



**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN POSGRADO E INTERACCIÓN
SOCIAL EN COMUNICACIÓN (IpiCOM)**

Maestría en Gestión de la Comunicación

**Coherencia entre el discurso de la imagen institucional del Centro de
Investigaciones Sociales y su expresión en los productos editoriales
de la Biblioteca del Bicentenario de Bolivia**

Autora: Gabriela Mazuelos Butrón

Tutor: Álvaro M. Hurtado Calderón

**La Paz - Bolivia
2022**



**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN POSGRADO E INTERACCIÓN
SOCIAL EN COMUNICACIÓN (IpiCOM)**

Maestría en Gestión de la Comunicación

Tesis para optar al grado de magister en Gestión de la Comunicación

**Coherencia entre el discurso de la imagen institucional del Centro de
Investigaciones Sociales y su expresión en los productos editoriales
de la Biblioteca del Bicentenario de Bolivia**

Autora: Gabriela Mazuelos Butrón

Tutor: Álvaro M. Hurtado Calderón

**La Paz - Bolivia
2022**

**A Virginia, Carlos y a la vida
por conservarlos.**

RESUMEN

Este trabajo investiga la coherencia entre el discurso institucional del Centro de Investigaciones Sociales (CIS) y el discurso expresado en los productos editoriales y de promoción de la colección Letras y Artes de la Biblioteca del Bicentenario de Bolivia (BBB) bajo los preceptos de la comunicación pública de la ciencia y la política pública de fomento de la lectura. Para ello, se ha analizado las estrategias discursivas de los eventos de presentación y promoción del proyecto, el ensayo de presentación impreso en los libros y el discurso verbo-icónico de la línea gráfica de los volúmenes publicados dentro de la colección Letras y Artes mediante una metodología lingüística-semiótica. Las conclusiones muestran que la falta de coherencia entre el discurso anunciado y los discursos plasmados en los procesos de gestión comunicacional pueden perjudicar la imagen de las instituciones.

Palabras clave: Análisis del discurso, fomento de la lectura, comunicación pública de la ciencia, edición, política pública.

ABSTRACT

This research investigates the coherence between the institutional discourse of the Centro de Investigaciones Sociales (CIS) and the discourse expressed in the editorial and promotional products of the Biblioteca del Bicentenario de Bolivia (BBB) under the precepts of the public communication of science and the public policy of reading promotion. For this purpose, the discursive strategies of the project's presentation and promotion events, the presentation essay printed in the books and the verbo-
iconic discourse of the graphic line of the published volumes have been analyzed by means of a linguistic-semiotic methodology. The conclusions show that the lack of coherence between the announced discourse and the discourses embodied in the communicational management processes can damage the image of the institutions.

Keywords: Discourse analysis, reading promotion, public communication of science, edition, public policy.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
---------------------------	---

CAPÍTULO I DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

1. Antecedentes	3
2. Acciones comunicativas, entre el patrocinio y la divulgación científica	4
3. Gestión de la comunicación	6
4. Problemática comunicacional	9
5. Objetivos	10
5.1 Objetivo general.....	10
5.2 Objetivos específicos	10

CAPÍTULO II MARCOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Marco teórico	12
2.1.1 Difusión y divulgación: Comunicación Pública de la Ciencia	12
2.1.2 Comunicación pública de las ciencias sociales.....	14
2.1.3 Política pública: fomento a la lectura.....	17
2.1.4 La coherencia.....	19
2.1.5 El discurso	20
2.1.6 Tipos del discurso	21
2.1.7 Dimensiones del discurso	23
2.1.7.1 Estrategias de fondo	24
2.1.7.2 Estrategias de superficie	26
2.1.8 La imagen.....	28
2.1.9 Dimensiones discursivas en la imagen	31
2.1.10 Dimensión verbo-icónica.....	33
2.1.11 Dimensión corporativa de la imagen	34
2.2 Marco referencial	36
2.2.1 Marco legal	36
2.2.2 Marco institucional	41
2.3 Marco histórico	43
2.4 Diseño metodológico	46
2.4.1 Tipo de investigación	46
2.4.2 Enfoque metodológico	47
2.4.3 Técnica de análisis	47
2.4.4 Fases en el procesamiento de la información	48

CAPÍTULO III ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Análisis del discurso inaugural	54
3.2 Análisis del discurso institucional	59
3.2.1 Discurso Vicepresidencia	60

3.2.2	Discurso CIS	61
3.2.3	Discurso “Presentación” BBB	61
3.2.4	Manual de edición	66
3.2.5	Descripción de los elementos de identidad	66
3.2.6	Elementos de identidad en el lanzamiento	67
3.2.7	Elementos de identidad diseño final de la línea gráfica BBB	70
3.2.8	Diseño impreso de línea gráfica BBB	72
3.3	Análisis del discurso promocional del proyecto BBB	77
3.4	Discursos polifónicos de promoción del proyecto BBB	79
3.5	Los lugares de enunciación	81
3.6	Análisis icónico de las portadas de la colección Letras y Artes	84
 CONCLUSIONES		
	Conclusiones.....	93
	BIBLIOGRAFÍA.....	97
	ANEXOS	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Distribución de las unidades de análisis por tipo de discurso	50
Tabla 2 Distribución de las unidades de análisis	51
Tabla 3 Categoría: Estrategias discursivas (verbo/icónica)	52
Tabla 4 Categoría: Imagen	53
Tabla 5 Especificaciones técnicas libro BBB	74

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Diseño de lanzamiento del proyecto BBB “Los 200”	67
Imagen 2 Diseño para la convocatoria al concurso de portadas BBB	68
Imagen 3 Diseño ganador del concurso de portadas	69
Imagen 4 Isotipo BBB y variantes	71
Imagen 5 Portada primer libro publicado	72
Imagen 6 Primera modificación a la línea gráfica	73
Imagen 7 Segunda modificación a la línea gráfica	73
Imagen 8 Diseño final portada BBB	75
Imagen 9 Diseño final portada, contratapa y solapas BBB	76
Imagen 10 Portada de <i>Antología de literatura infantil y juvenil</i>	84
Imagen 11 Portada de <i>Antología de literatura infantil y juvenil (2.da ed)</i>	86
Imagen 12 Portada de <i>Juan de la Rosa</i>	87
Imagen 13 Portada <i>Cuando vibrana la entraña de plata</i>	88
Imagen 14 Portada <i>Obra reunida de Hilda Mundy</i>	89
Imagen 15 Portada <i>Antología del cuento boliviano</i>	90

LISTA DE ABREVIACIONES, SIGLAS Y ACRÓNIMOS

BBB	Biblioteca del Bicentenario de Bolivia
CENCAP	Centro de Capacitación de la Contraloría General del Estado
CIS	Centro de Investigaciones Sociales
CICS	Consejo Internacional de las Ciencias Sociales
COMIBOL	Corporación Minera de Bolivia
CPE	Constitución Política del Estado
FIL	Feria Internacional del Libro
PAT	Periodistas Asociados Televisión
RTP	Radio Televisión Popular
SICOES	Sistema de Contrataciones Estatales
SPIE	Sistema de Planificación Integral del Estado
TCP	Tribunal Constitucional Plurinacional
VPEP	Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia
VPEP-PALP	Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia-Presidencia de la Asamblea Legislativa Plurinacional

Introducción

En agosto de 2025 Bolivia celebrará 200 años de vida independiente. En el marco de los festejos programados para este evento se creó el proyecto de la Biblioteca del Bicentenario de Bolivia (BBB) dependiente del Centro de Investigaciones Sociales (CIS) de la Vicepresidencia del Estado Plurinacional (VPEP). La ejecución de este proyecto involucra una serie de elementos simbólicos, políticos, culturales y sociales.

Es sabido que toda actividad institucional demanda una serie de elementos que garanticen el logro de objetivos propuestos. En la actualidad uno de los mecanismos reconocido como elemento estratégico para alcanzar los objetivos de las organizaciones es la comunicación corporativa. Dentro de la totalidad de recursos con los que opera la comunicación corporativa se hacen evidentes la acción comunicativa y la conducta corporativa. La comunicación institucional es un tipo de acción comunicativa que se ocupa específicamente de la comunicación de la organización con los públicos de su entorno social, se dedica a la construcción de mensajes específicamente creados para ser transmitidos a los públicos de la organización para influir en la imagen corporativa que estos tienen de la organización.

Dentro de este marco, el objetivo de la presente tesis fue analizar la coherencia entre el discurso institucional del Centro de Investigaciones Sociales y su expresión en los productos editoriales y de promoción de la colección Biblioteca del Bicentenario de Bolivia. La relación de coherencia entre estos ámbitos discursivos se analizó sobre los marcos teóricos de la comunicación pública de la ciencia y el fomento a la lectura.

Estructuralmente, esta investigación se divide en cuatro capítulos: diseño de la investigación, marcos de la investigación, análisis de resultados y conclusiones.

En el capítulo I se exponen los antecedentes del proyecto BBB, se definen la problemática comunicacional y se exponen el objetivo general y los objetivos específicos.

El capítulo II aborda los fundamentos teórico-conceptuales sobre los que se apoyan los argumentos que sustentan esta tesis. En una primera parte se exponen

los conceptos relevantes para el estudio, entre los que se destacan: el concepto de comunicación pública de las ciencias sociales, el concepto de discurso –tipos de discurso y estrategias discursivas–, el concepto de imagen e imagen institucional. En un segundo momento se encuentra el marco referencial, donde se exponen las características del objeto de estudio. La tercera parte de este capítulo se ocupa del marco histórico; en este apartado se sitúa al objeto de estudio en un contexto histórico y se describen experiencias parecidas en la región. Finalmente contiene la descripción de la metodología aplicada en la investigación.

El capítulo III contiene el análisis e interpretación de resultados; a través del análisis e interpretación de los diversos discursos se muestra los mecanismos de producción de estrategias discursivas para la ejecución del proyecto. Se hace un análisis textual e icónico de los productos editoriales y de los contenidos de los eventos de promoción.

Finalmente, el capítulo IV expone las conclusiones que emergieron a través de todo el recorrido de la presente investigación.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1. Antecedentes

En octubre de 2013 la Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia creó el Centro de Investigaciones Sociales (CIS), con el propósito de producir investigaciones en ciencias sociales y humanas. En términos institucionales y administrativos, el CIS es una Dirección de la Vicepresidencia del Estado, que produce y patrocina tres líneas de investigación –estado y política, teoría e historia, economía y sociedad– orientadas al análisis de los ámbitos social, intelectual, político y productivo boliviano (CIS, 2018). En julio de 2014, el Centro de Investigaciones Sociales anunció la creación de la Biblioteca del Bicentenario de Bolivia (BBB) para celebrar los doscientos años de la fundación de Bolivia, a través de la publicación de las 200 obras más representativas de y sobre Bolivia. En mayo de ese año, antes del lanzamiento oficial, ya se había iniciado la ejecución del proyecto con la conformación del Comité Editorial, ente que estuvo compuesto por más de treinta intelectuales y académicos, quienes nominaron los títulos más representativos de la producción intelectual de y sobre Bolivia. Estas listas se enriquecieron con las nominaciones de 25 profesionales invitados a proponer títulos de textos bolivianos o sobre Bolivia. Se construyó, además, una página en internet para que la población y otros estudiosos hicieran sus propuestas vía online. También, se consultó a extranjeros estudiosos bolivianistas para que propusieran nombres de títulos relevantes. Todo este listado preliminar, que superó los mil títulos, fue entregado al Comité Editorial de la Biblioteca del Bicentenario de Bolivia.

En septiembre del mismo año el Comité Editorial se dividió en tres comisiones –Historia y Geografía; Literatura y Artes; Ciencias Sociales– para comenzar con el trabajo técnico de selección de las 200 obras que serían las elegidas. Finalmente, el 17 de diciembre de 2014 en un acto oficial en Palacio de Gobierno se presentó la lista con los 200 títulos¹ escogidos para su edición y publicación. Los doscientos títulos se repartieron en cuatro series: Historias y Geografías, Letras y Artes, Sociedades y

¹ Ver la lista en Anexos.

Diccionarios y compendios. En noviembre de 2015 el proyecto se consolidó con la edición y publicación de las dos primeras obras que conforman la Biblioteca del Bicentenario de Bolivia (BBB, 2014).

Hasta el momento –agosto 2018²– el CIS a través de la BBB, ha publicado 29 títulos, de los cuales: 16 pertenecen a la serie de Historias y Geografías, 9 a Letras y Artes y 4 a Sociedades. La publicación de cada título ha estado acompañada de una sucesión de eventos institucionales orientados a promocionar los productos y la labor editorial que el CIS lleva adelante.

El proyecto de la BBB es una política cultural y educativa de Estado. Uno de sus principales objetivos es promover el “acceso fácil, rápido y barato de los lectores bolivianos y bolivianas a las 200 investigaciones más importantes del país” (García, 2016:12). El cumplimiento de este objetivo se despliega en una serie de acciones que involucran institucionalmente a la BBB, el CIS, la Vicepresidencia del Estado y finalmente al gobierno nacional. Por lo tanto, el logro o fracaso de este repercutirá también en todos estos niveles.

2. Acciones comunicativas, entre el patrocinio y la divulgación científica

En términos comunicacionales, el objetivo enunciado por el proyecto BBB puede enmarcarse en la comunicación pública de la ciencia³. La comunicación pública de la ciencia es una rama de la comunicación que promueve lazos entre la producción, la difusión y la divulgación del conocimiento. En este caso, las acciones comunicativas apuntan a la divulgación porque el mensaje y los productos están orientados principalmente a un público no especialista –por lo menos esto es lo que enuncia la institución–. El afán del CIS es la democratización del conocimiento a través de la producción de “investigaciones en ciencias sociales y humanas que contribuyan al fortalecimiento del Estado boliviano” (CIS, 2018).

² Para la delimitación temporal se ha tomado como corte esta fecha, debido a los plazos de presentación del perfil de la presente investigación.

³ Se entenderá ciencia desde una acepción abarcadora, dentro de la que confluyen tanto las ciencias naturales, sociales exactas y humanas.

El proyecto de la BBB es parte de una serie de iniciativas gubernamentales para implementar una política cultural y educativa. Esta iniciativa se enmarca en los objetivos de creación del CIS y complementa sus acciones articulándose con propuestas gubernamentales que van desde la promoción de la lectura hasta el fortalecimiento de la identidad boliviana. Como ejemplo están el artículo 99 de la Constitución Política del Estado (CPE) que en su párrafo II establece que “el Estado garantizará el registro, protección, restauración, revitalización, enriquecimiento, promoción y difusión de su patrimonio cultural, de acuerdo con la ley” (Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), 2016: 61). El segundo objetivo del Plan de Desarrollo Económico y Social que pretende el fortalecimiento del “patrimonio y las expresiones culturales del pueblo boliviano en el territorio nacional y en el extranjero y su reconocimiento cultural”, para lo cual se propone la acción de “implementación de programas, investigación y equipamiento de espacios culturales” (Ministerio de Planificación para el Desarrollo, 2015:63). Y la Ley N.º 366 del Libro y la Lectura Oscar Alfaro que tiene por objeto promover el ejercicio del derecho a la lectura y escritura en condiciones de libertad, equidad social y respeto a la diversidad de expresiones culturales, generando políticas públicas, planes y acciones de fomento a la escritura, lectura y acceso al libro, la creación cultural, literaria, académica y científica (Asamblea Legislativa Plurinacional (ALP), 2013).

La importancia de la divulgación de la ciencia, según Olivé (2000), radica en que a través de esta se construyen puentes entre los hacedores de ciencia y los ciudadanos en general:

La comunicación científica⁴ desempeña un papel fundamental en la cultura de hoy en día. Primero porque es la principal fuente de donde puede nutrirse la gente (no especializada en las ciencias) [...] Segundo, porque es la principal responsable de la formación de la imagen que la opinión pública tiene sobre la ciencia (Olivé, 2000:67).

La divulgación de las ciencias sociales y humanas juega un papel particular dentro de la construcción de sociedades justas, plurales y participativas. Conocer las innovaciones en ciencias sociales promueve el entendimiento de los mecanismos que rigen a una sociedad y los problemas que la aquejan; conocer los problemas suscita

⁴ Dentro de la bibliografía consultada se habla de comunicación pública de la ciencia y comunicación científica indistintamente.

la resolución de estos a través de la toma de decisiones informadas. Retomando la cita de Olivé, se puede ver que los procesos comunicacionales de divulgación repercuten, en última instancia, en la imagen que la opinión pública se formará de la ciencia. En el caso del proyecto BBB, esta formación de imagen se extrapola a niveles que van más allá de la ciencia, primero porque todo el proyecto BBB está patrocinado por el Estado y segundo porque las acciones de divulgación también dependen de instituciones estatales. Por lo tanto, la imagen que se creará será la imagen del proyecto BBB, del CIS como institución responsable y del Estado como patrocinador de la difusión y divulgación de la ciencia.

Las acciones comunicativas, en este caso, cobran una relevancia vital, entendiendo que el producto editorial (el libro) está cargado de sentidos y produce diversos discursos que pueden ser o no ser coherentes con el objetivo enunciado por la institución. Estos discursos se manifiestan en diversos soportes, como el diseño de los libros, el texto de presentación, la portada, la contratapa, los productos promocionales, los eventos de presentación, etc.

3. Gestión de la comunicación

Es sabido que toda actividad institucional demanda una serie de elementos que garanticen el logro de objetivos propuestos. En la actualidad uno de los mecanismos reconocido como elemento estratégico para alcanzar los objetivos de las organizaciones es la comunicación corporativa. Entendido este concepto, en la voz de Paul Capriotti (1999a), como “la totalidad de los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar efectivamente a sus públicos [...] la comunicación corporativa de una entidad es todo lo que la empresa dice sobre sí misma” (p. 30).

Dentro de esta totalidad de recursos, la comunicación se manifiesta a través de acciones divididas en dos grandes grupos: la acción comunicativa y la conducta corporativa.

El conjunto de mensajes y acciones de comunicación elaborados de forma voluntaria para ser transmitidos a los públicos de la organización, con el fin de informarlos sobre las características de la empresa, e influir sobre la imagen corporativa que los públicos tienen de la compañía representan a la acción comunicativa. [...]La

conducta corporativa está constituida por todas las acciones que la organización realiza en su vida diaria (Capriotti, 1999a:34).

La comunicación institucional es uno de los tipos de acción comunicativa que se ocupa específicamente de la comunicación de la organización con los públicos de su entorno social, como la comunidad, la opinión pública, los medios de comunicación, con el fin de conseguir la aceptación y la confianza de la comunidad. Se dedica a la construcción de mensajes específicamente creados para ser transmitidos a los públicos de la organización para influir en la imagen corporativa que estos tienen de la organización.

Para Capriotti (2009) la imagen institucional es un activo intangible estratégico de toda organización, por lo tanto, es susceptible de ser gestionada. La gestión de la imagen institucional tropieza inicialmente con la indefinición del término imagen, que arrastra esta característica al ámbito comunicacional al hablar de imagen institucional. Existen dos corrientes claramente diferenciadas en la práctica: la que se ocupa de la construcción de imagen desde el emisor y la que pone su interés en el receptor. Esto genera además otro par de opuestos: la imagen deseada y la imagen percibida. Pero es innegable que para los dos casos se requiere de un proceso que va a generar esta imagen. La institución establece ciertas acciones y políticas para gestionar una determinada imagen, que es la imagen deseada, que es diferente a la imagen “realmente creada”.

En el caso específico del proyecto BBB las acciones comunicativas deberían estar orientadas a la consecución del objetivo propuesto, “acceso fácil, rápido y barato de los lectores bolivianos y bolivianas a las 200 investigaciones más importantes del país” (García, 2016:12). Objetivo que está alineado con los objetivos básicos de la comunicación pública de la ciencia, la divulgación del conocimiento para provocar la curiosidad, la criticidad, la creatividad del ciudadano de a pie y también con los objetivos estatales de la política educativa y cultural. A propósito del tema Joan Costa sentencia: “Unos ciudadanos científicamente alfabetizados son menos vulnerables a la propaganda, al consumismo, a los discursos dogmáticos, y más críticos y capaces de tomar decisiones fundadas” (Costa, 2011:81).

En los párrafos previos se puede advertir que existe una estrecha relación entre lo que es la comunicación pública de la ciencia, la comunicación institucional

y la gestión de comunicación. En este marco, esta investigación pretende reunir el objeto de trabajo –el proyecto de la Biblioteca del Bicentenario de Bolivia– con el ámbito de la gestión de imagen institucional. ¿Cómo se entrelazarán estos dos elementos? A través del discurso. Entendiendo que el discurso es el mecanismo a través del cual se elaboran mensajes con una visión estratégica y valiéndose de recursos expresivos. “Utilizamos el término discurso para aludir a ciertas tendencias de elaboración de mensajes, a la preferencia por ciertas estrategias por ciertos recursos expresivos, por encima de otros; a la inclusión de ciertos temas” (Prieto, 2000: 15).

Todo acto discursivo significa una previa selección y combinación de términos. De acuerdo con el modo de selección y combinación de los recursos del lenguaje se genera un tipo particular de discurso. En cualquier caso, Prieto advierte que todo mensaje se construye con una intención, lo manifiesto, pero que estas ideas manifiestas cargan además las ideas latentes o implícitas. Y es aquí donde se cristaliza la relación entre discurso e imagen institucional. Lo manifiesto de un discurso institucional está orientado a construir la imagen deseada, sin embargo –siguiendo a Prieto– lo implícito del discurso, lo sepa o no el emisor, genera también imagen (Prieto, 2000).

Esta es la base en la que se apoya y se justifica la presente investigación: el análisis de discurso en sus dos niveles de significación –manifiesto y latente– y su relación con la gestión de imagen institucional y los objetivos del proyecto BBB. Comprender este mecanismo servirá para identificar dispositivos que ayuden a la gestión de la imagen institucional. En este caso, ver cómo las instituciones públicas representadas por el CIS –específicamente el proyecto BBB– construyen su imagen a partir de una gestión plasmada en sus productos (producción y promoción editorial de los libros dentro del proyecto). Gestión de imagen que, a nivel macro, puede asumirse también como la gestión de la imagen del gobierno de Evo Morales a través de productos comunicacionales no convencionales. El libro se hace portador de un discurso institucional y gubernamental que puede no ser coherente con el objetivo declarado oficialmente.

4. Problemática comunicacional

Reeditar, difundir y divulgar las 200 obras más importantes del pensamiento boliviano para lograr el “acceso fácil, rápido y barato de los lectores bolivianos y bolivianas a las 200 investigaciones más importantes del país” fue el objetivo principal de la Biblioteca del Bicentenario de Bolivia (BBB) (García, 2016:12). Adjetivado por los ejecutores (iniciales) como uno de los proyectos editoriales más grandes de la historia boliviana, representa un despliegue logístico complejo y ambicioso.

Los eventos públicos en los que se han presentado los libros editados e impresos, entre los años (2015 y 2018) en varias ocasiones han contado con la presencia de las principales autoridades del país, haciendo evidente la participación del Gobierno en el proyecto. La BBB no fue concebida solo como un proyecto editorial más, fue una forma en la que el Estado vinculaba un discurso y una imagen. La BBB produjo una imagen diversa de lo que es el país, de lo que es Bolivia, que vinculaba una lectura cultural, intelectual e histórica.

El proyecto no se limita a la reimpresión de las obras elegidas, busca, además, lograr la inserción de las obras en la educación primaria, secundaria y superior. Pretende ser un mecanismo cultural que acerque los libros a los lectores. Los libros, además de ser comercializados en ferias y librerías de todo el país, fueron donados a instituciones vinculadas a la educación y la cultura. Otro mecanismo de distribución y divulgación de la BBB elegido por el CIS fue el de la liberación de algunos de sus títulos para la descarga gratuita en formatos digitales.

Las acciones comunicativas desplegadas por el CIS no solo pueden ser analizadas en los eventos públicos, sino que cada uno de los productos editoriales de la BBB que el CIS lanza al mercado contiene en su discurso una imagen de la institución, de lo que según Prieto (2000) puede no estar consciente el emisor.

Doscientos títulos con un promedio de 1000 ejemplares por cada uno son 200.000 (doscientos mil) libros que pretenden ser editados durante 10 años (2015-2025). Productos editoriales que periódicamente son entregados a los públicos, portadores de un mensaje volcado en un discurso textual e icónico del que no se tiene

la certeza de que sea coherente con la imagen institucional que pretende generar el CIS.

En este marco, el objeto de estudio es la coherencia entre el discurso institucional (expresado en los objetivos enunciados para la creación del proyecto BBB) y el discurso expuesto en los productos editoriales y la promoción del proyecto. Se entenderá la coherencia como una actitud lógica y consecuente con lo que se profesa (RAE, 2014). Así, la pregunta que guía el desarrollo de la investigación es: ¿El discurso expresado en los productos editoriales y de promoción del proyecto Biblioteca del Bicentenario de Bolivia es coherente con el discurso de la imagen institucional que busca proyectar el Centro de Investigaciones Sociales de la Vicepresidencia de acuerdo con sus objetivos declarados?

5. Objetivos

5.1. Objetivo general

Evaluar el grado de coherencia entre el discurso institucional del Centro de Investigaciones Sociales y el discurso expresado en los productos editoriales y de promoción de la Colección Biblioteca del Bicentenario de Bolivia del Centro de investigaciones Sociales de la Vicepresidencia del Estado.

5.2. Objetivos específicos

- Identificar los objetivos declarados del proyecto BBB
- Identificar y analizar los elementos que constituyen el discurso de la comunicación institucional (de fondo y superficie) en el discurso (textual e icónico) expresado en los productos editoriales y de promoción.
- Relacionar el hecho estudiado (objetivo BBB) con la acción denotada (publicación y promoción de los productos editoriales) con el denominador de la política pública de fomento a la lectura para determinar el grado de coherencia.

CAPÍTULO II

MARCOS DE LA INVESTIGACIÓN

Este capítulo aborda los fundamentos teórico-conceptuales que organiza los argumentos de esta tesis en busca de alcanzar los objetivos propuestos.

En la primera parte se exponen los conceptos relevantes para el estudio, entre los que destacan el concepto de comunicación pública de las ciencias sociales, política pública, comunicación institucional, el concepto de discurso y las estrategias discursivas de fondo y superficie y el concepto de imagen. Para esto se consultó una serie de autores especialistas en estos campos. También se define con mayor precisión el concepto de coherencia y los mecanismos para identificarlo.

En la segunda parte se ha construido el marco referencial, donde se exponen las características del objeto de estudio, su base legal e institucional.

La tercera parte de este capítulo se ocupa del marco histórico. En este apartado se sitúa al objeto de estudio en un contexto histórico y se hace una revisión de experiencias parecidas, tanto en el ámbito editorial estatal como en la política pública de fomento a la lectura.

Finalmente se hace una descripción de la metodología aplicada en la investigación.

2.1 Marco teórico

2.1.1 Difusión y divulgación: los antecedentes de la Comunicación Pública de la Ciencia

Los antecedentes históricos sitúan los inicios de la Comunicación Pública de la Ciencia en los últimos años del siglo XX, época en la que se empezó a cuestionar desde la sociedad civil la utilidad de la ciencia. En términos prácticos, estos cuestionamientos repercutieron en la legitimidad de la asignación de fondos para programas científicos. Frente a esta problemática y en busca de legitimación y aceptación popular se destinaron fondos para lo que se llamó comprensión pública de la ciencia, modelo de comunicación unidireccional que se instauró en Estados Unidos y el Reino Unido. Posteriormente, en Francia y España surgió un modelo que criticaba la unidireccionalidad de la comprensión pública de la ciencia y propusieron la comunicación científica pública, modelo que se inclinaba hacia la democratización del conocimiento. Actualmente, aunque solo nominalmente, es el modelo de comunicación de la ciencia que está vigente (Sánchez, 2010: 23-27).

A lo largo de esta investigación se entenderá a la comunicación como “una práctica social de producción significativa que posibilita la interacción humana bajo ciertas condiciones históricas [que tiene por objeto] el proceso social de producción, circulación mediada, intercambio desigual, intelección y uso de significaciones y sentidos” (Torrico, 2010: 18). Entonces, la comunicación de la ciencia es el conjunto de acciones o interacciones entre sujetos que tienen que ver con la ciencia, ya sea entre comunidades científicas o no, pero que producen discursos de contenido científico (Fayard, 2004). María Alejandra Sánchez Vásquez además propone una característica distintiva, “la comunicación pública de la ciencia es un fenómeno sociocultural que para ser descrito y entendido ha de ser analizado en todas sus particularidades y en el contexto en que acontece” (Sánchez, 2008: 89).

