaboración Propia

El 30% considera que si existe un contenido académico investigativo universitario en la programación de canal 13 esto haciendo referencia a los documentales que el canal transmite durante su programación habitual y algunos programas de producción propia que refleja el acontecer dentro de la Universidad Mayor de San Andrés, el restante 70% opina que no porque no conoce la programación del canal esta es informal según algunos o es repetitiva según otros y otro grupo cree que no existe ningún tipo de contenido académico, ya que, según ellos los documentales que se presentan no son nacionales sino más bien extranjeros y que hasta el momento no han sabido de alguna investigación real que haya sido producida por el canal 13 o por la universidad.

6. EN SU CRITERIO QUÉ TAN IMPORTANTES SON LOS CONTENIDOS QUE SE DIFUNDEN EN LA PROGRAMACIÓN DE UN CANAL UNIVERSITARIO RESPECTO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL.

Gráfico N° N. 4.6.

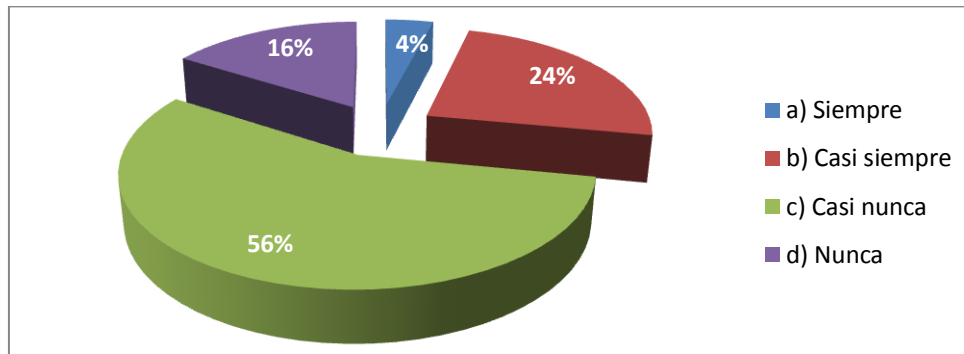


Fuente: Elaboración Propia

Según el criterio de la importancia que tienen los contenidos que se difunden en la programación de un canal universitario respecto de la formación profesional el 25% opina que es muy importante, porque siendo un canal universitario esta debería contener programación adecuada y para el interés de todas las carreras, un 40% indica que es poco importante porque no tiene información específica que alimente la formación profesional de un comunicador social, otro 30% considera que es importante y el restante 5% cree que es nada importante.

7. EXISTE ACCESIBILIDAD ADECUADA PARA EL ACCESO A LAS PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES QUE SE REALIZAN EN EL CANAL 13.

Gráfico N° 4.7.

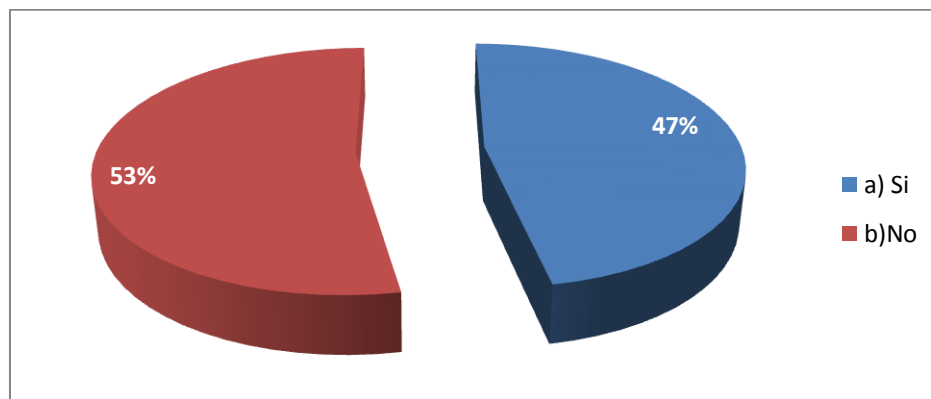


Fuente: Elaboración Propia

En cuanto a la accesibilidad de incorporación al canal 13 para realizar las prácticas pre profesionales, por parte de los estudiantes de la carrera de comunicación social, el 56 % dice que el canal poco accesible, esto responde sin duda y en criterio de los propios estudiantes a las deficiencias técnicas e infraestructurales que tiene este canal y a la cantidad de estudiantes que trata de acceder a este medio como espacio de práctica pre profesional.

8. CONOCE SI ESTAS PRÁCTICAS AYUDAN EN LA FORMACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN.

Gráfico N° 4.8.

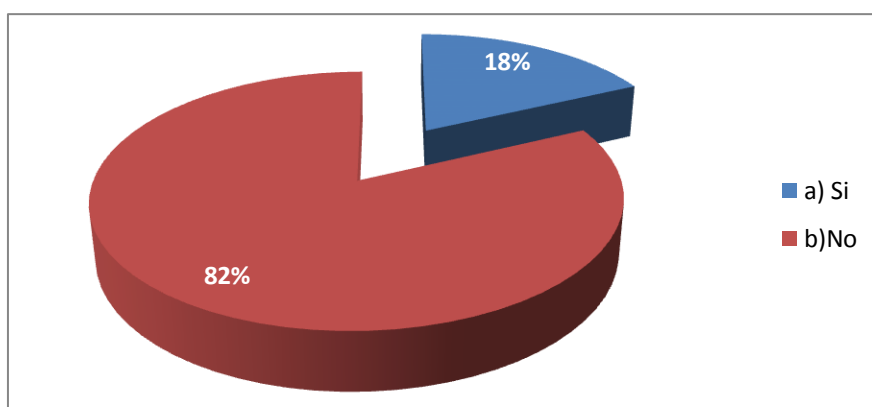


Fuente: Elaboración Propia

El 47% indica que conoce la utilidad de las prácticas que realizan los estudiantes de comunicación social dado que estas ayudan en la formación de los mismos respecto de la puesta en marcha de practica antes de acceder a un trabajo profesional, en cambio otro 53% ha podido evidenciar por fuente propia o por terceros que el aporte académico que estas prácticas o pasantías aportan a los estudiantes en su formación profesional no es adecuada debido a las limitaciones que tiene el canal trece.

9. EN LO QUE VA DE SU PERMANENCIA EN LA CARRERA HA RECIBIDO FORMACIÓN RESPECTO DE PERIODISMO INVESTIGATIVO EN TELEVISIÓN.

Gráfico N° 4.9.

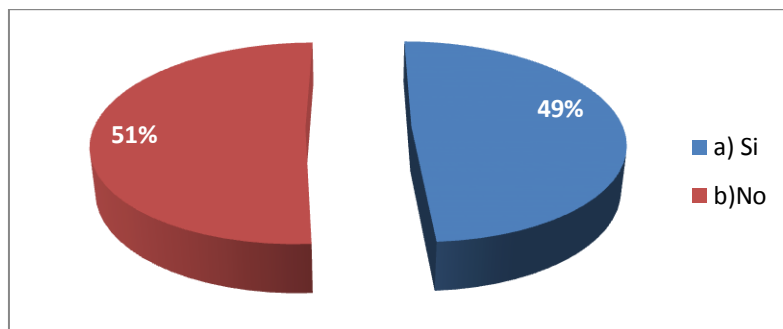


Fuente: Elaboración Propia

Solo el 18% de los estudiantes de la carrera de comunicación social encuestados indican que en lo que va de su permanencia en la carrera si han recibido formación académica en periodismo de investigación en televisión, en cambio un 82% manifiesta lo contrario indicando que en el tiempo que llevan como estudiantes de la carrera no han recibido este tipo de formación por parte de los catedráticos debido a que no se considera esta formación dentro de la malla curricular de la misma carrera, si conocen el tema pero esto por otras fuentes (seminarios, talleres, diplomados, etc.) que no dependen de la UMSA.

10. LE GUSTARÍA RECIBIR ESTE TIPO DE FORMACIÓN.

Gráfico N° 4.10.

