



América Latina Hoy  
Universidad de Salamanca  
latin hoy@usal.es  
ISSN (Versión impresa): 1130-2887  
ESPAÑA

1998  
Marlene Choque Aldana  
MEDIOS MASIVOS, IDENTIDADES COLECTIVAS Y CONSTRUCCIÓN DE LA  
CIUDADANÍA EN BOLIVIA  
*América Latina Hoy*, julio, año/vol. 19  
Universidad de Salamanca  
Salamanca, España  
pp. 45-56

# MEDIOS MASIVOS, IDENTIDADES COLECTIVAS Y LA CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA EN BOLIVIA<sup>1</sup>

Marlene Choque Aldana\*

El papel de los medios masivos de comunicación en la política contemporánea de las sociedades latinoamericanas empieza a adquirir mayor relevancia en los últimos años tanto en el ámbito académico como en el ámbito político. En el presente artículo se presentarán algunas reflexiones acerca de los nuevos roles que están asumiendo los medios de comunicación masiva y el nuevo lugar que éstos están pugnando dentro del espacio público. Espacio que se está constituyendo y reconfigurando de manera permanente debido a las aceleradas transformaciones en las relaciones sociales, la revolución multimedia y los cambios institucionales que estamos viviendo en la actualidad. Cambios que, a su vez, se enmarcan en una crisis profunda de las tradicionales instancias dotadoras de sentido y referentes en la constitución de identidades colectivas.

En este contexto, los medios masivos devienen como instancias públicas de interpelación, de mediación, de constitución de identidades y, por consiguiente, en la construcción de ciudadanos participantes en el sistema político. Esto será ilustrado con un estudio de caso en Bolivia: el Sistema de "Radio y Televisión Popular" (RTP) y su programa "La Tribuna Libre del Pueblo" (TLP), a partir de los cuales emerge un **sujeto social**, que adquiere visibilidad cuando irrumpe como **movimiento social** (Palenquismo)<sup>2</sup> y, que luego se constituye en un actor político destacado a nivel nacional cuando se institucionaliza en el partido político Conciencia de Patria (CONDEPA)<sup>3</sup>.

Para aprehender estos importantes y rápidos cambios, se parte con una breve reflexión de las transformaciones en el campo comunicacional y de la política; luego se presenta una breve contextualización de los procesos de consolidación democrática, para desde allí visualizar con mayor claridad el lugar y los roles que ocupan y detentan los medios masivos dirigidos a sectores populares en la sociedad boliviana.

## 1. Relaciones entre la comunicación, la esfera pública y la política: La mediaticización de la cultura y de la política

El abordaje de los medios de comunicación masiva en las sociedades actuales no es posible sin una consideración previa de dos aspectos interrelacionados: la ampliación del espacio político y de la emergencia de un nuevo espacio

público "mediático". Ambos reestructuran y redefinen las relaciones sociales y, han dado lugar a lo que algunos autores han denominado el advenimiento de la **sociedad de la comunicación** (Vattimo, 1996).

Thompson es uno de los que mejor ha explicado cómo el desarrollo de la comunicación de masas ha transformado la naturaleza de la interacción social y de los modos de experiencia en las sociedades actuales. Pues, posibilita la emergencia de: "**nuevas formas de interacción social**, (que) modifican o socavan las viejas formas de interacción, crean nuevos focos y nuevas redes para la acción y la interacción, y (...) sirven para reestructurar las **relaciones sociales existentes** y las instituciones y organizaciones de las cuales forman parte" (1993: 249, énfasis añadidos).

Entonces amerita interrogarnos: ¿cómo han incidido estos cambios en la relación de los *mass media* y la política? Partimos de la premisa de que entre los medios de comunicación y la política no hay una relación unidireccional. Los medios tienen impacto sobre el proceso político, pero a su vez, los cambios en los escenarios político-cultural y socio-económico influyen de manera significativa en el campo de las comunicaciones (Tironi y Sunkel, 1993).

Los estudiosos de las características que adopta la relación medios masivos-política tienen lecturas controvertidas al respecto: algunos enfatizan en la dependencia de la política respecto de los *mass media*; mientras que otros tienden a realizar una lectura más dialéctica de dicha relación.

Los primeros destacan algunas peculiaridades de la comunicación política: donde la presencia asidua de los

\* Estudiante del Doctorado en Ciencia Social con especialidad en Sociología en el Centro de Estudios Sociológicos (CES) de El Colegio de México. E-mail: mchoque@estud.colmex.mx.

1. Ponencia presentada en el XXI *International Congress of Latin American Studies Association* (LASA 98), Panel Art 31 "Video y televisión como foro de la realidad", Hotel The Palmer House Hilton, Chicago, Illinois, del 24 al 26 de Septiembre.

2. Nominación dada al movimiento social liderado por el conductor de la TLP y propietario de RTP, el periodista Carlos Palenque Avilés.

3. Que en sus diez años de vida (1987-1997) ha ganado todas las elecciones nacionales y presidenciales en las ciudades de La Paz y El Alto, con lo que se ha convertido en la tercera fuerza a nivel nacional (16.1% de los votos en las elecciones nacionales de 1997). CONDEPA ha sido parte de la coalición gubernamental (1997-2002), durante el primer año de gobierno.

medios en la política estaría **reconfigurando el escenario político** mediante el uso de ciertos recursos tales como <sup>4</sup>:

- el **vedetismo**: celebración incesante de "la imagen". Constituye una forma de autorrepresentación renovada y permanente, tendencia al culto para dar notoriedad a algunas personalidades políticas y posibilitar su reconocimiento y legitimación<sup>5</sup>;
- la **teatralización**: que busca la escenificación y la espectacularidad para dar mayor visibilidad y dramatización a las informaciones políticas. Los acontecimientos adoptan la forma de espectáculo informativo.

Baudrillard critica la forma cómo el simulacro televisivo del espectáculo busca reemplazar las reglas de la representación política y del debate público antes sustentadas en los partidos, parlamento e intelectuales tradicionales. En una perspectiva similar Ferry (1992) advierte que los *mass media* están subvirtiendo el principio jurídico por el principio mediático, con lo que tienden a desestabilizar, en el plano interno, la representación política clásica. Con esto estarían coadyuvando a la emergencia de una **democracia más aclamativa que participativa**, porque en la comunicación política mediatizada el público no está representado en el "ágora catódica". El lugar de la *polis* se transforma en espectáculo (en un lugar donde se mira y oye, pero donde no se es oído ni mirado), donde los ciudadanos son meros espectadores y el ágora —donde el espectáculo transcurre— es la pantalla de televisión (Portantiero, 1994).

Gracias a su posición estratégica, los medios masivos de comunicación tienen la capacidad de construir ciertas representaciones sociales: al **dar relevancia o visibilidad a ciertos acontecimientos** y al designar quiénes pueden ser los portavoces autorizados. Esto genera la dependencia de la política respecto de los medios, pues los acontecimientos, actores y temas que no entran en la agenda comunicativa no son mediatizados y no son parte de la estructuración del espacio público y, por lo tanto, están condenados a la inexistencia social y política: "quien no está en los medios no existe públicamente".

De esa manera, los actores políticos quedan atrapados en este círculo vicioso y para evitar el aislamiento o invisibilidad recurren y usan a los medios para lograr publicidad, representación y legitimación. Todos estos elementos llevan a cuestionar el imperativo de la **mediatización de la política y de los políticos** (Rieffel), del que los políticos no pueden prescindir y que estaría sustentando una "falsa democracia": la de los *mass media*.

En la segunda perspectiva podemos situar a los autores que proponen una lectura de **interdependencia entre los mass media y la política**. Quienes postulan que actualmente la comunicación deviene en **una nueva escena de mediación y de reconocimiento social**, en la que las imágenes y representaciones de los medios, al mismo tiempo que espectacularizan y disuelven lo político, lo reconstituyen (Martín-Barbero, 1990). O sea que, los *media* emergen como un espacio propio de construcción de lo político y, la comunicación como un tejido denso de mediaciones

que están ordenando y recomponiendo el sentido mismo de la representación política.

Dader (1992) señala que la política es un proceso constantemente recomenzado de comunicación política, donde el ejercicio del poder depende del acceso o control de las claves simbólicas de la política, cuyas principales fuentes en la actualidad las constituyen los medios masivos. Por su parte, Meadow (1980), concibe a "**la política como un proceso comunicacional**" desde dos perspectivas complementarias: como la relación que fluye desde los medios de comunicación hacia la acción política y como la relación que emana desde el sistema político hacia los medios (en Dader, 1992).