Ana María Sánchez apunta que el terreno de la comunicación pública de la ciencia es un campo que se ha separado recientemente del quehacer científico y que al hacerlo ha asumido el rol de conector. “La comunicación pública es un puente que une el mundo de la ciencia con el resto del universo cultural es ahora una parte del quehacer científico que refleja la decisión de hacer una ciencia ligada a la sociedad

que la sustenta” (Sánchez, 2010: 10). En la misma línea y utilizando también la metáfora del puente el *Informe sobre las ciencias sociales en el mundo. Las brechas del conocimiento* publicado por la UNESCO y el Consejo Internacional de las Ciencias Sociales (CICS) menciona que “las ciencias sociales en el mundo actúan como puentes de comunicación entre disciplinas al permitir la comprensión de los fenómenos que se gestan día a día en las sociedades” (UNESCO – CICS, 2010: 12), marcando de esta forma la importancia de la comunicación pública de las ciencias sociales y humanas.

Sin embargo, es importante mencionar que el concepto de comunicación pública de la ciencia surge como respuesta a la polémica que significaba asociar este tipo de quehacer comunicacional a términos como difusión, divulgación, promoción, periodismo científico, vulgarización o socialización, por mencionar algunos. La polémica está centrada en la carga peyorativa del término divulgar, donde el divulgador era el que “traducía” los conocimientos científicos para hacerlos entendibles y difundirlos a un público inculto, el vulgo (Galán, 2003: 137-138). Otro elemento que causa polémica es la imposición de valores de clase, donde desde una posición superior el intelectual mira al público ignorante y lamenta “su vacío intelectual” y crea la necesidad de una “alfabetización científica” (Wynne, 1992: 35).

En busca de consensos, Pupio, Bayón, Frontini y Vecchi (2009) establecen que el uso del concepto de comunicación pública de la ciencia, remite a una situación de diálogo entre distintos agentes sociales.

A diferencia de la concepción restringida que se adjudicaba tradicionalmente a la divulgación, en la comunicación pública de la ciencia los agentes involucrados seleccionan, redirigen, adaptan y recrean un conocimiento producido en el ámbito especializado de comunidades científicas y tecnológicas para que una vez transformado cumpla una función social dentro de un contexto diferente con propósitos distintos para una determinada comunidad cultural. Esto implica que la popularización de la ciencia no es un simple mecanismo de traducción o transmisión entre niveles lingüísticos, sino una forma de recontextualizar algún aspecto del conocimiento o de la práctica científica que facilite la representación social de ese saber (p. 239).

Belenguer, (2003) explica que toda acción de comunicación y transmisión de los conocimientos, la cultura y el pensamiento científico y técnico bajo el paraguas de la comunicación pública de la ciencia debe cumplir dos condiciones. “La primera

es que estas explicaciones sean hechas fuera de la enseñanza oficial y la segunda, que las mismas no tengan por fin formar especialistas” (p. 45).

Cabe puntualizar que a pesar de la distancia que esta definición pretende marcar entre los términos de difusión y divulgación estos dos son los más utilizados para referirse a este quehacer comunicacional, aunque sí se puede mencionar una diferencia básica entre ambos. Difusión se refiere a la producción de conocimiento para un público especializado, a diferencia de la divulgación que es el mecanismo a través del cual desde la academia se socializa el conocimiento, producido por los especialistas, para un público que no lo es (Ordóñez, 2019: 3).

2.1.2 Comunicación pública de las ciencias sociales

Se ha visto que es necesario dedicar un punto específico a la comunicación pública de las ciencias sociales, principalmente por dos aspectos. El primero porque es común que se deje de lado la comunicación del conocimiento producido por las ciencias sociales y humanas, preponderando el de las ciencias naturales o exactas. Segundo porque el Centro de Investigaciones Sociales, que es el ente responsable de la BBB, se ocupa de producir y publicar investigaciones en ciencias sociales y humanas.

Valeria García Ferreiro identifica tres elementos que explican la marginalidad a la que fue sometida la comunicación pública de las ciencias sociales

[primero] la sociedad no es considerada más que como un dato curioso que permite situar cronológicamente tal o cual descubrimiento; [segundo] el estudio científico de la sociedad no se considera como un contenido susceptible de ser divulgado y [tercero] los investigadores en ciencias sociales no son convocados, ni para divulgar la ciencia, ni para analizar los problemas actuales de la divulgación (García, 2002: 10).

Por su lado Ángela Cassidy expone que la desigualdad entre la comunicación pública de ciencias naturales y sociales se debe a dos razones. La primera es el poco interés mostrado por los mismos científicos sociales por comunicar, en especial por divulgar sus conocimientos. La segunda razón es la jerarquía que existe entre las diferentes ciencias, que ubica a las naturales y exactas por encima de las sociales y humanas. Sin embargo, “una cosa es inmediatamente clara: la ciencia social es

simultáneamente marginada e inmensamente popular en el dominio público[...] La investigación científico-social tiene un estatus epistemológico más bajo que la ciencia natural, es menos probable que sea de interés periodístico en sí misma” (Cassidy, 2008: 233).

Una prueba práctica y cercana de esta disparidad es que en el ámbito académico no existe la especialización periodística de las ciencias sociales, cosa que sí sucede con las ciencias naturales. La oferta académica que se centra en este tipo de quehacer solo ofrece la formación periodística en ciencia y tecnología.

En opinión de Ángela Cassidy

es notoria la débil atención que se le da a la comunicación pública de las ciencias sociales si se considera que la investigación científica social es cubierta extensivamente en lo más amplio, en los medios no especializados (utilización de datos de censos, análisis económicos, psicología, teoría política; todo esto forma parte del contenido cotidiano de los medios modernos) (2008: 234).

Se puede ver con cierta regularidad cómo los objetos de estudio de las ciencias sociales con cotidianamente discutidos y muchas veces, en los medios, no son presentados como científicos. Resulta paradójico ver que los científicos sociales están en el espacio público, influyen con sus ideas, pero los conocimientos derivados de las ciencias sociales (la historia, la sociología, las humanidades, en menor medida la economía) no se presentan como científicos, como un pensamiento metódico destinado a mejorar la comprensión de la sociedad, sino como meros soportes de opiniones.

Para los estudiosos de esta práctica comunicativa la importancia de la comunicación pública de la ciencia social radica principalmente en su potencial integrador y democratizador. Ana María Sánchez Mora (2010) expone que las ciencias sociales tienen mucho que aportar, ya que dichas ciencias ayudan a entender a la sociedad y de esta manera es que pueden colaborar en la comprensión de muchos de los grandes problemas sociales. Por su lado, y apoyando a Sánchez Mora, Peña García (2019) resalta el valor de la difusión de los conocimientos históricos, lingüísticos, filológicos, literarios, económicos, jurídicos, sociológicos, politológicos, estéticos, filosóficos, etc., al considerar que este “conocimiento contribuye a elevar la calidad de vida y nutrir las conciencias de los seres humanos” (p. 25). En la misma

línea y desde la visión de la UNESCO y el CICS se puntualiza la importancia de la difusión de las ciencias sociales.

Las ciencias sociales se preocupan por proveer las principales herramientas clasificatorias, descriptivas, analíticas y narrativas que nos permitan ver, nombrar y explicar los desarrollos que confrontan a las sociedades humanas. Ellas nos ayudan a decodificar concepciones y supuestos y mapas mentales subyacentes en los debates alrededor de estos desarrollos. También pueden colaborar con los procesos de toma de decisiones al tratar de superarlos. Proveen los instrumentos para calibrar políticas e iniciativas y para determinar qué funciona y qué no”. (UNESCO y CICS, 2010: 9).

En este mismo sentido Fernando Ayala resalta el potencial universalizador del lenguaje utilizado por las ciencias sociales.

La difusión en ciencias sociales y humanidades puede entenderse como la socialización de conocimientos, información y mensajes en códigos o lenguajes de alcance universal. El objetivo es que la información sea comprensible para un amplio espectro de personas [...] la difusión tiene como tarea principal transmitir al público en general conocimientos adquiridos en los procesos de investigación (Ayala,⁵ 2019: 12).

“Lo importante es que los diferentes grupos sociales valoren el conocimiento en función de sus intereses, y más todavía, que lo aprovechen para la solución de problemas” (Olive, 2007:49). El potencial democratizador e integrador de las ciencias sociales tiene un aliado o un enemigo en la comunicación pública de la ciencia. En una mirada idealista Fayard (2004) sentencia “los divulgadores no hablan para decir cosas, sino para producir efectos” (p. 133).

La comunicación pública de la ciencia puede darse a través de diversos medios de comunicación, aunque es común que el medio de divulgación más utilizado sea la revista. En el caso específico de la BBB el libro viene a constituirse en el vehículo portador de ese potencial integrador y democratizador y la lectura en la práctica necesaria para su desarrollo. En este punto es importante marcar la diferencia entre saber leer y practicar la lectura, según Jöelle Bahloul (2002) es el hábito de la práctica de la lectura el que condiciona el ejercicio de la ciudadanía, la participación social y, por lo tanto, los procesos de democratización:

la lectura da origen a interacciones e intercambios sociales. [...]La lectura está totalmente imbricada en la organización y las condiciones sociales. La iniciativa de

⁵ El autor utiliza el término difusión como sinónimo de comunicación pública de la ciencia, siguiendo la tendencia que se explicó en el punto anterior.

la lectura, la recepción y la circulación de los conocimientos adquiridos, las representaciones del libro y de la lectura actúan en el marco de las ‘redes’ de socialización (31-32).

En ese mismo sentido, Fernando Escalante (2007) explica que esas “redes de socialización” se mueven en torno a una “cultura del libro”. Para este autor, la práctica lectora es un conjunto de actividades sociales que tienen como eje la lectura de libros. El autor advierte que esas prácticas sociales, a pesar de ser actividades desarrolladas por minorías, tienen un impacto en la vida pública. La condición minoritaria de estas redes crea la necesidad de ampliarlas y democratizarlas, para lo que conviene desarrollar una política pública de fomento a la lectura.

2.1.3. Política pública: fomento a la lectura

En esta investigación se entiende que las políticas públicas son los planes para alcanzar objetivos de interés público, que siguen un proceso de formulación, implementación, evaluación y, de ser necesario, corrección. En este caso, el objetivo de interés público está formulado al interior de la Ley del Libro y la Lectura “Oscar Alfaro”, que en su artículo primero expone: “La presente Ley tiene por objeto promover el ejercicio del derecho a la lectura y escritura en condiciones de libertad, equidad social y respeto a la diversidad de expresiones culturales, generando políticas públicas, planes y acciones de fomento a la escritura, lectura y acceso al libro, la creación cultural, literaria, académica y científica” (ALP, 2013: 1).

Mariano Lafuente y otros (2012), explican que los diseños de políticas públicas “no son procesos totalmente racionales, sino que están sujetos a fuertes influencias políticas” (p. 12). Los autores advierten que los desafíos de toda política pública son básicamente dos: lograr un equilibrio entre las influencias políticas y el conocimiento técnico y construir una relación armónica entre los tres principales actores de este proceso (ciudadanos, administración pública y dirigencia política).

“El libro, la lectura y escritura son esenciales para mejorar los niveles educativos, técnicos, académicos y científicos de la población, y apoyar la creación y transmisión de conocimientos, el desarrollo cultural del Estado Plurinacional y la circulación de información en el marco de una sociedad descolonizada, diversa,

equitativa y próspera” dice el artículo 1 de la Ley 366 (2013) en este marco, Fernando Escalante en *A la sombra de los libros* reflexiona sobre la importancia de la lectura y sostiene que su valor indiscutible es el denominador común que sustenta las diversas políticas públicas que fomentan y promueven la lectura.

Todo viene a decir lo mismo, que la importancia de la lectura es algo que no está sujeto a discusión. Tiene que ver sobre todo con la educación, pero también, de modo más o menos vago, con cosas como el desarrollo integral y la ciudadanía. La redacción no importa porque nadie va a discutirlo (2007: 63).

En este sentido se podría decir que la política pública de fomento a la lectura goza de una legitimidad intrínseca, no se cuestiona la necesidad de promover la lectura, en este punto se logra resolver uno de los desafíos: la relación armónica entre ciudadanos, administración pública y dirigencia política.

Administrativamente, según la Ley del Sistema de Planificación Integrado 777, el Órgano rector en coordinación con la Presidencia, Vicepresidencia y Ministerios del Órgano Ejecutivo es el responsable de la planificación integral del Estado. En este caso el órgano rector de las políticas públicas de fomento a la lectura es el Ministerio de Educación. Las políticas públicas propuestas deberían estar alineadas con las metas generales de gobierno. Además, idealmente, dentro de la definición de las políticas se debería pensar en una serie de acciones destinadas a proveer los instrumentos técnicos para su implementación. Toda política pública debe buscar equilibrar “el cumplimiento de la normativa con la consecución de los objetivos propuestos” (CENCAP: 2019).

La comprensión general que es la política pública de fomento a la lectura es fundamental para esta investigación porque ayuda a comprender cuál es la articulación de los objetivos y actividades de la BBB. A través de esta articulación se puede determinar la coherencia entre el objetivo de la BBB y el discurso de los productos editoriales y de promoción.

2.1.4 La coherencia

El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define la coherencia, en la segunda acepción, como “Actitud lógica y consecuente con los principios que se profesan” (RAE, 2014). En este sentido, es posible afirmar que una actitud comunicacional consecuente estaría determinada por un discurso comunicacional que contribuya a alcanzar los objetivos de la institución.

En este punto, para reforzar la base teórica es necesario revisar lo anotado por Teun Van Dijk en *Estructuras y funciones del discurso*. En este texto, el autor define el concepto de coherencia como “una propiedad semántica global [...]. Así, pues, una secuencia de oraciones se considera *coherente* si estas oraciones satisfacen ciertas relaciones semánticas” (2005: 25). Van Dijk diferencia tres tipos de coherencia semántica: lineal o local, global y pragmática. La coherencia local o lineal se ocupa de las relaciones entre las partes de una secuencia. La coherencia global se centra en la totalidad del discurso, pero sin perder de vista las relaciones interdependientes de sus partes. Finalmente, la coherencia pragmática se pregunta por ¿qué me hace decir este texto/discurso? En definitiva, Van Dijk advierte que la coherencia depende de la interpretación semántica asignada por un lector/oyente. Una condición necesaria para establecer relaciones de coherencia entre un “hecho mencionado y una acción denotada” es la definición de un denominador común, es decir, una condición implícita por la que los dos hechos están relacionados. Sin tal “denominador común”, es imposible establecer la coherencia (Van Dijk, 2005:32). En el caso de esta investigación, el denominador común que relaciona el hecho mencionado —el discurso de la imagen institucional expresado en el objetivo de creación de la BBB— y la acción denotada, es decir, la acción necesaria para conseguir el objetivo propuesto por el proyecto —edición y promoción de las 200 obras fundamentales del pensamiento de y sobre Bolivia— es la comunicación pública de la ciencia y el fomento a la lectura como política pública enunciada en los 13 pilares de la Agenda Patriótica 2025.

Van Dijk explica que hay una condición que determina toda acción, la única condición es que para el hablante haya una conexión entre el primer hecho, el hecho mencionado y la acción denotada (la acción). Para establecer la coherencia los dos

elementos deben estar relacionados por un denominador común que puede ser implícito.

2.1.5 El discurso

El concepto de discurso en esta investigación se abordará desde diversas perspectivas. El primer abordaje es desde la comunicación pública de la ciencia, donde el discurso está relacionado con el modo en el que se utiliza el lenguaje. Dentro de la comunicación pública de la ciencia el discurso genera un problema en torno al uso del lenguaje “... lo que se halla en el centro de esta problemática es, entre otras cosas, que la sociedad no comparte con la ciencia ni el mismo lenguaje (lenguaje natural versus lenguaje artificial), ni el mismo discurso (discurso cotidiano versus, discurso especializado)” (Berruecos, 2009: 19). Esta característica discursiva al interior de los libros de la BBB se hace evidente porque son portadores de, por lo menos, dos tipos de discurso: uno institucional –del CIS– y otro discurso científico social –el estudio introductorio y el contenido. Es importante no olvidar que en el caso del objeto de estudio de esta investigación es el Estado el emisor de uno de estos discursos, el institucional. Esta característica carga al texto de difusión y divulgación de una serie de elementos que problematizan su análisis y que se desglosan y explican en los puntos siguientes.

Otra de las perspectivas desde la que se aborda el concepto de discurso es la semiológica. Roland Barthes, semiólogo francés, es considerado el autor que propició el traslado del fenómeno discursivo del terreno de la lingüística al terreno de la comunicación. Esto fue posible a partir de la clasificación teórica-metodológica del fenómeno. “ Dis-cursus es, originalmente, la acción de correr aquí y allá, son idas y venidas, ‘andanzas’, ‘intrigas’” (Barthes, 1998: 13). El discurso desde la perspectiva de Barthes es un fenómeno que pertenece al campo de la comunicación, que carga formas de decir algo, que sugiere formas de posicionarse ante ese algo y, por tanto, formas de vincularse con él.

A través de este proceso el discurso se convierte en una serie de imágenes que constituyen unidades de sentido. Son estas unidades de sentido las que dan, precisamente, sentido al decir y al hacer común que se tiene sobre un objeto. Este

mecanismo, según Barthes, convierte a los sujetos no solo en usuarios, sino en productores de esas imágenes compartidas. El discurso para Barthes no es un texto que construye un sentido, sino que es el sentido socialmente creado y compartido que atraviesa a los textos. En este entendido el análisis de discurso no recae en la comprensión del texto, sino en la comprensión de los sujetos que se comunican a través de ese texto.

Desde la perspectiva lingüística se utiliza los aportes de Teun Van Dijk, quien en un primer periodo de su investigación académica concebía al discurso como texto y desde la lingüística entendía el discurso como una secuencia de oraciones coherentes. Con el pasar de los años (más de 40) el autor reelabora su definición. Hoy en día, Van Dijk define al discurso como una transdisciplina presente en las ciencias sociales y humanas. “El discurso hoy ya no es simplemente palabras u oraciones. Es una construcción multimodal: de gestos, de sonido, imágenes, etc. Es una construcción semiótica y no solamente lingüística” (Van Dijk, 2014).

Desde la voz de Prieto, el discurso es entendido como el término utilizado para aludir “a ciertas tendencias de elaboración de mensajes, a la preferencia por ciertas estrategias por ciertos recursos expresivos, por encima de otros; a la inclusión de ciertos temas. Todo acto discursivo significa, pues, una selección de términos, una determinada combinación de los mismos, y, a la vez, una selección de temas. Cada tipo de discurso tiene modos más o menos cristalizados de seleccionar y de combinar los recursos del lenguaje” (Prieto, 2000:15).

2.1.6 Tipos de discurso

Daniel Prieto en *El juego del discurso* (2000) expone que el tipo de discurso está condicionado por el lugar social en el que se despliega. El autor distingue los siguientes tipos, aunque advierte que su clasificación no es concluyente:

– Ciencia y tecnología

Este discurso se presenta a sí mismo como orientado al conocimiento de la realidad y a la transformación de esta para beneficio de la humanidad. Este discurso se caracteriza por presentar dos planos discursivos. El primero es el de los mensajes

puramente científicos (fórmulas, sistemas, reportes de investigación), que es un discurso restringido a especialistas. El segundo es el discurso de divulgación que intenta acercar y hacer entendibles los contenidos científicos para un público no especialista. De esta dualidad se habló en el apartado dedicado a la comunicación pública de la ciencia.

– **El discurso estético**

Alude al trabajo sobre los recursos expresivos, a la preocupación por las formas. Este tipo de discurso exige la aceptación de ciertas reglas de juego internas y, en casos complejos, del conocimiento previo de estas reglas por parte del lector (Prieto, 2000:30).

– **El discurso religioso**

Lo constituyen expresiones gestuales, vestimentas, objetos e imágenes. La clave fundamental es la palabra, que se expresa a través de las distintas escrituras o bien por intermedio de los sacerdotes. Una de las formas predilectas de este discurso es el relato. No son presentadas larguísimas y exhaustivas explicaciones. Por el contrario, el misterio se revela a través de sencillas narraciones (Prieto, 2000:33).

– **El discurso retórico**

La retórica aparece en otros discursos, como es el caso del religioso, pero sus ámbitos de trabajo más privilegiados son la política y la publicidad. Se usa cuando se trata de vender una ideología, un candidato o bien un determinado producto mercantil. Mediante los recursos retóricos se puede realzar aspectos de la vida del candidato, añadir una personalidad a un objeto o involucrar al perceptor como si el mensaje estuviera hecho exclusivamente para él como individuo (Prieto, 2000:34).

– **El discurso educativo**

Formalmente, el discurso educativo puede definirse como aquel que condensa la política en materia de educación y en consecuencia pretende y propicia formaciones y cambios en la conducta del sujeto. En otros términos, posee un objeto susceptible de ser conocido y enseñado por sujetos determinados en un tiempo, espacio y

circunstancias socioculturales establecidas; de igual forma, este objeto puede ser tratado, preparado, modificado, reconstruido, adaptado en congruencia con las operaciones discursivas y los patrones de producción textual (Ruiz, 2015).

– El discurso cotidiano

La vida cotidiana constituye el espacio donde se entrecruzan todos los discursos. La comunicación diaria busca satisfacer necesidades, expresar estados de ánimo, rogar, pedir, ordenar, indagar y recordar. En este espacio se emplean diversas estrategias discursivas condicionadas por el tema, las relaciones interpersonales, el tipo de información y la capacidad para utilizar los recursos expresivos. “Hay una gratuidad de la comunicación que lleva al discurso a convertirse en un punto de encuentro de reconocimiento social” (Prieto, 2000:40).

2.1.7 Dimensiones del discurso

El discurso es una estructura extremadamente compleja. Como estructura textual abstracta puede analizarse a distintos niveles. La gramática es la que se ocupa de los niveles habituales de análisis del discurso. Estos niveles son el fonológico –la estructura de los sonidos–, el morfológico –la estructura de la palabra–, el sintáctico –la estructura de la frase– y el semántico –el significado, la referencia y la interpretación– (Van Dijk, 1983: 82).

El discurso también posee estructuras que no se explican en términos gramaticales. En esos casos se habla de dimensiones del discurso. Sin embargo, estas dimensiones se hallan también en los diversos niveles gramaticales. Van Dijk habla de una “dimensión estilística, es decir, la elección y las variaciones de las posibles estructuras de cada nivel, asociadas principalmente con condiciones y objetivos específicos interaccionales o personales” (1983: 83). Simultáneamente funcionan las estructuras retóricas, en esta dimensión operan los “modelos de estructura adicionales (‘figuras’, en cada nivel, tales como la rima, la aliteración, la metáfora o la ironía)” (1983: 83).

Van Dijk advierte que la retórica y la estilística en algunos casos coinciden debido a que están estrechamente emparentadas. Para marcar esta similitud se

remonta hasta la Edad Moderna clásica, donde la importancia de la retórica radicaba en la eficacia para convencer. Mismas “intervenciones estratégicas” que pueden identificarse en las variantes estilísticas, a través de las cuales también se expresa el componente común de la retórica y de la estilística moderna. (1978:125)

Sin embargo, es el rasgo diferenciador el que marca el inicio de lo que más adelante se llamaran las estrategias discursivas de fondo y de superficie explicadas por Daniel Prieto. La retórica se preocupa precisamente de la manipulación consciente. Por consiguiente, no analiza el uso de la lengua como acto (involuntario), que depende de los factores situacionales. Por el contrario, las variantes estilísticas son resultado de elecciones consientes de unidades léxicas, que pueden ser descritas bajo categorías gramaticales y pragmáticas. Para Van Dijk el estilo es la “forma característica de la utilización de la lengua, tanto en el nivel oracional como en el textual”. El autor centra su atención sobre todo en las formas de expresión de la lengua, es decir “las características fonéticas, morfológicas, sintácticas y léxicas de los enunciados. [...] la variación estilística está condicionada por una serie de determinantes situacionales” (1978: 117).

2.1.7.1 Las estrategias de fondo

Para los intereses de esta investigación se cree que es más operativo aplicar las categorías de análisis descritas por Daniel Prieto en *El juego del discurso* (2000) y en *Análisis de mensajes* (2010), textos en los que describe una serie de elementos para entender el discurso. Para este autor, todo discurso posee preferencia por ciertas estrategias, determinados recursos expresivos y términos por encima de otros. Esto sucede porque toda expresión discursiva posee una intención. En estos textos Prieto realiza una descripción detallada sobre las “estrategias de fondo” y las estrategias de superficie.

Hablamos de estrategias de fondo para referirnos a lo que en los mensajes aparece como lo que fundamentalmente se quiere transmitir a los destinatarios, lo sepan o no los emisores. Para una lectura de este tipo es necesario partir de la mayor cantidad posible de información del contexto en que se ofrece el mensaje, de antecedentes del tema que toca y, en fin, de datos sobre la fuente emisora (Prieto, 2010:67).

Prieto clasifica estas estrategias teniendo en cuenta que todo discurso se despliega en dos niveles, el nivel manifiesto y el nivel latente: lo primero alude al tema tratado y la manera en que se lo presenta y lo latente tiene que ver con la verdadera intención del discurso.

– **Predicaciones:** Mediante ellas se da determinada versión de una persona, de una situación o de una cosa; la versión puede ser positiva o negativa. Se predica mediante juicios, calificaciones o descripción de acciones. Se predica “por lo que decimos de algo o alguien; por lo que alguien dice; por lo que mostramos de algo o alguien”, sostiene Prieto (2010: 90). El autor expone que al armarse un mapa de predicaciones, agrupando todo lo que se dice de cada personaje o situación, se puede comprender cuál es la intención del discurso.

– **Referencialidad:** teniendo en cuenta que toda expresión discursiva es una versión, existen distintas formas de acercarse a un tema. Las versiones de alta referencialidad acercan lo más posible a un tema, mediante una adecuada cantidad de información o unos detalles precisos. La baja referencialidad está presente cuando la versión ofrece unas pocas notas de algo, con la intención de que con ellas se agote todo. Por otra parte, la distorsión referencial consiste en la inclusión de una información falsa, destinada a ocultar, mentir o distorsionar el tema. Es posible identificarla cuando la información del discurso está organizada para que se tenga una idea contraria a lo que es o a lo que le sucede al tema que se trata.

– **Tipificaciones:** con este recurso se reduce a alguien o algo a una estructura reconocible. A partir de una identificación se puede calificar o descalificar. “Cuando las tipificaciones se empobrecen y se cargan de emotividad, estamos ante estereotipos (don Quijote, Sancho)”, formula Prieto (2010: 77). Cuando se tipifica no se entra en grandes detalles, sino que algunas notas permiten identificar a alguien sin esfuerzos.

– **Relaciones de armonía y de oposición:** cuando todos concuerdan en una expresión discursiva y no hay conflicto alguno, se habla de relaciones de armonía. Por el contrario, las relaciones de oposición se dan cuando existe oposición y conflicto. Hay oposiciones clásicas que aparecen en todas las culturas: el bien y el

mal, hombre y mujer, joven y viejo, civilización y barbarie, industrializado y no industrializado, izquierda y derecha; entre otras. Todo se relaciona en los extremos, no hay matiz alguno, no hay un puente entre los opuestos. Esta versión se refuerza en las versiones estereotipadas. “Cuando el recurso se reduce a un esquema que todo intenta abarcarlo e interpretarlo, los riesgos de un empobrecimiento están siempre presentes”, señala Prieto (2000: 98). El autor advierte que es importante preguntarse, ¿por qué este conflicto y no otro? y ¿por qué determinada solución y no otra? Teniendo en cuenta que la selección de los conflictos depende de la intención del emisor y de ciertas evaluaciones de los grupos destinatarios.

– **Lo dicho y lo no dicho:** lo manifiesto y lo latente están en el discurso, en tanto que lo no dicho es algo excluido u ocultado, pero que incide sobre lo expresado. “Cuando alguien, por ejemplo, me habla de su niñez y excluye toda referencia a su padre, puedo leer algo en esa ausencia”, ejemplifica el autor (1999: 77). Asimismo, agrega que si no se poseen datos como para reconocer lo que el discurso oculta o deja afuera no se podrá tomar conciencia de esa ausencia, por lo que resulta importante tomar el contexto en toda su complejidad.

2.1.7.2 Estrategias de superficie

La investigación de Prieto plantea también que existen estrategias de superficie que funcionan en el plano de la organización del enunciado; ya que cada frase u oración posee un tipo de intención. Entre ellas se encuentran:

– **La universalización:** es un juicio generalizado a todos los miembros de un grupo. Son ejemplos, “todos”, “ninguno”, “el hombre”, “la mujer”, “los indígenas”. A través de estas formas pueden surgir versiones racistas o sexistas que se convierten en estereotipos más que peligrosos.

– **La generalización:** a partir de un caso se pueden sacar conclusiones y se generalizan a todos los casos semejantes.

– **Redundancia:** se reiteran los temas con otras palabras a fin de insistir en algo.