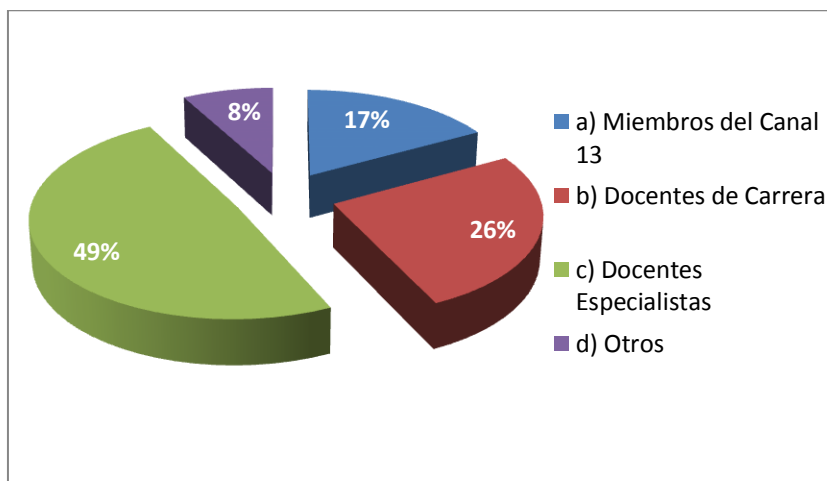


Fuente: Elaboración Propia

El 49% indica que si le gustaría recibir este tipo de formación ya que consideran que es fundamental para un comunicador social y otros porque creen que los ayudaría para encontrar una buena fuente laboral, el restante 51% considera que no porque sencillamente no lo consideraron como una opción o área de trabajo y porque ya en sus últimos años de carrera no lo consideran imprescindible, debido que en el medio laboral, es decir en el entorno comunicacional que nos rodea en Bolivia no se hace mucho periodismo de investigación.

11. DE HACERLA, QUIÉNES DEBERÍAN DESARROLLAR ESTA FORMACIÓN.

Gráfico N° 4.11.

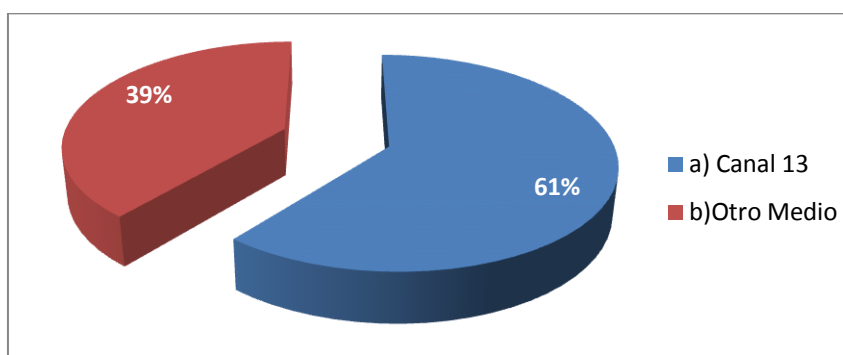


Fuente: Elaboración Propia

Según los estudiantes encuestados el personal apto para desarrollar esta formación son, en un 17% los miembros de canal 13 ya que a la vez se podrían realizar prácticas y no se quedaría simplemente en teoría, otro 26% indica que los más indicados son los docentes de la carrera, porque son profesionales con un trayecto avanzado en cuanto la materia, otro 49% indica que si bien son los docentes de la carrera los que deberían formarlos, estos docentes deben ser especialistas en la materia o sea docentes en periodismo de investigación en televisión que no solo les refleje la parte teórica sino también la práctica y la experiencia propia.

12. EL CANAL 13 DEBE ESTAR A CARGO DE ESTE TIPO DE ESPACIOS O SE DEBERÍA BUSCAR OTRO MEDIO.

Gráfico N° 4.12.

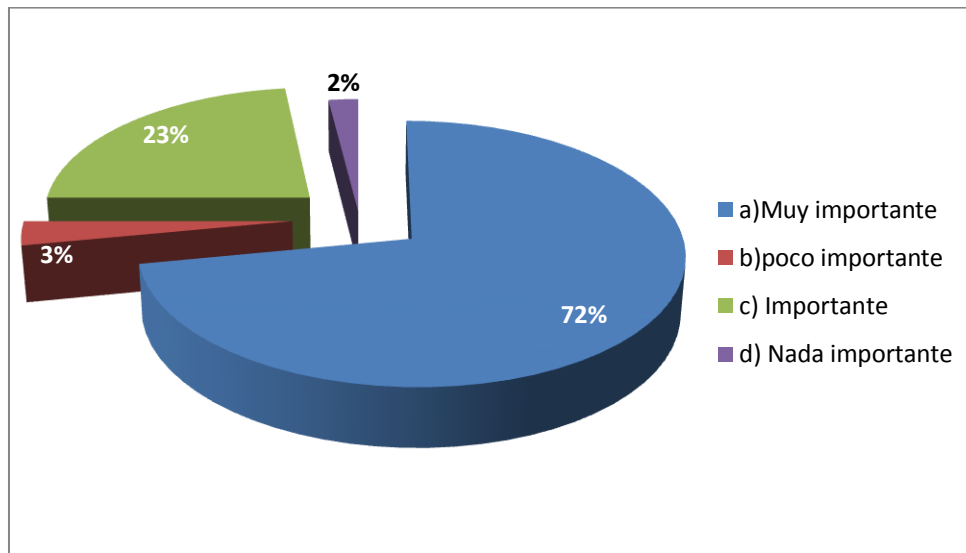


Fuente: Elaboración Propia

El 61% de los estudiantes encuestados indica que es el canal trece el que debería estar a cargo de este tipo de espacios, para que de esta manera sean ellos los que puedan juzgar adecuadamente la labor de los estudiantes y les permitan desarrollar las prácticas en los ambientes del canal universitario, otro 39% dice que se deberían buscar otros medios (canales de televisión) para tener una opinión más objetiva sobre la formación en el ámbito investigativo en televisión y además porque ellos sugieren que el canal 13 no les ha brindado el espacio necesario para poder realizar sus prácticas pre profesionales.

13. QUÉ TAN IMPORTANTE ES PARA UD. LA FORMACIÓN EN PERIODISMO INVESTIGATIVO.

Gráfico N° 4.13.

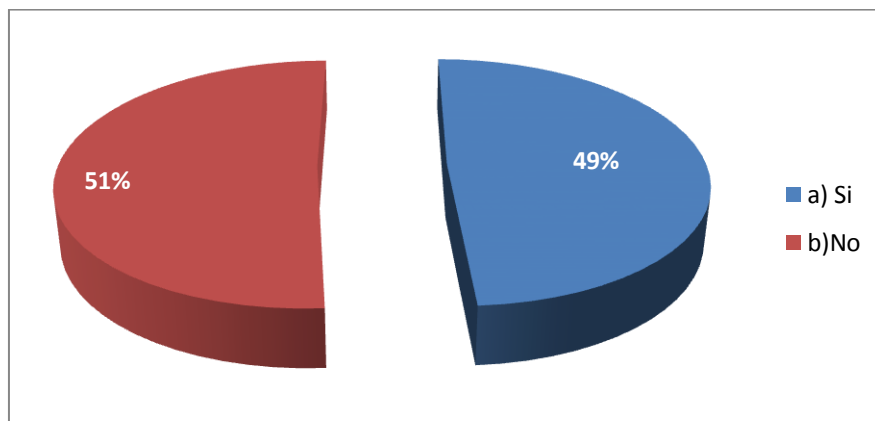


Fuente: Elaboración Propia

Para el 72% la formación en periodismo investigativo es muy importante, porque consideran que es la base para cualquier estudiante de comunicación social que en lo posterior desea convertirse en periodista, a otro 3% le parece poco importante porque indican que no van a dedicarse a esa área, un 23% considera que es importante porque debe ser parte de la formación integral de todos los estudiantes, se dediquen o no al periodismo de investigación, o sea como parte de la cultura general de un buen profesional y finalmente a un 2% le parece nada importante porque dicen que no les atrae el periodismo de investigación.

14. EN LAS CONDICIONES ACTUALES SE SIENTE MOTIVADO PARA SER PARTE DE LA FORMACIÓN EN PERIODISMO INVESTIGATIVO.

Gráfico N° 4.14.



Fuente: Elaboración Propia

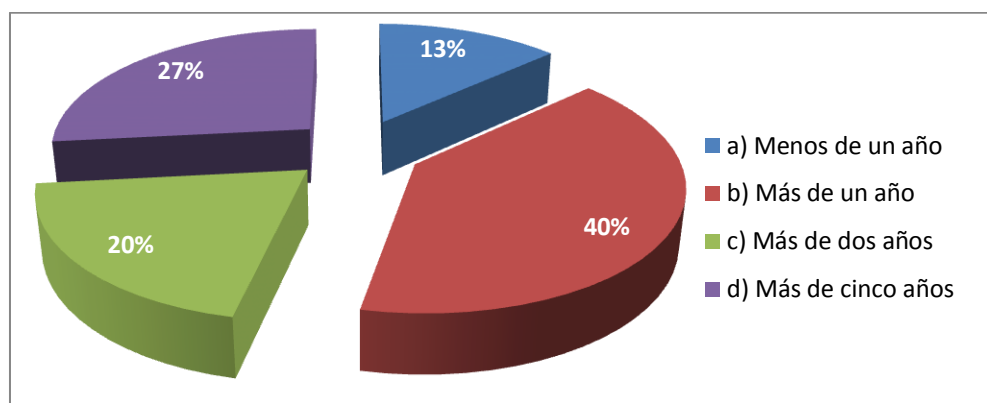
Contradictoriamente el 51% manifiesta no sentirse motivado para ser parte de la formación de periodismo investigativo, esto se debería a que, por el mismo hecho de estar cursando los o el último año de la carrera ya no siente la necesidad de involucrarse con esta área, pese a que les parece imperioso para su formación ya no les afecta debido a que la mayor parte ya se encuentra trabajando y el periodismo de investigación no tiene nada que ver con su labor actual, en cambio un 49% indica que si le gustaría ser parte de la formación en periodismo investigativo, pues manifiestan que es un área que un comunicador social si o si debería conocer y poder desarrollar con facilidad ya sea en radio, televisión o prensa.