En esta segunda perspectiva, a diferencia de la anterior —que cuestiona la falta de representatividad del público en los medios—, esta limitación es vista como potencialidad. Wolton (1992), sostiene que la fuerza de los *media* radica en que son receptivos de una opinión pública que no es legítima ni representativa —surge fuera de los ámbitos oficiales—, lo cual les asigna una **posición distinguida**, ya que no sólo aseguran la circulación de la diversidad y pluralidad de discursos de la sociedad, sino que también, al estar a **mitad de camino** de la lógica representativa y de la opinión pública y la política, defienden la presencia de una lógica del acontecimiento, indispensable para no aniquilar el sistema político y asegurar la pluralidad político-ideológica del sistema comunicativo.

Landi (1990) va más lejos y plantea la emergencia de la "**videopolítica**" como un fenómeno en expansión, en el que un nuevo *homo ocular*<sup>6</sup>, nacido y moldeado por la pantalla, se relaciona con el mundo a través del lenguaje visual y entra en contacto con el poder político por medio de la televisión. La presencia de la televisión se sustenta en las transformaciones profundas de la cultura y en ciertas características del sistema político, pues "la videopolítica vino para quedarse".

Luego de esta rápida reflexión sobre las relaciones entre comunicación y política, pasamos a abordar la cuestión de: ¿Cómo entender los roles que juegan los medios de comunicación en los procesos de consolidación democrática?

## 2. Los tortuosos caminos de la consolidación democrática en Bolivia. El lugar y los roles de los medios de comunicación masiva

Para entender la centralidad y la importancia creciente que están adquiriendo los *mass media* no se puede prescindir del análisis de dos procesos no acabados que aún atraviesan las sociedades latinoamericanas: la lógica de **restauración democrático-institucional** y la que **entroniza al mercado** como dispositivo clave de la cohesión y reproduc-

4. Síntesis realizada en base a: "Sobre el vedetismo de los medios" (Rieffel, 1992: 237-242).

5. Aunque como Rieffel aclara no se trata sólo del vedetismo de los políticos, sino que éste se interfiere con el de los periodistas.

6. O el *homo videns* de Sartori, tal como es tematizado en su última publicación, recientemente traducida al castellano: *Homo videns. La sociedad teledirigida* (1998).

ción del orden social. Dado nuestro interés por la dimensión sociopolítica se profundizará más en la primera lógica.

El proceso de reapertura y consolidación democrática en Bolivia puso en evidencia la complejidad que ha implicado el proceso de reconstrucción del sistema político, recuperando a O'Donnell (1991) se podría decir que éste devino en una "democracia delegativa"<sup>7</sup>.

En Bolivia estos rasgos fueron acentuados por la aguda crisis económica, el difícil proceso de estabilización y el prometido desarrollo económico o despegue que aún no llega, los cuales han profundizado el **déficit de representatividad de los partidos y la crisis de su función mediadora**<sup>8</sup>, debido a que no habrían podido ajustar su funcionamiento a las demandas y expectativas de la población, lo que ha puesto en entredicho su función central en el sistema político como estructuras de mediación.

En este contexto, es necesario recuperar la observación de Landi, quien advierte que dado que en la actualidad no se puede prescindir de los mecanismos de **mediación y agregación de los intereses**. Entonces, queda abierto el problema de: ¿qué instancias asumen estas tareas en las actuales condiciones de nuestras democracias? En este artículo se analiza cómo algunos medios de comunicación masiva asumen ciertas tareas o roles tradicionalmente asignados a los mediadores políticos por excelencia en Bolivia: los partidos y los sindicatos. Hipótesis que será desarrollada más adelante con el estudio de caso del Sistema de Radio y Televisión Popular (RTP).

Estos procesos adquieren plausibilidad cuando se empiezan a vislumbrar una serie de profundos cambios en la cultura masiva y la cultura política de la sociedad boliviana, entre los más importantes destacan<sup>9</sup>:

a) una notable **ampliación del "debate público posible"**: emergen y se legitiman temas antes prohibidos y reaparecen a la escena pública una variedad de informantes y opinantes. Además, se observa una **multiplicación de sujetos y de lugares de enunciación**, una pluralidad discursiva que rebasa a los medios masivos y a la esfera estatal para representar a diversos grupos sociales;

b) la **proliferación de estrategias discursivas** destinadas a proveer pautas sociales y políticas para la reconstrucción y constitución de identidades colectivas. El modelo de identificación del consumidor —privilegiado por los gobiernos militares— es desplazado por uno nuevo, **el modelo del "ciudadano"**;

c) la **bilateralidad o dualidad del pasado** da lugar a la **multipolaridad del espacio político**, y a la emergencia nuevos actores: uno de éstos son los **medios de comunicación masiva** que sin tener el reconocimiento institucional operan en la práctica como parte esencial del sistema político, o sea, como una **"institución política virtual"** (Protzel 1994).

Esta multiplicación de las estrategias discursivas a una a la propia urgencia de normatividad constitucional, implica **"una reubicación de los medios masivos en la escena pública"**: están menos solos que antes y evidencian la necesidad de redefinirse competitivamente" (Mata, 1988, énfasis añadidos). También se observa una ampliación de la oferta informativa —temática y actores nuevos—, aunque

esta abundancia de información no significa necesariamente multiplicación de sentidos.

Entonces surge la interrogante: ¿Qué lugares y nuevos roles asumen y detentan los medios masivos en un contexto de crisis de las mediaciones e instancias de representación? Para responder a esta pregunta recuperamos a Landi, quien propone que en contextos de representación partidaria lábil, los medios masivos y, particularmente la televisión, asumen un doble rol: como escenario y como actor de la política. En primer lugar, los *mass media* se constituyen en el **principal escenario** del conflicto político, al haber posibilitado el retorno de los políticos a la escena —esta vez en el ámbito del hogar a través de las pantallas o las ondas de radio. En segundo lugar y de manera simultánea, los medios logran amplificar la audiencia del mundo de la política, lo cual produce efectos sobre la morfología del sistema institucional, con lo que se constituyen en un **nuevo actor** del proceso político que no sólo escenifica, sino que también opera con sus propias estrategias en la trama de la acción política (Landi, 1991: 28).

Por su parte, Lima (1992), realiza una lectura dialéctica del papel de los medios, o sea, como reflexivos y constitutivos. Propone que los medios son los que construyen los escenarios de representación política. Recupera el concepto planteado por Hall de **escenarios de representación**: "las **maquinarias y regímenes de representación** de una cultura juegan realmente un **papel constitutivo** y no meramente un papel reflexivo, posterior al acontecimiento. Esto otorga a las cuestiones de cultura e ideología y a los escenarios de representación —subjetividad, identidad política— un **lugar formativo**, no un lugar meramente expresivo en la **constitución de la vida social y política**" (Hall, 1988 en Lima, 1992: 124, énfasis añadidos).

Es así que en la actualidad, los medios de comunicación están deviniendo en un lugar privilegiado donde se construye, se interpreta y se disputa la lucha por el conocimiento y por el poder en las culturas contemporáneas. Esto es posible gracias a que los *media* "constituyen/reflejan los diferentes escenarios de representación en los que se definen cuestiones de clase, raza, sexo, deseo, placer e identidad; por consiguiente, reconstruyen la política" (Lima, 1992: 124). En síntesis, contribuyen a la **estructuración de la esfera pública** y a la constitución de sus principales actores y, por lo tanto, a la **construcción de la ciudadanía** en las sociedades mediáticas.

La estructuración de la imagen de la realidad política se da gracias a la función de **"fijación de agenda"** o *agenda-setting*<sup>10</sup>, que se sustenta en dos mecanismos: a) en la fija-

7. En la que todavía predominan "los aspectos delegativos y plebiscitarios de la relación gobernantes-gobernados; la vocación cesarista del liderazgo democrático; el refuerzo de una visión organicista y no liberal-contractual de democracia" (Portantiero, 1994).

8. Que se sustenta en tres tareas: i) la representativa -representar a la población votante-; ii) la expresiva -expresar la "voz" de la sociedad-; iii) la canalizadora de las demandas de la sociedad hacia el sistema político (Lazarte, 1993).

9. Para mayores detalles ver Lechner "Por un análisis político de la información": 58.

10. Inicialmente propuesta por Lippmann (1922), Lang y Lang (1961) y luego teorizada por Noelle-Neumann (1972).

ción del “orden del día” de los temas, argumentos y problemas presentes en la agenda de los *media* y, b) en la jerarquización de la importancia y prioridad con la que dichos elementos son dispuestos en el “orden del día” (Wolf, 1994).