- **Tópicos:** son lugares comunes a la experiencia de todas las personas como el amor, la amistad o el trabajo. Se los expresa mediante enunciados que comparte determinado grupo social.
- **Personalización:** el discurso se dirige explícitamente a alguien; para ello se emplea la segunda persona. Cuando el emisor se involucra con el destinatario es un caso de personalización por inclusión.
- **Despersonalización:** se dice algo como si fuera una ley universal, una expresión con valor en sí mismo, la oración carece de sujeto gramatical.
- **Redundancia:** se reiteran temas a fin de insistir en algo.
- **Comparación:** relaciona dos elementos para atribuir a uno las características del otro, se usa nexos del tipo de “como”.
- **Metáfora:** comparación, pero sintetizada; no aparece el nexo y el elemento comparado se vuelve uno con el sujeto.
- **Sinécdote:** se alude a algo a través de una parte, de un detalle.
- **Hipérbole:** exageración verbal, se exagera por acumulación de adjetivos.
- **Sentido de oportunidad:** se utilizan palabras que cambian el sentido de lo que se está diciendo; un chiste, un apodo o un refrán popular.
- **Inferencia inmediata:** a partir de algunos detalles o indicios, se pretende sacar conclusiones definitivas. La inferencia lleva a menudo a generalizaciones más que peligrosas, puesto que se termina por encasillar a alguien sin un juicio más fundado.

2.1.8. La imagen

La imagen es otro de los conceptos centrales en torno a los que gira esta investigación. A través de la revisión bibliográfica se ha observado que el concepto de imagen es polisémico y multidisciplinario, característica que se comparte con el concepto de discurso. El concepto de imagen se utiliza en ámbitos diversos, desde las artes hasta la psicología, pasando por las ciencias empresariales.

Según Justo Villafañe (2006) toda disciplina que se ocupe de la imagen debería comenzar por explorar su conceptualización básica, la imagen desde la perspectiva plástica. El autor justifica de este modo la creación de una teoría de la imagen que “debe fundamentar al resto de las disciplinas que tienen como objeto el estudio de alguna de esas dimensiones icónicas [de la imagen]” (p. 22).

Estas dimensiones icónicas para Villafañe son las estructuras básicas, son la *naturaleza esencial*⁶ de toda imagen para teorizar sobre ella:

- “1. Una selección de la realidad.
2. Un repertorio de elementos fácticos.
3. Una sintaxis,” (Villafañe, 2006: 23).

Estos rasgos permanentes e invariables que Villafañe le otorga a la imagen lo conducen a advertir a su lector sobre el problema que se genera al hablar de la significación en las imágenes.

[...] quiero apuntar desde ahora una diferencia, que considero decisiva, entre los conceptos de significación plástica y semántica de una imagen. Entender el primero de estos conceptos implica adoptar una actitud particular ante el hecho plástico que es, ante todo, una imagen; actitud basada en la consideración de los elementos icónicos como portadores de un tipo de significación que no es susceptible de ser analizada semánticamente ni ser reducida a sentido. Sin entrar para nada en esa obsoleta y caduca comparación entre los elementos de articulación de la imagen y los de la lengua, es obvio, sin embargo, que mientras que un fonema no posee ningún tipo de significación, un elemento icónico, el color por ejemplo, sí es un elemento de significación, aunque esta no se base en la conexión de dicho elemento con referente alguno, sino que funciona como correlato analógico de una característica sensible de la realidad, la cual no es sustituida monosémicamente por ese elemento icónico, sino modelizada (pp. 21-22).

⁶ Villafañe entiende esencia asimilando la definición que hace la Real Academia de la Lengua Española: *Naturaleza de las cosas. Lo permanente e invariable en ellas.*

Si bien Villafañe se niega a dar una definición específica de imagen, perfila su conceptualización a través de la descripción del proceso y las variables irreductibles de ella. “[...] existen en la imagen tres hechos irreductibles: una selección de la realidad, unos elementos configurantes y una sintaxis. Entendida esta como una manifestación de orden. Todo fenómeno que admita reducirse de esta manera, sin alterar su naturaleza, puede considerarse una imagen” (2006: 30).

Hasta aquí y a través de Villafañe se puede afirmar que la imagen es un proceso que se ubica entre la representación y la percepción. En el terreno de la percepción están los mecanismos de selección de la realidad y la representación supone la expresión de un modo particular de esa realidad.

Paul Capriotti en *Planificación estratégica de la imagen* (1999b) retoma la naturaleza polisémica del término y perfila un concepto de imagen para el campo comunicacional. Advierte que la profusión de significaciones que tiene la imagen también se traslada al campo de “la comunicación en las organizaciones” (p.15). El autor puntualiza que la utilización del término imagen en este campo también es confusa.

Capriotti agrupa las diversas nociones del término dentro del campo comunicacional “en tres grandes concepciones o nociones predominantes: a) La Imagen-Ficción, b) La Imagen-Ícono, y c) La Imagen-Actitud” (1999b: 16).

La primera noción entiende a la imagen como “‘apariencia de un objeto o de un hecho’, como acontecimiento ficticio que no es más que un reflejo manipulado de la realidad” (Capriotti, 1999b: 16). Asumir a la imagen como una manipulación desde la visión de autores como Edward Bernays es un despropósito. Bernays, desde las relaciones públicas rechaza la utilización del término de imagen, porque desde su perspectiva utilizarlo significa cargar la práctica comunicacional de un aura de engaño y falsificación, es decir, “hace creer al lector o al oyente que las Relaciones Públicas tratan con sombras o ilusiones” (Bernays, 1990: 88).

En oposición a Bernays, Marston, desde las ciencias empresariales, matiza la noción de engaño afirmando que “no hay nada irreal sobre la imagen corporativa porque, para la persona, la imagen es la empresa. Si la imagen es verdadera o falsa, es aparte; la persona que la tiene piensa que es verdadera y actuará según ello” (Marston, 1981: 99).

Capriotti resuelve esta contradicción recomendando que “la concepción de imagen-ficción, aun cuando etimológicamente puede considerarse como correcta, no debería utilizarse para definir lo que es la Imagen Corporativa, ya que tiene una connotación altamente negativa e incluso va contra los fundamentos, tanto éticos como instrumentales, de la Comunicación Corporativa” (Capriotti, 1999b: 19).

El binomio imagen-ícono concibe a la imagen como “una representación icónica de un objeto’ el cual no se encuentra presente a los sentidos” (Capriotti, 1999b: 19). Esta noción se traslada al ámbito de la comunicación empresarial y según Capriotti podría ser reduccionista, pues se refiere básicamente a la identidad visual, “al ser la plasmación visual de la identidad cultural o personalidad de una organización, y sería un instrumento más dentro del conjunto de elementos dirigidos a influir en la formación de la imagen de la organización en los públicos” (p.21).

La última concepción es la de imagen-actitud, Capriotti se adscribe a esta escuela y afirma que esta es la mejor forma de entender la imagen en el campo de la comunicación de las organizaciones. Define a la imagen corporativa como “la estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización” (Capriotti, 1999b:29). Esta noción se basa claramente en la recepción, que es la noción que goza de mayor aceptación entre los académicos de la comunicación empresarial. En este caso el énfasis está puesto en los públicos externos a la organización que son los que construyen la imagen a través de la percepción.

Por su parte Joan Costa (1987) resuelve la dicotomía entre imagen-ícono/ficción e imagen-actitud a través de la enunciación de dos relaciones: imágenes materiales e imágenes mentales. Asocia la primera a lo que se entendía por imagen-ícono, que es la imagen material, por ejemplo, el resultado de una representación plástica. La imagen mental es la imagen-actitud porque según Costas la imagen mental sería el recuerdo visual de esos íconos materiales. Otra vez el énfasis recae en el receptor quien es el que forma ese recuerdo visual.

Para finalizar este apartado se retorna a Justo Villafañe, quien en su libro *Gestión profesional de la imagen corporativa* (1999) echa por tierra toda la

conceptualización que hace de la imagen en *Introducción a la teoría de la imagen*⁷ (2006). Cuando se refiere a la imagen corporativa descarga todo el peso de la creación de esta en el público que se relaciona con la organización. Genera un cuadro de relaciones en el que la imagen corporativa “se construye en la mente de los públicos” (Villafañe, 1999:30) y es el último eslabón de la cadena. En oposición a lo que el autor exponía cuando se refería a la imagen como un elemento portador de dimensiones icónicas, en este caso el cuadro de relaciones situaba a la imagen en la mitad de la relación entre la realidad percibida y la realidad modelizada. En este caso la percepción era doble: por un lado, del que genera la imagen y, por el otro, del que observa esa imagen. Villafañe tropieza con lo que criticaba; reduce la imagen a un sentido, sentido que es dado por el público que construye la imagen de la organización.

Para los propósitos que persigue esta investigación, la definición que se considera más abarcadora es la del primer Villafañe, que propone una concepción de imagen polisémica, que no se agota en la percepción.

2.1. 9 Dimensiones discursivas en la imagen

En el libro *Retórica de la imagen* (1991), Alejandro Tapia reflexiona sobre la antigua tradición retórica y cómo el uso de estas estrategias se trasladó a lenguajes actuales, como el cartel y la publicidad, creando así un discurso visual persuasivo. Tapia analiza diversas imágenes (plásticas) con herramientas retóricas textuales. Si bien este tratamiento de la retórica fue abordado por estudiosos como Barthes o Umberto Eco, el estudio de Tapia es práctico para esta investigación porque explica los principios semánticos con los que las figuras retóricas tienen una aplicación visual.

Tapia advierte que “en nuestro tiempo, esa antigua tradición [la retórica] dejó de ser patrimonio exclusivo de la lengua oral y escrita para fundamentar también la creación de un lenguaje visual persuasivo” (Tapia, 1991: 7).

Helena Berinstain también destaca el carácter persuasivo de la retórica, que define la retórica como el “arte de elaborar discursos gramaticalmente correctos,

⁷ La primera edición es del año 1985.

elegantes y, sobre todo, persuasivos. Arte de extraer, especulativamente, de cualquier asunto, una construcción de carácter suasorio” (1995: 421). Esta característica persuasoria es también lo que ha cargado de un aura negativa a la retórica, asimilando esta práctica con el engaño. Sin embargo, la persuasión del público no es un recurso que puede imputarse solo a la retórica. No existe un discurso que no quiera convencer de algo; la retórica solo sistematiza y organiza ciertos principios para llevar a cabo este proceso.

La sistematización del discurso de la BBB es lo que interesa para este estudio. A través de la retórica se realiza la lectura y la deconstrucción de la estructura discursiva que produce el CIS en el discurso desplegado en los productos editoriales de la BBB y la promoción de estos. Además, a través del análisis estructural propuesto por Barthes es posible identificar los “signos y códigos dentro del texto que, debajo de lo natural, ocultan lo social”. El Barthes estructuralista busca descubrir los principios de organización subyacentes en el discurso y las relaciones que estructuran los diferentes elementos de los textos. La estructura del texto permite conocer la lógica de su sentido, pero esta lógica es en buena parte sociológica: la organización del discurso está influida por factores ideológicos y sociales. Juan Carlos Alonso y Carlos Fernández proponen una relación de continuidad entre Saussure y Barthes. Afirman que “lo que Ferdinand de Saussure inició para la lingüística, convirtiéndola de hecho en una lingüística estructural, Barthes lo convertirá en una semiología general donde todos los procesos sociales comunican y transmiten sentido, sin ser, necesariamente, lenguajes formales con reglas gramaticales estabilizadas” (2006: 14). Con el análisis estructural, Barthes no hace otra cosa que abordar diversos objetos de estudio que tienen la capacidad de significar, para ello busca sus formas profundas, que se convierten en condicionantes estructurales.

Los estudiosos de Barthes afirman que el ejemplo más acabado de semiología general es *El sistema de la moda* (1967), donde Barthes muestra a la moda como un sistema de producción social de materiales de diferencia, de un código de significaciones y de valores de estatus (Calefato, 2003). En esta obra, Barthes pone de manifiesto prácticas y propiedades. En el caso del proyecto BBB la práctica es la lectura y la propiedad el libro.

Barthes reflexiona sobre la capacidad comunicativa que tienen los bienes de consumo para realizar esta diferenciación social. En este punto se puede decir que, al igual que con la moda, desde un discurso se crea la necesidad de consumir un producto. En el caso de la BBB, el discurso crea la necesidad de consumir el libro para ascender a una posición “intelectual” a través del objeto.

2.1.10 Dimensión verbo-icónica

Roland Barthes (2009), al reflexionar sobre la relación imagen-texto, afirma que una de las funciones de la imagen en conjunción con el texto es denotativa: el texto ancla un sentido de la imagen. Por otra parte, afirma que los sentidos originados por esta relación se basan en el “anclaje”.

En este proceso la lengua intenta fijar los sentidos dispersos de lo icónico produciendo un significado que se puede asemejar a una especie de descripción denotativa. Otra función explicada por Barthes es la función de complementariedad de la imagen sobre el texto, es decir, la imagen deja de tener valor denotativo que explica al texto y se transporta al terreno de la connotación. Cuando Barthes habla de conjunto icónico, advierte que estas dos funciones pueden coexistir, pero con predominancia de alguna de ellas. El autor explica que en los casos en los que la imagen cumple la función de fijación contiene una carga informativa.

Por su lado, Tapia toma el cartel como elemento para analizar la relación imagen-texto. El autor explica que en este terreno se encuentran dos códigos discursivos que forman un conjunto de construcciones semánticas, donde la imagen forma parte de este sistema de comunicación. Esto significa que los mecanismos retóricos son también aplicados a la imagen. Para Tapia, las construcciones icónicas-textuales constituyen un lenguaje que requiere códigos, produce significación y tiene una semántica y una retórica propias (Tapia, 1991:42).

Tapia sostiene que las figuras retóricas mantienen en primera instancia una dimensión abstracta que luego les permite ser reconocibles tanto en una dimensión lingüística, como visual:

aunque sus sistemas de expresión sean diferentes, sus estructuras de significación tienen campos comunes:

Visión = aseveración =no nos cuentan, nos lo hacen ver

Texto = proposiciones= sujeto a comprobación” (Tapia, 1991: 43).

Por su lado, Prieto, en *El juego del discurso* (2000), con relación al lenguaje verbo-icónico, explica que frente a la posibilidad de múltiples significados en una imagen lo verbal tiene el rol de orientar al lector en lo que debe interpretar de la imagen. Sin embargo, advierte que el rol de lo verbal se limita a la función referencial, pero que a su vez la imagen añade elementos que apelan a la emotividad del perceptor. El texto ancla la imagen, pero muchas veces esta lo supera.

Daniel Prieto explica que existen 4 tipos de relaciones entre el lenguaje verbal y el visual:

- De anclaje o aclaración: una imagen ambigua se aclara con el texto.
- De redundancia: fuerza una interpretación unívoca, es un instructivo para interpretar.
- De inferencia: no impone una interpretación, simplemente presenta algunos datos para que el lector saque sus conclusiones.
- De contradicción, cuando el material tiene un error o se presenta a propósito una contradicción.

El autor resalta las diferencias entre la imagen figurativa (alto grado de semejanza con un elemento de realidad) y no figurativa (formas abstractas). La imagen figurativa tiene tres usos: estético, documental y apelativo. En el primero la imagen está centrada en sí misma y su valor proviene de la calidad de los elementos formales y de la combinación de estos. La imagen como documento se adhiere a la realidad intenta reproducirla o señalarla en sus conexiones esenciales. La imagen es una versión de la realidad. El uso apelativo está centrado en el perceptor, si bien hay referente lo fundamental es la manera en que la imagen impacta involucra al receptor. Estas funciones no necesariamente aparecen separadas.

2.1.11 Dimensión corporativa de la imagen

Para comenzar, es necesario retomar la idea del apartado anterior de Villafañe que propone un concepto de imagen abarcador, polisémico y que no se agota en la percepción. Para autores como Costa, los conceptos de imagen e identidad están íntimamente relacionados dentro del ámbito de la comunicación define “la imagen

corporativa como una síntesis de la identidad” (Costas, 2008: 64). Por su parte, Capriotti define la imagen corporativa como “estructura o esquema mental que sobre una compañía tienen sus públicos, integrada por el conjunto de atributos que los públicos utilizan para identificar a esa compañía de las demás” (2009: 94).

Estas definiciones coinciden entre sí porque consideran la imagen como propiedad del público, definición poco abarcadora. Una definición integradora de imagen corporativa es la propuesta por Villafañe: “la imagen corporativa es el esquema mental que sobre una organización tienen sus públicos a partir de los inputs emitidos por ella en su relación ordinaria con ellos y que se concretan en su comportamiento, cultura y personalidad corporativa. Este esquema mental permite identificar y diferenciar unas compañías de otras” (1999:31).

Según Villafañe, se pueden establecer tres componentes cuya suma configuran el conjunto de atributos que se aloja en la mente de los públicos y que determinan la imagen de una organización: comportamiento, cultura y personalidad corporativa.

- El comportamiento corporativo es el resultado de la aplicación de políticas funcionales (financiera, de producción, comercial, etc.). Es la acción de su lógica empresarial plasmado en la actividad funcional de su oferta de productos o servicios.

- La cultura corporativa es la construcción social de la identidad de la organización (modos de ser y hacer).

- La personalidad corporativa es el conjunto de manifestaciones que la empresa realiza voluntariamente para proyectar una imagen intencional en sus públicos, a través, principalmente, de la identidad visual y la comunicación. Es la ubicación que la entidad desea ocupar en la mente de sus públicos y que proyecta a través de las distintas manifestaciones.

2.2. Marco referencial

En este punto se exponen los antecedentes y las regulaciones del proyecto Biblioteca del Bicentenario de Bolivia. Inicialmente se expone la estructura institucional que sustenta al Centro de Investigaciones Sociales, que es la entidad que alberga al proyecto BBB. Posteriormente se describen las regulaciones estatales que respaldan su ejecución.

2.2.1 Marco legal

El Centro de Investigaciones Sociales (CIS) se rige dentro de un marco normativo específico relacionado con la creación, fomento y difusión del conocimiento a través de la producción de obras, mandato que está descrito en la Constitución Política del Estado, la Ley de Educación Avelino Siñani-Elizardo Pérez 070, la Agenda Patriótica 2025 y la Ley del libro y la lectura Oscar Alfaro 366.

Constitución política del Estado

La nueva Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, promulgada el siete de febrero de 2009, contiene los siguientes artículos en relación con el proyecto que ocupa esta investigación:

“Artículo 21 Las bolivianas y los bolivianos tienen los siguientes derechos: [...]

5. A expresar y difundir libremente pensamientos u opiniones por cualquier medio de comunicación, de forma oral, escrita o visual, individual o colectiva. [Y] 6. A acceder a la información, interpretarla, analizarla y comunicarla libremente, de manera individual o colectiva.” (ALP, 2009: 20).

Uno de los derechos civiles y políticos es el derecho a la producción y difusión del conocimiento. La CPE también protege y promueve la difusión de los saberes de los pueblos y naciones indígenas. “ Artículo 30: [inciso] 11. A la propiedad intelectual colectiva de sus saberes, ciencias y conocimientos, así como a su valoración, uso, promoción y desarrollo” (ALP, 2009: 24).

El capítulo sexto se refiere a la educación intercultural y a los derechos culturales. Según el artículo octavo el objetivo de la educación bajo la tuición del Estado es “la formación integral de las personas y el fortalecimiento de la conciencia

social crítica en la vida y para la vida...” En el mismo capítulo se exponen las obligaciones estatales respecto a la promoción de programas educativos no escolarizados para “elevar el nivel cultural y desarrollar la conciencia plurinacional del pueblo”. Constitucionalmente, el proyecto BBB se asienta sobre los artículos descritos anteriormente.

Más adelante, los artículos 99, 100 y 102 se ocupan de exponer las responsabilidades estatales para proteger, promover y divulgar el conocimiento generado en el territorio nacional:

Artículo 99: I. El patrimonio cultural del pueblo boliviano es inalienable, inembargable e imprescriptible. Los recursos económicos que generen se regularán por la ley, para atender prioritariamente a su conservación, preservación y promoción. II. El Estado garantizará el registro, protección, restauración, recuperación, revitalización, enriquecimiento, promoción y difusión de su patrimonio cultural, de acuerdo con la ley.

Artículo 100: I. Es patrimonio de las naciones y pueblos indígena originario campesinos las cosmovisiones, los mitos, la historia oral, las danzas, las prácticas culturales, los conocimientos y las tecnologías tradicionales. Este patrimonio forma parte de la expresión e identidad del Estado. II. El Estado protegerá los saberes y los conocimientos mediante el registro de la propiedad intelectual que salvaguarde los derechos intangibles de las naciones y pueblos indígena originario campesinos y las comunidades interculturales y afrobolivianas.

Artículo 102: El Estado registrará y protegerá la propiedad intelectual, individual y colectiva de las obras y descubrimientos de los autores, artistas, compositores, inventores y científicos, en las condiciones que determine la ley.

Artículo 103: III. El Estado, las universidades, las empresas productivas y de servicio públicas y privadas, y las naciones y pueblos indígena originario campesinos, desarrollarán y coordinarán procesos de investigación, innovación, promoción, divulgación, aplicación y transferencia de ciencia y tecnología para fortalecer la base productiva e impulsar el desarrollo integral de la sociedad, de acuerdo con la ley (ALP, 2009: 44-45).

Este grupo de artículos se refiere a las bases de las políticas públicas de comunicación pública de la ciencia. Es relevante mencionar que el Estado hace una diferencia explícita entre los conocimientos “culturales” y los “tecnológicos” otorgándole una relevancia mayor a al conocimiento tecnológico.

Ley de Educación Avelino Siñani – Elizardo Pérez

La Ley de Educación N.º 070 Avelino Siñani-Elizardo Pérez fue promulgada el 20 de diciembre de 2010. El artículo 3, “Bases de la educación”, es el que mayor relación guarda con el objeto de estudio de esta investigación, específicamente los numerales 9 y 10:

[La educación] Es productiva y territorial, orientada a la producción intelectual y material, al trabajo creador y a la relación armónica de los sistemas de vida y las comunidades humanas en la Madre Tierra, fortaleciendo la gestión territorial de las naciones y pueblos indígena originario campesinos, las comunidades interculturales y afro bolivianas.

Es científica, técnica, tecnológica y artística, desarrollando los conocimientos y saberes desde la cosmovisión de las culturas indígena originaria campesinas, comunidades interculturales y afro bolivianas, en complementariedad con los saberes y conocimientos universales, para contribuir al desarrollo integral de la sociedad (ALP, 2010: 5).

El capítulo III, referido al Subsistema de Educación Superior de Formación Profesional consigna el artículo 28 que expone:

Artículo 28. (Educación Superior de Formación Profesional). Es el espacio educativo de formación profesional, de recuperación, generación y recreación de conocimientos y saberes, expresada en el desarrollo de la ciencia, la tecnología, la investigación y la innovación, que responde a las necesidades y demandas sociales, económicas, productivas y culturales de la sociedad y del Estado Plurinacional (ALP, 2009: 22).

Específicamente, la ley 070 no hace mención a la lectura ni a su fomento. Sin embargo, sí se refiere a la responsabilidad estatal de promover la producción intelectual y el desarrollo de los saberes ancestrales y el conocimiento humanístico, científico y técnico. También le otorga a la formación profesional la responsabilidad de la generación de saberes que respondan a las necesidades del Estado.

Agenda Patriótica 2025

El 13 de enero de 2013, durante el informe de gestión 2012, ante la Asamblea Legislativa Plurinacional el presidente Evo Morales anunció los 13 pilares de la Agenda Patriótica 2025: “[...] son los pilares fundamentales para levantar una nueva sociedad y Estado más incluyente, más participativo, más democrático sin discriminación, sin racismo, sin odios, sin división como manda la Constitución

Política del Estado” (Ministerio de Planificación del Desarrollo, 2013:3). El proyecto del que se ocupa esta investigación se enmarca dentro de los pilares 3 y 4:

- 3. Salud, educación y deporte para la formación de un ser humano integral.
- 4. Soberanía científica y tecnológica con identidad propia.

El tercer pilar se refiere a la construcción de un ciudadano integral para lo que la educación, la cultura, el deporte y la salud van de la mano. En este marco, el horizonte de la Agenda Patriótica es la consolidación de una infraestructura estatal que garantice el acceso a procesos educativos de formación cultural y técnica. También se preocupa por garantizar la soberanía científica y tecnológica, haciendo otra vez evidente la diferencia entre los saberes humanísticos y los técnicos.

Un par de años después, el 15 de enero de 2015, la Agenda Patriótica 2025 fue elevada a rango de ley y se sancionó la Ley N.º 650. A través de esta ley se instruyó a todas las instancias estatales, departamentales y municipales “garantizar el desarrollo e implementación de los 13 pilares de la Bolivia Digna y Soberana, establecidos en la ‘Agenda Patriótica del Bicentenario 2025’” (ALP, 2015).

Ley del libro y la lectura Oscar Alfaro

El 29 de abril de 2013 fue promulgada la Ley 366 del libro y la lectura “Oscar Alfaro”. El objeto de esta ley es

promover el ejercicio del derecho a la lectura y escritura en condiciones de libertad, equidad social y respeto a la diversidad de expresiones culturales. generando políticas públicas, planes y acciones de fomento a la escritura, lectura y acceso al libro, la creación cultural, literaria, académica y científica (ALP, 2013).

La promulgación de esta ley significó el inicio de una serie de acciones gubernamentales en busca de cumplir los objetivos trazados en el horizonte de la Agenda Patriótica 2025. Esta ley contiene todas las especificaciones técnicas respecto al libro, como derechos de autor, edición, distribución y régimen tributario. Uno de los pilares de esta ley es la promoción de la lectura y la escritura. En varios de sus artículos se destaca el acceso al libro a través de subvenciones estatales, pero esta noción solo refuerza la idea de que el acceso barato o gratuito al libro garantiza la lectura. En cuanto a la reglamentación y su aplicación solo se lograron avances en lo relacionado a los mecanismos tributarios.

Decreto Supremo 1768

El 16 octubre de 2013 se publica el reglamento de la Ley 366 del libro y la lectura Oscar Alfaro para establecer los mecanismos y procedimientos para su implementación. Este decreto se concentra en cinco ámbitos: fomento a la lectura, estructura y organización del Fondo Editorial del libro boliviano, régimen tributario y jurídico para la edición y distribución del libro, atribuciones del Comité Plurinacional de Libro y la Lectura y funcionamiento del Sistema Plurinacional de Archivos y Bibliotecas.

Actualmente, solo se ha avanzado en lo relacionado al régimen tributario; la organización de las estructuras antes descritas (Fondo, Comité y Sistema) no tienen mayor avance. Estos tres mecanismos deberían haberse desarrollado con presupuestos y coordinación de los ministerios de Culturas y Turismo, Educación, las entidades territoriales autónomas en los 339 municipios, nueve gobernaciones, 11 universidades públicas y tres universidades indígenas.

Algunos avances a nivel regional son la Ley Departamental de Fomento a la Lectura y el Libro, ley número 139 de 2017 del departamento de Santa Cruz; el Programa de fomento a la lectura del municipio de La Paz, con proyectos como “Literatura Viva”, “La Paz Lee” y “Suma Lectura”; Oruro cuenta con un anteproyecto de ley departamental de fomento a la lectura. La ley del libro ha motivado a los gobiernos departamentales y municipales para crear ferias del libro.

Cabe mencionar que dentro de este corpus de leyes también se encuentran la Ley de Derechos de Autor N.º 13 22 de 1992 y el Reglamento de la Ley de Derechos de Autor de 1994, ambas leyes vigentes antes de que se instituyera el Estado Plurinacional.

Sistema de Planificación Integral del Estado

Como entidad estatal, el CIS se somete a lo normado por la Ley del Sistema de Planificación Integral del Estado (SPIE) 777, que en su artículo 12 expone quiénes son los responsables de la planificación integral del Estado Plurinacional: “El Órgano Rector en coordinación con la Presidencia, Vicepresidencia y Ministerios del Órgano Ejecutivo, a través de las instancias de coordinación existentes, realizará la

planificación integral del Estado Plurinacional, y en coordinación con los actores sociales, según corresponda” (ALP, 2016:16).

En este caso, el órgano rector de las políticas públicas de fomento a la lectura es el Ministerio de Educación. Las políticas públicas propuestas deberían estar alineadas con las metas generales de gobierno. Además, idealmente, dentro de la definición de las políticas se debería pensar en una serie de acciones destinadas a proveer los instrumentos técnicos para su implementación. Según el texto *Políticas Públicas. Marco conceptual de las políticas públicas* “Se debe equilibrar el cumplimiento de la normativa con la consecución de los objetivos propuestos” (CENCAP, 2019: 14).