4.2.4. RESULTADOS ENCUESTA FUNCIONARIOS DEL CANAL 13

Los funcionarios de canal trece encuestados, realizaron esta encuesta en las dependencias del propio canal, y se los eligió en función a criterios de disponibilidad de tiempo y acceso voluntario para ser parte de esta encuesta, se encontró por otro lado mucha resistencia para ser parte de este estudio por parte de estos funcionarios es así que solo se pudo encuestar a 15 funcionarios de los casi 34 que existen, considerando para este estudio solo a quienes tienen directa relación con los estudiantes pasantes de la carrera de comunicación que desarrollan actividades en ese medio.

1. HACE CUANTO TIEMPO TRABAJA CON LOS ESTUDIANTES QUE REALIZAN PASANTÍAS EN EL CANAL 13.

Gráfico N° 4.15.

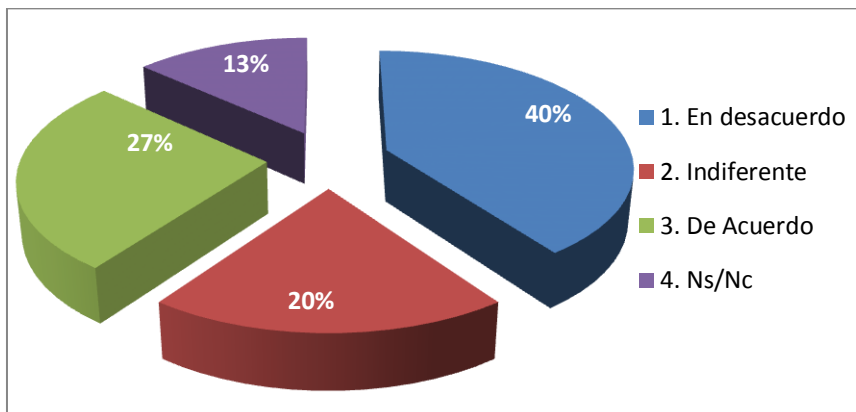


Fuente: Elaboración Propia

El 40% de los trabajadores del canal 13 manifiestan que trabajan con los estudiantes que realizan pasantías desde hace más de un año, otro 27% realiza estas actividades por más de cinco años, un 20% por más de 2 años y el restante 13% menos de un año.

2. EL TRABAJO QUE USTED REQUIERE SEA REALIZADO POR EL PASANTE SE DESARROLLA ADECUADAMENTE.

Gráfico N° 4.16.

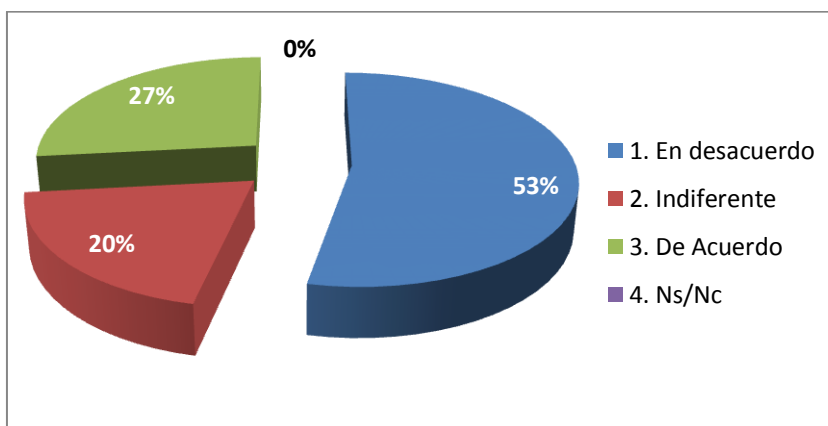


Fuente: Elaboración Propia

El 40% se encuentra en desacuerdo ya que según ellos los estudiantes pasantes de la carrera de Comunicación Social no llenan sus expectativas, un 27% de los trabajadores del canal 13 está de acuerdo con el trabajo que desarrollan los pasantes, a otro 20% se les hace indiferente este aspecto y el restante 13% no sabe o no contesta.

3. EL PERSONAL SE MUESTRA DISPUESTO A AYUDAR EN LA LABOR ENCOMENDADA.

Gráfico N° 4.17.

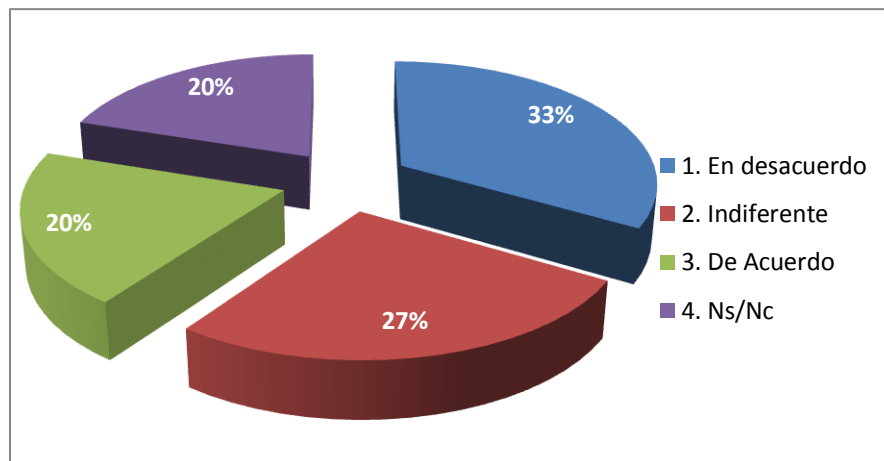


Fuente: Elaboración Propia

En cuanto a la disposición por parte del personal de canal 13 para ayudar en la labor encomendada a los estudiantes pasantes de la carrera de Comunicación Social, el 27% se encuentra de acuerdo, a otro 20% se les es indiferente esta situación y el restante 53% está en desacuerdo, ya que indican que no es parte de sus funciones, vale decir que enseñar su trabajo a los pasantes no es una tarea asignada a los miembros del canal.

4.LA FORMACIÓN TEÓRICA IMPARTIDA A LOS ESTUDIANTES, EN SU CRITERIO ES ADECUADA Y TIENE LAS SUFICIENTES BASES PARA REALIZAR UN TRABAJO PRÁCTICO EN EL CANAL.

Gráfico N° 4.18.

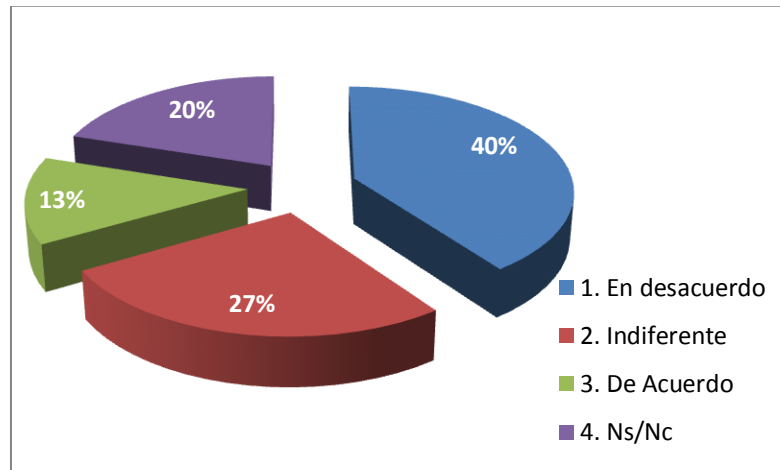


Fuente: Elaboración Propia

Con respecto al criterio de la formación teórica impartida a los estudiantes y sus bases para realizar un trabajo práctico en el canal, un 20% se encuentra de acuerdo ya que considera que su formación es adecuada, otro 20% no sabe o no contesta, a otro 27% les es indiferente el tipo de formación que reciben los pasantes, y el restante 33% cree que la formación teórica que los pasantes de la carrera de Comunicación Social reciben no tiene las bases suficientes para realizar un trabajo práctico adecuado en el canal.