Otra función de los *mass media* es dar **visibilidad a nuevos sujetos sociales**, dando publicidad a ciertos sectores del sistema social, problemas, tensiones y sujetos colectivos (Wolf, 1994). Pues, favorecen la metabolización de cuestiones y problemáticas antes marginadas socialmente, que a través de los *media* pueden constituirse en el centro de atención y discusión dentro de la sociedad y el sistema político. Wolf señala que los medios masivos están posibilitando **una visibilidad progresiva de lo social**, que habría llevado a “descubrir” minorías nuevas, grupos sociales que viven en condiciones y situaciones de marginalidad y diferencia” (1994: 162). Esto ilustra cómo los *mass media* no sólo han contribuido a la ampliación y/o dilatación de los márgenes de lo social “conocible”, sino a la defensa de los derechos de las minorías y, por lo tanto, a **la ampliación de la ciudadanía**.

Más allá de dar visibilidad a ciertos actores, Mata propone que los medios dirigidos a sectores populares, en su funcionamiento diario y permanente, cumplen un rol de **“representación” de los carenciados**, al convertirse en portavoces de sus intereses y problemas y al canalizar sus demandas hacia el sistema político.

Entonces a partir de todas las funciones descritas, se puede constatar que los medios masivos han ido potenciando su **rol de mediación** entre el Estado y la sociedad civil, deviniendo en una “institución política virtual”. Espacio y lugar que ha sido posible ocupar debido al vacío político producido por el desprestigio que en la actualidad tienen los partidos en los países latinoamericanos —aunque no sólo en éstos—, debido a su falta de representatividad y a la pérdida de su función de mediación entre la esfera social y la esfera política. Función vital que, en parte, habría sido asumida por los medios de comunicación masiva<sup>11</sup>, gracias su capacidad para canalizar las demandas e intereses de la población hacia la discusión pública.

En este contexto los *media* adquieren una importancia creciente en la producción de los discursos públicos y en la esfera del consumo cultural, lo cual nos induce a remitirnos a éstos como una de las vías privilegiadas para analizar cómo se da el proceso de **constitución de nuevas identidades individuales y colectivas y la construcción de ciudadanía** en sectores populares de la sociedad boliviana, tema a ser analizado en el siguiente punto.

### 3. Los *mass media*, la constitución de identidades colectivas y la construcción de la ciudadanía en sectores populares. El Sistema “RTP” y “La Tribuna Libre del Pueblo”

Para entender la importancia que adquiere el Sistema RTP en las ciudades de La Paz y El Alto (Bolivia), es necesario reflexionar sobre la aceptación creciente que logran ciertos medios masivos en los sectores populares y que los lleva a autoproclamarse como los principales canales de

acceso al terreno lejano de las esferas públicas. Dicha adhesión se cristaliza cuando amplios sectores populares se reconocen como carentes de **efectiva representación social y política**, en una coyuntura de creciente desvalorización de los canales organizativos e institucionales pre-existentes.

Los medios masivos dirigidos a los sectores populares adquieren relevancia en la sociedad gracias a que logran captar y mantener una amplia y asidua audiencia. Para esto apelan a diversos recursos y mecanismos comunicativos y extracomunicacionales usados de manera complementaria. Entre éstos destacan: 1) **servicios sociales** y cooperación material y efectiva, ayuda que sólo adquiere sentido desde el reconocimiento de la propia desposesión e indefensión; 2) **servicio y cooperación de naturaleza simbólica**, cuya concreción importa menos que su virtualidad y, que remite a las relaciones de intercambio y ayuda mutua que entablan los sectores populares. Por consiguiente, estos medios se sustentan —más que por su labor informativa y recreativa— porque remiten a la ilusión de un **«intercambio» entre iguales** que los sectores populares sienten ausentes en otros medios de comunicación y otras instituciones de carácter social (Mata, 1991).

Entonces amerita preguntarnos: ¿cómo es posible que a partir de un medio de comunicación masivo como el Sistema de Radio y Televisión Popular (RTP), y más específicamente, un programa “La Tribuna Libre del Pueblo” (TLP) se generen procesos de identificación, de constitución de identidades colectivas y de **construcción de ciudadanía** en los sectores populares de las ciudades de La Paz y El Alto? Antes de abordar algunas respuestas posibles a esta compleja pregunta, se hará una breve presentación de las características de este sistema de comunicación y de su programa más exitoso.

RTP es un sistema privado de comunicación que se instaura a principios de los años ochenta<sup>12</sup>, inicialmente con Radio Metropolitana (21 de abril de 1980), una estación radial que se ha destacado desde sus inicios por su clara orientación hacia los sectores populares y por el crecimiento rápido de su audiencia<sup>13</sup>. El éxito de dicha radioemisora, luego de cinco años posibilita la fundación de un canal propio de televisión (Canal 4), que sale al aire el 10 de mayo de 1985. Ambos medios se van potenciando, no sólo económicamente sino también socialmente, gracias a su política de “comunicación alternativa”<sup>14</sup> o por su “populis-

11. Algunos estudiosos incluyen dentro de esta función a las empresas que realizan sondeos de opinión pública, perspectiva de la que se distancia este trabajo por considerar que se trata de una problemática que requiere mayor estudio y problematización.

12. En la coyuntura de redemocratización en Bolivia que corre paralela al proceso de apertura y modernización del sistema de los medios de comunicación, especialmente, al boom de las estaciones privadas de televisión.

13. Según datos del Centro Internacional de Investigaciones para el desarrollo, ya en 1983 ocupa el primer lugar entre los oyentes aymaras urbanos (Archondo, 1991).

14. Al caracterizarse por un estilo informal de comunicación que da participación directa al público, para que éste de a conocer la “voz” de los sectores marginados hacia el resto de la sociedad (Saravia y Sandoval, 1991).

mo comunicacional”<sup>15</sup> como formas de desplegar una serie de mecanismos comunicativos –Política Comunicativa– y sociales –Política Social– para llegar a los sectores marginales y populares que constituyen su principal audiencia<sup>16</sup>.

La **Política Comunicativa** seguida por RTP presenta algunos rasgos que la diferencian del resto de la oferta mediática<sup>17</sup>:

a) una **orientación claramente popular** que se expresa en la posición explícita de defensa de los sectores populares<sup>18</sup>;

b) un **estilo particular de comunicación** que busca entablar una relación directa con la audiencia, permitiéndole acceso directo al “micrófono” para que exprese sus demandas e intereses, acompañado del uso de un lenguaje sencillo y la mediación del idioma autóctono –el aymará–;

c) un **ambiente comunicacional**, o una atmósfera donde coexisten manifestaciones sonoras, visuales y gestuales, que posibilitan la interacción fluida de los mensajes, donde las maneras de hablar, las fisonomías y la vestimenta facilitan el diálogo y la circulación de formas fonéticas, sintaxis, enunciaciones y del vocabulario propio de los sectores populares;

d) una **forma especial de trato al público**<sup>19</sup>, en la cual destaca la predisposición a escuchar atentamente las preocupaciones y planteamientos de los participantes;

e) un cambio de la **relación emisor-receptor** que en los medios tradicionales es concebida como una relación claramente jerárquica: locutor/radioescucha o periodista/televidente. En RTP dicha relación es sustituida por el término “**compadre**”, que no sólo afecta al contenido sino también a la forma de la relación: **todos –emisores y receptores– se convierten en “compadres”**.

Esta nueva forma de interpelación mediática acompañada del efecto mágico del buen trato, genera la imagen de una relación de horizontalidad, confianza y familiaridad (Saravia y Sandoval, 1991). Además con esto se apela a la lógica de la reciprocidad, extendiendo y reproduciendo la práctica del compadrazgo a los medios de comunicación (Archondo, 1991). Por consiguiente, la comunicación practicada en RTP no se reduce al mero intercambio de palabras o mensajes, sino que también, se proyecta al intercambio de afectos y lealtades, que dan lugar a que fluya y se fortalezca una importante una dimensión afectiva.

No obstante más allá de los elementos innovadores en la política comunicacional, la gran capacidad de interpelación de los sectores populares por parte de RTP no puede ser cabalmente explicada sino se aborda el conjunto de **tareas y funciones extracomunicativas**, que trascienden el ámbito estrictamente comunicacional. Las mismas que se articulan en torno a lo que hemos denominado la **Política Social de RTP**, que opera no sólo de manera complementaria sino que es constitutiva en la definición de este sistema comunicativo. Dicha política puede ser sintetizada en los siguientes puntos<sup>20</sup>:

a) **prestar atención a las necesidades cotidianas y demandas inmediatas** de amplios sectores carenciados, las cuales constituyen el común denominador de esta población urbana;

b) **canalizar las demandas y expectativas** –individuales y colectivas–, esta vez a diferencia de los otros medios

masivos, expresadas en “**voz propia**” por sus protagonistas hacia la sociedad y el sistema político, a través de una multiplicidad de reclamos, preocupaciones y peticiones dirigidas hacia las instituciones encargadas de resolverlas;

c) **ofrecer soluciones a ciertas demandas inmediatas** que requieren ser resueltas en el corto plazo, ya sea mediante donaciones, campañas de solidaridad, o servicios sociales.