2.2.2 Marco institucional

Bajo el paraguas normativo de la Ley 336 del Libro y la Lectura promulgada en abril de 2013, en octubre del mismo año se crea el Centro de Investigaciones Sociales, como una unidad de la Vicepresidencia del Estado. Posteriormente, en julio de 2014 se anuncia la creación de la Biblioteca del Bicentenario de Bolivia como proyecto dependiente del CIS.

Administrativamente, el objetivo del CIS es “contribuir a la comprensión y desarrollo del Estado Plurinacional mediante la producción de las 200 obras más fundamentales de la historia de Bolivia, además de la realización de investigaciones sociales, así como promover la reflexión crítica y cultural en la sociedad mediante la publicación de obras en temas sociales, económicos, teóricos e históricos” (Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia, 2017). El CIS es una Dirección General de la Vicepresidencia. Esta Dirección gestiona el proyecto BBB y la producción editorial en ciencias sociales dividida en seis líneas de investigación: Estado, transformación social, producción de conocimiento especializado, tecnología y sociedad, teoría e historia y economía.

Específicamente, el CIS no tiene una visión ni misión porque al ser una dirección de la Vicepresidencia sus acciones se enmarcan en la misión y la visión de esta institución. En este contexto, la misión de la VPEP es “trabajar con los Órganos del Estado Plurinacional, niveles autonómicos y sociedad civil generando espacios

de diálogo plural y democrático, fomentando la investigación académica, articulando e impulsando políticas y normativas a través de la participación y vinculación de actores sociales”. Y la visión recoge que “la Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia Presidencia de la Asamblea Legislativa Plurinacional (VPEP-PALP), en articulación con los Órganos del Estado Plurinacional, niveles autonómicos y sociedad civil, es el referente de las instituciones públicas capaz de contribuir a la construcción transparente del Estado democrático, participativo, representativo y comunitario; generando espacios académicos de inclusión y participación de actores sociales sin discriminación de ningún tipo” (VPEP-PALP, 2021).

El objetivo institucional del Centro de Investigaciones Sociales es “promover la reflexión crítica entre el Estado y la sociedad mediante la producción de conocimiento que contribuye a la construcción y fortalecimiento del Estado Plurinacional” (CIS, 2020).

Los antecedentes administrativos-institucionales de la BBB se remontan al 25 de abril de 2014, fecha en la que García Linera en su calidad de vicepresidente solicitó, mediante el instructivo VPEP-SG003/2014, que se inicien las acciones necesarias para la selección de las obras más importantes producidas en y sobre Bolivia. Los objetivos centrales del proyecto BBB son la selección, publicación y distribución de las 200 obras fundamentales escritas en nuestro territorio (VPEP, 2014: 2).

El proyecto de la BBB fue diseñado para ejecutarse en cuatro etapas. La primera etapa comprendía la conformación del Comité Editorial, ente que se conformó a través de la Resolución Administrativa Secretarial N.º 31-1/2014 y fue el encargado de definir la lista de las 200 obras a ser publicadas. Una vez definida esta nómina, a través de la Resolución Administrativa N.º 96-1/2014, se aprobó la lista final de los 200 libros que conforman la BBB. La segunda etapa del proyecto comenzó a ejecutarse en febrero de 2015, en esta etapa se definieron los instrumentos y herramientas técnicas editoriales para la ejecución del proyecto. Estas son básicamente dos: el manual de estilo y la definición de la línea gráfica. La tercera etapa fue la definición del proceso de distribución, a nivel nacional e internacional y de manera gratuita y comercial. La cuarta etapa es la difusión de la lectura a través del Plan Nacional de Fomento a la Lectura. Esta etapa está descrita

en el documento preliminar Plan de Fomento a la Lectura de la Biblioteca del Bicentenario de Bolivia (BBB). En ese marco este “Plan de Fomento a la Lectura se define como un conjunto de estrategias y acciones encaminadas a fomentar, animar y promocionar la lectura de la BBB” (VPEP, 2014:3).

2.3. Marco histórico

En este punto de la investigación se hará una descripción de experiencias editoriales similares en la región, poniendo énfasis en Sudamérica. Se ha visto necesario hacer esta exploración porque en la revisión documental (periódicos, videos y presentaciones de libros) se ha identificado que no se conoce y en varios casos no se reconoce que proyectos editoriales de este tipo se multiplican por toda la región.

Entre los años 2009 y 2011, varios países Latinoamericanos conmemoraron los doscientos años del inicio de los procesos de emancipación. En 2009 lo hicieron Ecuador y Bolivia; en 2010 fue el turno de Venezuela, Argentina, Colombia y Chile; finalmente, en 2011 celebraron el bicentenario Uruguay y Paraguay. En todos los casos, aunque en diversa magnitud, las celebraciones significaron inversión de recursos económicos y humanos. Las acciones estuvieron repartidas principalmente en eventos cívicos, históricos y culturales.

Dentro de este marco se ha considerado relevante investigar el qué y cómo de estas celebraciones, poniendo énfasis en el ámbito cultural. Se ha identificado que la edición y reedición de obras bibliográficas es un punto común en los diferentes festejos regionales.

Las publicaciones conmemorativas son una tradición en Sudamérica. Hace más de cien años en Chile, para celebrar el centenario de la República, se editó la Biblioteca del Centenario de Chile; cien años después se editó la Biblioteca Virtual del Bicentenario de Chile. Ambas están formadas por obras clave para comprender la evolución intelectual y social de Chile. La producción editorial de este proyecto fue distribuida gratuitamente en todas las bibliotecas públicas, establecimientos de enseñanza, legaciones extranjeras, institutos académicos y científicos, y sociedades obreras de instrucción. El objetivo del proyecto es “dar cuenta de la identidad del

país y encontrar una manera de pensarse y de mirar hacia el futuro, sin perder de vista los orígenes” (Ministerio de Culturas las Artes y el Patrimonio, 2020).

Desde hace más de cincuenta años se edita la Biblioteca Ayacucho, creada por el Estado venezolano en 1974 en conmemoración de los 150 años de la Batalla de Ayacucho. Esta iniciativa editorial es reconocida como la más importante de la cultura latinoamericana y caribeña y ha publicado más de 380 títulos de la producción intelectual latinoamericana. El objetivo de la creación del proyecto es “mantener vivo el legado cultural de nuestro continente, como conjunto apto para la transformación social, política y cultural de nuestros países y de la región”. (Ministerio del Poder Popular para la Cultura, 2020).

En el caso de Argentina, se implementó el Programa Central de la Conmemoración del Bicentenario de la Revolución de Mayo, con más de una decena de publicaciones de diversas áreas del conocimiento en torno a tres ejes centrales: el fomento de un país independiente y soberano a través del desarrollo del conocimiento, la ciencia, la tecnología y la innovación; la necesidad de promover la construcción de un país participativo y federal; y la de profundizar su pertenencia latinoamericana (Mincultura, 2019).

Colombia editó, publicó y difundió *Las maletas viajeras del Bicentenario*, que fueron pequeñas colecciones bibliográficas que se entregaron a maestros e instituciones. El material estaba dirigido al público infantil e incluía 25 títulos alusivos al proceso de la Independencia en distintos formatos (libros, discos, videos, folletos). El objetivo del proyecto, según la ministra de Cultura de Colombia Carmen Vásquez Camacho, fue “[...]fortalecer la historia de Colombia, circular el contenido artístico que nos caracteriza, continuar preservando, impulsando y construyendo una identidad que integra la memoria de lo colonial al presente. Es la oportunidad para que todos celebremos 200 años de independencia, esta es una conmemoración que nos une como nación” (Ministerio de Cultura de Colombia, 2020).

Perú celebró los 200 años de la declaración de independencia en 2021. Para conmemorar este evento había creado la Agenda de Conmemoración del Bicentenario que era el gran plan de acciones “que tienen como objetivo posicionar –tanto a nivel nacional como internacional– la conmemoración de la Independencia y el nacimiento de la República del Perú” a través de la “Colección bicentenario: Los

libros que todo peruano debe leer”, que es una selección de libros considerados imprescindibles por los ejecutores del proyecto. Son textos escritos por los grandes intelectuales peruanos (Agenda del Bicentenario, 2020).

En el caso de Bolivia los antecedentes históricos son tres. El primero se remonta a 1939, cuando el general Carlos Quintanilla, presidente provisorio de la República, creó la Biblioteca Boliviana, cuyos volúmenes debían distribuirse en forma gratuita a bibliotecas públicas, universitarias y escolares (el resto de los ejemplares debía ponerse a la venta a precio de costo). Treinta y seis años después, en 1975, en plena dictadura del general Hugo Banzer Suárez, se creó la Biblioteca del Sesquicentenario de la República “a título de homenaje modesto quizá, pero muy digno de la causa que todos los bolivianos en común persiguen esforzadamente para plasmar en definitiva una conciencia nacional”, según reza la presentación de la solapa delantera de los libros publicados. Su catálogo incluyó 24 volúmenes: 20 títulos independientes y cuatro monografías. En tercer lugar, en diciembre de 2012, tras una labor coordinada entre el Ministerio de Culturas, la Carrera de Literatura de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) y Plural Editores se presentaron las primeras ediciones de la colección “15 novelas fundamentales” de la literatura boliviana, a raíz de una iniciativa que surgió en 2009 y de un proceso de análisis y selección a cargo de un Comité editorial especializado (VPEP, 2019: 18).

Como se ha podido ver, todos estos actos conmemorativos relacionados con el quehacer editorial se sustentan en el supuesto de que a la sociedad le importa la lectura. Sin embargo, Escalante (2000) advierte que ese ciudadano ideal es un lector habitual, representa a una minoría en la sociedad latinoamericana.

El lector habitual lee todos o casi todos los días, siempre tiene entre manos alguna lectura, lee por lo menos un par de libros al mes; el lector ocasional lee solo de vez en cuando –en vacaciones, en el hospital: en tiempos muertos– y llega a leer si acaso dos o tres libros al año o poco más (p. 71).

Este perfil ideal de ciudadano sobre el que se sustentan las campañas de promoción de la lectura tiene autonomía, criterio propio, capacidad de empatía, ánimo reflexivo, conocimiento y distancia crítica. Escalante (2000) reflexiona sobre la serie de problemas que esta noción puede ocasionar al implementarse políticas públicas basadas en este ideal:

- El ideal con que se justifican las campañas de promoción de la lectura es irremediabilmente elitista
- La lectura y la capacidad de concentración requiere tiempo.
- Mantienen y apuntalan el valor simbólico del libro y su función legitimadora.
 - Refuerza los sentimientos de inferioridad y dependencia de quienes no leen y no se sienten autorizados para intervenir en la vida pública. (Escalante, 2000: 90).

2.4. Diseño metodológico

Para la organización metodológica se han distingue dos tipos de discurso de acuerdo con el propósito de esta investigación. Por un lado, está el discurso institucional de la Vicepresidencia, el CIS y el proyecto BBB y por otro lado el discurso que contienen los productos editoriales y los materiales audiovisuales de promoción. A partir de esta primera división se ha desarrollado el diseño metodológico.

2.4.1. Tipo de investigación

La presente investigación es analítico-descriptiva. Es descriptiva porque su propósito es “[...] describir cómo se manifiestan situaciones y eventos. Esto es, decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así –y valga la redundancia– describir lo que se investiga” (Hernández y otros, 2014: 87). Y es analítica porque “[e]l análisis hace referencia al proceso que permite identificar elementos o componentes, así como sus relaciones entre ellos” (Rodríguez, 1996:206).

En este caso, el objetivo es medir/describir el grado de coherencia entre dos tipos de discursos.

2.4.2. Enfoque metodológico

Siguiendo a Hernández, Fernández y Baptista (2014) el enfoque que se ha utilizado es cualitativo, ya que las características del objeto investigado conducen a tareas y obtención de información en este enfoque (coherencia discursiva, imagen creada). Si bien se ha realizado conteos (categorías gramaticales) que han generado datos cuantificables con el fin de identificar criterios, estos solo constituyen una dimensión y no son la esencia de la investigación.

Como lo explican King, Keohane y Verba (2000) “La investigación cualitativa abarca una amplia gama de enfoques [...]; utiliza el método discursivo e intenta estudiar de forma global o exhaustiva un acontecimiento o unidad” (14).

Específicamente, la tipología de la presente investigación es la analítico-descriptiva, porque se ha descompuesto formalmente, a través de ciertas categorías, el discurso textual e icónico de los productos editoriales de la BBB y el discurso institucional del CIS para llegar a determinar los aspectos fundamentales de estas textualidades y construir una descripción que muestre sus características, relaciones, tendencias y contradicciones.

2.4.3. Técnica de análisis

La técnica utilizada fue el análisis de contenido. De acuerdo con la definición clásica, el análisis de contenido es una técnica para estudiar y analizar la comunicación de una manera objetiva y sistemática. Es una técnica muy útil para analizar los procesos de comunicación en muy diversos contextos (Hernández et al. 2014).

Según estos autores, el análisis de contenido puede aplicarse virtualmente a cualquier forma de comunicación: programas televisivos o radiofónicos, artículos en prensa, libros, poemas, conversaciones, pinturas, discursos, cartas, melodías, reglamentos, etcétera. En este caso ha servido para analizar la coherencia entre el discurso institucional y el discurso expresado en los productos editoriales y de promoción del proyecto BBB.

Es importante mencionar que se ha tomado lo icónico como una forma de discurso, se ha analizado este discurso con herramientas de análisis textual.

2.4.4. Fases en el procesamiento, análisis e interpretación de la información

Rosman y Ralis, citados por Barragan (2008) dividen el procesamiento, de análisis e interpretación de la información recolectada en en seis fases. Se utiliza esta clasificación para describir los pasos realizados en esta investigación

Para la organización de los datos se ha procedido a inventariarlos, se han completado los datos, como lugares, fechas, nombres, cargos de las y los emisores del discurso. Se ha organizado la información de de acuerdo a las diversas características de los items.

Posteriormente, se han creado categorías por afinidad de temas y patrones. Después, se procedió a la codificación de estos. Finalmente, se realizó la interpretación y la redacción de los resultados.

Delimitación de la muestra

La muestra es un subgrupo de la población o universo. En este caso, el universo está compuesto por todos los libros de la BBB publicados hasta agosto de 2018 (29 obras), los documentos audiovisuales y escritos de promoción y presentación de estas obras y los documentos institucionales de creación y respaldo jurídico-administrativo del proyecto. La muestra implica definir la unidad de muestreo y de análisis, es decir, obtener una parte representativa de la población para generalizar resultados y establecer parámetros. La clase de muestreo para esta investigación es no probabilística o dirigida. Se ha seleccionado unidades con el propósito de responder a la pregunta de investigación y poder realizar la comparación necesaria para determinar la coherencia entre los discursos. Por la clase de muestreo, no se pretende que los casos sean estadísticamente representativos de la población o universo.

De acuerdo con la pregunta de investigación (¿El discurso expresado en los productos editoriales y de promoción de la Colección Letras y Artes del proyecto Biblioteca del Bicentenario de Bolivia es coherente con el discurso de la imagen institucional que busca proyectar el Centro de Investigaciones Sociales de la

Vicepresidencia de acuerdo con sus objetivos declarados?) se han definido las siguientes unidades de análisis.

- Discurso de productos editoriales (verbo-icónico) 9 obras de la colección Letras y Artes
 - * Tapa
 - * Presentación
- Discurso de los productos (audiovisuales) de promoción (verbo-icónico)
 - * Discurso de presentación oficial en palacio de gobierno
 - * Discursos sobre la selección de los textos
 - * Discurso del proceso editorial
 - * Discurso de las presentaciones de los libros (5 presentaciones)
- Discurso institucional del CIS (análisis de contenido)
 - * Resolución Administrativa Secretarial N.º 31-1/2014 de conformación del Comité Editorial
 - * Resolución Administrativa N.º 96-1/2014 de aprobación de la lista final de las 200 obras
 - * Misión y visión de la Vicepresidencia
 - * Discurso de texto presentación del proyecto
 - * Descripción y análisis de los elementos de identidad visual del CIS y la BBB
 - * Plan de Fomento a la Lectura

Dentro del primer grupo se tiene 9 obras distribuidas en 3 tipos de libros (2 antologías, 4 obras reunidas y 3 obras individuales); se analizarán las portadas de estos libros. En el segundo grupo están los discursos de las presentaciones de los libros editados y los discursos de promoción del proyecto en periódicos, entrevistas en televisión y material institucional de promoción colgado en las redes sociales. El tercer tipo de discurso está volcado en la presentación institucional de todos los libros publicados, la misión y visión de la Vicepresidencia y los documentos jurídico-administrativos de creación y respaldo del proyecto. Dentro de esta división de unidades de análisis hay algunos discursos que oscilan entre dos campos, discursos que pueden ser analizados como de promoción del proyecto o como parte del producto editorial, pero también como discurso institucional, esto principalmente

porque es un producto discursivo producido por un emisor institucional, representado por un organismo estatal o paraestatal.

Tabla 1

Distribución de las unidades de análisis por tipo de discurso

Producto editorial libro	Producto audiovisual de promoción	Discurso institucional
<ul style="list-style-type: none"> • Discurso icónico Imagen de tapa (libros de la colección Letras y Artes) • Discurso de la Presentación impreso en los libros BBB* • Páginas institucionales impresas en los libros BBB* 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación proyecto palacio de gobierno* • Video documental que registra el proceso de producción de los instrumentos editoriales y jurídicos de la BBB* • <i>A puerta abierta</i> programa producido por la Vicepresidencia y transmitido por la red PAT a nivel nacional* • <i>Sin filtro</i> programa producido por la Vicepresidencia y transmitido por sus redes sociales institucionales* • <i>Oximoron</i> programa producido por la red Abya Yala (institución paraestatal) * • Entrevista en <i>Esta casa no es hotel</i> red ATB • Entrevista en <i>Nuestra mañana</i> red RTP • Presentación de libros en el Banco Central de Bolivia (diciembre 2015) • Presentación de <i>La lengua de Adán</i> (Sorata) • Presentación de <i>El diario del Che</i> en Plaza San Francisco La Paz • Presentación de <i>Si me permiten hablar</i> en la ciudad de El Alto • Presentación de <i>Iconografía y mitos indígenas en el arte</i> MUSEF • Presentación <i>Historia de la rebelión de Túpac Catari</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Video documental que registra el proceso de producción de los instrumentos editoriales y jurídicos de la BBB* • Misión y visión de la Vicepresidencia • Discursos administrativo jurídico de creación del proyecto • Discurso de la Presentación impreso en el libro* • Presentación proyecto palacio de gobierno* • Programa proceso de edición producido por UNICOM del CIS transmitido por sus redes sociales institucionales* • <i>A puerta abierta</i> programa producido por la Vicepresidencia y transmitido por la red PAT a nivel nacional* • <i>Sin filtro</i> programa producido por la Vicepresidencia y transmitido por sus redes sociales institucionales* • <i>Oximoron</i> programa producido por la red Abya Yala (institución paraestatal) * • Manual de edición de la BBB • Documentos administrativos del proyecto disponibles en la página web del Sistema de Contrataciones Estatales (SICOES) • Línea gráfica editorial • Material de identidad

* También es un discurso institucional

La siguiente tabla muestra la unidad de análisis, el tipo de análisis y el número de ítems que contiene cada tipo de unidad discursiva.

Tabla 2
Distribución de las unidades de análisis

Unidades de análisis	Tipo de análisis	Items
Discurso de los productos (audiovisuales) de promoción	Análisis de contenido textual e icónico	<ul style="list-style-type: none"> • Discurso de identidad visual del proyecto • Presentación proyecto palacio de gobierno* • Video documental que registra el proceso de producción de los instrumentos editoriales y jurídicos de la BBB* • <i>A puerta abierta</i> programa producido por la Vicepresidencia y transmitido por la red PAT a nivel nacional* • <i>Sin filtro</i> programa producido por la Vicepresidencia y transmitido por sus redes sociales institucionales* • <i>Oximoron</i> programa producido por la red Abya Yala (institución paraestatal) *
Discurso verbo icónico en los productos editoriales (9 obras)	Análisis verbo - icónico Imagen de tapa colección Letras y Artes	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Antología de literatura infantil y juvenil</i> • <i>Juan de la Rosa</i> • <i>Obra reunida de Jorge Suárez</i> • <i>Obra reunida de Hilda Mundi</i> • <i>Antología del cuento boliviano</i>
Discurso institucional CIS (análisis de contenido)	Análisis de contenido textual bajo dos preguntas: ¿cómo define al proyecto?, ¿cuál es el objetivo del proyecto? y ¿qué calificativos le otorga?	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de los dos primeros libros • Presentación de libros en el Banco Central de Bolivia (diciembre 2015) • Presentación de <i>La lengua de Adán</i> (Sorata) • Presentación de <i>El diario del Che</i> en Plaza San Francisco La Paz • Presentación de <i>Si me permiten hablar</i> en la ciudad de El Alto • Presentación de <i>Iconografía y mitos indígenas en el arte</i> MUSEF • Presentación <i>Historia de la rebelión de Túpac Catari</i>

La muestra ha sido definida por la factibilidad de acceso a los items y de acuerdo con la relevancia que ha producido la publicación de cada una de las obras. No todas las obras han tenido una presentación, no en todas las presentaciones ha estado el máximo representante del proyecto (el vicepresidente) y algunas obras se han instrumentalizado políticamente mucho más que otras por la facilidad de asociación

con la ideología del gobierno, lo que le ha significado mayor despliegue de recursos técnicos y humanos.

En cuanto al proceso de análisis del discurso verbo-icónico se ha clasificado la unidad de análisis “Producto editorial” según las categorías que expone Prieto, estas categorías también se han utilizado para describir las estrategias discursivas utilizadas en los discursos de los productos de promoción y del discurso institucional.

Tabla 3
Categoría: Estrategias discursivas (verbo/icónicas)

Subcategoría: Estrategias de fondo	Subcategoría: Estrategias de superficie
Lo manifiesto y lo latente Predicaciones Referencialidad Tipificaciones Relaciones de armonía Relaciones de oposición Lo dicho y lo no dicho	Universalización Generalización Tópicos Personalización Despersonalización Redundancia Comparación Metáfora Sinécdoque Hipérbole Antítesis...

Fuente: Elaboración propia con base en Prieto, 1999.

Tabla 4
Categoría: Imagen

Categoría: Imagen		
Subcategoría: objeto	Subcategoría: soporte	Subcategoría: variante
Tema	Ambientales Animados Exhibición Presentación Implicación	Puntos Líneas Formas Colores
Ícono	Ambientales Animados Exhibición Presentación Implicación	Puntos Líneas Formas Colores Planos Ángulos Posición de cámara

Fuente: Elaboración propia con base en Prieto, 1999.

CAPÍTULO III

Análisis e interpretación de resultados

En el “marco histórico” de esta investigación se vio que el libro, dentro de los diversos proyectos editoriales latinoamericanos, es un vehículo de transmisión de saberes, cultura y memoria. Pero, como advierte Bourdieu, es también “un objeto de doble faz, económica y simbólica, es a la vez mercancía y significación” (1999: 242). Dentro del campo editorial, el libro sostiene la paradoja entre el amor por la literatura y la búsqueda de beneficio. El autor identifica que existe una correspondencia fuerte entre las características del editor y de su editorial. En este caso la figura del editor es estatal, es un editor colectivo. Sin embargo, se ha repetido en varias ocasiones que el proyecto editorial BBB se basa en una iniciativa personal del exvicepresidente, por lo que como explica Bourdieu, el tipo de editorial que se generó a través del proyecto BBB está condicionado por “el origen social relativamente elevado, dotado de una cultura literaria y investido intelectualmente” (Bourdieu, 1999:26) que encarna el exvicepresidente. Esta característica y otras se exponen a continuación a través del análisis de contenido del discurso inaugural oficial de presentación y ejecución del proyecto.

3.1 Análisis del discurso inaugural

El 18 de diciembre de 2014, en acto oficial en el palacio de gobierno y con la presencia de las dos principales autoridades del Estado Plurinacional de Bolivia y los 35 intelectuales del Comité Editorial, se presentó, aprobó y firmó la lista de los 200 títulos a publicarse por la Biblioteca del Bicentenario de Bolivia. En aquella oportunidad tanto el presidente como el vicepresidente emitieron un discurso que significó el inicio oficial del proyecto.

El discurso de Evo Morales tuvo una duración de seis minutos y fue el discurso de cierre del acto de presentación de la lista de los 200 títulos de la BBB. En su intervención, el expresidente hizo evidente su desconocimiento respecto al ámbito intelectual y editorial. Visibilizó que el proyecto BBB es una “iniciativa de Álvaro García”, resaltando su origen individual y no así un carácter estatal o corporativo. En

este punto es posible identificar la estrategia discursiva de “lo dicho y lo no dicho”; se dice que la iniciativa es de Álvaro García, pero lo que no se dice es que las reparticiones estatales llamadas a cumplir los mandatos de la CPE, la Ley del Libro, la Ley de Educación están siendo suplantadas por los deseos e iniciativas personales del exvicepresidente. Desde la voz de Morales el proyecto se reduce a “juntar textos para una selección” (Viceministerio de Comunicación, 2014, 1m38s).

“Con sinceridad yo no entiendo mucho de esto, no me gusta leer [...] pero me gusta guardar libros, eso aprendí en Europa, cada casa que visitaba tenía su biblioteca, ustedes saben que en Bolivia muy poco o nada se guardan los libros” (Viceministerio de Comunicación, 2014, 2m03s).

Estas líneas del discurso hacen explícita la noción de lectura y de biblioteca que tiene el expresidente: una visión que reduce la biblioteca a un simple repositorio ornamental y en cierto modo condiciona la lectura a la posibilidad o no de tener “libros guardados”. Desvincula el libro de la práctica de la lectura y lo reduce a puro capital cultural material.

A pesar de esos criterios, el discurso de Morales sí reconoció que la lectura es un instrumento de difusión de memoria y conocimiento. “Revisando el pasado, evaluar el presente para proyectar el futuro de nuestra querida Bolivia”, dijo al en su discurso (Viceministerio de Comunicación (a), 2014, 3m020s). Hacia el final de su intervención reconoció, también, la obligación que tiene el Estado de difundir la producción intelectual para que las “futuras generaciones conozcan” (Viceministerio de Comunicación, 2014, 5m18s). En este punto, el discurso del expresidente cae en la tipificación, porque estereotipa al libro como portador de conocimiento sin cuestionar si es que el acceso al libro supone su lectura.

El discurso principal del evento lo enunció el exvicepresidente, Álvaro García, y tuvo una duración de 30 minutos. El discurso emitido en esa oportunidad comenzó con los mismos argumentos que más tarde fueron utilizados, en la Presentación impresa en los libros de la BBB: el difícil acceso de los estudiantes universitarios a los libros, la mezquindad de algunos catedráticos para compartir libros y la mediocre formación universitaria por la imposibilidad de acceder a los libros y por tanto al conocimiento.

El exvicepresidente justificó la publicación de los libros de y sobre Bolivia, en su “inquietud personal, académica e intelectual, ¿cómo dar a los jóvenes de las universidades libros importantes sobre Bolivia?” (Viceministerio de Comunicación (b), 2014, 4m30s). El discurso recalcó que, más allá del bicentenario y posibles iniciativas previas, el núcleo del proyecto BBB es “dar a los jóvenes libros” (5m1s). Posteriormente, narró la conformación del Comité Editorial y los procesos a través de los cuales se definió la lista de los 200 títulos a ser impresos. Otro aspecto relevante es que el exvicepresidente resaltó en su discurso que “para que no lo critiquen” él no hizo ninguna propuesta y narró un par de anécdotas sobre su preferencia hacia los libros de ciencias sociales y su menosprecio hacia la literatura. Posteriormente dio lectura a la lista de los 200 títulos. Durante la lectura se detuvo en la *Obra reunida de Álvaro García*, a pesar de estar incluido su nombre y su obra en la lista de las 200 obras, volvió a insistir que esto no responde a ninguna presión personal. Es importante resaltar que, a pesar de que se reconoce que el proyecto es una inquietud personal, se insiste en la autonomía del Comité editorial.

Después de leer la lista completa justificó nuevamente el proyecto con la posibilidad de “brindar a los jóvenes, fundamentalmente, obras indispensables para conocer Bolivia” (Viceministerio de Comunicación (b), 2014, 23m04s). Llama la atención que, a pesar del afán democratizador del proyecto, el exvicepresidente haya subrayado que se ha decidido imprimir una “publicación de lujo y otra publicación popular” acción que va contracorriente con el objetivo declarado solo unos minutos antes. Una edición de lujo y otra popular denota que se quiere hacer una diferencia entre lectores y por tanto se aleja del objetivo de acceso barato a los libros y también del público meta “especialmente de universitarios y estudiantes de secundaria” esto marca la diferencia entre un lector de lujo y uno popular, entre el coleccionista, el intelectual y el pueblo. En este caso el exvicepresidente utilizó la primera persona plural, incluyéndose él como miembro del Comité, algo que solo minutos antes había negado como garantía de autonomía del proyecto.