5. USTED CONSIDERA QUE LA FORMACIÓN EN EL ÁMBITO DEL PERIODISMO EN LOS ESTUDIANTES QUE FORMAN PARTE DE LAS PASANTÍAS EN EL CANAL 13, ES ADECUADO.

Gráfico N° 4.19.

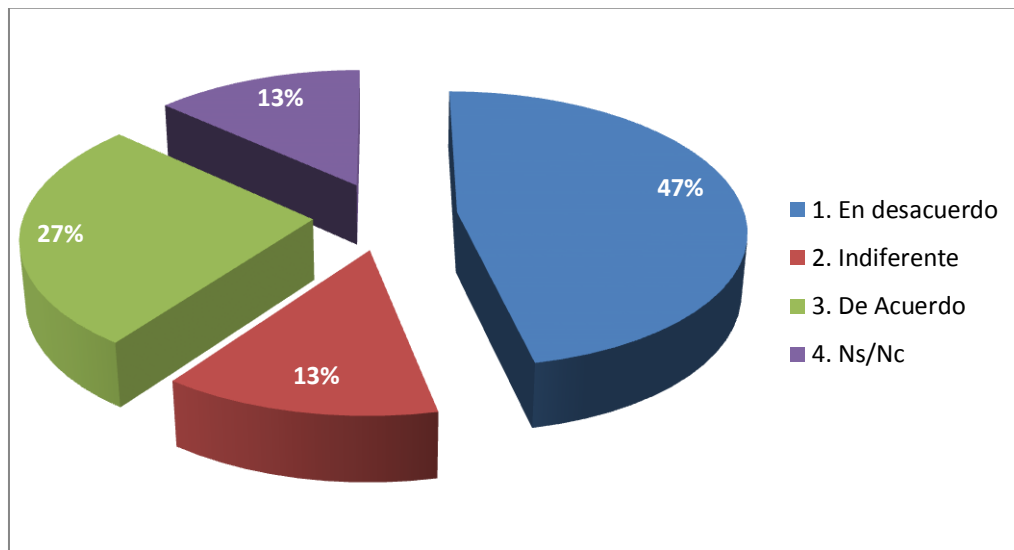


Fuente: Elaboración Propia

El 40% de los trabajadores encuestados indica que está en desacuerdo con la formación periodística que reciben los estudiantes que realizan las pasantías en canal 13, a un 27% se les es indiferente este aspecto, otro 20% no sabe o no contesta y el restante 13% está de acuerdo con la formación que reciben los pasantes.

6. LOS ESTUDIANTES QUE REALIZAN SUS PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES EN EL CANAL 13 CUENTAN CON BASES TEÓRICAS SÓLIDAS DE PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN.

Gráfico N° 4.20.

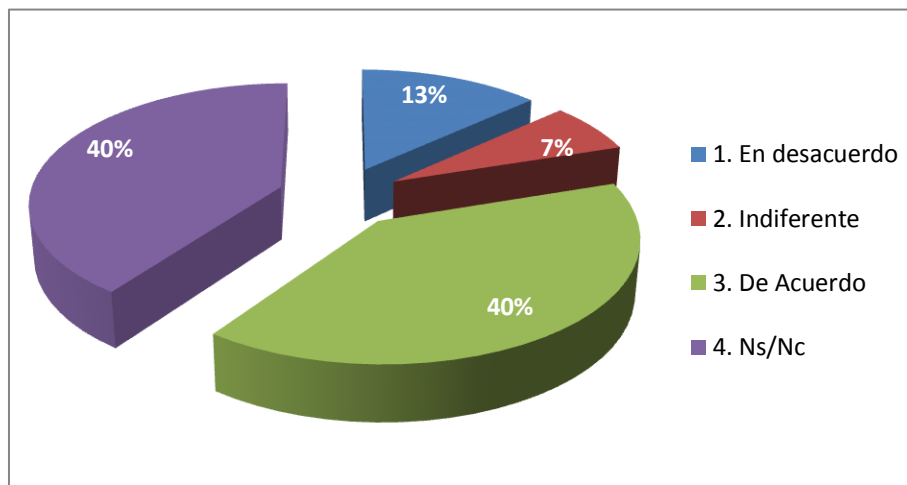


Fuente: Elaboración Propia

El 47% de los trabajadores encuestados manifiestan su desacuerdo, ya que consideran que en las prácticas pre profesionales que los estudiantes de comunicación social, sus conocimientos teóricos adquiridos en la carrera no son sólidas en periodismo de investigación, en cambio otro 27% se encuentra de acuerdo, un 13% es indiferente a esta problemática y otro 13% no sabe o no contesta, este resultado llama la atención en función a que en el canal trece a juicio de los propios encuestados, y de quienes fueron parte de las entrevistas realizadas para el presente estudio se determinó que en este medio no se hace periodismo de investigación, de donde surge la pregunta cómo pueden evaluar el conocimiento teórico respecto este aspecto si no se lo desarrolla en el canal.

7. EL CANAL 13 DESARROLLA PROGRAMAS Y CONTENIDOS RELACIONADOS CON EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN COTIDIANAMENTE.

Gráfico N° 4.21.

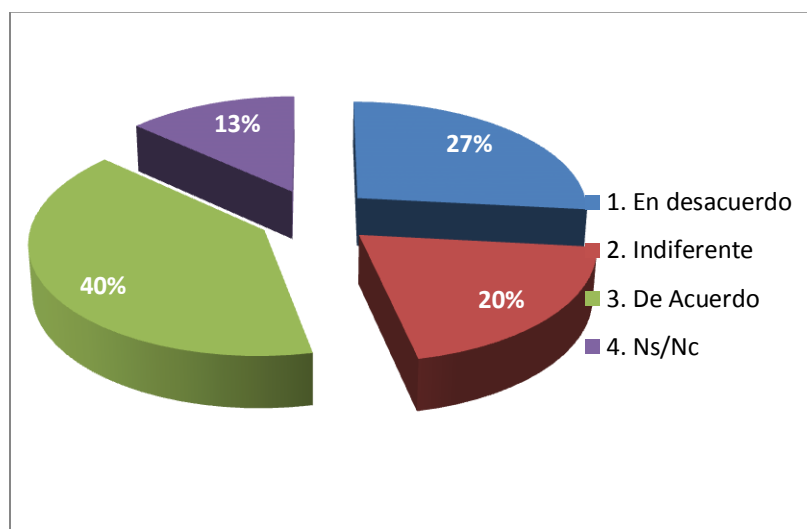


Fuente: Elaboración Propia

En cuanto al desarrollo de programas y contenidos relacionados con el periodismo de investigación un 40% se encuentra de acuerdo, otro 40% no sabe o no responde, un 13% se encuentra en desacuerdo ya que considera que el canal 13 no desarrolla programas con contenidos relacionados con el periodismo de investigación y el restante 7% es indiferente a esta consulta, de ahí que se ratifica lo señalado en el aspecto anterior, se manifiesta por parte de un 40% de encuestados que si se hace investigación periodística, pero no se cuenta con un espacio o programa específico para ello, lo que sin duda llama la atención y permite pensar que se está confundiendo el periodismo de investigación con la investigación científica realizada por los estudiantes relacionada con sus labores académicas y no profesionales..

8.EL CANAL 13 CUENTA CON LOS MEDIOS INFRAESTRUCTURALES Y DE EQUIPAMIENTO NECESARIOS PARA DESARROLLAR PROGRAMAS DE PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN.

Gráfico N° 4.22.

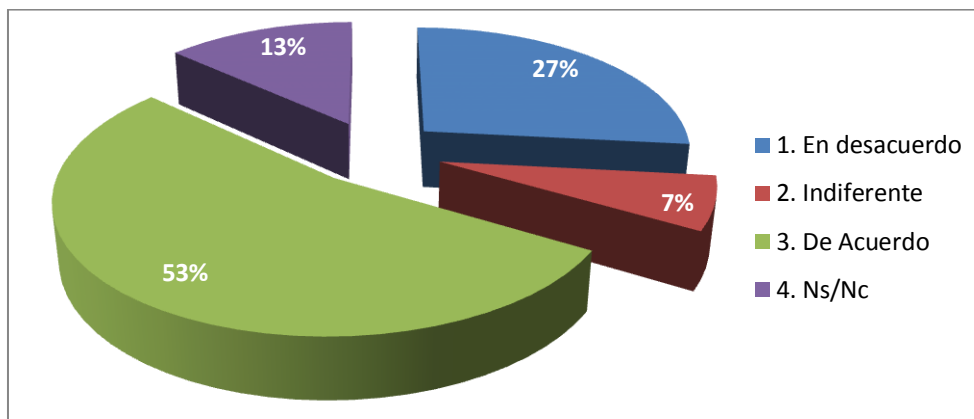


Fuente: Elaboración Propia

El 40% de los trabajadores encuestados manifiesta estar de acuerdo con el hecho de que el canal 13 cuenta con la infraestructura y el equipamiento necesario para desarrollar programas de periodismo de investigación, otro 27% se encuentra en desacuerdo ya que según su opinión no se contaría con estos insumos, a un 20% les es indiferente esta situación y el restante 13% no sabe o no responde. Esto contradice lo manifestado por el director del canal que manifiesta que la inexistencia de recursos, equipamiento e infraestructura es la parte de mayor limitación para este medio.