Como se puede ver la interacción entre sectores populares y RTP discurre dentro de lo cotidiano, donde RTP además de sistema comunicativo deviene en institución de beneficencia gracias a la labor social que ha realizado a lo largo de casi dos décadas, dando solución a las necesidades diarias de buena parte de los pobres y desamparados, lo cual le ha hecho merecedor de un amplio reconocimiento, legitimidad y lealtad por parte de estos sectores.

En síntesis, se puede decir que si con la Política Comunicacional se brinda acceso y participación a los sectores marginados para hacer escuchar su “voz”, con la labor social se canalizan y/o solucionan problemas pequeños pero significativos de dichos sectores. La combinación de ambas ha generado tres **nexos de identificación**: a) la apropiación simbólica de RTP por parte de los sectores populares, base del reconocimiento, agradecimiento y la nominación de Radio Metropolitana y Canal 4 como “**los medios del pueblo**”; b) el reconocimiento de la figura del compadre como su “líder natural”, c) la aparición de lealtades sociales en torno a RTP y el “compadre” (Archondo, 1991).

La Política Comunicativa tiene su esencia en «**La Tribuna Libre del Pueblo**» (TLP), programa producido y difundido por RTP –Radio Metropolitana y Canal 4–, en estos momentos cuenta con 30 años de emisión<sup>21</sup> en los que ha ido conquistando una creciente y asidua audiencia que lo ha seguido en su tránsito por diferentes medios. Sigue el

15. El adjetivo de “populistas” se explica porque a pesar de que promueven la participación a los sectores populares conservan su función lucrativa. Por este último rasgo se ha cuestionado la pertinencia de considerar a estos medios dentro de la Comunicación Popular y Alternativa (Grebe, Duchén y Caballero, 1986, citados en Archondo, 1991).

16. Conformada básicamente por migrantes aymaras de las zonas altiplánicas que se dedican a tareas de: comercialización –comerciantes minoristas y mayoristas, vendedoras del mercado–; actividades productivas de pequeña escala –artesanos, sastrés, joyeros–; actividades de servicios –transporte público y servicios domésticos–; además de exmineros, vecinos, campesinos migrantes y muchos otros; en pocas palabras, los amplios sectores carenciados de las ciudades de La Paz y El Alto.

17. Síntesis realizada en base a Saravia-Sandoval (1991): 50-60.

18. La TLP fue uno de los programas pioneros en dar apertura a que la audiencia se exprese en su propio idioma, el aymará principalmente o el quechua en menor proporción. Aunque no se puede dejar de reconocer que mucho antes hubo radios bilingües, pero quienes podían usar distintas lenguas eran solamente los periodistas.

19. Este es un elemento muy importante pues hay que recordar que se trata de sectores históricamente estigmatizados y discriminados. En las entrevistas realizadas por Saravia y Sandoval (1991: 56-57), destacan algunas opiniones sobre Radio Metropolitana: “es popular”, “defiende al pueblo”, “no hay discriminación”, “no existen diferencias”; percepciones que contrastan con los juicios que los entrevistados emiten sobre otras radios: “no tratan bien a las de pollera”, “no dejan hablar”, “hay racismo”.

20. Nuevamente se recurre a Saravia-Sandoval (1991): 77-87.

21. Rasgo que lo destaca, pues es el único programa que en el país ha logrado tan larga duración de manera ininterrumpida, considerando sus antecedentes inmediatos: “La hora del chairó” y “Sabor a tierra”.

formato de las tele o radio-revistas, de las misceláneas o variedades donde se difunde e intercambia diversidad de informaciones y anuncios publicitarios y; además se presta servicios sociales a los sectores populares.

Si bien resulta difícil categorizar a la TLP dentro de los formatos o géneros clásicos, lo que se evidencia es que el **componente noticioso** tiene un lugar central, empero se trata de una concepción particular de noticia, pues considera temas de carácter vecinal y comunal, de las organizaciones locales, asuntos municipales y nacionales, problemas familiares, e inclusive problemas y preocupaciones individuales. La materia prima informativa son las noticias sobre acontecimientos llevados por los individuos interesados en difundirlas.

En síntesis, se puede decir que la TLP constituye un noticiero que partiendo de hechos locales, familiares e individuales, va enarbolando enunciados de interés colectivo, posibilitando tres tipos de acción sociocomunicativa: instrumental (difusión de hechos); expresiva (denuncia o emisión de un juicio de valor) y de necesidades materiales (ayuda social). Las dos primeras pueden ser desarrolladas por cualquier programa noticioso, pero lo que da especificidad a la TLP es que constituye un noticioso que contribuye en la solución o atenuación de los problemas mediante ayuda material, reproduciendo en lo simbólico la lógica de la reciprocidad de la cultura andina.

Si bien no se puede entender al sistema RTP sin la "Tribuna del pueblo", es necesario destacar la importancia que tienen otros dos programas: "El Metropolitano"/"El Telepolicial"<sup>22</sup> y "Sábados Populares"<sup>23</sup>. Tampoco se puede concebir la programación de RTP y sus rasgos peculiares si no se toma en cuenta a sus principales protagonistas:

a) **Carlos Palenque**<sup>24</sup>: creador y principal conductor del programa la LTP, gracias a la cual llegó a ser director y propietario de RTP, como resultado de una larga trayectoria artística y periodística desarrollada en diferentes espacios mediales que esquematizamos de la siguiente manera:

1965-68→ (folclorista)	1968-73→ (conductor de progr. radiales)	1973-79→ (conductor prog. → radiales y televisivos)
1980-97→ (propietario→ R. Metropo- litana)	1985-97→ (co-propietario)→ Canal 4)	1988-1997 (jefe CONDEPA y candidato a Pdte. República)

Para presentar la forma como se dio la relación entre Carlos Palenque y su audiencia se hará una lectura esquemática de sus roles y tareas relacionándolas con las demandas de la población<sup>25</sup>:

Pero aún queda el problema de ¿cómo explicar los cambios en su recorrido artístico-comunicacional-político en relación con su público? Dicha relación se va ampliando y profundizando gracias a la constante interacción entre el conductor de la TLP y su audiencia, en la que Palenque fue asumiendo nuevos roles que los tuvo que ir legitimando ante el público que lo seguía:

Roles	Tareas	Sectores populares
a) cantante folclórico	a) entretener, amenizar	Expectativas de entretenimiento (musical)
b) comunicador	b) comentar hechos, sugerir soluciones, labor social	Expect. de participación en procesos de comunicación Expect. y demandas socioeconómicas
c) = b) + líder carismático	c) = b) + críticas y censuras d) = c) + acciones de hecho	Identificación y reconocimiento a labores sociales
e) = d) + político	e) = d) + intentos de institucionalizar el poder	Expect. para institucionalizar un movimiento reivindicativo

- inicialmente adquiere renombre y prestigio como cantante gracias a la popularidad de sus canciones, momentos en los que logra una temprana identificación con los sectores populares;
- su **rol de comunicador** se va afianzando con el tiempo y gracias a las características que imprime a sus medios y, especialmente, con la orientación que da a la TLP, en el difícil contexto de reapertura democrática. La interacción diaria en la TLP, donde Carlos Palenque escucha, brinda cariño, ayuda, consuela, convoca a Dios y ofrece esperanzas, constituye la base de su reconocimiento como: el "**compadre**", el

22. Es un espacio de crónica roja, producido y emitido por RTP, que en Radio Metropolitana adopta la nominación de "El Metropolitano", mientras que en Canal 4 es "El Telepolicial". Informa sobre hechos delictivos, violentos y situaciones problemáticas de los sectores populares. Ha sido (des)calificado como "sensacionalista" por buena parte de periodistas y académicos.

23. Es la antítesis del anterior, pues se constituye como una fuente de vida y alegría. Se estructura en base a concursos y juegos -donde los asistentes participan y ganan premios-; se promocionan grupos musicales y cómicos de teatro popular, con los cuales se atrae a los participantes, generando un estado de comunión festiva (Saravia y Sandóval; 1991). En la actualidad este programa es transmitido en una estación privada, Canal 9, Red de Televisión Boliviana (ATB), mantiene su popularidad y la audiencia de los sectores populares de La Paz y El Alto, gracias a la buena conducción de su creador, Adolfo Paco. En RTP se ha intentado seguir las orientaciones de este programa, aunque con poco éxito a pesar de haber recuperado el nombre del memorable programa dirigido por Palenque en los años 70's, el "Hiper Show", ahora renombrado como el "Hiper Show de Carlos Palenque".