Este discurso inaugural hace evidente la dualidad presente en el Gobierno: “como a García Linera le gusta definir retrospectivamente su actividad, [Evo Morales]lo proyectó como el complemento ideal del líder cocalero en su objetivo de atraer a las clases medias urbanas, temerosas del devenir del país en manos de un

indígena formado en la escuela del sindicalismo agrario” (Stefanoni, 2009: 21), el intelectual y el indígena; el sindicalista, representante del pueblo y el profesional de clase media. Dentro del proyecto editorial, esta dualidad se hace evidente. Las concepciones respecto al libro, la lectura y la política de promoción lectora son diferentes y opuestas.

Por un lado, Evo Morales reconoce que no le gusta leer. Para él el libro es un objeto de “colección”. Guarda los libros, lo que no significa que los lee. El uso del verbo guardar para referirse a una biblioteca revela el carácter ornamental del libro. En oposición el exvicepresidente dice “los libros son mi aire y mi alimento” (Aguirre, 2021). En ese mismo sentido, considera que su patrimonio más valioso es su biblioteca, con miles de libros. “Si algo acumula [el vicepresidente] son las ideas, el pensamiento, la lectura pero nunca van a poder encontrar otro tipo de acumulación” (Aguirre, 2021).

Un aspecto en el que ambas exautoridades coincidieron es en la importancia de acceder al conocimiento a través de la lectura. Al referirse a este tema utilizaron verbos como entender, comprender o conocer, y construcciones como “revisando el pasado, evaluar el presente y siempre permitirá eso proyectar el futuro de nuestra querida Bolivia” (Viceministerio de Comunicación (a), 2014, 3m54s). “conocer el pasado para actuar en el presente y proyectar el futuro” (Viceministerio de Comunicación (b), 2014, 26m09s).

Analizando los adjetivos usados en el anterior discurso, vale la pena resaltar palabras como fundamental o indispensable, adjetivos que apuntalan la importancia incuestionable de la lectura como práctica necesaria para el desarrollo integral. Esta acumulación de adjetivos muestra el uso de la hipérbole (estrategia de superficie) fundado en tipificaciones, estrategias que generan estereotipos fijando en los receptores la idea e imagen inmutable del valor intrínseco del libro y la lectura, al mismo tiempo que legitima y valoriza el accionar estatal y la importancia de la implementación del proyecto.

Estos procesos de legitimación son descritos por Escalante, quien resalta que todos los planes de fomento a la lectura, sin importar el país, se justifican en la importancia intrínseca de la lectura

eso que no se discute es básicamente el ideal ilustrado, el culto de la razón y el conocimiento. Incluso con los aditamentos democráticos que son de rigor. La lectura importa sobre todo como forma de conocimiento, porque el conocimiento nos hace mejores y nos quita el peso de supersticiones y prejuicios, la lectura nos hace libres (Escalante, 2007: 63).

Respecto a la implementación de políticas públicas y su relación con el discurso de presentación antes descrito se puede ver que el proyecto BBB desde las voces del expresidente y exvicepresidente está aislado. Desde la visión de estas autoridades el proyecto responde a una inquietud personal, no se hace referencia a la Ley 366, a la Ley 070 o a la Agenda 2025, el afán de protagonismo del exvicepresidente le quita al proyecto su carácter articulador.

Mariano Lafuente y otros (2012), anotan que el desafío de toda política pública es lograr un equilibrio entre esas influencias y el conocimiento técnico y construir una relación armónica entre los tres principales actores de este proceso (ciudadanos, administración pública y dirigencia política). En este caso el equilibrio es cuestionable porque la dirigencia política juega un doble papel: delinea la política pública y la ejecuta. El consenso sobre el valor del libro y la lectura genera una aparente armonía porque, al no cuestionarse nada, no se genera ninguna tensión. Ninguno de los actores involucrados cuestionará ese valor, pero esto no es gracias a la calidad o solidez de la formulación de la política pública o el trabajo técnico, sino gracias a la validez intrínseca de la lectura y su fomento.

Administrativamente, son los ministerios y sus dependencias los llamados a destinar acciones que implementen las políticas públicas. Estas acciones deben estar, además, alineadas con las metas generales del Gobierno. Idealmente, dentro de la definición de las políticas se debería pensar en una serie de acciones destinadas a proveer los instrumentos técnicos para su implementación. Como se vio en el marco legal de esta investigación, los avances son mínimos. El proyecto no ha logrado consolidar relaciones interinstitucionales relevantes que garanticen el logro de sus objetivos⁸. En la mayoría de los casos el proyecto se ha reducido a la mera

⁸ Por ejemplo: sí existe un convenio interinstitucional con el Ministerio de Educación para la inserción de los libros BBB en la currícula de educación regular, algo que en la práctica no se ha implementado. Sin embargo, sí hay avances a nivel regional, se ha insertado la *Antología de literatura infantil y juvenil* en la mochila escolar del municipio de La Paz en los años 2017 y 2018, logrando un alcance masivo de esta obra.

publicación y distribución. La teoría dice que los ministerios y las agencias independientes alinean sus acciones con las metas generales de gobierno (en este caso la Agenda 2025), pero, como se ve en la práctica, cada una de estas instancias cumplen sus propios objetivos de desempeño y adaptan las medidas de desarrollo organizativo a sus propias necesidades. En este caso, la Asamblea Legislativa Plurinacional no fue capaz de proveer el filtro técnico a la propuesta de fomento a la lectura.

Metodológicamente, se recuerda que este discurso se analiza dentro de dos unidades de análisis (ver tabla 1). Es un discurso de promoción del proyecto y la vez es un discurso institucional. Dentro del campo de promoción, las acciones comunicativas instrumentalizan el proyecto para legitimar por un lado la figura del vicepresidente como intelectual y limpiar la imagen del gobierno frente a los académicos. El discurso del vicepresidente apela al presidente, se dirige a Morales casi como un hijo justificando sus acciones: “en total son 200 títulos, más de 200 tomos que intentan brindar, presidente, al público a los jóvenes fundamentalmente, obras indispensables para conocer Bolivia” (Viceministerio de Comunicación (b), 2014: 23:15).

Dentro del discurso institucional es importante resaltar que en este evento se define categóricamente el objetivo del proyecto desde la voz de su impulsor “el objetivo de la BBB es brindar a los bolivianos y al mundo un resumen general de lo que hemos producido, no necesariamente lo más importante sino lo que consideramos hoy imprescindible para tener un conocimiento de la historia boliviana” (Viceministerio de Comunicación (b), 2014: 25:25).

3.2 Análisis del discurso institucional

El proyecto BBB despliega su discurso institucional en varios soportes institucionales, como los documentos jurídicos o administrativos, sin embargo, la relevancia del contenido de estos documentos es mínima porque es información que no se conoce al exterior de la institución. Por el contrario, existen discursos institucionales plasmados en soportes que tienen alcance externo, como las páginas webs institucionales. Además de este soporte en el caso de la BBB el discurso

institucional está plasmado en los productos editoriales, es la “Presentación”, texto impreso en todos los libros publicados por la BBB.

3.2.1 Discurso Vicepresidencia

Como se ha mostrado en el marco referencial de esta investigación, por su constitución administrativa el CIS no tiene una misión y visión. Por esta razón el análisis de estos elementos se trasladan a la misión y visión de la Vicepresidencia del Estado. La misión de la Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia es:

Trabajar con los Órganos del Estado Plurinacional, niveles autonómicos y sociedad civil generando espacios de diálogo plural y democrático, fomentando la investigación académica, articulando e impulsando políticas y normativas a través de la participación y vinculación de actores sociales.

La visión que dirige las acciones de la Vicepresidencia es la siguiente :

La Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia – Presidencia de la Asamblea Legislativa Plurinacional (VPEP – PALP), en articulación con los Órganos del Estado Plurinacional, niveles autonómicos y sociedad civil, es el referente de las instituciones públicas capaz de contribuir a la construcción transparente del Estado Democrático, Participativo, Representativo y Comunitario; generando espacios académicos de inclusión y participación de actores sociales sin discriminación de ningún tipo.

Constitucionalmente, la Vicepresidencia forma parte del Órgano Ejecutivo junto a la Presidencia y los diferentes ministerios (CPE: art. 165). Según el texto constitucional son atribuciones del vicepresidente:

1. Asumir la Presidencia del Estado, en los casos establecidos en la presente Constitución.
2. Coordinar las relaciones entre el Órgano Ejecutivo, la Asamblea Legislativa Plurinacional y los gobiernos autónomos.
3. Participar en las sesiones del Consejo de Ministros.
4. Coadyuvar con la Presidenta o el Presidente del Estado en la dirección de la política general del Gobierno.
5. Participar conjuntamente con la Presidenta o el Presidente del Estado en la formulación de la política exterior, así como desempeñar misiones diplomáticas.

A primera vista, la coherencia entre lo que manda la CPE y la visión y misión de la Vicepresidencia se reduce al rol articulador que desempeña la Vicepresidencia

entre el Órgano Ejecutivo, la Asamblea Legislativa Plurinacional y los gobiernos autónomos. Llama la atención que la misión que, como dice la teoría, debería expresar el objetivo (en presente) de la institución desborde sus atribuciones al exponer que fomenta la investigación académica. El aspecto del fomento a la investigación académica genera una relación artificial en cuanto a los mandatos constitucionales y las acciones que realiza la Vicepresidencia.

De igual modo, la visión declara objetivos orientados a largo plazo para la generación de espacios académicos. Son estos dos elementos de la misión y la visión los que sustentan y avalan la creación del CIS y también de la BBB. Sin embargo, esta base institucional carece de solides, porque no responde explícitamente a lo enunciado por la CPE.

3.2.2 Discurso CIS

El objetivo institucional del Centro de Investigaciones Sociales es “promover la reflexión crítica entre el Estado y la sociedad mediante la producción de conocimiento que contribuye a la construcción y fortalecimiento del Estado Plurinacional” (CIS, 2020). En este caso, llama la atención que la palabra *académica*, que dentro de la misión y la visión de la Vicepresidencia tiene mucha fuerza es reemplazada por conocimiento. Dentro de todas las unidades que componen la Vicepresidencia el CIS por su orientación es la Dirección llamada a cumplir con el fomento a la investigación académica, enunciado en la visión y la misión de la Vicepresidencia, sin embargo, su objetivo enuncia algo mucho más abstracto y amplio como la producción de conocimiento.

3.2.2 Discurso “Presentación” BBB

Por su lado el objetivo institucional de la BBB está plasmado en la “Presentación” (impresa en los libros) es un texto institucional por su título y porque es el primer cuerpo del libro después del índice, pero está afectado por la redacción en primera persona y la firma de la entonces autoridad.

La “Presentación” es el texto escrito por el exvicepresidente Álvaro García, impreso en todos los libros BBB publicados hasta el 2019. Este texto describe el origen del proyecto, la conformación del Comité Editorial, el proceso de elaboración de la lista y el objetivo del proyecto.

En los párrafos sobre el origen del proyecto, el exvicepresidente utiliza los mismos argumentos que ya había utilizado en la presentación de la lista en diciembre de 2014: el difícil acceso de los estudiantes universitarios a los libros, la mezquindad de algunos catedráticos para compartir textos y la mediocre formación universitaria por la imposibilidad de acceder a los libros y por tanto al conocimiento. A esto le agrega el problema de la formación educativa por el “relacionamiento conflictivo con los libros” y la falta de comprensión de lo que leen de los jóvenes estudiantes de secundaria y universidad.

En este texto, el exvicepresidente justifica la publicación de los libros de y sobre Bolivia en la posibilidad de superar los problemas arriba descritos a través del acceso de los jóvenes a publicaciones que contribuyan a su formación intelectual y académica.

Estructuralmente, el texto de presentación se divide en 21 párrafos: 5 párrafos de introducción, 13 párrafos de desarrollo y 3 párrafos de conclusión. A continuación, se expone los resultados del análisis de discurso realizado.

INTRODUCCIÓN

Estrategias de superficie

En los párrafos de la introducción se puede observar una tendencia clara al uso de universalizaciones en términos como “nivel secundario”, “universitario”, “el estudiante”, “conocimiento universal” o “ciudadanía en general”. Este tipo de estrategia discursiva no diferencia entre los miembros de cada grupo y genera estereotipos que buscan justificar la implementación del proyecto. El vicepresidente se apoya en su “experiencia”. La ausencia de datos cuantificables hace que recurra a estereotipos para legitimar el proyecto como una necesidad indiscutible.

Estrategias de fondo

El discurso manifiesto expone tres problemas identificados por el exvicepresidente en la formación educativa de jóvenes de secundaria y de

universidades. El primero es la “relación conflictiva con los libros”. A causa del débil hábito lector de los jóvenes estudiantes y la ausencia de disciplina para acercarse al conocimiento contenido en los libros. El segundo problema es la falta de comprensión de lo que se lee. Esto calificado por García Linera como un problema estructural de la educación regular en Bolivia. Y el tercer problema es el difícil acceso de los jóvenes a los libros; porque son caros o porque no están disponibles ni en librerías, ni en bibliotecas. Toda esta argumentación está basada en su experiencia como docente universitario; desde ese lugar muestra su preocupación por la formación insipiente de los jóvenes estudiantes. Esta parte del discurso resalta la figura de García en su faceta de intelectual. Lo que en el plano latente lo libera de sus responsabilidades como jefe de Estado. Este aspecto se refuerza cuando escribe “[e]stos son problemas estructurales [la baja comprensión lectora y la carencia de métodos de lectura comprensiva] que se arrastran desde la formación educativa escolar y que, por tanto, requieren de una transformación igualmente estructural de la formación educativa básica” (García, 2016: 10). Como se observa el expresidente utiliza el modo impersonal que lo aleja de ser el destinatario de este reclamo sobre la necesidad de transformación de la educación básica.

Se han identificado las siguientes estrategias en los párrafos de introducción:

– Predicaciones: el uso de adjetivos apunta a un discurso de adoctrinamiento desde una posición superior, donde la lectura es el elemento salvador.

– Relaciones de armonía y de oposición: se genera una relación de oposición entre el intelectual y los estudiantes que “tienen un relacionamiento conflictivo con los libros”. El intelectual identifica que la solución para la limitada formación es la “inculcación de hábitos duraderos de investigación y métodos de estudio”.

DESARROLLO

Estrategias de superficie

La siguiente parte del texto repite las estrategias utilizadas en la introducción. La universalización es un recurso común, por ejemplo, se escribe que “el conocimiento es un bien común universal” (p. 8), describe cuáles son las características de un “buen alumno”, habla de una “nueva generación de estudiantes” que se debería formar en parte gracias al proyecto BBB.

Otro recurso discursivo utilizado en el desarrollo de la “Presentación” es la generalización. A partir de un caso saca conclusiones de casos semejantes: “los textos de mayor referencia son edición extranjera” (8), “la autoridad académica se sustenta en el acceso a ciertos libros” (9), “[t]oda formación pasa por el tamiz de la lectura” (11). Esta estrategia le sirve al exvicepresidente para confrontar dos tipos de profesor: el mezquino y el desprendido, evidentemente él es del segundo grupo. El discurso opera sacando conclusiones a partir de algunos casos y generalizando a todos los casos semejantes.

En esta parte del discurso es evidente el uso de la comparación: compara los tipos de profesores y los tipos de alumnos; compara las ciencias sociales con las artes y la literatura; compara otros soportes de información con el libro. El discurso de la comparación se utiliza para demostrar que, gracias a su experiencia anterior como docente, el exvicepresidente es consciente de las necesidades de los estudiantes y estas necesidades justifican el proyecto.

Es importante destacar que a pesar de que los destinatarios del proyecto BBB son los jóvenes estudiantes de secundaria y de universidad el discurso de “Presentación” no los interpela a ellos.

Estrategias de fondo

En los párrafos del desarrollo se han identificado las siguientes estrategias de fondo:

– Lo manifiesto y lo latente: el discurso describe manifiestamente a profesores mezquinos y lo latente son los profesores preocupados o, en este caso, el Estado preocupado por dar a la juventud los insumos necesarios para la formación.

– Predicaciones: esta es quizá la característica más abundante en el desarrollo del discurso. El emisor expresa sus deseos, frustraciones y emociones en busca de convencer al receptor del mensaje sobre la legitimidad del proyecto: “con tristeza he podido atestiguar que la autoridad académica [...] se sustenta en la mezquindad o el monopolio del acceso a ciertos libros” (9).

– Lo dicho y lo no dicho: un gran ausente del discurso de presentación es la referencia a proyectos editoriales parecidos, tanto en el continente como en el país. Este no decir refuerza la “originalidad” de la propuesta del exvicepresidente.

CONCLUSIÓN

Estrategias de superficie

En los párrafos finales de la “Presentación”, una estrategia evidente es la redundancia. El emisor insiste en la repetición de los mecanismos de lectura e internalización de la misma: “[libros] leídos, debatidos, comentados, marcados, subrayados, anotados, procesados, utilizados...” (12). Estas palabras revelan procesos complejos de lectura, análisis e interpretación, procesos a los que el exvicepresidente hace referencia a través de la necesidad de una transformación estructural de la educación básica. Sin embargo, no hace mayor referencia a cuáles serían estos cambios o cómo serían implementados.

Estrategias de fondo

La estrategia discursiva identificada es la de "lo dicho y lo no dicho". El objetivo del proyecto BBB, en la conclusión, ya no se limita a la lectura sino que se proyectan capacidades de análisis e investigación, hace suponer que el simple acceso despertará en los lectores esta “capacidad intelectual” de la que habla el exvicepresidente.

En última instancia el discurso de presentación sirve para legitimar un proyecto personal, proyecto asentado en la experiencia académica e intelectual del exvicepresidente y en una supuesta preocupación estatal. Se dice supuesta porque, por ejemplo, no se hace referencia a mandatos estatales en los que se podría justificar el proyecto en una base jurídica, como la Agenda Patriótica o la Ley del libro. El proyecto le sirve también al exvicepresidente para reforzar su imagen de intelectual a través de la instrumentalización de la lectura. Otro elemento para destacar es la noción del fomento a la lectura solo anclado en el acceso al libro sin que haya otras propuestas específicas de incentivo a la lectura.

Dentro de los ámbitos del discurso de los que habla Prieto (1999), el discurso enunciado por el proyecto BBB puede ser caracterizado como un discurso educativo porque la razón de ser de la BBB es el impacto en el campo educativo. Prieto advierte que ningún Gobierno expondrá abiertamente sus intenciones de control y sumisión a través de una educación que apague los intereses críticos, como sería en este caso la instrumentalización de la lectura. Al mismo tiempo, el discurso emitido por la BBB se enmarca dentro del ámbito del discurso de ciencia y tecnología. Este discurso se

presenta a sí mismo como orientado al conocimiento de la realidad y la transformación de la misma para beneficio de la humanidad. Estas expresiones son una constante en los programas de divulgación científica. La forma de divulgación que se dirige a los sectores sociales “atrasados” que “necesitan” de la ciencia y la tecnología para mejorar su situación (p. 29).

Desde un enfoque deductivo se puede ver que las relaciones entre la Vicepresidencia, el CIS y la BBB denotan desorden y desarticulación. La Vicepresidencia es una institución política-estatal, no académica que pretende fomentar y generar espacios académicos. El CIS se define por su orientación hacia la producción de conocimiento y la BBB tiene una orientación cultural editorial. La producción de conocimiento es colateral en la BBB, lo esencial para el proyecto es el rescate de las obras por su valor histórico. El estudio introductorio impreso en los libros BBB busca poner en vigencia y actualizar las temáticas de los libros que son impresos.

3.2.4 Manual de edición

Este documento es el instrumento técnico para la gestión editorial de los libros BBB. En él está descrito el proceso a través del cual se realiza la edición, corrección, diagramación, diseño de tapas e impresión de los libros. En este documento no hay mucho que analizar debido a que es una herramienta técnica de uso interno. Vale la pena mencionar que en la introducción se anuncia que se describirá también el proceso de difusión, pero no contiene ningún apartado que se ocupe de ese tema. Esto es otra muestra de incoherencia discursiva.

3.2.5 Descripción de los elementos de identidad

Los elementos de identidad del proyecto BBB se han modificado en función de los momentos de promoción identificados en el anterior apartado:

- Lanzamiento del proyecto y elaboración de la lista
- Definición de la línea editorial
- Impresión y presentación de libros

3.2.6 Elementos de identidad en el lanzamiento

Se recuerda que el lanzamiento del proyecto tuvo lugar en la Feria Internacional del Libro (FIL) de La Paz de 2014. En ese momento el objetivo era conformar la lista de las 200 obras. Para realizar esta convocatoria se utilizó la marca “los 200: Biblioteca del Bicentenario de Bolivia”.

Imagen 1

Diseño de lanzamiento del proyecto BBB



Fuente: www.bbb.gob.bo

Este logotipo muestra los colores patrióticos. Cada color es un libro apilado como en una biblioteca, cada uno con un número en su lomo. En la parte textual se destaca la palabra biblioteca por su tamaño respecto a Bicentenario y Bolivia. Los conectores de este texto se separan de los sustantivos con unas barras. Esta marca fue la que se utilizó para la invitación a la conformación de la lista y el concurso de portadas, ambos eventos previos al desarrollo de la línea gráfica editorial. En este logotipo ya se perfila lo que más adelante será la división de las colecciones por colores y temáticas. Un elemento que resalta es que la importancia gráfica está en la biblioteca. Esto puede interpretarse como que el Bicentenario de Bolivia es solo un pretexto cívico, el valor del proyecto es la impresión de la biblioteca.

El segundo momento de ejecución del proyecto, la definición de la línea gráfica editorial estuvo conformado por los siguientes elementos de identidad:

Imagen 2

Diseño para la convocatoria al concurso de portadas BBB



Fuente: www.bbb.gob.bo

Dentro de los antecedentes del diseño de la línea editorial de la BBB está el “Concurso de portadas”, convocado por el CIS el 12 de marzo de 2015. Esta convocatoria ofrecía 15.000 bolivianos de premio. Para su difusión se elaboró el diseño del anuncio de la imagen 2. En este diseño llama la atención la inclusión de la mujer de pollera (la chola) como cuerpo que soporta el libro sin portada, junto a un hombre en las mismas condiciones. En este caso el texto y la imagen construyen una metáfora que refuerza la idea de la portada de un libro como su rostro, en este caso un rostro vacío esperando ser llenado con la propuesta de portada ganadora. La utilización del color naranja es coherente con la convocatoria porque el naranja significa creatividad. Un concurso de diseño necesita esta cualidad.

El 18 de mayo, dos meses después del lanzamiento del concurso de portadas, se anunció y premió al ganador. Según las declaraciones de los organizadores, el concurso “fue concebido con dos propósitos principales: promocionar y difundir masivamente el proyecto y hacer partícipes del mismo a los diseñadores del país, motivarlos a pensar nuestra colección” (BBB, 2015). Sin embargo, los organizadores advirtieron que el diseño ganador “aporta mas no define” la línea gráfica editorial de

la BBB. En la siguiente imagen se muestra la línea gráfica editorial del diseño ganador.

Imagen 3

Diseño ganador del concurso de portadas



Fuente: <http://www.oxygeno.bo/cultura/8622>

La imagen 4 muestra la propuesta de cuatro portadas de libro. Son cuatro colores distintos, cada color corresponde a una colección: azul para Letras y Artes, amarillo para Historias y Geografías, rojo para Sociedades y verde para Diccionarios y Compendios. Destaca la presencia de símbolos indígenas en el diseño, se mantiene el logotipo “Los 200” y se combinan marcos geométricos diferentes para la imagen de cada colección. Como se advirtió en la convocatoria, estas portadas no definieron la línea gráfica editorial, pues su parecido con la línea editorial con la que se imprimen los libros BBB es prácticamente nulo.

En este punto se puede resaltar contradicciones entre el discurso de convocatoria (“Es importante mencionar que el proyecto ganador aporta, mas no define, la línea gráfica/editorial de la BBB”) y el discurso de la nota de prensa de

anuncio del ganador (“Además del premio pecuniario, el joven diseñador alteño que se presentó al certamen con el pseudónimo de “Santosiete” y se impuso entre 64 participantes, verá su propuesta de portada, empleada como base para la línea gráfica general de la BBB”). La contradicción entre “aporta más no define” y “propuesta empleada como base” es evidente y refleja una deficiente comunicación institucional interna, ya que los responsables de la convocatoria no comparten discurso con los responsables de la UNICOM, unidad encargada de crear y difundir los contenidos institucionales. Tratando de encontrar matices a esta contradicción se puede decir que sí se utilizaron los colores base de diferenciación de cada colección, aunque los cuatro colores se asignaron a colecciones distintas que las propuestas por el ganador del concurso.

3.2.7 Elementos de identidad diseño final de línea gráfica editorial BBB

La marca —representación gráfica— del proyecto BBB fue el resultado del trabajo de un equipo de diseño gráfico liderado por Sergio Vega; los resultados se muestran en las imágenes 4, 5 y 6. Lo que comúnmente se conoce como logotipo, en el caso de la BBB está compuesto por dos elementos: el isotipo BBB y el texto que acompaña al símbolo “Biblioteca del Bicentenario de Bolivia”.

La versión final de la marca del proyecto mantiene el texto Biblioteca del Bicentenario de Bolivia, destacando, como en el caso anterior, la palabra biblioteca. El isotipo está formado por tres letras B apiladas, que simulan unos libros ordenados en una biblioteca. Este logotipo tiene dos variantes, como se ve en la imagen 4.

Imagen 4

Isotipo BBB y variantes



BIBLIOTECA
DEL BICENTENARIO
DE BOLIVIA

Variante 1

Variante 2



Fuente: www.bbb.gob.bo

En la variante 1 se pueden ver cuatro cuadros de colores con una letra B calada al centro de cada cuadro que representa a una de las colecciones: verde a Sociedades, amarillo a Letras y Artes, cian a Diccionarios y rojo a Historias y Geografías. La composición de estos cuadros simula que son dos libros abiertos.

En la variante 2 se observan líneas divergentes en los colores de las colecciones; estas líneas salen del logotipo y a medida que se alejan se ensanchan. Estas variantes se utilizan en los materiales de promoción impreso como trípticos, calendarios y marcadores de libros. Las variantes no se utilizan en los libros.

Aplicando las herramientas descritas por Álvaro Hurtado, para analizar el logotipo de la BBB se puede decir que la combinación de líneas rectas y curvas en el

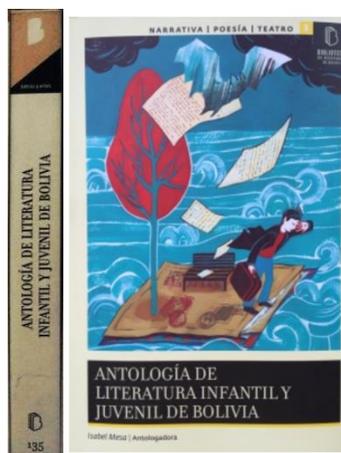
isotipo revela un espíritu elevado. Sin embargo, el isotipo visualmente desciende; se observa un avance, pero descendente. Las líneas curvas de la letra B generan la sensación de un movimiento rítmico (Hurtado, 2000:60-61). El isotipo icónicamente hablando revela un carácter elevado e intelectual.

3.2.8 Diseño impreso de línea gráfica editorial BBB

Para el análisis de los productos editoriales se han tomado dos criterios: el textual y el icónico. Dentro del textual se ha hecho un análisis discursivo de la “Presentación” del texto. En el ámbito icónico, el análisis se concentrará en la imagen de portada.

El 10 de septiembre de 2015, la Coordinación General de la BBB y el Consejo Editorial aprobaron la línea gráfica editorial del proyecto. En noviembre de 2015 se presentaron al público las dos primeras obras de la BBB editadas e impresas: *Antología de documentos fundamentales de la historia de Bolivia*, de la colección Historias y Geografías, y *Antología de literatura infantil y juvenil de Bolivia*, de la colección Letras y Artes.