9. EL CANAL 13 TIENE PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN ESPECIALISTAS EN EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN.

Gráfico N° 4.23.

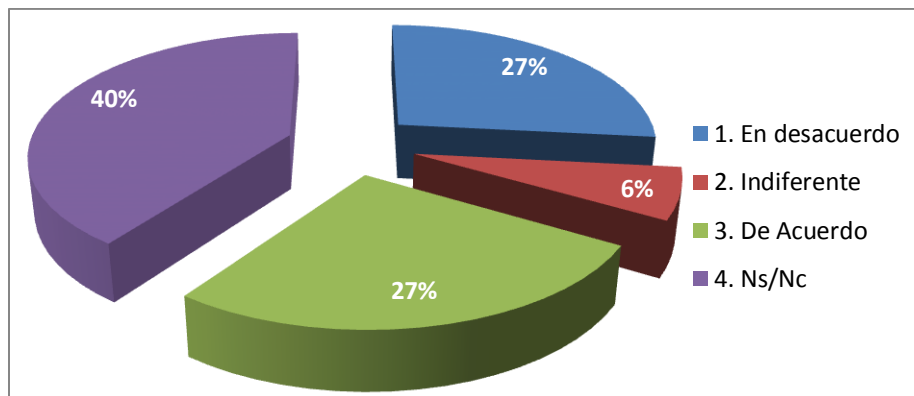


Fuente: Elaboración Propia

En cuanto al personal con el que el canal 13 cuenta, el 53% de los encuestados está de acuerdo al momento de afirmar que el canal tiene profesionales de comunicación especialistas en el desarrollo de actividades de periodismo de investigación, en cambio otro 27% está en desacuerdo ya que no opina lo mismo, otro 13% no sabe o no responde y el restante 7% es indiferente a esta consulta.

10. EL CANAL 13 TIENE PROGRAMAS ACTUALES DE DESARROLLO DE PERIODISMO INVESTIGATIVO.

Gráfico N° 4.24.

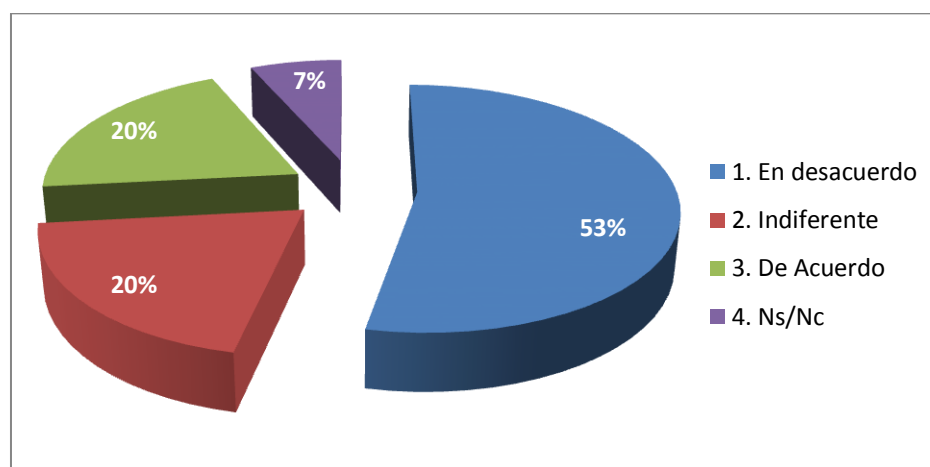


Fuente: Elaboración Propia

El 40% de los trabajadores encuestados no sabe o no contesta a esta interrogante, un 27% está de acuerdo ante la afirmación del tipo de programación que tiene el canal 13 otro 27% se encuentra en desacuerdo ya que considera que los programas actuales en desarrollo no son de periodismo de investigación y el restante 6% esta indiferente ante esta consulta. Este extremo ratifica lo mencionado anteriormente que se confunde lo que es el periodismo investigativo con la investigación científica que desarrollan los estudiantes respecto sus actividades académicas que desarrollan en el canal.

11. HA OBSERVADO MEJORAS EN EL FUNCIONAMIENTO GENERAL DEL CANAL 13 CON LA INCORPORACIÓN DE ESTUDIANTES QUE REALIZAN SUS PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES (PASANTÍAS) EN EL CANAL.

Gráfico N° 4.25.

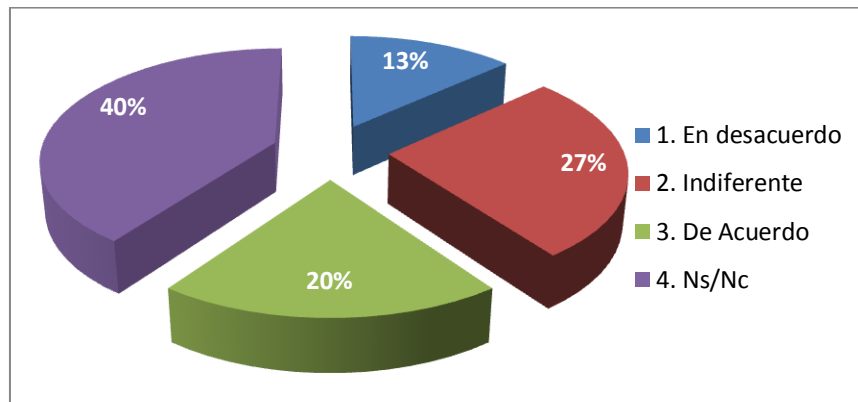


Fuente: Elaboración Propia

Con respecto a las mejoras en el funcionamiento general del canal 13 con la incorporación de estudiantes que realizan sus prácticas pre profesionales (pasantías) en el canal, el 53% está en desacuerdo puesto que según su opinión con la incorporación de los pasantes de la carrera de comunicación social no se han observado mejorías, es más se han encontrado mayores perjuicios, otro 20% si se encuentra de acuerdo pues ha advertido mejorías, un 20% esta indiferente ante esta cuestión y el restante no sabe o no contesta.

12. LOS ESPACIOS DE PROGRAMACIÓN TELEVISIVA QUE SE DESARROLLAN EN EL CANAL 13 RESPONDEN A UNA PLANIFICACIÓN ACADÉMICA PARA LA FORMACIÓN DE LOS FUTUROS PROFESIONALES.

Gráfico N° 4.26.

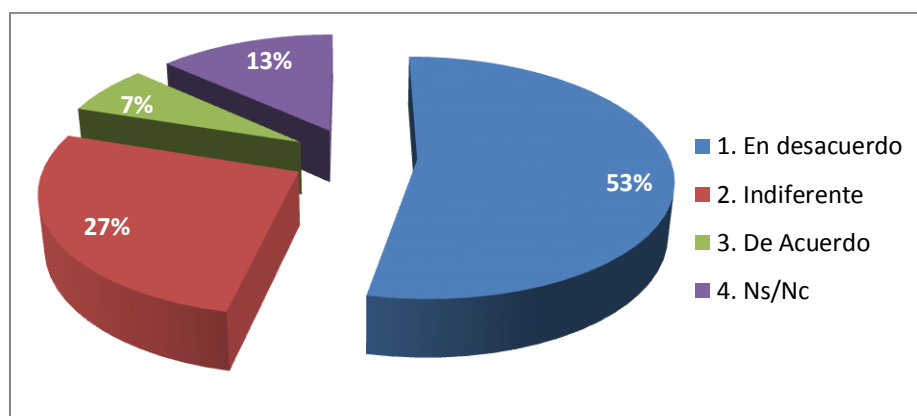


Fuente: Elaboración Propia

El 40% de los trabajadores encuestados no sabe o no responde sobre el tipo de programación televisiva que se desarrolla en canal 13, un 27% es indiferente ante esta situación, otro 20% está de acuerdo con que la programación responde a una planificación académica para la formación de los futuros profesionales de la carrera de comunicación social y el restante 13% se encuentra en desacuerdo con esta aseveración.