24. Inicia su labor periodística en 1968 cuando dirige junto al grupo "Los caminantes" el programa "La hora del folklore" en las Radios "El Mundo" y Rivadavia de Buenos Aires (Argentina). En el mismo año trasladan su labor radial a Radio "Chuquisaca" de La Paz creando el programa "La hora del chairo" (comida tradicional paceña). Luego este programa radial transita por Radio "Méndez" hasta llegar en 1970 a Radio "Illimani" con el nombre de "Sabor a tierra". En 1973 este programa ingresa al canal de televisión estatal (Canal 7, único por entonces) y recibe el nombre de "Hiper Show" saliendo a la pantalla por tres años. Estos programas se circunscriben a ofrecer música folclórica, informaciones y realizar comentarios de la vida cotidiana. Con el programa televisivo se da inicio a campañas de ayuda social y a la presentación de casos dramáticos. Por uno de estos últimos Palenque fue detenido por la policía y separado de la Canal 7 y de Radio Illimani -ambos controlados por el gobierno-, logrando recuperar su libertad gracias al apoyo y presión de sus seguidores.

25. En base a la propuesta de Saravia Sandóval (1991): 102 y 105.



“benefactor”, el “protector y defensor de los pobres”, el “enviado de Dios”<sup>26</sup>;

- en el campo de la política, junto a un grupo de intelectuales provenientes de la izquierda funda el partido CONDEPA, del cual es nombrado jefe nacional y nominado candidato a la Presidencia de la República en las elecciones nacionales de 1989 y 1993 por dicho partido. Gracias a su liderazgo popular ha constituido a su partido en una importante fuerza política nacional<sup>27</sup>. A pesar de su fallecimiento Palenque sigue siendo recordado y aclamado por la memoria popular como el “líder del pueblo”.

b) **Mónica Medina**<sup>28</sup>: co-conductora de la TLP y máxima responsable de la “política social” desde 1986 hasta 1996. Logró establecer un fácil contacto con las mujeres de sectores populares y las clases medias, gracias al hábil manejo del lenguaje popular, de reflexiones de sentido común y ejemplos de la vida real. Desarrolla una especie de discurso materno que le ha posibilitado ser vista como una “co-madre”, por lo que ha sido reconocida y llamada la “comadre Mónica”.

c) **Remedios Loza**: se integra al programa “La hora del chairo” en 1969<sup>29</sup>, era el nexo que “Los caminantes” necesitaban para contactarse con la audiencia aymará de la ciudad de La Paz, que por entonces sólo llegaba a los sectores populares más castellanizados. La “comadre Remedios” pronto se convierte en una destacada locutora aymarista. Su imagen está cargada de simbolismo y connotaciones pues constituye el centro de identificación y proyección del cholaje al ser considerada como el símbolo de superación y orgullo (Saravia y Sandoval, 1991: 77). Con ella se irradia la imagen de que el pueblo está **representado**<sup>30</sup> tanto en RTP como en el Parlamento.

d) **Adolfo Paco**: jefe de programación y principal organizador de “Sábados Populares” (1971-1997<sup>31</sup>). Su dinamismo, creatividad y experiencia de trabajo con sectores populares lo motivan a crear lo que sería el programa de espectáculos más importante de la televisión paceña, le imprime su sello particular con lo que se gana un espacio propio en RTP y es reconocido como el “compadre Paco”. Constituye otro eslabón esencial de las estrategias de relaciones sociales por las cuales Palenque llega a los sectores populares.

Por todo lo señalado se puede ver cómo el sistema RTP mediante su política comunicacional y social, gracias a su programación y a la tarea pionera realizada por los conductores de la TLP y de sus principales programas, ha alcanzado gran popularidad al ampliar la audiencia de los medios masivos hacia grupos sociales antes no reconocidos ni interpelados por los otros medios de comunicación<sup>32</sup>. Al darles acceso al micrófono, ha permitido expresar “la voz del sin voz”, dando de esa manera **visibilidad a sujetos antes discriminados e ignorados** en el espacio público.

#### 4. ¿Una Comunidad política virtual, “nuevos ciudadanos”?

Así mediante su labor asistencial de carácter permanente RTP ha logrado ir invadiendo paulatinamente los

espacios de las instituciones estatales, las cuales prestaban poca o ninguna atención a las necesidades y demandas, que aunque micro muy importantes para amplios sectores de la población. Estas circunstancias han generado “espacios de disponibilidad” entre los pobres, humildes y olvidados que, por entonces, se encontraban condenados al aislamiento. Es a ellos a quienes el “compadre Palenque”, a través del micrófono de la TLP, comienza a interpelar y a extenderles una mano para levantarles, curarles y ofrecerles su voz esperanzadora.

La interacción catódica y radial diaria que promueve la TLP con la intermediación del “compadre Palenque” y de las “comadres” Mónica y Remedios se ha constituido en un **espacio de encuentro y diálogo** de “los pobres con los pobres”, donde éstos abiertamente expresan sus problemas, necesidades y demandas. Este diálogo permanente en el “foro” de la tribuna popular ha hecho posible que estos sectores “tomen los micrófonos”, hagan **escuchar su “voz”** y, de esa manera, sean “escuchados” y “vistos” por sus semejantes –los amplios sectores marginados, excluidos y discriminados– y también por los “otros”. La Tribuna les ha permitido “verse” y “percibirse” a sí mismos como sujetos y como **ciudadanos** con necesidades y deberes, pero también y sobre todo con **derechos**– en una sociedad que los excluía y negaba de manera permanente. Gracias a la TLP, estas llamadas “**minorías**” han tomado la “palabra”, hacen “acto de presencia”, se “ponen forma” para

26. Su carisma ha sido ampliamente reconocido, incluso luego de su muerte -8 de marzo de 1997-, hubo reiterados intentos de santificarlo, o sea, nombrarlo como “el santo de los pobres”.

27. Partido político que en sus diez años de vida ha alcanzado el tercer lugar en las dos últimas elecciones nacionales. En el actual gobierno ha sido parte de la coalición gubernamental (1997-2002) durante el primer año, acompañando a partidos con un perfil político-ideológico opuesto a la que fuera su propuesta programática de impulsar un Modelo de Desarrollo Endógeno. En estos momentos, luego de un año y medio de la muerte de su líder Carlos Palenque, CONDEPA se encuentra sumido en una profunda crisis interna.

28. Actualmente es la máxima accionista de RTP. También incursiona en la política habiendo llegado a ser Alcaldesa de La Paz -sede administrativa y la ciudad más grande del país-, durante la gestión 1994-1996. Ganó las elecciones municipales de 1995 con el 38.2 % de los votos, pero no pudo ser reelegida en dicho cargo debido a la oposición de 5 partidos que firmaron el pacto “Declaración por La Paz”. En la actualidad Mónica Medina, luego de un periodo de alejamiento de los micrófonos de la TLP, hace pocos meses ha retornado para reestablecer la comunicación con la audiencia del sistema RTP, o en sus propias palabras, para “recuperar la esencia de RTP”.

29. Cuando tenía 18 años y realizaba actividades artesanales siguiendo la tradición de su familia, actividad que mantuvo por largos años. Actualmente es jefa nacional de CONDEPA, diputada nacional y ExPresidenta de la Comisión de Política Social de la Honorable Cámara de Diputados.

30. Viste pollera y sombrero al igual que las mujeres campesinas y migrantes altioplánicas –las “cholas”–, y que gracias al apoyo de estos sectores ha llegado a ser la primera diputada nacional de pollera en el Parlamento.

31. Quien a pesar de haberse alejado de los micrófonos de RTP, gracias a su buen trabajo, a su capacidad interpelativa y de convocatoria, ahora en Canal 9 –red nacional y privada de alcance nacional– ha logrado mantener una amplia audiencia y popularidad en los sectores populares de La Paz y El Alto.

32. Ni por los partidos tradicionales de izquierda o los sindicatos que al estar imbuidos en una concepción unidimensional de la política, sólo reconocían reivindicaciones obreras e intentaban interpelar identidades clasistas o partidarias en las que dichos sectores no se sentían reconocidos.



salir y ser reconocidas en la palestra de la opinión pública (Vattimo, 1996).

En el juego recíproco con las interpelaciones directas y permanentes emitidas desde la TLP, estos sujetos también van reafirmando su identidad de “indios” y “**cholos**” —que antes sólo operaban como mecanismos de discriminación/exclusión—, pero que gracias a su nombramiento continuo han ido generando un sentido y valoración afirmativa hasta constituir una **identidad positiva**, que progresivamente podrá ser vivida de manera menos estigmatizante y que se revertirá como un importante lugar de acumulación de fuerzas, poder e identidad. O como señala Saravia y Sandoval en este interjuego: “La auto-referencia, la auto-aceptación y la auto-valoración como indio o como cholo, genera un inusual sentimiento de orgullo” (1991: 150).