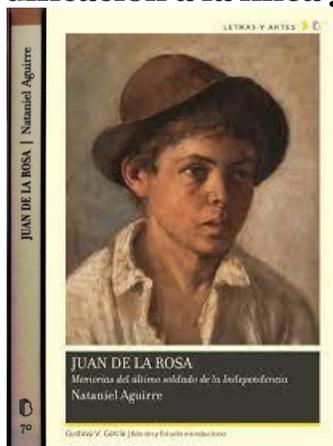
Imagen 5
Portada y lomo del primer libro publicado
colección Letras y Artes



Fuente: Archivo personal, 2020

La segunda obra publicada dentro de la colección Letras y Artes fue *Juan de la Rosa*. En esta publicación se puede observar un par de modificaciones respecto de la primera obra:

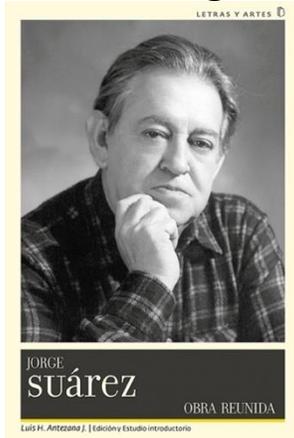
Imagen 6 **Primera modificación a la línea gráfica**



Fuente: Archivo personal, 2020

Se quitó el isotipo BBB de la esquina superior derecha de la portada, se cambió la descripción de los textos contenidos en el libro de la cornisa por el nombre de la colección y en el lomo se cambió la letra B y el nombre de la colección por una franja amarilla. Las características de esta portada se mantendrán hasta el año 2017, cuando se publica la tercera obra de la colección, *Obra reunida de Jorge Suárez*. En la portada de esta obra se puede observar una leve y última variación en la portada:

Imagen 7 **Segunda modificación a la línea gráfica, versión definitiva**



Fuente: Archivo personal, 2020

La imagen 7 muestra la versión definitiva del diseño de la línea gráfica editorial de la BBB. En este se quitó la B amarilla de la esquina superior derecha al lado de la cornisa Letras y Artes de la portada. Se mantuvo el diseño del lomo, con el título de la obra, el nombre del autor, la franja amarilla (color de la colección), el isotipo BBB en la esquina inferior y el número de la obra en la lista de las 200 obras.

La propuesta de la línea gráfica general de la BBB, según el equipo de diseño, “privilegia su cualidad atemporal y de colección con énfasis en la óptima legibilidad” (Centro Cultural de España en La Paz, 2018). El diseño general de la línea gráfica editorial muestra un diseño sobrio y elegante. Sin embargo, como lo advierte Joelle Bahloul en *Lecturas precarias. Estudio sociológico sobre los “poco lectores”* (2002) algunos diseños editoriales, en su búsqueda por privilegiar la legibilidad utilizan en su maquetación mayor tamaño de fuente y de márgenes. En el caso de la BBB, esto ha significado la impresión de obras con más de 900 páginas, cosa que no invita a la lectura (Bahloul 2002).

Con base en las características descritas en la imagen 8, la descripción técnica del producto editorial final es:

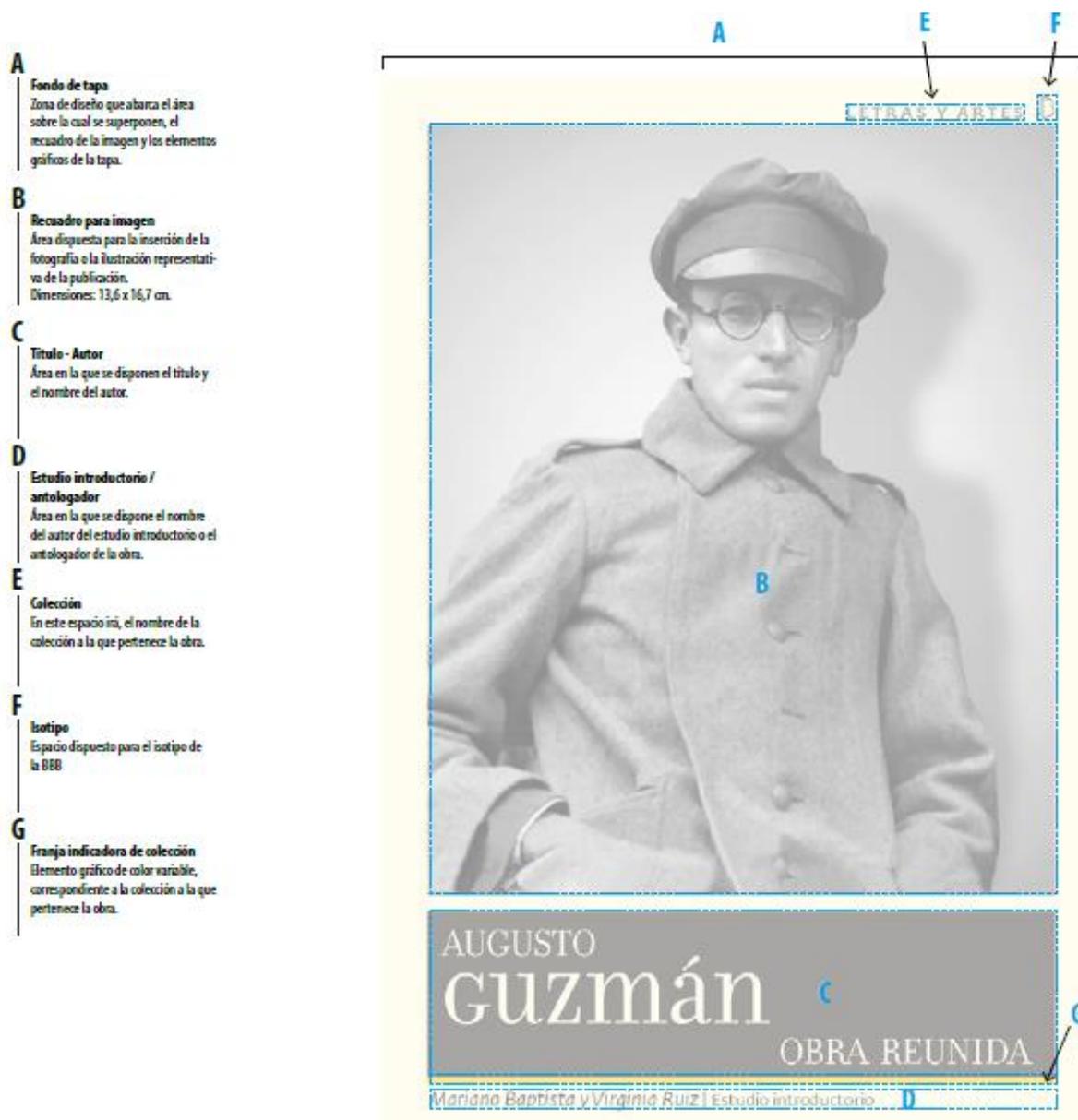
Tabla 5
Especificaciones técnicas libro BBB

Formato cerrado	15 x 23 cm (base x altura)
Impresión de interiores	Impresas en papel ahuesado de 70 gr
Páginas de respeto	4 páginas impresas en papel bond de 90 gr fondeadas (anverso y reverso) a un color.
Tapas	Cuché brillo de 350 g, formato 15 x 23 cm (cerrado) con solapas de 11 cm a cada lado, impresión a full color
Acabado tapas	Plastificado mate (anverso), con líneas de agua, trama BBB
Acabado libro	Compaginado en cuadernillos, cosido con hilo y emblocado

Fuente: Manual de edición Biblioteca del Bicentenario de Bolivia, 2020

Imagen 8

Diseño final portada BBB



Fuente: Manual de edición Biblioteca del Bicentenario de Bolivia, 2020

Imagen 9

Diseño final portada, contratapa y solapas BBB



Biblioteca del Bicentenario de Bolivia

En el marco de la celebración de los 200 años de la Independencia de Bolivia, la Vicepresidencia del Estado Plurinacional, a través de su Centro de Investigaciones Sociales (CIS), promueve la creación de la Biblioteca del Bicentenario de Bolivia para ser el propósito de seleccionar, editar, publicar y difundir 200 obras representativas del pensamiento de nuestro país.

El presente editorial de la serie está integrado por cuatro colecciones –históricas y geográficas, literarias y artes, Sociales y Políticas y contemporáneas– que hacen del libro por ejemplares de diversas disciplinas a partir de criterios históricos, geográficos, étnicos, culturales y lingüísticos, entre otros, con la finalidad de conformar un corpus de obras representativas de y para la historia de Bolivia.

La labor fundamental de la serie es promover la lectura, el conocimiento, el estudio y la investigación de lo boliviano –tal como fundaron el sistema educativo y la reflexión sobre la identidad plural de Bolivia– disciplinados, principalmente, a estudiantes de nivel secundario, universitarios, profesores, docentes e investigadores, mediante la distribución masiva de los títulos publicados.





LETRAS Y ARTES 

OBRA REUNIDA | Augusto Guzmán



AUGUSTO
Guzmán

OBRA REUNIDA

Marlene Baylito y Virginia Ruiz | estudio introductorio



Augusto Guzmán Martínez

Nació en Titaca, Cochabamba, en 1903. Abogado, profesor, activista, historiador, diplomático, político, periodista, escritor y crítico; pasó la mayoría de sus años de juventud en Cochabamba y Oruro, escribió en la prosa y la poesía, donde dirigió la Biblioteca Universitaria y fundó la Facultad de Arquitectura. Fue secretario de la Dirección de Educación Indígena, diputado, director del Departamento de Cooperación Intelectual del Ministerio de Relaciones Exteriores y escarabajo de negocios en el extranjero; entre el año menos de cinco años después de haber sido, por 18 meses, uno de los 24 en el primer campo de guerra bolivianos en España.

Fue redactor de periódicos y revistas como El Comercio, El Estrella, El Tercer, El Hombre Libre, La Patria, el diario de suplemento literario de El Nuevo y fue director de El Imparcial, El País y Crítica.

El Museo de Escritores de la Casa de la Cultura de Cochabamba lleva su nombre desde 1967 y tres de sus obras (Repente, Tuyo Güero, Resurrección) la novela boliviana recibieron en 1949, 1970 y 1970 respectivamente, premios nacionales. Guzmán recibió el Comendado de la Orden en 1965. En sus más de 50 años de escritor publicó obras de 41 libros en Bolivia, biografías, historias y crítica. Murió el 24 de diciembre de 1974.

Fuente: Archivo personal, 2020

3.3 Análisis del discurso promocional

En la tabla consignada en los anexos se ve que uno de los objetos de análisis del discurso institucional de la BBB es el conjunto de calificaciones que le dan al proyecto los diversos funcionarios encargados de su ejecución. Si se hace un análisis cronológico de estos calificativos, se debería comenzar por cómo se originó el proyecto. Una de las explicaciones más recurrentes es la que atribuye el origen del proyecto a la “iniciativa del exvicepresidente”. En el anterior apartado se vio que el exvicepresidente asienta el origen de la BBB en su inquietud personal de poner al alcance de los jóvenes estudiantes los libros necesarios para entender Bolivia. Esta idea la refuerza Evo Morales al felicitar la iniciativa de García Linera.

En adelante (como muestra la tabla en Anexos) en todos los eventos de presentación de libros y en las entrevistas para medios escritos y audiovisuales los diferentes dependientes del CIS que son entrevistados otorgan la paternidad del proyecto a la iniciativa personal del exvicepresidente. Estos calificativos originan que se desvincule el proyecto de la política pública de fomento a la lectura, de la Agenda 2025 y de las leyes 366 y 070. El proyecto se reduce a ser un encargo de García Linera.

Todos los funcionarios dependientes de la Vicepresidencia, entrevistados, hablan en el mejor de los casos de un proyecto estatal y en la mayoría de los casos como iniciativa del vicepresidente. Este hecho es relevante comunicacionalmente porque al intentar resaltar al vicepresidente de cierto modo se aísla al proyecto, se muestra a la Vicepresidencia y al CIS como entes independientes sin relaciones interinstitucionales y se le otorga cierta aura de autosuficiencia. Esto no es coherente con la tendencia de García Linera de mostrarse como peón del “proceso de cambio”.

Dentro del marco del reconocimiento de la paternidad del proyecto es importante destacar dos acciones discursivas que se alejan de la tendencia anteriormente mencionada. La primera es la sutil mención que hace García Linera al proyecto concebido por Plural Editores⁹.

⁹ José Antonio Quiroga, director de Plural Editores y miembro del Comité Editorial, en una entrevista menciona que: “El proyecto de la Biblioteca del Bicentenario lo concibió Plural Editores en 2004. Nos propusimos publicar una colección de obras cuidadosamente seleccionadas y editadas que recogieran lo mejor del pensamiento y de la creación literaria de Bolivia. Como no teníamos

La publicación de libros sobre Bolivia surgió a partir de esta inquietud académica intelectual, ¿cómo dar a los jóvenes de las universidades, en primer lugar, y de los colegios libros? Libros importantes sobre Bolivia, ya el nombre del bicentenario tenía otro origen, hubo gente que propuso hace cinco, diez años... no voy a entrar a ese debate” (Viceministerio de Comunicación, 2014b, 4m50s).

La segunda acción discursiva también la emite García Linera, quien le otorga reconocimiento al expresidente Evo Morales y habla en primera persona del plural, incluyendo a Morales también como gestor de esta iniciativa. Este afán de reconocimiento a Morales solo se expresa en la voz de García, quizá por la tendencia que ha tenido el exvicepresidente de exaltar la figura de Morales y mostrarse él como un colaborador leal.

A contracorriente de los dependientes de la VPEP, el expresidente Carlos Mesa, en la presentación del libro *Iconografía y mitos indígenas en el arte*, escrito por su madre Teresa Gisbert, dice que el proyecto BBB “es un ejemplo de una iniciativa colectiva expresada en la Vicepresidencia del Estado”. No es extraño que Mesa –opositor al gobierno– no le otorgue el reconocimiento al vicepresidente, sin embargo, sí es curioso que le dé crédito a los funcionarios de la Vicepresidencia y al equipo editorial del CIS. Mesa reconoce el esfuerzo institucional, lo despoja del individualismo en un afán crítico con el Gobierno, pero sin desmerecer el esfuerzo estatal.

Otro elemento que contribuye a reforzar el aislamiento del proyecto es los adjetivos recurrentes que califican al proyecto como el “más grande”, “más importante”, “más ambicioso” de la historia de Bolivia. Esta serie de adjetivos muestran al Estado como un ente diferente a todos los anteriores, encumbrando más aún la iniciativa vicepresidencial. Estos adjetivos hacen que se niegue la existencia de experiencias parecidas en el continente e incluso en gobiernos anteriores. Esta tendencia le quita al proyecto su calidad de política de Estado.

Garantizar la continuidad de una política pública pasa por hacerla una política de Estado. No importa quién sea el gobernante, lo importante es lograr que el Estado

financiamiento, avanzamos por nuestra cuenta y publicamos unos 30 volúmenes de esa colección, a la que rebautizamos como “Biblioteca de la Emancipación” (Opinión, 2014).

asuma su compromiso con la política, evidentemente esto es mucho más difícil de lograr si un proyecto estatal tiene una carga personal tan evidente y recargada.

3.4 Discursos polifónicos de promoción del proyecto BBB

El proyecto editorial ha sido promocionado en tres momentos claramente identificables:

- Momento de lanzamiento y elaboración de la lista (convocatoria a nominar libros)
- Definición de las etapas del proceso editorial (concurso de portadas)
- Eventos de presentación de los libros impresos

Estos tres momentos han generado una polifonía de voces y diversos discursos. Dentro del campo comunicacional, particularmente desde el campo de la gestión de la comunicación institucional, se ha identificado que el proyecto BBB no cuenta con voceros oficiales, con una línea discursiva homogénea, ni con un manual de vocería.

Las intervenciones de personalidades políticas, miembros del Comité y funcionarios del CIS han generado discursos diferenciados en los que el objetivo del proyecto ha sido definido de maneras tan heterogéneas que, en muchos casos, han llegado a contradecirse.

Estas intervenciones se han expresado en diversos espacios comunicacionales: programas de televisión, notas de prensa, periódicos, programas de difusión en el canal de YouTube institucional, presentaciones de libros, contenido para las redes sociales del CIS y de la BBB y revistas, por mencionar algunos. En los discursos producidos en estos escenarios se han identificado dos dimensiones recurrentes que han servido para hacer el análisis de contenido. Estas dimensiones responden a las siguientes preguntas: ¿cómo define y califica al proyecto? y ¿cuál es el objetivo del proyecto? A través de estas respuestas se puede ver que no existe una línea discursiva homogénea. A continuación, se verá cómo, de acuerdo con el lugar de enunciación, incluso un mismo emisor puede contradecirse. A través del análisis

de los adjetivos que se utilizan es posible rastrear ciertas concepciones de lectura, de libro, de difusión, etc.

La tabla en anexos muestra que las voces que se expresaron sobre el proyecto son variadas. Los discursos institucionales se emitieron en varios espacios y a través de personal de nivel ejecutivo, administrativo y también técnico. Considerando los documentos que componen las unidades de análisis de esta investigación, se ha identificado que esta pluralidad de voces se debe a dos razones fundamentales: la primera es que a lo largo de la ejecución del proyecto se han realizado varios cambios estructurales en el organigrama y la segunda es que ha habido cambios constantes en el personal administrativo y técnico. Para poner un ejemplo, se ha cambiado de director del CIS cuatro veces entre el 2013 y el 2018.

Se hace evidente la ausencia de una línea discursiva comunicacional institucional cuando se ven contradicciones entre las declaraciones de un emisor con las de otro. Se expone el siguiente caso: Víctor Orduna, editor general de la BBB, durante una entrevista para el programa *A puerta Abierta* afirma que “no podemos decir que sean los mejores [libros] del pensamiento boliviano, pero sí los más significativos” (PAT, 2016: 01m18s); solo unos minutos después la voz en *off* del spot para *mapping*, compilado en el mismo programa, dice que “la BBB te invita a vivir la asombrosa aventura de la lectura a partir de los mejores textos de nuestra historia” (PAT, 2016: 04m07s). La contradicción es más que obvia. Para el editor general no son las mejores obras, pero para el equipo que elaboró el spot institucional sí lo son. En el mismo sentido, Ximena Soruco, miembro del Comité Editorial y exdirectora del CIS dice en una entrevista publicada días antes que la de Orduna: “La BBB es una lista que les indique a los jóvenes cuáles son las mejores obras del pensamiento nacional” (VPEP, 2016: 0m56s). Como se puede ver, existen contradicciones.

Sucede algo similar entre las declaraciones de Marco Montellano, coordinador del proyecto BBB, y el responsable de producción. Montellano afirma que la intención del proyecto no es establecer un canon. El funcionario reconoce que el libro es un producto académico, de origen estatal y destinado a un público masivo, pero advierte que es una sugerencia de lectura oficial desde el Estado que responde a un momento político, jurídico y administrativo del país. Sentencia que el proyecto BBB es la respuesta a un mandato estatal fundamentado en la ley de educación y la

ley del libro. Montellano insiste en que lo más importante no es el producto, en este caso el libro, sino definir qué se va a hacer con ese producto (ATB, 2014 (c) 10m20s). En oposición, Andrés Claros, responsable de producción BBB, dice que “la BBB nace a partir de establecer un canon documental sobre el pensamiento boliviano” (PAT, 2016: 02m01s).

3.5 Los lugares de enunciación

Se ha considerado relevante identificar los lugares de enunciación de los discursos porque dentro de las acciones del proyecto BBB la democratización del conocimiento es uno de los pilares de su ejecución. Esta democratización se manifiesta en los precios accesibles, en la distribución gratuita a instituciones u organizaciones sociales que así lo soliciten y en el interés por acercar los libros al pueblo, a las calles a través de eventos promocionales.

La primera presentación se celebró en el auditorio del Banco Central de Bolivia (BCB), a pesar de que Ximena Soruco se había manifestado en contra de ese mismo espacio. “Hemos decidido hacer las presentaciones en las plazas de las ciudades capitales, pero también intermedias entonces esto lleva los libros a toda la población alguien que quizá no accedería a una presentación en el BCB o en alguna de estas instituciones, puede en la plaza comprar estos libros, esperamos llegar una vez al año”(BBB, 2016: 04m07s).

El espacio físico de las presentaciones también genera una imagen incoherente. Esto se evidencia en la presentación de la obra *Iconografía y mitos indígenas en el arte*. Este evento convocó a la elite intelectual de la ciudad de La Paz al Museo Nacional de Arte. Este espacio que tradicionalmente ha estado reservado para las élites culturales. Es destacable mencionar que ese evento contó con la presencia de autoridades municipales, cuerpo diplomático e intelectuales como la familia Mesa Gisbert. En las imágenes se puede ver que era un evento excluyente. Los asistentes eran personajes reconocidos del mundo intelectual, catedráticos de la Carrera de Literatura, ministros de Estado, el alcalde de La Paz o el embajador de Francia y ocupaban el reducido espacio elegido para la presentación. En este mismo evento se elogia y califica al libro presentado como una obra de arte, generando así

otra incoherencia con la anunciada búsqueda de desmitificación del libro como objeto reservado para unos cuantos. El lugar, museo, los asistentes, élite cultural e intelectual, y la obra de arte, el libro, contradicen en varios niveles a los objetivos de creación del proyecto BBB. Este evento de presentación describe las acciones tradicionales del ecosistema del libro como objeto destinado a unos cuantos privilegiados.

Sin embargo, sí se puede ver que el objetivo enunciado por los gestores del proyecto de “acercar el libro al pueblo” se refleja en los eventos de presentación de libros como *Si me permiten hablar*, *El diario del Che en Bolivia (2.a edición)*, *Historia de la rebelión de Túpac Catari*, *La lengua de Adán* y *Nacionalismo y coloniaje*. En la mayoría de estos eventos estuvo presente el exvicepresidente.

Es importante mencionar que estos espacios “populares”, especialmente en los que participó el exvicepresidente, sirvieron de pretexto para emitir discursos con una alta carga política y partidaria. Por ejemplo, en la presentación de *Si me permiten hablar*, realizada en el Archivo de la Corporación Minera de Bolivia (COMIBOL), García emitió declaraciones dentro de una coyuntura política conflictiva, después de los resultados del referéndum de 2016. Refiriéndose a los opositores dice “son gente que no conoció lo que otros hicieron para que hoy ellos respiren libertad [...]” (58m30s). En la misma línea arenga: “es la historia que tenemos que seguirla reivindicando porque la historia del futuro no puede ser el regreso de las pequeñas élites, tiene que seguir siendo la historia de la gente humilde, de la gente trabajadora como Domitila”. (BBB, 2018). “El libro de Domitila es un ejemplo de lo que es luchar por la democracia, hoy salen a llenarse la boca personajes nefastos, hoy hablan de dictadura” (VPEP, 2018: 02m20s).

Otro ejemplo de este tipo de tratamiento es la presentación de la obra *La lengua de Adán*. Este evento se realizó en el municipio de Sorata el año 2018. “El punto de partida de cualquier identidad, personal o colectiva es quererse a sí mismo y lo que hace Villamil de Rada es eso, quererse como pueblo en tiempos en que los bolivianos se sentían menos que otros, en que veían a los indígenas como subhumanos, que no tenían alma, que no tenían cerebro o como acababan de decir un diputado de Doria Medina: que los indígenas son inútiles y que son corruptos” (CIS, 2016: 59m15s). García Linera instrumentaliza el contenido del texto para confrontar

a la oposición en el momento en el que su líder, Samuel Doria Medina, enfrentaba un juicio de responsabilidades.

La presentación del libro *Historia de la rebelión de Túpac Catari* se realizó en la Plaza Murillo. Con un gran despliegue audiovisual y teatral, se escenificó la lucha entre los ejércitos liderados por Túpac Catari y Bartolina Sisa contra el ejército español. En esa oportunidad el discurso del entonces vicepresidente hizo un paralelismo entre Bartolina Sisa, Túpac Catari y Evo Morales, insinuando que la lucha de los revolucionarios de siglos atrás, inconclusa, hoy se consolidaba con un indio en el poder. “La muerte de Túpac Catari en 1781 y la de Bartolina Sisa un año después dejó una historia inconclusa los indios en el poder [...] esa historia hoy se reconstruye con los indios gobernando para toda Bolivia” (PXM Bolivia, 2017: 03mo6s) . Estos últimos libros, que tienen un contenido más político y en línea con los valores del gobierno, son los más proclives a presentarse en contextos de movilización popular.

En última instancia, se puede ver que la temática del libro presentado condiciona el desarrollo del evento, el lugar y el discurso emitido. La carga proselitista de los eventos más politizados se contradice con la misión de acercar los libros a todos los ciudadanos, pues al convertirse las presentaciones en actos de movilización el contenido de los libros queda en segundo plano. Además, la parte de la sociedad que se opone a las ideas del gobierno, pero podría interesarse en las obras queda excluida de la promoción y no se proyecta como público destinatario de esta.

3.6. Análisis icónico de las portadas de la colección Letras y Artes

Imagen 10 Portada *Antología de literatura infantil y juvenil de Bolivia*

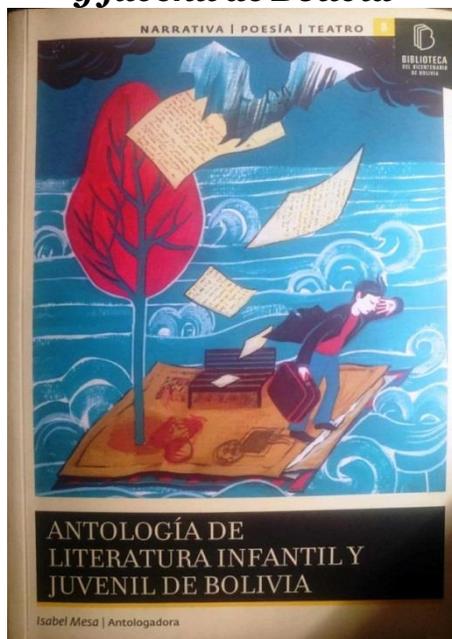


Ilustración a témpera de Paola Guardia

La imagen de portada de la *Antología de literatura infantil y juvenil de Bolivia* es una ilustración de Paola Guardia realizada para la novela *El vuelo del murciélago barba de pétalo* (2009) de Carlos Vera Vargas, antologada en esta obra. Temáticamente, la novela hace una analogía entre la migración de los murciélagos y la migración latinoamericana a Europa durante los años noventa. La ilustración muestra la angustia de la migración soportada por el vínculo con la familia y la patria a través de las cartas. Arriba el murciélago comparte la angustia, pues también es un migrante.

De acuerdo con el esquema propuesto por Barthes en *Análisis del mensaje publicitario*, el objeto de la imagen de la portada de la primera edición (imagen 10) es la palabra escrita, la carta como elemento que es el soporte del viajero y la palabra escrita como soporte de una antología. Siguiendo las categorías de análisis planteadas por Barthes la imagen 10 tiene como objeto el viaje en un soporte artificial animado. Dentro del campo editorial infantil, este libro podría considerarse

un “libro con ilustraciones” (Obils, 2004: 19). La utilización de la imagen en un libro infantil busca la redundancia a través de una composición sencilla, en el caso que la portada (imagen 10) esto se consigue, hay un refuerzo entre el texto, el público al que está dirigido y el ícono, como ya se dijo “lo escrito”. La relación texto-ícono produce una función amplificadora, desde Prieto se define como de anclaje o aclaración. El título de la obra señala lo que debe entenderse de la imagen, es un libro sobre literatura, en este sentido la literatura puede entenderse como un viaje, por el ambiente descrito en la imagen es un viaje azaroso. La palabra literatura ancla el significado de las hojas de papel que se elevan en la ilustración. Prieto resalta que este tipo de relación es común en los mensajes educativos, como es este caso.

Siguiendo a Hurtado, la presencia de las líneas curvas centrípetas son una invitación que involucra al lector hacia su centro, hacia el libro. En cuanto a la retórica de la imagen propuesta por Prieto, se observa que la metáfora de la carta como soporte (barco) logra que se enfatice la fuerza de la palabra escrita y por lo tanto consigue que la relación verbo icónica sea de refuerzo.

Otro acierto de esta portada radica en la elección del soporte: una ilustración dinámica y colorida que llama la atención del público al que va dirigido el texto la juventud y la niñez.

Sin embargo, todos los aciertos descritos en cuanto al logro de la relación verbo-icónica entre antología de literatura y la palabra escrita se pierde en la portada de la segunda y tercera edición de esta obra (ver imagen 11) porque se utilizó otra imagen. Además de la pérdida de todo lo descrito anteriormente también se genera un conflicto comunicacional. El cambio de portada dificulta que se fije en el lector el reconocimiento de la obra y también del proyecto. Produce una imagen de inconsistencia.