13. EL CANAL 13 ES UN CANAL COMERCIAL.

Gráfico N° 13

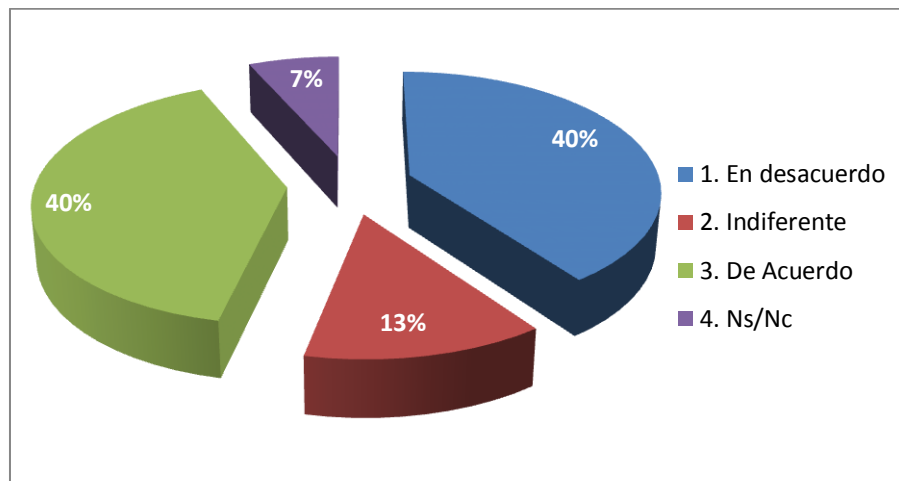


Fuente: Elaboración Propia

53% de los trabajadores de canal 13 encuestados está en desacuerdo con esta consulta ya que expresan que este no es un canal comercial sino más bien un canal académico y como su nombre lo indica Universitario, otro 27% es indiferente a esta consulta, un 13% no sabe o no contesta y un 7% se encuentra de acuerdo ya según su opinión el canal 13 es un canal comercial.

14. COMO FUNCIONARIO, USTED HA TENIDO LA POSIBILIDAD DE APORTAR CON SUS CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIA AL DESARROLLO DE LA PROGRAMACIÓN DEL CANAL 13 Y SU TRABAJO EN GENERAL.

Gráfico N° 14



Fuente: Elaboración Propia

El 40% de los trabajadores encuestados indican estar en desacuerdo, ya que como funcionarios de canal 13 no han tenido la posibilidad de aportar con sus conocimientos dentro de lo que significa la programación, otro 40% manifiesta lo contrario puesto que está de acuerdo y considera que si ha tenido la oportunidad de aportar con su experiencia laboral y con sus conocimientos adquiridos, un 13% es indiferente ante esta interrogante, finalmente el restante 7% no sabe o no contesta.

CAPÍTULO V: PROPUESTA

5.1. CONDICIONES PREVIAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

En el caso particular de Insertar un espacio televisivo de periodismo de investigación en Canal 13 TVU, para mejorar la formación pre profesional de los estudiantes de la carrera de Comunicación de la UMSA, se requieren determinadas condiciones previas tales como:

- Aceptación para la implementación del proyecto o predisposición por parte de las autoridades de la carrera y del propio canal, extremo corroborado por la predisposición de estas autoridades a partir del proceso investigativo reflejado en las entrevistas realizadas por la investigadora.
- Aceptación y predisposición para aplicar este espacio por parte de los estudiantes de la carrera, extremo conseguido con el apoyo que se refleja en las encuestas a los estudiantes, donde ellos mismos determinan la importancia de la formación de estos en periodismo de investigación (Gráfico N° 4.13.).
- Conocimiento de las limitaciones y necesidades para la implementación de este espacio, que se refleja en las entrevistas tanto a la Directora de la Carrera como al Director del canal 13.
- Determinación de la existencia o no de procesos actuales de generación de espacios televisivos de periodismo de investigación en el canal 13, aspecto en el cual se ha podido demostrar la inexistencia actual de estos espacios, esto en criterio de docentes, autoridades y los propios estudiantes.

5.2. RACIONALIDAD DE LA PROPUESTA

La racionalidad de la propuesta planteada en el presente proyecto de grado, está enmarcada en los resultados obtenidos del trabajo de campo que determina la

evidencia de que en la actualidad no existe un espacio televisivo en canal 13 destinado al periodismo de investigación y mucho menos un espacio donde se pueda practicar este tipo de periodismo por parte de los estudiantes de la carrera de Comunicación.

Esta es la razón por la que el presente estudio, pretende promover la solución de estas falencias detectadas a partir del planteamiento de justamente un espacio que pueda ayudar a preparar en los estudiantes aptitudes de desempeño óptimo en este tipo de periodismo, esto como práctica profesional, por lo que se considera para el efecto, las limitaciones infraestructurales del canal 13, proponiéndose entonces utilizar los ambientes, la infraestructura y equipamiento de la carrera para este cometido, esperando solo la difusión de los trabajos concluidos por los estudiantes por medio del TVU. Por otro lado se considera también las necesidades de contenido temático que debe tener un espacio de esta naturaleza, por lo que se plantea que sea el taller de TV de la carrera de comunicación quien tome a su cargo el desarrollo de la actividad de producción y la selección de la temática a tratar, en coordinación con la materia de prensa y el canal 13.

Además se considera la necesidad de establecer un perfil de ingreso y egreso para los estudiantes que deseen ser parte de este espacio, esto a fin de contribuir efectivamente a su formación, pero considerando los aspectos mínimos de conocimiento que deben tener para afrontar esta actividad.

5.4. MODELO OPERACIONAL

5.3.1. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

La presente propuesta cuenta con los siguientes objetivos:

- Desarrollar un espacio televisivo en el canal 13 destinado a la difusión de reportajes desarrollados en base al periodismo de investigación, para mejorar los niveles de formación de los estudiantes de comunicación de la UMSA.
- Proponer un contenido temático académico mínimo que debería contener este espacio en función a su carácter formativo y educativo para los futuros profesionales que sean parte del mismo.

5.3.2. ÁMBITO GEOGRÁFICO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

La presente propuesta está diseñada para ser aplicada en los ambientes correspondientes a la carrera de Comunicación Social de la UMSA y los del Canal 13 TVU.

5.3.3. COMPONENTES DE LA PROPUESTA

- ***BENEFICIARIOS***

Los beneficiarios de la implementación la propuesta, se pueden considerar de la siguiente manera:

- **Beneficiarios Directos.**

Los beneficiarios directos de la implementación del presente proyecto son los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UMSA, los mismos que tendrán la posibilidad de realizar prácticas y afianzar sus conocimientos respecto del periodismo de investigación, por medio del espacio otorgado por canal 13 en su programación en función a este tipo de producción que se plantea generar a partir de esta investigación.

- **Beneficiarios Indirectos.**

La propuesta beneficia también aunque de manera indirecta a los televidentes del canal 13 que tendrá como alternativa una producción de periodismo investigativo de calidad difundida por un canal universitario.

- **ACTORES**

Son actores de la presente propuesta todos los funcionarios tanto docentes del área de periodismo televisión y prensa de la carrera de comunicación, conjuntamente los estudiantes interesados en participar de este tipo de espacios, así como también, los miembros administrativos, directivos y técnicos del canal 13 destinados a este proyecto.

5.4. ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA

La presente propuesta debe estar administrada por la Máxima Autoridad Ejecutiva de cada unidad es decir tanto del canal 13 TVU como de la carrera de Comunicación de la UMSA.

5.5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5.5.1. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UMSA Y EL CANAL 13 TVU, RESPECTO DEL PERIODISMO INVESTIGATIVO

Como resultado del trabajo de campo desarrollado en el presente trabajo, es que se ha podido arribar a un diagnóstico situacional respecto del periodismo de investigación y su desarrollo tanto en la carrera de Comunicación social como en el canal 13 TVU, de donde se puede determinar los siguiente:

- Tanto la carrera de Comunicación como el canal 13 TVU, no tiene al momento espacios destinados a la formación pre profesional de periodistas de investigación, es decir que ambas entidades reconocen su deficiencia en este espacio, lo que lleva a definir que es necesario plantear este tipo de proyectos para que se trate, desde la Universidad y desde su medio de Comunicación canal 13, de cambiar el concepto de comercialización de la información que se tiene en la actualidad en el medio, para pasar a darle contenido investigativo e interesante a la programación televisiva de por lo menos la Ciudad de La Paz.
- Por otro lado es evidente la necesidad de coordinación de estas entidades respecto de temas académicos a favor de los estudiantes de la propia Universidad de la cual dependen las dos entidades, la particularidad de manejo y desenvolvimiento de las actividades del canal 13, lo alejan del sentido de creación de este medio televisivo, es decir que en la actualidad el canal trece define su accionar en función a una línea educativa y cultural que se aleja del acontecer universitario, o por lo menos es la sensación que causa este medio en la carrera de Comunicación, que a su turno reclama para sí la necesidad de participar efectivamente en el desarrollo de actividades de este canal.
- Respecto de las prácticas pre profesionales o pasantías, ambas entidades manifiestan la importancia de estas para la formación de los profesionales comunicadores, pero no existe un parámetro claro de cómo se deben orientar estas, debido que a juicio de la carrera de Comunicación, éstas son de carácter voluntario por lo que no cuentan con parámetros de evaluación académica objetiva, y por parte del canal estas prácticas son una mera puesta en praxis de la teoría aprendida pero que no tiene mucha relevancia debido que no es función de su personal guiar las mismas, esto debido a que los mismos funcionarios del canal 13 manifiestan que esa labor no está

entre sus funciones específicas asignadas y por eso no es su responsabilidad determinar su valor, calidad o nivel de ejecución.