Este sentimiento de seguridad, afirmación y reflexividad se va reforzando por la constante apelación a la idea de que todos —los periodistas de RTP y la audiencia— son “hermanos” y constituyen una familia, la “**gran familia RTP**”<sup>33</sup>. Todos los que participan: ya sea asistiendo personalmente a los programas en vivo, como aquellos que lo hacen a través de la pantalla o la radio —desde la casa o lugar de trabajo—, se han sentido hermanados en su condición de “iguales”, pues la mayoría son “cholos”<sup>34</sup> y todos son “compadres”... Con esto se ha favorecido al refuerzo de los lazos de parentesco, conformando una suerte de “comunidad” donde todos los radioescuchas y/o televidentes se han acompañado y ayudado permanentemente por cuasi dos décadas “tanto en las buenas como en las malas”.

La imagen de la “**familia grande**” surgió de la relación metonímica entre RTP y el pueblo, donde el “compadre Palenque” emerge como la figura del “padre” o el “hijo predilecto”. Es decir, se trataba de un “padre simbólico” que escuchaba, orientaba a sus hijos y, por lo tanto, se advierte que no se trataba de una relación de equivalencia en *strictu sensu*. Aunque también se debe aclarar que esta forma de paternalismo cotidiano todavía permanece vigente en los sectores populares —y no sólo en éstos—, como una práctica habitual que consiste en la búsqueda de personalidades —compadres o padrinos— que les protejan y amparen (Torre, 1997).

Entonces, resulta más esclarecedor pensar en la **figura del “com-padre”**, “como-padre” que ayudaba y consolaba a los pobres, humildes y despreciados, con quienes compartía diariamente sus “penas y alegrías”, por lo que logra establecer fuertes lazos de solidaridad e identidad. Donde el disfrute, la celebración y el sufrimiento los agrupaba e identificaba en el culto comunitario reproducido en la interacción mediática.

De esta manera, los asiduos receptores de la TLP y de los otros programas de RTP fueron elaborando y construyendo paulatinamente una **noción propia del “nosotros”**, en la interacción constante con las interpelaciones diarias de RTP, las cuales han operado como importantes referentes sociales desde y a través de las cuales se han generado **procesos de reconocimiento e identificación** —de una procedencia e historias comunes, de condiciones de vida semejantes, de frustraciones, ambiciones y sueños conjuntos— que constituyen la base de una intersubjetividad compartida o la constitución de una “**identidad colectiva**”.

Como se puede ver, abordar cuestiones relacionadas con la identidad de los sectores populares es, sin duda, ingresar en una zona ambigua y compleja. Dado que se trata de comprender cómo estos sujetos se responden a la pregunta dura de «quiénes somos», inseparable de la interrogante de «los otros», que los conforma desde la diferencia. Tal como lo han constatado numerosos estudios, las respuestas a esta pregunta no son inmutables porque **las identidades no son esenciales**, sino de naturaleza histórica y porque se constituyen a través de procesos múltiples en los que compiten, se acoplan y rechazan diferentes vías o fuentes de identificación (Mata, 1992: 42).

Además hay que tener en cuenta que, así como las identidades no se constituyen de una vez y para siempre, los públicos de los medios masivos tampoco son cristalizaciones o categorías definibles de manera atemporal. Como señala Martín-Barbero, hoy tanto las identidades personales y colectivas como las culturales y políticas son precarias, menos unitarias, son identidades plurales, hechas de trozos, de referentes diversos (1994: 33).

No obstante, tampoco se puede soslayar que en nuestras sociedades las identidades sociales son impensables al margen de la tradición —la cual va dejando marcas y sedimentos que operan en el largo plazo— y de la adscripción sociocultural de los sujetos, que condiciona la apropiación de mensajes y la selectividad de sus marcos de referencia con base a referentes comunes y que son los que dotan de un sentido de pertenencia a la “**gran familia RTP**”.

Algo similar ocurre con los receptores de los *media* y con las modalidades de recepción, como se puede constatar en la constitución de la audiencia de la RTP, que es el resultado de una interacción permanente, sostenida y efectiva entre los emisores y los receptores durante largos años<sup>35</sup>.

Entonces, es en la mediación o relación “de ida y vuelta entre sujetos y medios, donde se construyen las identidades individuales, sociales, culturales o de género ... (pues) **los individuos definen lo que son y lo que quieren ser en diálogo e interacción con los medios**, donde la radio y la televisión adquieren especial protagonismo como apreciados objetos de referencia” (Pinilla, 1994: 164, énfasis añadidos). Aunque también hay que considerar que estos procesos se dan en una relación competitiva o de coexistencia de diversas agencias de socialización y ámbitos de socialidad, además de una diversidad de oferta programá-

33. Slogan usado tanto en la presentación de la TLP como a lo largo de sus discursos, así como también en diferentes programas y en las campañas electorales de CONDEPA.

34. Categoría sociocultural discriminatoria que designa la población mestiza y a los migrantes procedentes de la región andina de Bolivia.

35. En una investigación anterior encontré varios receptores que tenían una historia de audiencia de 15 a 20 años de la TLP, “Los medios de comunicación masiva y las opiniones políticas de los comerciantes minoristas de la ciudad de El Alto (Bolivia)”, Tesis de Maestría, Flaco-México, 1996. Luego de la muerte de Carlos Palenque, este programa fue conducido durante un año por Remedios Loza y Verónica Palenque —hija de C. Palenque—, ahora se encuentra a cargo de Mónica Medina. En líneas generales, sigue el mismo estilo y sus políticas comunicativa y social. Por su parte, los sectores populares siguen recurriendo a difundir sus noticias y presentar sus denuncias y demandas, aunque no en la misma magnitud, ni con la misma efusividad y lealtad como en los tiempos del “Compadre Palenque”.

tica<sup>36</sup>. En todas estas redes sociales el sujeto interactúa, recibe e intercambia información y, produce sentidos y significados: se comunica y se constituye como tal (Orozco: 1990: 35).

En síntesis, “los medios constituyen (...) unos nuevos modos de representación de las identidades, de las expectativas, de los miedos, de las esperanzas, de las ilusiones (...) los medios hoy le están proporcionando a (la gente) algunas formas de identidad, de identificación, de proyección y de sublimación” (Martín-Barbero, 1994: 28, énfasis añadidos). Pues proporcionan a sus audiencias grupos de pertenencia, es decir, con quién identificarse, con quién soñar y de quién sentirse orgullosos.

De ahí que en la audiencia de RTP y la TLP se constituye como una **identidad positiva**, donde sus miembros no sólo se reconocen como sujetos con necesidades, sino que también “descubren” su fuerza y potencialidad, las cuales son difundidas y amplificadas hacia sí mismos y también al resto de la sociedad y del sistema político a través de las ondas de Radio Metropolitana y mediante el “ágora catódica” de Canal 4.

Hay que aclarar que no sólo se trata de la constitución de una identidad colectiva, sino que logra trascender de la esfera pública al escenario político, cuando se logra su institucionalización en partido político, Conciencia de Patria (CONDEPA<sup>37</sup>). Este partido especialmente en sus primeros años ha coadyuvado con otras dos importantes funciones dentro del sistema político: la integración de amplios sectores de la población a éste sistema y la consecución de representación política.

Se debe resaltar el importante rol que tiene CONDEPA<sup>38</sup> al favorecer la **integración social y sistémica**, ya que al institucionalizarse como partido político y al entrar en el marco de las reglas democráticas, juega un rol integrador al sistema político de masas que probablemente sin este partido no tendrían demasiado interés en participar institucionalmente en las elecciones (Lazarte, 1993). Este rol también ha coadyuvado en el fortalecimiento de la democracia, pues ha contribuido en viabilizar la estabilidad y legitimidad del sistema político, al demostrar una mayor capacidad de inclusión del régimen democrático y facilitar la gobernabilidad en la difícil coyuntura de reapertura democrática.

Entonces, a nivel societal se han logrado importantes avances que pueden ser visualizados desde dos ópticas: desde una perspectiva institucional, ha permitido reducir los riesgos disfuncionales o antisistémicos y; desde la perspectiva de los actores, ha posibilitado la incorporación de importantes sectores (mayoritarios por su peso demográfico y decisivo en términos electorales), además de evitar procesos de anomia colectiva, como los desencadenados en el vecino país (Perú), y que como bien sabemos tuvo un elevadísimo costo social, económico, político e inclusive humano.