Imagen 11
Portada *Antología de literatura infantil*
y juvenil de Bolivia (2da. y 3ra. edición)

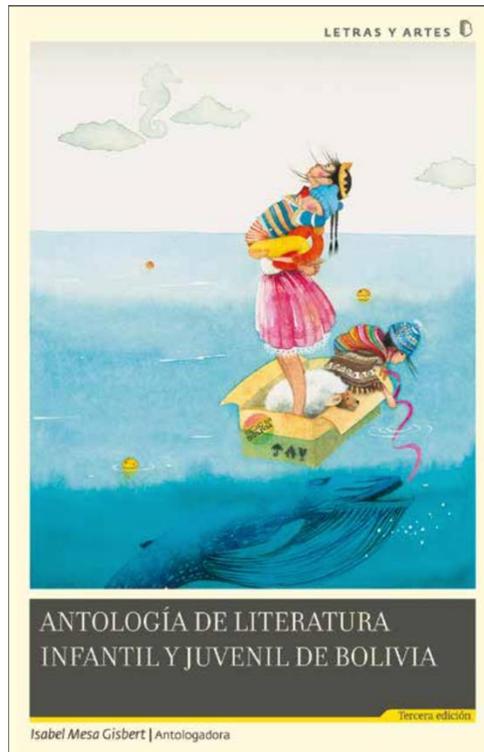
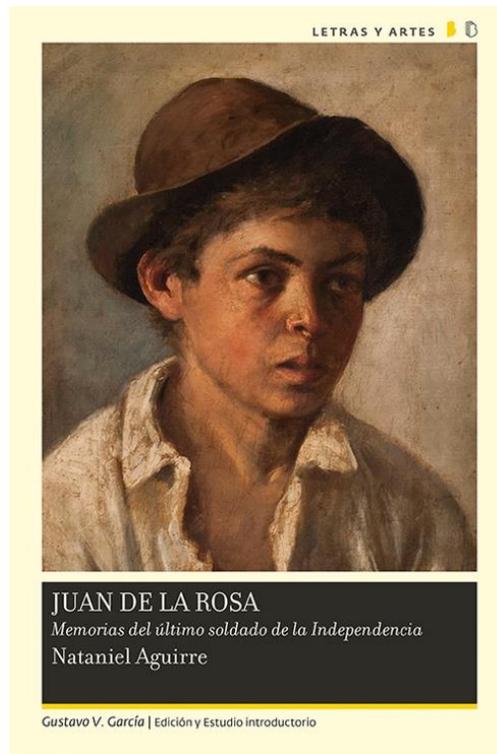


Ilustración en acuarela Romanet Zárate

El lector debe tener presente en ambos casos la ilustración de la *Antología* se hizo pensando en un texto específico contenido en la misma y no en el conjunto de los textos antologados. Sin embargo, en la primera elección sí se puede identificar elementos que dan fuerza y coherencia al conjunto verbo-icónico. En el segundo caso (imagen 11), la imagen fue pensada para el cuento “En busca de un caballito de mar”, que cuenta las aventuras de un trio de hermanos. La búsqueda del caballito de mar es la metáfora que soporta la búsqueda de respuestas al abandono paterno que sufren los tres protagonistas. El caballito de mar encarna la promesa de retorno del padre. En este caso resulta más difícil conseguir una relación de refuerzo entre la imagen de portada y el contenido de la “totalidad” de la obra. Esta imagen solo funciona al interior del cuento para la que fue creada.

Imagen 12

Portada de *Juan de la Rosa*



Óleo anónimo, c. fines del siglo XIX

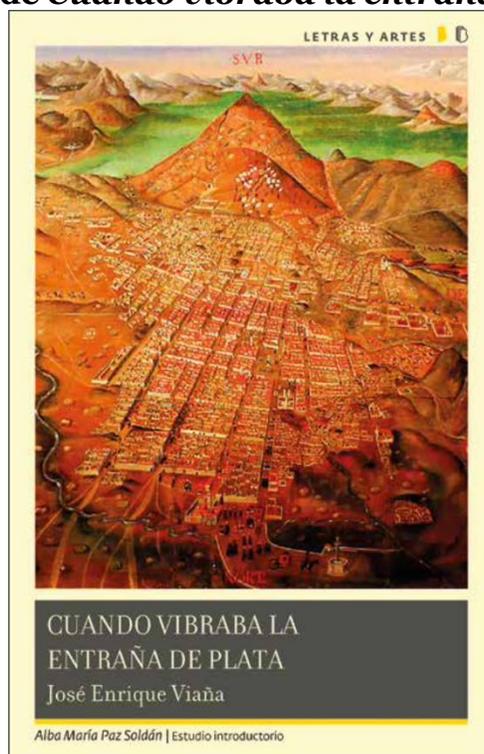
La segunda obra publicada dentro de la colección Letras y Artes fue la novela histórica *Juan de la Rosa*. Para la portada de esta obra se eligió un óleo de autor anónimo que data aproximadamente de fines del siglo XIX. De acuerdo con el esquema propuesto por Barthes, el objeto de la imagen de la portada es la niñez y el soporte es ambiental artificial. La utilización de estos soportes marca una distancia con el lector porque refuerza la idea de lo viejo, lo antiguo. Los colores ocres remiten a algo serio, casi aburrido que al mismo tiempo sirve para enfatizar la “elegancia” de la colección, atributo que fue resaltado por los funcionarios del CIS cuando se referían a la calidad de los libros BBB. El óleo y su carácter de obra de arte da a la portada aires de museo, cosa que refuerza el carácter elitista del libro.

Bajo los criterios de Hurtado, la imagen asemeja un triángulo casi de frente que muestra igualdad en todos los casos y representa estabilidad. La relación verbo-icónica es de anclaje o aclaración; a través de la imagen se ancla la idea de pasado, de memorias y la imagen del niño remite al protagonista de la historia, el niño

huérfano. Esta portada expresa lo antiguo, en lo sólido del triángulo se puede identificar una tendencia a lo tradicional. La novela *Juan de la Rosa* es una de las más leídas (forma parte del currículo de educación desde los años 70). La portada propuesta por la BBB no contribuye a actualizar la obra.

Imagen 13

Portada de *Cuando vibraba la entraña de plata*



Descripción del Cerro Rico e Imperial Villa de Potosí (1758)
Gaspar Miguel Berrío

Con una estética parecida a la imagen 12 esta portada plagada de triángulos proyecta el pasado colonial. De acuerdo a lo propuesto por Prieto la relación verbo-icónica es de anclaje o aclaración, el título de la obra señala lo que debe entenderse de la imagen. Es un libro que remite a un pasado luminoso de orden y armonía. En cuanto a las figuraciones formales, siguiendo a Hurtado, el triángulo representa la solidez y el equilibrio. La posición del Cerro Rico es central en la imagen; los triángulos representados por los nevados en segundo plano refuerzan la centralidad del Cerro Rico y la dependencia de Potosí a sus faldas.

Imagen 14

Portada de *Obra reunida de Hilda Mundy*



Fotografía Hilda Mundi

Esta imagen ilustra la portada de otro tipo de publicación, la obra reunida. Para este tipo de texto se ha decidido utilizar el retrato del autor (ver imágenes 9 y 7) o la autora de la obra para ilustrar la portada. Todas las obras reunidas cumplen esta característica. Según Hurtado, el retrato en plano medio en contrapicado y en escala de grises (en los tres casos) transmite una situación de control, poder, grandeza y seguridad. El autor mira al lector desde una posición superior. Este tipo de portada no coincide con el objetivo del proyecto BBB porque marca la distancia entre el autor/intelectual y el lector. La superioridad de la mirada del autor no invita a la lectura, es más bien un desafío.

Imagen 15

Portada de *Antología del cuento boliviano*

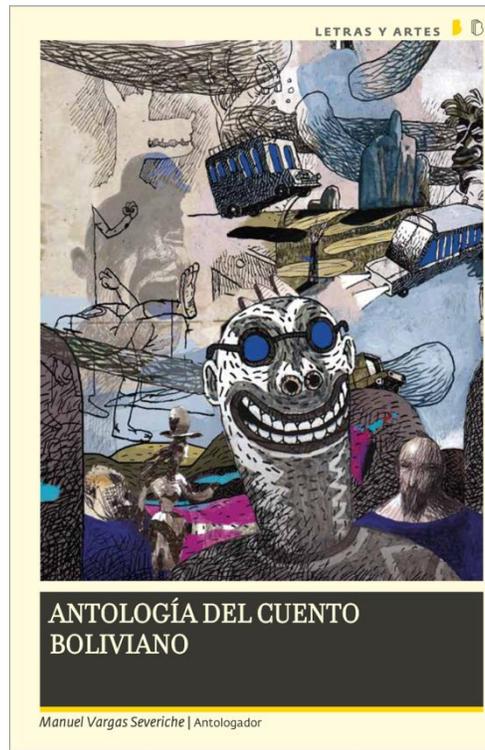


Ilustración de Alejandro Salazar

La imagen 15 ilustra la portada de la *Antología del cuento boliviano*. En este caso el artista Al-Azar elaboró una ilustración especialmente dedicada para la portada de este texto. Esta imagen es una de las más complejas en el nivel icónico. El autor recrea el mundo ficcional contenido en la cuentística boliviana. Como personaje central del diseño se encuentra un hombre calvo, un tanto grotesco que enseña los dientes. Destacan también las representaciones de automóviles; son tres en total y dan a la imagen la ilusión de movimiento. Siguiendo a Hurtado, las líneas diagonales que perfilan sugieren un movimiento violento, caótico. Sin embargo, es una portada que llama la atención, que invita a buscar los sentidos en el texto. A diferencia de las portadas antes descritas, para este caso sí se trabajó pensando en la totalidad del texto que la portada ilustra. La relación verbo-icónica es de inferencia; la imagen no impone una interpretación, sino que la distribución de imágenes, personajes y elementos abren la puerta a un sinfín de interpretaciones.

Tendencias

A través de las imágenes 10, 11, 12, 13 y 14 y 15 se pueden observar las variantes estilísticas que se han usado para ilustrar las portadas de la colección Letras y Artes, que son cuatro. La primera está representada por la imagen 10 y 11: se ha realizado una ilustración inédita para el interior del texto que ha sido utilizada en la portada, este caso se usa para la *Antología de la literatura infantil y juvenil*. La segunda es la utilización de obras de arte relacionadas con la época y la temática del texto que ilustra: imagen 12 y 13. La tercera tendencia es la fotografía del autor de la obra reunida (imagen 14); este tipo de portada se usa también para las obras reunidas de otras colecciones, la composición icónica es la misma: fotografía en escala de grises, contrapicada, en primer plano medio. Curiosamente, solo cuando las autoras son mujeres las fotografías muestran tres cuartas partes del cuerpo; en el caso de las fotografías de hombres, son solo bustos. La cuarta variante estilística está representada por la *Antología del cuento boliviano*, cuya portada ha sido diseñada para el libro en su totalidad y no para alguno de sus componentes (cuentos). Como ya se dijo es la portada mejor lograda, estéticamente hablando y también respecto a su funcionalidad. Esta portada despierta curiosidad y el dinamismo de sus elementos apela a un público joven, el público destinatario de la BBB según sus objetivos.

Se ha descubierto que el criterio para la elección de la portada tiene que ver con la decisión del editor, la disponibilidad de la imagen en cuanto a derechos y las redes intelectuales/artísticas que se tejieron alrededor del CIS y de la BBB. En este caso, se puede hablar de lo que Prieto advierte. Lo sepa o no el emisor, se está proyectando una imagen elitista, intelectual y amparada en una concepción que pretende hacer del objeto editorial una obra de arte. Una obra de arte es un “objeto” de colección y de admiración. Su valor no es utilitario, su valor es estético. El CIS y la BBB, con su línea gráfica editorial, continúan con una tradición estética regida por los gustos de la élite intelectual. Es importante resaltar el caso de la *Antología del cuento boliviano*, que a pesar de estar diagramada y diseñada con los mismos parámetros destaca por alejarse de lo solemne de las otras portadas.

Respecto a la comunicación pública de las ciencias sociales, el proyecto BBB se acerca más a ser un proyecto de difusión que a uno de divulgación porque la

producción de conocimiento apunta a los especialistas o coleccionistas. La excepción son los casos en los que la temática del texto se presta a ser instrumentalizada políticamente, en estos casos los libros se presentan en contextos de movilización popular para reforzar los valores del Gobierno. Este tratamiento diferenciado contribuye a marcar la diferencia entre los públicos y entre la difusión y la divulgación. La “democratización del libro” se diluye entre espacios, discursos y tratamientos comunicacionales opuestos. La imposición proselitista de algunos eventos de presentación no es coherente con el objetivo de la BBB de acercar los libros a todos los ciudadanos. Por un lado, se continua con la tradición de presentaciones restringidas en espacios elitistas como los museos. Y por el otro la aparente popularización del espacio aleja a la parte de la sociedad que se opone a las ideas del gobierno, pero que podría interesarse en las obras.

CONCLUSIONES

Esta investigación se ha desarrollado a lo largo de tres capítulos. En el primero se ha descrito brevemente el objeto de estudio, el Proyecto BBB. Se ha definido la problemática comunicacional y los objetivos de la tesis. En el segundo se han abordado los marcos —teórico, referencial e histórico— además de la descripción metodológica. Finalmente, en el tercer capítulo se ha realizado el análisis de los diversos discursos que se han utilizado para promocionar y presentar las obras editadas por el CIS dentro del proyecto BBB. Para esto se ha utilizado las herramientas teóricas de análisis de discurso verbo icónico propuestas por Van Dijk, Prieto, Hurtado y Tapia. Se ha descrito las estrategias discursivas de fondo y superficie, problematizando su uso respecto a los objetivos enunciados para la implementación del proyecto.

El análisis de los productos editoriales y de promoción ha proporcionado los argumentos necesarios para responder a la pregunta de investigación propuesta. Se ha concluido que la coherencia entre el discurso institucional y el discurso de los productos editoriales y de promoción es débil. Para afirmar esto se ha realizado el ejercicio propuesto por Van Dijk de relacionar dos elementos (discurso institucional y discurso de los productos y de promoción) bajo un denominador común. En este caso el de la política pública de fomento a la lectura sobre la que deberían asentarse todas las acciones en el marco de ejecución, promoción y distribución y difusión.

En cuanto a la ejecución, se ha podido ver que el proyecto no ha sido ejecutado en su totalidad. En un principio se tenía claro que el proyecto formaba parte de una política pública de fomento a la lectura inserta en la Agenda Patriótica, la Ley de Educación y la Ley del Libro. Durante su ejecución los actores llamados a ser ejecutores de la política pública se fueron desmarcando, al final quedó como único responsable la Vicepresidencia, adjudicándose responsabilidades para las cuales constitucionalmente no estaba facultada y generando relaciones interinstitucionales débiles. La ejecución del proyecto BBB estaba diseñada para desarrollarse en cuatro etapas: la conformación del Comité Editorial, la definición de los instrumentos y herramientas técnicas editoriales para la ejecución del proyecto, la definición del proceso de distribución, a nivel nacional e internacional y la difusión de la lectura a

través del Plan Nacional de Fomento a la Lectura. Las tres primeras etapas son meramente funcionales, es decir, no son el fin del proyecto, sin embargo, para conseguir el objetivo era necesario transitarlas. La evaluación del éxito o fracaso del proyecto radicaba en la cuarta etapa, la puesta en marcha del Plan Nacional de Fomento Lector. Hasta el momento no se ha realizado ninguna acción relevante dentro de esta etapa. Paradójicamente, el proyecto BBB se ha reducido a “la mera publicación de 200 obras relucientes” se ha perdido el horizonte de la utilidad práctica que justificaba su ejecución: “apoyar [al] trabajo de acercamiento profundo a la lectura por parte de estudiantes, investigadores y ciudadanía, en general, facilitándoles el acceso a las 200 publicaciones más importantes y necesarias para la comprensión de la realidad boliviana en los últimos siglos” (García, 2016: 12).

En cuanto a la promoción, se ha identificado que una de las causas para que no exista coherencia entre el discurso institucional y el discurso plasmado en los productos editoriales y de promoción de la BBB es la insistencia discursiva de atribuir la paternidad del proyecto a la iniciativa personal del exvicepresidente. Esto ha hecho que el proyecto se vaya aislando y alejando del mandato estatal y la política pública porque adquirió un aire de autosuficiencia. Este elemento además repercutió en que no se hayan buscado alianzas ni estatales ni privadas para conseguir los objetivos propuestos. El impacto de la incoherencia discursiva en la imagen del CIS, de la Vicepresidencia y del Gobierno es negativo; se ha generado una imagen que muestra que las gestiones gubernamentales responden a apetitos personales de reconocimiento y figuración. Esto ha repercutido en que se han generado relaciones interinstitucionales débiles y pasajeras, como las ferias del libro departamentales (fuera del eje central) que no han podido mantener una continuidad anual, el mismo caso se observa en las alianzas interinstitucionales que no han conseguido más que la foto de firma de convenios, como el La Paz Lee, o la intención de incluir los libros BBB en el currículo educativo para el nivel secundario (acuerdo firmado con el Ministerio de Educación).

En cuanto a la difusión, se ha identificado que no se han establecido mecanismos eficientes que busquen la difusión y la promoción lectora. Se han impreso más de 40 libros, y solo para tres de ellos se han realizado acciones que apuntan a este objetivo. Una de ellas fue *Lenguajes que leen*, lanzado en mayo de

2017, que buscaba integrar los diversos campos de el arte (música, teatro y cortos) con los libros publicados de la BBB. Todas las demás acciones se han conformado con hacer grandes eventos de presentación utilizados para darle palestra al exvicepresidente. En estos eventos se ha instrumentalizado el libro (que lo permitía por su temática) o se ha reproducido la tradicional presentación bibliográfica para un reducido círculo de especialistas e intelectuales.

Otro factor identificado es que no se han utilizado estrategias de la comunicación pública de la ciencia social, por lo que se ha perdido de vista los públicos meta (los contenidos elaborados de promoción están dirigidos a un público especialista) y se ha caído en el facilismo de pensar que el simple acceso al libro genera el hábito de lectura sin que existan procesos comunicacionales de acompañamiento efectivo. Cabe recordar que el objetivo de la BBB está alineado con los objetivos básicos de la comunicación pública de la ciencia, la divulgación del conocimiento para provocar la curiosidad, la criticidad, la creatividad del ciudadano de a pie y también con los objetivos estatales de la política educativa y cultural.

El objetivo del proyecto, la divulgación del conocimiento producido en las ciencias sociales especialmente destinado a un público no especialista se ha diluido entre el diseño editorial intelectual de elite y las presentaciones que replican esta característica al desarrollarse en espacios comúnmente destinados a las élites culturales. Los pocos ejemplos de “llevar el libro a la calle” muestran una instrumentalización política de la temática del libro, a través de mecanismos simplistas de asociaciones como “Si el libro trata de las luchas obreras lo llevamos a la Sede Social de un sindicato, pero si trata de arte vuelve al museo”. El libro ha sido reducido a una materialidad ostentosa. Se han identificado las estrategias discursivas utilizadas en la comunicación institucional y se ha visto que predomina la estrategia de la tipificación a través de la generación de estereotipos y del uso de la hipérbole en la acumulación de adjetivos, que sirven para resaltar la importancia de la lectura. Sin embargo, como lo advierte Escalante (2007) podría resultar arriesgado basar estos proyectos en este supuesto, Escalante cuestiona el valor de la lectura:

¿Por qué importa la lectura? La pregunta parece una impertinencia porque en el lenguaje habitual de nuestra vida pública el valor de la lectura es un sobreentendido

que no hace falta ni siquiera hacer explícito (entiéndase: no la capacidad para leer, no la alfabetización, sino la práctica de la lectura y en particular de libros). Sin más, se da por supuesta que es importante leer; más concretamente, se da por supuesto que es importante que haya más gente que lea más libros, y es algo que ni se discute ni necesita explicación (p. 60).

A través de todo lo expuesto en esta investigación se puede concluir que el proyecto BBB es uno más de esos proyectos de fomento a la lectura que no se ha preguntado por lo que cuestiona Escalante. La orientación democrática e igualitaria con la que nació este proyecto editorial conmemorativo se ha distorsionado y corre el riesgo de reforzar el valor simbólico del libro como objeto que permite acceder al conocimiento. El discurso oficial que insiste en la importancia de la lectura para el estudio y el aprendizaje crea la necesidad de consumir un producto. En este caso específico, el discurso crea la necesidad de consumir el libro para ascender a la posición “intelectual” a través del objeto.

Como lo explica Sorá (2008) es desde la antigüedad que el control sobre lo que se publica es un factor de intervención política. Comprender el lugar de la cultura en la construcción del poder, en el caso boliviano, es un tema poco discutido, sin embargo, la cultura impresa es uno más de los campos que se disputan los grupos de poder. La relación entre edición y política se manifiesta explícitamente en la edición de sistemas ideológicos concretos. Sorá sentencia

La edición es una práctica estratégica para observar la acción de elites culturales que intervienen en la esfera pública a través de representaciones sobre el ciudadano, el público lector, la nación, la cultura, la educación, la política. El acto de publicar, de tornar público, de formar y atraer públicos, demarca la centralidad de la edición como medio generador de un pasaje fundamental en la constitución de la modernidad y los estados-nacionales: de la privacidad del escribir a la difusión, la recepción y la crítica de las ideas; de la interioridad del escribir a la interioridad del leer, mediadas por instancias públicas, por factores económicos (mercados de bienes simbólicos) y políticos (sistemas de enseñanza) (p. 98).

BIBLIOGRAFÍA

Alonso, L. y Fernández, C. (2006). “Roland Barthes y el Análisis del Discurso”. *EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, 12, pp. 11-35.

Asamblea Legislativa Plurinacional. (2009). Constitución Política del Estado. La Paz: Autor.

Asamblea Legislativa Plurinacional. (2013). Ley N.º 070 de Educación Avelino Saiñani-Elizardo Pérez. La Paz: Autor.

Asamblea Legislativa Plurinacional. (2013). Ley N.º 366 del Libro y la Lectura Oscar Alfaro. La Paz: Autor.

Asamblea Legislativa Plurinacional. (2016). Ley N.º 777 del Sistema de Planificación Integral del Estado. La Paz: Autor

Ayala, F. (2019). “Reflexiones sobre difusión de las humanidades”, en *Revista Encuentros 2050*.

Bahloul, J. (2002). *Lecturas precarias. Estudio sociológico sobre los “poco lectores”*. México, FCE.

Barthes, R. (1974). “Introducción al análisis estructural de relatos”, en Barthes, Roland et al, *Análisis estructural del relato*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.

----- (2001) *Fragmentos de un discurso amoroso*. México: Siglo XXI.

----- (2009). *Lo obvio y lo obtuso: Imágenes, textos y voces*. Madrid: Paidós.

Belenguer, M. (2003), “Información y divulgación científica: dos conceptos paralelos y complementarios en el periodismo científico”, en: *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº 9, pp. 43-53.

Bernays, E. (1990): *Los últimos años: radiografía de las Relaciones Públicas*. Barcelona: ESRP-PPU.

Bicentenario Perú 2021. (2020, septiembre). Agenda de Conmemoración del Bicentenario. Disponible en: <https://bit.ly/2Tnlwke> Centro de Investigaciones Sociales. (2020

Bloom, B. (1956). *Taxonomy of educational objectives: Handbook 1: Cognitive domain*. Longman Publishing Group.

Bourdieu, P. (1991). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.

- (1995). *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.
- (1999). *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba.
- (2006). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. España: Taurus.
- Biblioteca del Bicentenario de Bolivia. (2018) Memoria. Presentación del libro: 'Si me permiten hablar...' <https://www.youtube.com/watch?v=P8Yq2NTW7NQ>
- Capriotti, P. (1999a). “Comunicación corporativa: una estrategia de éxito a corto plazo”. *Reporte C&D–Capacitación y desarrollo*, 13, 30-33.
- (1999b). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Málaga: Ariel.
- (2009). “Estructura y formación de la Imagen Corporativa” en *Branding Corporativo*. Santiago: EBS Consulting Group.
- Cassidy, Angela (2008) “Communicating the social sciences”. En Bucchi, Massiano y Trench, Brian (Eds.) *Handbook of public communication of science and technology*. New York: Routledge International Handbooks, pp. 225- 236.
- Centro de Investigaciones Sociales. (2016). Presentación del libro “La lengua de Adán”, en Sorata. <https://www.youtube.com/watch?v=4HzpJvb3dZk>
- Centro de Investigaciones Sociales. (2018). Nuestro centro. Recuperado de <https://www.cis.gob.bo/nuestro-centro/>
- Centro de Investigaciones Sociales. (2016). Presentación del libro “La lengua de Adán”, en Sorata. <https://www.youtube.com/watch?v=4HzpJvb3dZk>
- Centro de Investigaciones Sociales. (2020). Presentación de Si me permiten hablar 13/12/18 Disponible en : <https://www.youtube.com/watch?v=P8Yq2NTW7NQ>
- Centro de Investigaciones Sociales. (2020). Presentación Iconografía y mitos en el arte febrero 2019. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=fk4ugSFxXSY&t=112s>
- Chávez, N. (1990). *La imagen corporativa Teoría y metodología de la identificación institucional*. Barcelona: Gili.
- Costa, J. (2011). “La comunicación Pública de la ciencia”. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, (1).
- (1987): *Imagen global*. Barcelona: Ed. CEAC.
- Contraloría General del Estado. (2010). Políticas públicas. Marco conceptual de las políticas públicas. La Paz: Autor

Escalante, F. (2007). *A la sombra de los libros: Lectura, mercado y vida pública*. Ciudad de México: El Colegio de México.

Fayard, P. (2004). “La comunicación pública de la ciencia. Hacia la sociedad del conocimiento”. México: Dirección General de Divulgación de la Ciencia, UNAM.

García, A. (2016). “La Biblioteca del Bicentenario” en M. Vargas (Antologador), *Antología del cuento boliviano*. La Paz: Biblioteca del Bicentenario.

Hernández, Fernández y Baptista. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.

Hurtado, A. (2000). *Construyendo la imagen Dispositivo, diseño, elementos y relaciones semánticas*. La Paz: Quality.

King, G., Keohane, R. y Verba, S. (2000). *El diseño de la investigación social: la inferencia científica en los estudios cualitativos*. México: Alianza.

Lafuente, Mariano, & Rojas, Fernando, & Agosta, Laura (2012). “Mejorar la calidad de las políticas públicas para restaurar la confianza en el gobierno”. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, (52),83-104.[fecha de Consulta 17 de Febrero de 2021]. ISSN: 1315-2378. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3575/357533684003>

López Cerezo, José Antonio y Gómez, Francisco (2008) *Apropiación social de la ciencia*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.

Marston, J. (1981). *Relaciones Públicas modernas*. Ciudad de México: McGraw-Hill.

Mincultura. (2008, 12 de marzo). Inicia ruta de Exposiciones Itinerantes en el marco del bicentenario. <https://bit.ly/3m7RqOb>

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2020). Biblioteca Virtual del Bicentenario. <https://bit.ly/2FP9MUL>

Minguez, N. (1999). *Un marco conceptual para la comunicación corporativa*. en ZER Disponible en: <http://www.ehu.es/zer/zer7/minguez73.html>

Obiols Suari, N. (2004). *Mirando cuentos. Lo visible e invisible en las ilustraciones de la Literatura Infantil*. Barcelona: Laertes.

Opinión Diario digital. (2019, enero). “Escritor replica a Evo y le dice que acusación de traidor es una cobardía”. Disponible en <https://www.opinion.com.bo/articulo/el-pais/escritor-replica-evo-dice-acusacion-traidor-es-cobardia/20141219102200508348.html>

- Ordóñez, M. (2019). “Difusión, promoción, divulgación”. *En Revista encuentros 2050*, número 30, junio 2019. CDMX: Coordinación de Humanidades UNAM.
- Peña, A. (2019). “Promover las ciencias sociales y las humanidades: el pael de los especialistas”. *En Revista encuentros 2050*, número 30, junio 2019. CDMX: Coordinación de Humanidades UNAM. (24- 25)
- Pupio, M. A., Bayón, M. C., Frontini, R., & Vecchi, R. J. (2009). *La comunicación pública de la ciencia: entre proyectos personales y gestiones institucionales. Reflexiones desde la práctica Arqueología.*
- Pxm Bolivia, 2017. Discurso sobre Bartolina Sisa y Tupac Catari del vicepresidente de Bolivia, Álvaro García Linera.
<https://www.youtube.com/watch?v=dUhYvdemoH4>
- Prieto, D. (2010). *Análisis de mensajes*. Quito: Quipus.
- Prieto, D. (2000). *El juego del discurso. Manual de análisis de estrategias discursivas*. Buenos Aires: Lumen Hvmanitas.
- Rodríguez, G. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Aljibe.
- Ruiz, D. (2015). *Discurso educativo. Democracia, conocimiento delimitado en el aula*. Educa: México.
- Sánchez ;Mora, Ana María. (2010). *Introducción a la comunicación escrita de la ciencia*. Colección: Quehacer científico y tecnológico. Xalapa, México: Universidad Veracruzana.
- Sánchez Vázquez, María Alejandra. (2008). “La comunicación pública de las ciencias en México: estudios precursores y senderos posibles”. *Nueva antropología*, 21(68), 89-111. Recuperado en 06 de marzo de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-06362008000100006&lng=es&tlng=es.
- Sorá, G. (2008). “Edición y política. Guerra fría en la cultura latinoamericana de los años 60”. *Revista del Museo de Antropología*. Volumen 1, número 1, pp. 97-114.
- Stefanoni, Pablo. (2009). “Álvaro García Linera: pensando Bolivia entre dos siglos.” En García Linera, Álvaro. *La potencia plebeya: acción colectiva e identidades indígenas, obreras y populares en Bolivia*, 2, 9-26.
- Tapia, A. (1991). *De la retórica a la imagen*. UAMX, División de Ciencias y Artes para el Diseño.
- Torrico, Érick. (2010). *Comunicación. De las matrices a los enfoques*. Primera Edición, Quito Ecuador. Ed. Quipus CIESPAL.