5.5.2. MARCO LÓGICO CAUSA, EFECTO Y POSIBLE SOLUCIÓN

**Cuadro N° 5.1.
RELACIÓN CAUSA, EFECTO, SOLUCIÓN**

CAUSA	EFECTO	SOLUCIÓN
Inexistencia de espacios para el desarrollo del periodismo de investigación tanto en canal 13 como en la carrera de Comunicación de la UMSA	Poca preparación profesional de los futuros comunicadores respecto del Periodismo de Investigación. Programación televisiva del canal 13 es carente de contenido en periodismo de investigación.	Generación de un espacio televisivo con contenido de periodismo de investigación, dependiente del canal 13 y coordinado con la Carrera de Comunicación Social de la UMSA, en función y adecuación a las limitantes existentes en ambas entidades.

Fuente: elaboración propia

5.5.3. LÍNEAS DE ACCIÓN ESTRATÉGICAS.

- **CARACTERÍSTICAS DEL ESPACIO TELEVISIVO DE REQUERIDO**

Infraestructura:

Las condiciones infraestructurales tanto de la carrera de Comunicación como del canal 13 definen la necesidad de que el espacio televisivo destinado a la producción de programación basada en el periodismo de investigación, se debe desarrollar en los ambientes de la carrera de Comunicación social, esto debido a

la deficiencia de espacio con la que cuenta el canal 13, y en función de dotarle un matiz de control más académico del proceso formativo y de producción.

En este entendido se deberá realizar una coordinación entre la carrera y el canal a efectos de coordinación en calidad de co-producción entre ambas entidades.

Recursos Humanos:

Dado el carácter de formación académica que debe tener este espacio, debe estar supervisado por docentes del área que formen parte del plantel docente de la Carrera de Comunicación, en términos de desarrollo de la producción, se debe contar con la supervisión también de un responsable del canal 13 y el personal técnico asignado por este a efectos de la consecución del trabajo final, el desarrollo del material a ser difundido debe estar a cargo de los estudiantes que deseen participar de este espacio y en directa supervisión con su docente de área.

Equipo y Medios Técnicos:

En referencia a los equipos que serán utilizados, estos deben ser de pertenencia del canal 13 como parte de su aporte a la producción de los reportajes, pudiendo utilizarse algunos medios técnicos también de la carrera, esto de acuerdo a la disponibilidad de sus islas de edición, cámaras, etc., con las que cuenta la misma, siendo este su aporte a la formación de sus estudiantes.

- **RECURSOS TEÓRICO FORMATIVOS DE PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN REQUERIDOS (CONTENIDOS MÍNIMOS DE LA CAPACITACIÓN)**

El programa de periodismo de investigación, debe desarrollar una temática que contiene un conjunto de conocimientos metodológicos y modernos, para que el

estudiante pueda abordar este cambio a través de la utilización de las nuevas herramientas de investigación y redacción periodística diseñadas para este nuevo panorama bajo el siguiente temario:

- I. Nociones Básicas de las estructuras, limitaciones, deficiencias y necesidades del periodismo en la región y en Bolivia
- II. Introducción al periodismo de investigación.
- III. Análisis, interpretación e investigación desde la perspectiva del periodismo de investigación.
- IV. El proceso de investigación en el periodismo
- V. Los niveles del lenguaje en la redacción periodística
- VI. El reportaje como producto de la investigación
- VII. Técnicas de periodismo de investigación
- VIII. La planificación y el uso de fuentes en la investigación periodística
- IX. La diferencia entre periodismo de investigación escrito y televisivo
- X. Desarrollo de reportajes en base al periodismo de investigación

• **RECURSOS HUMANOS ENCARGADOS DE LA FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN QUE GUÍEN Y VALIDEN EL PROCESO**

Por las características de la capacitación necesaria a desarrollarse en función de una producción de programas de periodismo de investigación en canal 13, este se debería contemplar, de acuerdo a las particularidades normativas y académicas de la carrera, entre los talleres de Prensa y de Televisión o en lo que se refiere al Taller Abierto considerando el carácter voluntario de participación de estudiantes en esta capacitación, con supervisión del departamento de producción del canal 13 y los docentes responsables del Área.

- **PROMOCIÓN Y PUESTA EN MARCHA DEL ESPACIO TELEVISIVO ASIGNADO.**

El espacio televisivo estará a cargo, en términos de difusión del canal 13, será coproducido con la carrera de Comunicación, y estará desarrollado en términos de reportajes finales a difundirse por estudiantes de cuarto y quinto año de Comunicación social, bajo la guía de sus docentes respectivos.

En función a la puesta en marcha del presente proyecto, el canal 13 deberá ser el responsable de difundir la promoción respectiva del programa o espacio destinado a la difusión de este tipo de contenido o producción.

- **PERFIL DE INGRESO**

Los estudiantes interesados en participar en este espacio deberán cumplir mínimamente el siguiente perfil de ingreso:

- Lenguaje
- Redacción
- Nociones de Diagramación de Reportajes
- Nociones de Investigación Documental
- Nociones de Producción Televisiva
- Manejo de cámaras, iluminación, edición, etc.

- **PERFIL DE SALIDA**

El estudiante para dar por concluido este Taller y obtener la aprobación del mismo, deberá presentar un reportaje televisivo en base a periodismo de investigación, la temática de este reportaje, estará definido al momento de inicio del taller y será consensuado con el docente guía y el canal 13.

- **METODOLOGÍA A SER UTILIZADA EN LA FORMACIÓN DE LOS ESTUDIANTES PARTICIPANTES DEL ESPACIO TELEVISIVO**

El espacio televisivo, por sus características formativas, presentará una metodología similar a la de desarrollo de cualquier taller de los ya existentes en la currícula de la carrera, con la salvedad de que de entre los reportajes finales presentados por los alumnos, los mejores trabajos serán difundidos por el canal 13 a manera de motivación para sus responsables.

5.6. CONSECUCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

En el entendido de que se plantea a inicio del trabajo de investigación una relación de objetivos tanto general, como específicos, es que se determina la consecución de los mismos bajo el siguiente esquema:

**Cuadro Nº 5.2.
PARÁMETROS DE CONSECUCIÓN**

OBJETIVO GENERAL	PARÁMETRO DE CONSECUCIÓN
<i>Incorporar un espacio específico abocado al periodismo de investigación en el Canal 13 Televisión Universitaria, como parte de la formación pre-profesional de los estudiantes de la carrera de Comunicación de la UMSA, para mejorar la calidad de información que se brinda a la sociedad televidente de éste medio de comunicación.</i>	El espacio televisivo planteado en la propuesta responde en líneas generales al objetivo trazado inicio de la investigación.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PARÁMETRO DE CONSECUCIÓN
Realizar un diagnóstico del estado situacional del periodismo de investigación.	El análisis situacional con el que se inicia el desarrollo de la propuesta proporciona un panorama claro de las condiciones actuales en las que se desarrolla el periodismo de investigación tanto en el Canal Trece como en la carrera de Comunicación.

<p>Desarrollar un diagnóstico de la formación periodística de investigación, en términos de técnicas y métodos, impartidos en la carrera de Comunicación de la UMSA</p>	<p>El trabajo de campo a demostrado que tanto en la carrera como tal y en la práctica profesional desarrollada por los estudiantes en el canal Trece TVU, no se desarrolla adecuadamente el periodismo de investigación , pese que en criterio de los estudiantes este es un aspecto fundamental de formación para ellos.</p>
<p>Establecer el grado de interés que despierta el periodismo investigativo entre los estudiantes de la carrera</p>	<p>El trabajo de campo, y más propiamente las encuestas desarrolladas entre los estudiantes de cuarto y quinto año de Comunicación de la UMSA, se determina que ellos sienten una gran necesidad de ser capacitados en esta temática, pero que ya en la práctica profesional es decir en el medio este tipo de periodismo no es muy requerido esto debido a las condiciones en las que se desarrolla la actividad periodística en el medio.</p>

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES DEL TRABAJO

6.1. CONCLUSIONES

El presente estudio y su desarrollo permiten arribar a las siguientes conclusiones:

- La incorporación de un espacio televisivo en el canal 13 TVU abocado al periodismo de investigación, como parte de la formación en comunicación que reciben los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés, se constituye en todo caso en un aporte de formación para que los estudiantes puedan conocer las técnicas necesarias para poder efectuar su formación y especialización en este tipo de periodismo, a la vez este espacio permitiría la exposición de una serie de notas que despierten el interés del público que observa el canal 13 y su programación habitual. Entendiendo que el periodismo de investigación se distingue del resto de las rutinas profesionales tradicionales fundamentalmente por la selección de determinados temas y su mayor profundidad en el tratamiento del objeto o asunto que se aborda, lo cual supone o es el resultado del empleo combinado de métodos y técnicas rigurosas de indagación en la búsqueda de los datos y, por supuesto, de un consumo de tiempo y otros recursos superior a la media del reportaje convencional. El interés social del tema, condición inobjetable, no puede conducir sin embargo al criterio de que todo lo que atrae la curiosidad y atención del público debe ser tratado por la prensa. La gente busca información para satisfacer una amplia variedad de necesidades. Y ese debe ser el aporte que busque este espacio televisivo en fin de poder dotar a los televidentes de un espacio de profundo análisis investigativo que suponga también la formación de los estudiantes en este tipo de periodismo especializado.