Como bien señala Toranzo (1993), con la emergencia y aceptación de CONDEPA en el sistema político boliviano, se ha logrado la incorporación de la diversidad cultural o el reconocimiento de un Estado multicultural (Kymlicka). Este partido ha sido uno de los primeros en buscar la

incorporación de las demandas y experiencias de actores o sectores sociales que por mucho tiempo estuvieron no sólo marginados y despreciados, sino que inclusive pretendían ser negados tanto por las élites políticas como por la misma sociedad, debido a la mentalidad oligárquica o señorial imperante todavía en amplios sectores de la sociedad boliviana. Con esta apertura se ha logrado avanzar en el reconocimiento de **“nuevos actores” sociales y políticos**, integrar la diversidad y desarrollar una forma más amplia de pluralidad e intersubjetividad.

Respecto al tema de la representación política, si bien se trata de un derecho<sup>39</sup> aún no reconocido constitucionalmente, tampoco lo es a nivel social, debido a los prejuicios oligárquicos y señorialistas que impiden que se asuma de una vez que los sujetos de “tez morena” pueden acceder a las listas de los partidos —a excepción de los partidos indígenas—, y mucho menos, se pensaba que los cholos y cholitas —vestidas de polleras y sombrero— podrían llegar a ocupar los curules del parlamento y compartirlos con quienes se creyeron dueños eternos del poder.

El momento en que se produjo la clausura de RTP, efectuada paradójicamente en el marco del proceso de redemocratización y de ampliación del espacio público, es el que permite dar visibilidad a un movimiento colectivo y masivo en defensa de ese medio de comunicación. El contexto de apertura democrática hace posible que amplios sectores populares se movilicen en defensa de lo que consideran suyo —apropiación simbólica de RTP— y también en defensa de sus derechos ciudadanos.

Con la defensa de RTP estos sujetos llegan a **ejercitar sus derechos ciudadanos**: la libertad de expresión, la libertad de prensa, la libertad de lo que identifican como “su propia voz”, la libertad de expresarse, “verse” y “escuchar-se” a sí mismos diariamente a través de las ondas de la TLP.

En este proceso de defensa de sus derechos, de sus intereses y libertades va tomando forma la necesidad de lograr una representación política genuina, hasta que cristaliza en una opción partidaria propia como intermediadora de sus intereses y reivindicaciones ante el Estado. Aunque como se vió anteriormente esta función ya estaba siendo desarrollada por el sistema RTP, por la TLP y, especialmente, por el Compadre Palenque, de ahí que, dar el salto al instrumento partidario fue cuestión de decisión, que según sus

36. Han sido y son numerosos los intentos de imitar o seguir los lineamientos de los programas más exitosos de RTP: la TLP, El Metro-Telepolicial y Sábados Populares, que tal como se vió en el caso de este último, sigue difundándose en otra estación televisiva.

37. Es fundado el 21 de septiembre de 1988, y surge a partir de la visibilidad que adquiere un gran movimiento social que se moviliza como respuesta a la clausura de RTP, medida adoptada por el gobierno en junio de 1988 con claras motivaciones políticas de restar fuerza al movimiento social emergente y poco visible aún, pero que los políticos empezaban a avizorar y temer.

38. Más allá de las numerosas críticas que se le han realizado tanto desde el ámbito político como académico, al calificarlo como un movimiento populista, “neopopulista”, caudillista y de responsabilizarlo de “informalizar la política boliviana” debido a que no habría seguido las pautas de la institucionalidad tradicional.

39. Que según la tipología de los derechos de las minorías propuesta por Kymlicka (1996), constituye uno de los tres derechos, que permite garantizar escaños para grupos étnicos o nacionales en el seno de las instituciones centrales del Estado.

primeros dirigentes, se habría dado en una de las marchas de protesta por el cierre de RTP.

A partir de esta experiencia, lo que se está vislumbrando es la consolidación de un nuevo sistema mediante un proceso lento y, a veces, tortuoso de **constitución de una ciudadanía política** en tanto comunidad de individuos que intervienen en la confrontación de decisiones colectivizadas respecto a los que fueron tradicionalmente los titulares del poder. Reconocemos que se trata de una hipótesis atrevida, pero considero que hay elementos que nos permiten discutirla, ya que en la actualidad se perciben rasgos que nos autorizan para hablar de una **“ciudadanía asumida”** por los sujetos imputados y, no simplemente una “ciudadanía otorgada” como resultado de la Revolución de 1952, momento en el que recién se legisló el derecho universal al voto.

Estos procesos están evidenciando la complejidad que implica el reconocimiento y coexistencia de la diversidad, mucho más cuando se asume lo inconcluso o la imposibilidad de muchos proyectos estatales como la cristalización del paradigma de la homogeneidad mestiza, como lo pretendía la Revolución del 52. Ahora se ha hecho visible la diversidad, la heterogeneidad, los “pluri”, los “multi”<sup>40</sup> y esto complejiza la lectura y también la posibilidad de vislumbrar el horizonte de los acontecimientos políticos, que ya no podrá ser más leído desde el modelo idealizado de polis de supuestos Estados culturalmente homogéneos o, desde un modelo esencial o estándar de una comunidad política (Kymlicka).

Sin ánimos de plantear que esta “ágora electrónica” se haya constituido en el “espacio público” (de Habermas), donde participan individuos o “ciudadanos” racionales e iguales y donde la opinión pública se construye mediante una racionalidad dialogante. Lo que se constata es que en la interacción diaria y permanente entre los conductores de La Tribuna del Pueblo y su audiencia se ha conformado una **comunidad de apropiación y de interpretación** (Orozco, 1991), que dota sentido de pertenencia al grupo fragmentado, disperso y negado: los cholos y compadres de las ciudades de La Paz y El Alto. Es decir, que se constituye una comunidad de referencia y de pertenencia, que deviene en una suerte de **“comunidad imaginada”** (Anderson, 1992), que aunque imaginaria<sup>41</sup> o ilusoria opera fácticamente como real.

Por consiguiente, se puede decir que “La Tribuna Libre del Pueblo” ha posibilitado **la constitución de una identidad colectiva** en amplios sectores sociales que han pasado de la invisibilidad al protagonismo social y de éste a la ciudadanía política. No hay otra forma de explicar lo que en principio fue designado como “fenómeno Palenque” y que luego algunos científicos bolivianos han denominado “Movimiento Social Palenquista” o “Palenquismo”, para enfatizar en su origen mediático y el reconocimiento de su principal líder –un ingenioso periodista formado en su trabajo diario–, de lo que otros analistas consideraron un movimiento político, el “Condepismo”<sup>42</sup>.

En la actualidad, a pesar de la muerte de su jefe y fundador, Carlos Palenque, se trata de una fuerza política que ha logrado un importante tercer lugar<sup>43</sup> entre los partidos

más votados en las últimas elecciones nacionales de 1997<sup>44</sup>. Mantiene su hegemonía en las ciudades de La Paz (30.8%) y El Alto (52.7%), y lo más importante es que ha logrado trascender su límite regional, extendiendo su base electoral a Oruro donde logra el segundo lugar (19.4%) y a Potosí (10.7%), departamentos andinos de Bolivia (ver cuadro 1).

Para finalizar, considero importante dejar planteado un problema que aún requiere ser problematizado y debatido, la relación medios de comunicación-esfera pública-política, que puede ser formulado a partir de la disyuntiva planteada por Martín-Barbero (1994), en torno a la dimensión constitutiva y sustantiva de los medios.

Si bien con el estudio de caso analizado queda clara la dimensión constitutiva que en la actualidad pueden realizar los medios masivos, no obstante, habría que seguir investigando hasta qué punto los medios masivos, en general, podrían llegar a suplir el vacío de espacios políticos de expresión y negociación de conflictos del que adolecen nuestras sociedades –dimensión sustitutiva–. Entonces, dejo abiertas algunas de las grandes interrogantes de nuestros días: ¿los *mass media* podrán convertirse en instituciones políticas capaces de producir integración social y política y nuevas culturas políticas?, o ¿se limitarán a ser “instituciones políticas virtuales” que sólo posibilitan una “participación virtual” de “ciudadanos virtuales” en el espectáculo informacional que promueve la “ágora catódica”?

## Referencias Bibliográficas

- ANDERSON, Benedict (1992): “Comunidades imaginadas”. En *Revista Autodeterminación. Análisis histórico-político y teoría social*, 10, 75-8.
- ARCHONDO, Rafael (1991): *Compadres al micrófono: la resurrección metropolitana del ayllu*. La Paz: HISBOL.
- DADER, Jose Luis (1992): *El periodista en el espacio público*. Barcelona: Bosch-Comunicación.
- DEGREGORI, Carlos Iván y GROMPONE, Romeo (1991): *Demonios y redentores en el nuevo Perú. Una tragedia de dos vueltas*. Lima: IEP.
- FERRY, Jean-Marc (1992): “Las transformaciones de la publicidad política”. En Ferry, J. M. y Wolton, D., *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa, 13-27.
- KYMLICKA, Will (1996): *Ciudadanía multicultural*. Barcelona: Paidós.
- LANDI, Oscar (1991): «Videopolítica y cultura». En *Diálogos*, 29, 24-35.