UNESCO y el Consejo Internacional de las Ciencias Sociales (CICS) (2001) *Informe sobre las ciencias sociales en el mundo. Las brechas del conocimiento*. México. UNESCO y Foro Consultivo Científico y Tecnológico.

Van Dijk, T. (Mayo 2014). Simposium Internacional Estudios de discurso y sociedad "Entrevista a Teun Van Dijk". Sevilla.

----- (1983). "Estructuras textuales de las noticias de la prensa". *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (7), 77-105.

----- (1978). *La ciencia del texto*. México. Paidós.

Viceministerio de Comunicación. (2014). "Presentación de 200 libros recopilados desde 1825 para la Biblioteca del Bicentenario- Bolivia". Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=HazY5uPJ2oY&t=543s>

Viceministerio de Comunicación. (2014). "Presidente Evo Morales en la presentación de 200 libros recopilados desde 1825- Bolivia". Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=cV3B7nH0_o8

Vicepresidencia del Estado. (2014). BBB Plan de Fomento a la Lectura. La Paz: Autor.

Vicepresidencia del Estado. (2018). Misión y visión de la VPEP-PALP. Disponible en: <https://www.vicepresidencia.gob.bo/mision-y-vision>

Villafañe, J. (2006). *Introducción a la teoría de la imagen* (5ª ed.) Madrid: Pirámide.

----- (1999). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid: Pirámide.

Wynne, B. (1992), "Public understanding of science research: New horizons or hall of mirrors?", *Public Understanding of Science*, núm. 1, pp. 37-43.

Zelaya, M. (septiembre 2016). "Biblioteca del Bicentenario de Bolivia un proyecto que afianza su andar". *Piedra de agua Revista de la Fundación del Banco Central de Bolivia*, (17), 26-31.

ANEXOS

LISTADO DE LAS 200 OBRAS QUE CONFORMAN EL PROYECTO BBB

Historias y geografías (69)

1. Alarcón, Ricardo: Bolivia en el primer centenario de su Independencia
2. Albó, Xavier y Barnadas, Josep: La cara india y campesina de nuestra historia
3. Pentland, Joseph B.: Informe sobre Bolivia (1827); Anónimo: Bosquejo del estado en que se halla la riqueza nacional de Bolivia; (libro fusionado) (P)
4. Armentia, Nicolás: Relación histórica de las Misiones Franciscanas de Apolobamba
5. Arzáns de Orsúa y Vela, Bartolomé: Historia de la Villa Imperial de Potosí
6. Arze Aguirre, René: Participación popular en la Independencia de Bolivia
7. Bakewell, Peter: Mineros de la montaña roja. El trabajo de los indios en Potosí; Mitre, Antonio: Los patriarcas de la plata; Tandeter, Enrique: Coacción y mercado. La minería de la plata en el Potosí colonial, 1692-1826 (libro fusionado)
8. Baptista Gumucio, Mariano: Cartas para comprender la historia de Bolivia (P) [.pdf | .epub]
9. Barnadas, Josep: Charcas. Orígenes históricos de una sociedad colonial
10. Barragán, Rossana: Espacio urbano y dinámica étnica. La Paz en el siglo xix
11. Block, David: La cultura reduccional de los llanos de Mojos
12. Cajías, Fernando: La provincia de Atacama
13. Calancha, Antonio: Crónica moralizada
14. Choque, Roberto: La masacre de Jesús de Machaca (P)
15. Chungara, Domitila (Moema Viezzer): Si me permiten hablar. (P)
16. Coimbra, Juan: Siringa. Memorias de un colonizador del Beni ; Pinto Parada, Rodolfo: Arreando desde Mojos (libro fusionado) (P) [.pdf | .epub]
17. Combès, Isabelle: Etno-historias del Isoso. Chané y chiriguano en el Chaco boliviano
18. Condarco, Ramiro: Zárate, el "temible" Willka
19. Condori, Leandro; Mamani, Carlos y Thoa: El escribano de los caciques apoderados; Taraqu, 1866-1935: Masacre, guerra y renovación en la biografía de Eduardo L. Nina Qhispi; El indio Santos Marka T'ula... (libro fusionado)
20. Crespo, Alberto: Esclavos negros en Bolivia; Inge Buisson-Wolff: Negerklaverei und negerhandel in Hochperu 1545-1640 [Esclavitud y tráfico de negros en Alto Perú] (libro fusionado)
21. Dalence, José María: Bosquejo estadístico de Bolivia
22. De Ribera, Lázaro: Moxos: Descripción e historia fiel de los indios, animales e plantas de la provincia de Moxos en el virreinato del Perú
23. De Viedma, Francisco: Descripción geográfica y estadística de Santa Cruz de la Sierra; Comajuncosa, Antonio; Hanke, Tadeo y La Cueva, Francisco: Otros (libro fusionado)
24. Del Valle, María Eugenia: Historia de la rebelión de Túpac Catari (P)
25. D'Orbigny, Alcide: Viajes por Bolivia
26. Dunkerley, James: Rebelión en las venas (P)
27. Escobari, Jorge: Historia diplomática de Bolivia
28. Finot, Enrique: Historia de la conquista del oriente boliviano; García Recio, José María: Análisis de una sociedad de frontera: Santa Cruz de la Sierra en los siglos xvi-xvii (libro fusionado)
29. Gamarra, Pilar: Amazonia norte de Bolivia: economía gomera (1870-1940) (P)
30. Guevara, Ernesto: Diario del Che en Bolivia (P)
31. Irurozqui, Marta: "A bala, piedra y palo": La construcción de la ciudadanía política en Bolivia. (P)
32. Klein, Herbert: Orígenes de la revolución nacional boliviana
33. Larson, Brooke: Colonialismo y transformación agraria en Bolivia: Cochabamba 1550-1900 (P)
34. Lofstrom, William: La Presidencia de Sucre en Bolivia. (P)
35. Lora, Guillermo: Historia del movimiento obrero
36. Mendoza, Gunnar: Obra reunida
37. Mendoza, Jaime: El Macizo Boliviano y El factor geográfico en la nacionalidad boliviana (P) [.pdf | .epub]
38. Mercado, Melchor María: Álbum de paisajes, tipos humanos y costumbres de Bolivia (1841-1869)
39. Montes de Oca, Ismael: Geografía y recursos naturales de Bolivia
40. Moreno, Gabriel René: Últimos días coloniales en el Alto Perú
41. Parkerson, Phillip: Andrés de Santa Cruz y la Confederación Perú-Boliviana. (P)
42. Pärssinen, Martti: Tawantinsuyo
43. Platt, Tristan: Estado boliviano y ayllu andino. Tierra y tributo en el Norte de Potosí (P)
44. Platt, Tristan; Bouysse-Cassagne, Thérèse y Harris, Olivia: Qaraqara-Charka
45. Poma de Ayala, Guamán: Nueva corónica y buen gobierno

46. Querejazu, Roberto: Guano, salitre y sangre. Historia de la Guerra del Pacífico
47. Querejazu, Roberto: Masamaclay: Historia política, diplomática y militar de la Guerra del Chaco
48. Roca, José Luis: Ni con Lima ni con Buenos Aires. La formación de un Estado nacional en Charcas (P)
49. Rodríguez, Gustavo: Teoponte, la otra guerrilla guevarista en Bolivia
50. Sanabria, Hernando: Obra reunida (En busca de El Dorado; Apiaguaiqui Tumpa. Biografía del pueblo chiriguano y su último caudillo; Breve historia de Santa Cruz)
51. Serulnikov, Sergio: Revolución en los Andes. La era de Túpac Amaru
52. Soux, María Luisa: El complejo proceso hacia la independencia de Charcas
53. Suárez, Nicolás: Anotaciones y documentos sobre la campaña del Alto Acre, 1902-1903. (P)
54. Thomson, Sinclair: Cuando solo reinasen los indios. La política aymara en la era de la insurgencia
55. Trigo, Eduardo: Tarija en la independencia del Virreinato del Río de la Plata (P)
56. Vargas, José Santos: Diario de un comandante de la Guerra de la Independencia (P) [.pdf | .epub]
57. Vázquez Machicado, Humberto: Obra reunida
58. Wachtel, Nathan: El regreso de los antepasados. Los indios urus de Bolivia del siglo xx al xvi. Ensayo de historia regresiva
59. Antología de arqueología
60. Antología de biografías
61. Antología de ciencias de la tierra
62. Antología de cronistas coloniales de Charcas
63. Antología de diarios de viajes y expediciones
64. Antología de documentos fundamentales históricos de Bolivia (P)
65. Antología de estudios regionales
66. Antología de folletos
67. Antología de la problemática marítima
68. Atlas general e histórico de Bolivia
69. Nueva historia general de Bolivia

Letras y Artes (72)

70. Aguirre, Nataniel: *Juan de la Rosa* (P) [.pdf | .epub]
71. Alfaro, Óscar: *Obra reunida*
72. Antezana J., Luis H.: *Ensayos escogidos*
73. Arguedas, Alcides: *Raza de bronce*
74. Bascope Aspiazu, René: *Obra reunida*
75. Bedregal, Yolanda: *Obra reunida*
76. Borda, Arturo: *El Loco*
77. Camargo, Edmundo: *Obra reunida*
78. Cárdenas, Adolfo: *Periférica Blvd.* (P)
79. Cerruto, Óscar: *Obra reunida* (dos volúmenes)
80. Céspedes, Augusto: *Sangre de mestizos*
81. Chirveches, Armando: *Obra reunida.* (P)
82. Costa du Rels, Adolfo: *El embrujo del oro*
83. De la Vega, Julio: *Matías, el apóstol suplente*
84. Echazú, Roberto: *Poesía completa* (P)
85. Gerstmann, Roberto: *Bolivia: 150 grabados en cobre*
86. Gisbert, Teresa y Mesa, José: *Historia del arte en Bolivia*
87. Gisbert, Teresa: *Iconografía y mitos indígenas en el arte.* (P)
88. Gumucio, Alfonso: *Historia del cine boliviano*
89. Guzmán, Augusto: *Obra reunida*
90. Jaimes Freyre, Ricardo: *Obra reunida*
91. Lara, Jesús: *Yanacuna (Yawarninchij)*
92. Medinaceli, Carlos: *La Chaskañawi*
93. Medinaceli, Carlos: *Obra reunida*
94. Mitre, Eduardo: *Obra reunida*
95. Montes, Wolfango: *Jonás y la ballena rosada*
96. Moreno, Gabriel René: *Obra reunida*
97. Mundy, Hilda: *Obra reunida* (P)
98. Otero Reiche, Raúl: *Obra reunida*
99. Paz Soldán, Edmundo: *Río fugitivo*

100. Pentimali, Michella; Gisbert, Teresa; Paz, Valeria; Calatayud, Jacqueline: Bolivia: los caminos de la escultura
101. Piñeiro, Juan Pablo: *Cuando Sara Chura despierte*
102. Poppe, René: *Interior mina*
103. Quiroga Santa Cruz, Marcelo: *Los deshabitados*
104. Querejazu, Pedro: *Las misiones jesuíticas de Chiquitos*
105. Querejazu, Pedro: *Pintura boliviana en el siglo XX. (P)*
106. Reynolds, Gregorio: *Obra reunida*
107. Rocha Monroy, Ramón: *El run run de la calavera*
108. Saenz, Jaime: *Felipe Delgado*
109. Saenz, Jaime: *Obra reunida*
110. Salazar Mostajo, Carlos: *La pintura contemporánea en Bolivia*
111. Sanjinés, Javier: *Literatura contemporánea y grotesco social en Bolivia (P)*
112. Shimose, Pedro: *Obra reunida*
113. Sotomayor, Ismael: *Añejías paceñas*
114. Spedding, Alison: *De cuando en cuando Saturnina*
115. Suárez, Jorge: *Obra reunida (P)*
116. Suárez Araúz, Nicomedes: *Obra reunida*
117. Tamayo, Franz: *Obra reunida (dos volúmenes)*
118. Terán Cabero, Antonio: *Obra reunida*
119. Urzagasti, Jesús: *Obra reunida (dos volúmenes)*
120. Vaca Guzmán, Santiago: *Obra reunida*
121. Viaña, José Enrique: *Cuando vibra la entraña de plata (P) [.pdf | .epub]*
122. Wicky, Jean Claude: Bolivia: *Mineros*
123. Wiethüchter, Blanca y Paz Soldán, Alba María: *Hacia una historia crítica de la literatura en Bolivia*
124. Wiethüchter, Blanca: *Obra reunida*
125. Zamudio, Adela: *Obra reunida*
126. *Antología de la arquitectura en Bolivia*
127. *Antología de la caricatura en Bolivia*
128. *Antología de crónica literaria y periodística*
129. *Antología del cuento boliviano (P) [.pdf | .epub]*
130. *Antología de ensayo y crítica literaria en Bolivia*
131. *Antología de fotografía boliviana*
132. *Antología de gastronomía boliviana. (P)*
133. *Antología de literatura aymara*
134. *Antología de literatura colonial*
135. *Antología de literatura infantil y juvenil de Bolivia (P)*
136. *Antología de literatura quechua*
137. *Antología de literatura de tierras bajas*
138. *Antología sobre la música en Bolivia*
139. *Antología de poesía boliviana*
140. *Antología de tradición oral en Bolivia*
141. *Antología de teatro boliviano*

Sociedades (49)

142. Albarracín, Juan: *Sociología boliviana contemporánea*
143. Albó, Xavier: *Obra reunida*
144. Almaraz, Sergio: *Obra reunida (P)*
145. Anónimo: *El manuscrito de Huarochiri*
146. Arguedas, Alcides: *Pueblo enfermo*
147. Arze, José Antonio: *Obra reunida*
148. Baptista Caserta, Mariano: *Páginas escogidas*
149. Bouysson-Cassagne, Thérèse; Harris, Olivia; Platt, Tristan y Cereceda, Verónica: *Tres reflexiones sobre el pensamiento andino*
150. Díez Astete, Álvaro: *Compendio de etnias indígenas y ecorregiones Amazonia, oriente y Chaco. (P)*
151. Francovich, Guillermo: *Obra reunida*
152. García Jordán, Pilar: *Unas fotografías para dar a conocer al mundo la civilización de la república guaraya*
153. García Linera, Álvaro: *Obra reunida*
154. Gianecchini, Doroteo: *Historia natural, etnográfica, geográfica, lingüística del Chaco boliviano*

155. Guillén-Peñaranda y Pérez, Elizardo: *Warisata, la escuela ayllu; Utama (libro fusionado)*
156. Holmberg, Allan y Stearman, Allyn: *Nómadas del arco largo: los sirionó del oriente boliviano; No más nómadas (libro fusionado)*
157. Hurtado, Javier: *El katarismo (P)*
158. López Menéndez, Felipe y Barnadas, Josep: *Compendio de historia eclesiástica de Bolivia; La Iglesia Católica en Bolivia (libro fusionado)*
159. Marof, Tristan: *Obra reunida*
160. Montenegro, Carlos: *Nacionalismo y coloniaje (P) [.pdf] .epub*
161. Murra, John: *Formaciones económicas y políticas del mundo andino*
162. Ovando, Jorge: *Sobre el problema nacional y colonial de Bolivia*
163. Quiroga Santa Cruz, Marcelo: *Obra reunida*
164. Reinaga, Fausto: *La revolución india*
165. Reyeres, Rafael: *Historia social del indio boliviano. "El pongueaje"*
166. Riester, Jürgen: *Obra reunida*
167. Rivera, Silvia: *Oprimidos pero no vencidos*
168. Romero Pittari, Salvador: *Obra reunida*
169. Saignes, Thierry: *Obra reunida*
170. Urquidí, Arturo: *Obra reunida*
171. Van den Berg, Hans: *Obra reunida*
172. Villamil de Rada, Emeterio: *La lengua de Adán (P)*
173. Zavaleta Mercado, René: *Obra reunida*
174. *Antología de antropología de tierras altas*
175. *Antología de antropología de tierras bajas*
176. *Antología de ciencias políticas bolivianas*
177. *Antología de ciencias de la vida*
178. *Antología sobre ciudad, mestizaje y economía popular*
179. *Antología del deporte boliviano*
180. *Antología de economía en Bolivia*
181. *Antología de educación en Bolivia*
182. *Antología de farmacopea indígena*
183. *Antología de filosofía boliviana*
184. *Antología sobre las Fuerzas Armadas y la Policía*
185. *Antología sobre la hoja de coca*
186. *Antología sobre el minero y la minería en Bolivia*
187. *Antología del periodismo y estudios de comunicación*
188. *Antología de sociología boliviana*
189. *Antología de tradiciones, folklore y mitos*
190. *Antología sobre textiles*

Diccionarios y compendios (10)

191. Barnadas, Josep: *Diccionario histórico de Bolivia*
192. Bertonio, Ludovico: *Vocabulario de la lengua aymara*
193. Coello, Carlos: *Diccionario de bolivianismos*
194. Gianecchini, Doroteo: *Diccionario chiriguano-español, español-chiriguano*
195. Gonzales Holguín, Diego: *Vocabulario de la lengua general de todo el Perú*
196. Herrero, Joaquín y Sánchez, Federico: *Diccionario quechua*
197. Layme, Félix: *Diccionario aymara*
198. Marbán, Pedro: *Diccionario de lengua mojeña*
199. Ortiz, Elio y Caurey, Elías: *Diccionario etimológico y etnográfico de la lengua guaraní hablada en Bolivia*
200. *Vocabulario de los pueblos indígenas*

Análisis de contenido discursivo (presentaciones y redes 2014-2019)

Nombre/ cargo	Lugar de enunciación	Definición /Calificativos	Función / objetivo	Observaciones
Ximena Soruco Codirectora del CIS (2013- 2015)	Entrevista programa <i>Esta casa no es hotel</i> ¹⁰ (28/12/2014)	- Proyecto que nos encarga el vicepresidente. - Es la iniciativa más importante. -200 obras más importantes que se hayan producido. Obras consagradas. -Proyecto no del Gobierno sino del Estado.	- Levantar los niveles de lectura. - Apuesta a la cultura -Lograr una política administrativa que nos permita colocar en el mercado masivamente los libros. -Continuidad, asignar recursos y asignar responsabilidades.	
Comité Editorial (2014- 2019)	Programa <i>Sin Filtro 10</i> , programa para RRSS de la VPEP ¹¹ (29/12/2016)	Esta pensando para fines educativos Democratizar la producción de conocimientos Convertir los libros en material educativo. Que sirvan para el trabajo de maestros en aula	Una lista que les indique a los jóvenes cuáles son las mejores obras del pensamiento nacional. Desmitificar la noción de que libro pertenece a una pequeña elite.	
Rubén Vargas Miembro Comité Editorial	Entrevista programa <i>Esta casa no es hotel</i> ¹² (28/12/2014)	Refleja lo que es el proceso de lo que es la literatura a lo largo de los 200 años Es un trabajo académico que refleja un conocimiento acumulado. Afán conmemorativo	Refleja una cultura consistente.	
José Roberto Arze Comité Editorial	Entrevista programa <i>Esta casa no es hotel</i> 28/12/2014 ¹³	Fundamental Obras que trascienden a su materia Cimiento de la cultura de un pueblo	Recuento cultural	Obras que interesan a cualquier intelectual.
Marco Montellano Coordinador del proyecto BBB	Entrevista programa <i>Esta casa no es hotel</i> 28/12/2014 ¹⁴	Imprescindibles Sugerencia de lectura oficial del Estado. No es canónica Tiene un cariz masivo	Lo más importante es qué vas a hacer con esos libros. Convertir al libro en un objeto de consumo masivo. Hacer de la lectura una política de Estado.	Gestión cultural del Estado Producto académico con origen estatal para un público masivo

¹⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=ncmfaNEaX3U>

¹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=jbryOjXHg5Y&t=82s>

¹² https://www.youtube.com/watch?v=3liIYorr_BY

¹³ https://www.youtube.com/watch?v=3liIYorr_BY

¹⁴ https://www.youtube.com/watch?v=3liIYorr_BY

	Programa Oximoron ¹⁵ 23/09/2015	Es parte de las celebraciones del bicentenario del Estado El Consejo editorial dirige al proyecto Libros importantes Centrales	Copar las bibliotecas del país con los libros Convertir al libro en un objeto de consumo masivo. Generar la lectura y la reflexión de lo boliviano.	1 etapa selección 2 edición de los libros 3. distribución 4. plan nacional de lectura.
	Nuestra mañana Red RTP (9/09/2014) ¹⁶	Es un proyecto patrocinado por la Vicepresidencia. El adn documental del país. Es el proyecto cultural de festejo del bicentenario.	Fundamental tener una biblioteca de los documentos más importante de nuestra historia.	
Amaru Villanueva Director del CIS (2013- 2017)	Entrevista para programa de redes sociales de la Vicepresidencia Oct 2016 ¹⁷	Se nos dio la tarea de reeditar, publicar y difundir las obras más significativas dentro de la historia del país.		
	Plaza Central de Sorata 28/12/2016 ¹⁸	Proyecto editorial más ambicioso e importante que jamás ha emprendido el Estado. Publicar las 200 obras más significativas Reeditar, publicar y presentar ediciones de lujo a precios accesibles	Es un intento de conocer el país a través de sus letras, a través de su pensamiento.	
UNICOM BBB	Proceso de edición, Contenido para RRSS institucional del CIS ¹⁹ (9/12/2015)		Rescatar, realzar y difundir lo mejor de la producción bibliográfica y multidisciplinaria concebida durante 4 siglos.	
UNICOM BBB	Auditorio del Banco Central de Bolivia (26/11/2015) ²⁰	-Son las obras más significativas del pensamiento boliviano. -Libros que registran los momentos trascendentales de nuestra historia, literatura y política conforman nuestra identidad. La BBB es el proyecto editorial más ambicioso de la historia nuestro país.	La BBB te invita a vivir la fabulosa aventura de la lectura a través de los mejores textos de nuestra historia.	Discurso oficial proyectado en varias presentaciones de libros.

¹⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=0fTIRNgmrPI>

¹⁶ <https://www.bbb.gob.bo/noticias/entrevista-en-nuestra-manana-de-la-red-rtp/>

¹⁷ Sin Filtro, CIS. <https://www.youtube.com/watch?v=2soRUqUuvvw&t=300s>

¹⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=4HzpJvb3dZk>

¹⁹ https://www.youtube.com/watch?v=JZgi40P_uz8

²⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=6ed-blb70EE>

Sergio Vega Diseñador laboratorio BBB	RRSS institucional del CIS ²¹ (9/12/2015)	Es de lejos el proyecto más grande editorial que se da en la historia del país.	Tienen que llegar al lector final (estudiantes, maestros) a todos los interesados en ampliar su conocimiento	No son libros de colección
UNICOM BBB	Plaza San Francisco 09/10/2018 ²²	La BBB publica los 200 libros fundamentales para la comprensión del pasado y presente del país	200 obras cuya lectura permite a los bolivianos verse a sí mismos y figurar el futuro.	Presentación de reedición
Martín Zelaya Responsable gestión editorial	Nota de prensa (Página siete) ²³	Colección impulsada por la Vicepresidencia El proyecto editorial más ambicioso emprendido nunca antes desde el Estado	La formación de lectores del presente, pero sobre todo a futuro-	
Álvaro García Linera Vicepresident e del Estado Plurinacional de Bolivia	Presentación en Sorata de <i>La lengua de Adán</i> ²⁴ (28/12/2016)	El núcleo de esta biblioteca era darle a los jóvenes libros, libros importantes sobre Bolivia. Antes muy difícil de conseguir, hoy accesibles. Son 200 libros fundamentales que todo joven tiene que leer. Son libros que obligatoriamente un joven de colegio, de universidad tiene que leer porque son libros que hablan sobre nosotros, nuestras ideas y luchas	Son libros fundamentales, tiene que estar con los alumnos, con los profesores, con los dirigentes, con los profesionales. Con el presidente Evo, hemos propuesto, hemos lanzado la BBB	
	Presentación <i>Iconografías y mitos indígenas en el arte</i> Museo Nacional de Arte ²⁵ (14/12/2019)	Una interpretación muy novedosa, compleja de entender las distintas formas de relaciones entre dos culturas que se encontraron hace más de 500 años y cuya huella permanece. Hermoso nuevo formato el libro es bellissimo, una obra de arte.		
	Presentación <i>Si me permiten hablar</i> ²⁶ Archivo de COMIBOL El Alto (28/11/2018 ²⁷	Leer a Domitila es leer lo que somos, 58m El CIS es para eso, es para que conozcan los jóvenes.		

²¹ https://www.youtube.com/watch?v=JZgi40P_uz8

²² Diario del Che en Bolivia, Plaza San Francisco 9/10/2018 <https://www.youtube.com/watch?v=TQGYxPLa4cU&t=207s>

²³ <https://www.bbb.gob.bo/noticias/una-antologia-reune-lo-mejor-de-la-literatura-boliviana-para-ninos/>

²⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=4HzpJvb3dZk>

²⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=fk4ugSFxXSY>

²⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=P8Yq2NTW7NQ> si me permiten hablar

²⁷ https://www.youtube.com/watch?v=uBUoO3fXZ_E Sin Filtro

	Historia de la rebelión de Túpac Catari ²⁸ Plaza Murillo (29/11/2017)	Para conocer nuestra historia	Un aporte para conocernos a nosotros mismos.	
Carlos Mesa Miembro del Comité editorial	Presentación <i>Iconografías y mitos indígenas en el arte</i> Museo Nacional de Arte ²⁹ (12/12/2019)	Es un ejemplo de una iniciativa colectiva expresada en la Vicepresidencia del Estado El esfuerzo y el trabajo editorial, tiene un nivel y categoría internacional Esta quinta edición, muy superior en su forma editorial del objeto de arte que es el libro		
Eduardo Paz febrero 2019	Presentación <i>Iconografías y mitos indígenas en el arte</i> Museo Nacional de Arte ³⁰ (14/12/2019)	Esta conmemoración de nuestra herencia rica y diversa es el propósito central de la BBB que es una visión del vicepresidente que en el CIS recuperamos y procuramos darle fuerza y vitalidad. La BBB es una reivindicación de nuestra historia, de nuestra lucha. Que la BBB sirva para sentar bases para no olvidar de dónde vinimos y proyectar mejores días Definen cómo se van a relacionar las generaciones pasadas con las contemporáneas y las futuras.	200 libros que fueron seleccionados por más de 30 personalidades, una colección que se nutre de aportes descolantes de nuestra herencia	
	Plaza San Francisco Presentación <i>Diario del Che en Bolivia</i> 09/10/2018 ³¹	La BBB guarda mucho de esta herencia que muchas veces tendemos a olvidar. La BBB es uno de los proyectos editoriales más ambiciosos de nuestra historia	En la que queremos sintetizar nuestra historia de luchas, de esperanzas, de haber sido lastimados, de mantener la esperanza y la práctica de buscar mejores días.	
Víctor Orduna Editor general BBB	A puerta abierta, programa de televisión 12/12/2016 ³²	El objetivo básico es la publicación de 200 títulos que no podemos decir que sean los mejores del pensamiento boliviano, pero sí lo más significativo.	Son indudablemente títulos de gran importancia Que sean la base para producir cambio cultural, cambio educativo, conocimiento de nuestra historia. Libros que empiecen a circular y a llegar a sectores amplios.	La BBB te invita a vivir la asombrosa aventura de la lectura a partir de los mejores textos de nuestra historia (Voz en off)

²⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=dUhYvdemoH4>

²⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=fk4ugSFxXSY>

³⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=fk4ugSFxXSY>

³¹ Diario del Che en Bolivia, Plaza San Francisco 9/10/2018 <https://www.youtube.com/watch?v=TQGYxPLa4cU&t=207s>

³² <https://www.youtube.com/watch?v=wwt7x4b-9Ko&t=364s>

Andrés Claros Responsable de producción BBB 2016	RRSS institucional del CIS ³³	La BBB nace a partir de establecer un canon documental sobre el pensamiento boliviano	Con el fin de publicarlo y distribuirlo.	
--	--	---	--	--

Elaboración propia con base en material audiovisual consignado en las redes sociales institucionales, 2020.

³³ https://www.youtube.com/watch?v=JZgi40P_uz8