- Actualmente el periodismo de investigación en el medio es muy escaso, este tipo de periodismo ha sido sustituido por un periodismo sensacionalista que busca más el carácter comercial de la noticia que el fondo del conocimiento o indagación de la verdad respecto de algún tema relevante, esto se da debido a la falta de espacios periodísticos donde se puedan establecer los marcos de una investigación seria y profesional. Hoy en día existe una realidad compleja, donde los medios de comunicación se han convertido en un “Poder”, que pueden orientar la opinión pública. En el mundo actual, la televisión es una necesidad creada. Se puede observar como los más pobres priorizan la adquisición de este aparato sobre otras cuestiones de mayor importancia, como la alimentación, la educación o la salud. Parece que nadie puede prescindir de esta era de información y de medios. Sin embargo, este poder no ha sido asumido con responsabilidad puesto que los medios se erigen como los amos de la información y lo que hay más allá de ellos, es inconcebible. Así podemos apreciar que cualquier crítica contra ellos recibe la más agresiva respuesta, además, han asumido un papel definido de la manera más vil y mercantilista presentando “lo que vende”, es decir, el escándalo, la sangre, sensacionalismo, amarillismo, se comercia con la privacidad, con la desgracia ajena.
- Dentro de lo que representa la formación de los futuros profesionales de Comunicación, se ha podido establecer que el Periodismo de Investigación no es parte de la curricula universitaria, apareciendo este como un acápite más dentro de lo que significa alguna materia afín, lo que sin duda hace que este tipo de periodismo no tenga la relevancia que podría tener en cuanto a lo que significa la apreciación e interés de los estudiantes, que sin duda es bajo en la actualidad justamente por la falta de incentivo que este tiene como parte de la formación profesional, a pesar de eso el periodismo investigativo genera una serie de apreciaciones que la muestran como una rama de estudio atractiva a gran parte de estudiantes de último año de la

carrera de comunicación y el plantearla como una especialización efectiva daría lugar a una acogida y éxito significativo.

- El canal 13 no cuenta con muchos medios técnicos que le permitan generara espacios televisivos exitosos en la audiencia de la ciudad de La Paz, sin embargo sus características de origen universitario hacen que sea el canal más apropiado para poder desarrollar las actividades de periodismo investigativo, para lo que debería contar con un espacio lo suficientemente adecuado para explotar las particularidades del periodismo investigativo como una rama más de la formación de futuros profesionales.

BIBLIOGRAFÍA

- ARANDIA SARAVIA, Lexin “Métodos y técnicas de investigación y aprendizaje UMSA” Ed. UMSA, La Paz Bolivia ,1989
- BRAVO, M.; FERNÁNDEZ, J.: Gestión cultural, desde la perspectiva del marketing comunicacional. Diego Portales. Santiago - Chile: 2001
- BORDÓN Jordi. Citado en: CAMINOS MARCET, José María: Periodismo de Investigación, Teoría y Práctica, Ed. Síntesis; Barcelona España: 1997
- BURGH, Hugo.: Investigación: Teoría y práctica de la investigación periodística. Ed. Longman. Londres 1999. Citado por: DÍAZ GÜELL, Luis en “Periodismo y Periodistas de Investigación en España: Contribución al Cambio Político, Jurídico, Económico y Social” Ed. Universidad Complutense de Madrid, España: 200, Pág. 45
- CAMINOS MARCET, José María: Periodismo de Investigación, Teoría y Práctica, Ed. Síntesis; Barcelona España: 1997
- CERESO, M.: Teorías sobre el medio televisivo y educación: el discurso de la televisión. Ed. Grupo Imago. España: 1994.
- COCKBURN, Leslie “*Mirando el Trabajo*”. Ed. McGraw Hill. México 1999.
- CONTRERAS BASPINEIRO Adalid, “*De Enteros y Medios de Comunicación, Medios Estatales*” Ed. Murillo La Paz Bolivia. Pág. 82
- ESCOBAR DE LA SERNA, Luis. “*Derecho de la Información*”. Ed. Dyckinson. Madrid 1998.
- Estatuto Orgánico de la UMSA, aprobado en el 1º Congreso interno de la UMSA, 31 de octubre de 1988, Art.13
- DEFINICIÓN DE PERIODISMO, disponible en: <http://definicion.de/periodismo/> (visitado el 2 de Octubre de 2012)
- GARCIA MARQUEZ disponible en: <http://www.saladeprensa.org> No. 24, octubre de 2000, Año III, Vol. 2

- GAINES, William. *“Investigative reporting for print and broadcast”*. Ed. Nelson-Hall Publisher. Chicago 1998
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, FERNÁNDEZ COLLADO, BAPTISTA LUCIO, Metodología de la investigación, Editorial McGraw-Hill, México, 1998, Segunda edición
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Metodología de la Investigación, Editorial McGraw-Hil, México, 2007
- HERRERA PALACIOS Antonio. “El periodismo de investigación :Una visión futurista” Disponible en: <http://www.saladeprensa.org> No. 24, octubre de 2000, Año III, Vol. 2
- LEAL JIMÉNEZ, A.: Manual de Marketing y Comunicación Cultural. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz. España: 2011
- LYNNE WALKER, expositora en el taller: “Periodismo de investigación y Derechos Humanos” La Paz 2010
- MORÁN José Luis, “La Observación” recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2007b/jlm.htm> (3 de Septiembre de 2010
- QUESADA, Montserrat: *La investigación periodística*. Ed. Ariel Comunicación. Barcelona 2007. Pág. 25
- RANDALL, David: *El periodista universal*. Ed. Siglo Veintiuno Editores. México 1999.
- REGLAMENTO CANAL TRECE, Citado por: VERÁSTEGUI Susana en: Estrategias de comunicación para mejorar el marketing en Televisión Universitaria Canal Trece. Proyecto de Grado Comunicación Social UMSA, La Paz: 2011
- REYES Gerardo. *“Periodismo de Investigación”*, Ed. Trillas, Primera Edición 1996. México
- RODRÍGUEZ Pepe. “Periodismo de Investigación: Técnicas y estrategias” Ed. PAIDOS, España: 1994.

- SALINAS José María, Historia de la Universidad Mayor de San Andrés, tomo I, La Paz – Bolivia
- SABINO, Carlos, “El proceso de la investigación científica” Ed. El Cid, Buenos Aires, 1978
- SERRANO, Manuel Martín; PIÑUEL RAIGADA, José Luis. Teoría de la Comunicación: Epistemología y Análisis, Ed. Gráficas Valencia, España, 1981.
- SPARK, David. “*Reporte Investigativo: Un estudio de su técnica*”. Ed. Focal Press México 1999.
- SOTO SEMPÉRTEGUI, M. Esthér. “En el Día Mundial de la Libertad de Prensa”, Disponible en: <http://lapatriaenlinea.com/?t=en-el-dia-mundial-de-la-libertad-de-prensa¬a=105886>
- TORRICO V. Erick, “*Periodismo sin Preguntas*”, Art. Publicado en el semanario “La Época”, 2005 La Paz Bolivia
- TORRICO V. Erick, et al., 1999, Industrias Culturales en la ciudad de La Paz.
- TORRICO V. Erick, (2205) Periodismo en Retroceso, art. Publicados en el semanario “La Época”, La Paz.
- UMSA, “Programa Académico: Carrera de ciencias de la Comunicación Social”. Ed. EDCON Editores, La Paz - Bolivia 1998
- VERÁSTEGUI Susana en: Estrategias de comunicación para mejorar el marketing en Televisión Universitaria Canal Trece. Proyecto de Grado Comunicación Social UMSA, La Paz: 2011

ANEXOS