40. Que recién pudieron ser tematizados y discutidos abiertamente en Bolivia desde finales de los 80s e inicios de los 90s, y que dieron lugar y nombre a numerosos debates, seminarios y encuentros entre académicos, políticos y los diversos sujetos.

41. Dado que alude más a su carácter de imaginación, creación e invención que como fabricación y falsedad, tal como aclara Anderson.

42. Apelando a la institucionalización del movimiento en el aparato partidista, CONDEPA.

43. Con Remedios Loza, la “comadre Remedios” como candidata a la Presidencia de la República en las elecciones nacionales de 1997 y jefa nacional actual de CONDEPA.

44. Al haber obtenido el 16.1 % de votos a nivel nacional, ganando casi 3 puntos porcentuales respecto de las elecciones nacionales de 1993 y, a escasos 4 puntos del partido ganador y a un punto del segundo partido.

- LECHNER, Norbert (1990): "La televisión y el futuro de la política", mimeo.
- LECHNER, Norbert (1988): "Cultura política en la transición democrática". En Ozlak y otros *Procesos, crisis y transición democrática*, 1.
- LAZARTE, Jorge (1993): "Partidos, democracia, problemas de representación e informalización de la política: El caso de Bolivia". En ILIDS (de.) *Nuevos actores políticos*, 7-50.
- LIMA Venicio A. (1992): «Medios de comunicación y democracia. La construcción de un presidente brasileño». En *Rev. Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, 29, 121-134.
- MAFESSOLI, Michel (1990): *El tiempo de las tribus. El declive del individualismo en las sociedades de masas*, Barcelona: Icaria.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (1994): «Culturas populares e identidades políticas». En AA.VV. *Comunicación y cultura política: Entre públicos y ciudadanos*, 21-34.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (1990): «Comunicación, campo cultural». En *Diálogos*, 26, 9 -15.
- MATA, María Cristina (1991): «Radio: Memorias de la recepción. Aproximaciones a la identidad de los sectores populares». En *Diálogos*, 30, 40-53.
- MATA, María Cristina (1988): «Radio y públicos populares». En *Diálogos*, 19, 55-69.
- MAYORGA, René (1995): *Antipolítica y neopopulismo*. La Paz: CEBEM.
- MAYORGA, Fernando (1991): *La política del silencio*. La Paz: ILDIS-Facultad de Ciencias Económicas y Sociología (UMSS).
- O'DONNELL, Guillermo, SCHMITTER, Philippe y WHITEHEAD, Laurence (comp.) (1989): *Transiciones desde un gobierno autoritario*. Vol. I, Buenos Aires: Paidós.
- OROZCO, Guillermo (1991): *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio*. México: Universidad Iberoamericana - Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales N° 2.
- PINILLA, Helena (1994): "Los informativos de tv en crisis: Libertad de expresión y responsabilidad política". En AA.VV. *Comunicación y cultura política: Entre públicos y ciudadanos*, 163-173.
- PORTANTIERO, Juan Carlos, (1994): "Revisando el camino: las apuestas de la democracia en Sudamérica". En *Transformaciones sociales y acciones colectivas. América latina en el contexto internacional de los noventa*, 161-180.
- PROTZEL, Javier (1994): "Prólogo". En AA.VV. *Comunicación y cultura política: Entre públicos y ciudadanos*, 9-17.
- RIEFFEL, Rémy (1992): "Sobre el vedetismo de los medios" en Ferry, J. M. y Wolton, D., *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa, 237-246.
- SARAVIA, Joaquin y SANDOVAL, Godofredo (1991): *Jach'a uru: ¿la esperanza de un pueblo?*. La Paz: ILDIS-CEP.
- SARTORI, Giovanni (1998): *Homo videns. La sociedad tele-dirigida*. Madrid: Taurus.
- THOMPSON, John B. (1993a): *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en el área de la comunicación de masas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana- Unidad Xochimilco.
- TIRONI, Eugenio y Sunkel, Guillermo (1993): «Modernización de las comunicaciones y democratización de la política». En *Estudios Públicos*, 52, 215-246.
- TORANZO, Carlos (1993): "Carlos Palenque y Condepismo". En ILIDS *Nuevos actores políticos*. La Paz: ILDIS-FACES-UMSS, 85-114.
- TORANZO, Carlos (1991): "A manera de prólogo: Burguesía chola y señorialismo conflictuado". En Mayorga, F. *La política del silencio*. La Paz: ILDIS-Facultad de Ciencias Económicas y Sociología (UMSS), 13- 29.
- TORRE, Carlos de la (1997): "Populismo, cultura política y vida cotidiana en Ecuador: El caso de Abdalá Bucarán". En *Neopopulismo y democracia. Estudios Andinos*. San José: FLACSO, 25-45.
- VATTIMO, Gianni (1996): *La sociedad transparente*. Barcelona: Paidós- ICE, Universidad Autónoma de Barcelona, Col. Pensamiento Contemporáneo.
- WOLF, Mauro (1994): *La investigación de la comunicación de masas*. México: Paidós.
- WOLTON, Dominique (1992): "Los medios eslabón débil de la comunicación política" en Ferry, J. M. y Wolton, D., *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa, 183-199.

### RESUMEN

El artículo analiza cómo el papel de los medios masivos de comunicación en la política contemporánea de las sociedades latinoamericanas empieza a adquirir mayor relevancia en los últimos años, tanto en el ámbito académico como en el ámbito político. Presenta algunas reflexiones acerca de los nuevos roles que están asumiendo los medios de comunicación masiva y el nuevo lugar que éstos están pugnando dentro del espacio público en un contexto de crisis de las tradicionales instancias dotadoras de sentido.

Los medios masivos devienen como instancias públicas de interpelación, de mediación, de constitución de identidades y de construcción de ciudadanos. Esto será ilustrado con un estudio de caso en Bolivia: el Sistema de "Radio y Televisión Popular" (RTP) y su programa "La Tribuna Libre del Pueblo" (TLP), a partir de los cuales emerge un sujeto social, que adquiere visibilidad cuando irrumpe como movimiento social (Palenquismo) y, que luego se constituye en un actor político destacado a nivel nacional cuando se institucionaliza en el partido político Conciencia de Patria (CONDEPA).

RTP y la TLP al dar acceso al micrófono a amplios sectores populares hacen posible que su "voz" sea escuchada y amplificadas, hacia sus semejantes como hacia el resto de la sociedad. Con esto contribuye a que dichos sujetos puedan "expresarse", "mirarse" y "oírse" a través de las ondas de radio o la pantalla catódica, con lo cual contribuye a que se reconozcan como "cholos", "indios", "compadres" y "hermanos dentro de la gran familia RTP", y constituyan una comunidad de sentido, una identidad colectiva. Y lo más importante, es que estos medios masivos han coadyuvado a que ciertos individuos que inicialmente se reconocían solamente como sujetos con necesidades y deberes, hayan pasado a reconocerse como "sujetos con derechos" en una sociedad que los ha excluido permanentemente.

Palabras clave: medios masivos, ciudadanía, identidad colectiva, movimientos sociales, minorías.

### ABSTRACT

This paper analyzes the role of mass media in contemporary latinamerican politics, which has become more important in recent years, both within academia and politics. It discusses the most recent debates regarding the new roles that mass media are playing and the new spaces that they are occupying in the public sphere. The mass media has become a public space of interpelation, mediation, construction of identities and building of citizenship.

This is illustrated with a case study of the "Sistema de Radio y Televisión Popular" (RTP) and its program "La Tribuna Libre del Pueblo" (TLP) in Bolivia. Both contributed to the emergence of social actors that obtain visibility when they surfaced as a social movement named Palenquismo and later became an important national political actor as an institutionalized political party, Conciencia de Patria, CONDEPA.

The TLP gives individuals of the popular classes access to the airwaves, so that their voices can be heard by and then experiences can be shared with other members of the popular classes and also by members of other social classes. Through this daily interaction, members of the popular sectors define themselves as "cholos", "indios", "compadres" and "brothers" of the great family RTP, or in other words, an interpretative community.

More importantly in the construction of a collective identity, the RTP and the TLP enable the popular sectors to consider themselves subjects and citizens with needs and responsibilities, above all, with rights in a society that marginalizes such groups and denies them such rights.

Key words: mass media, citizenship, collective identity, social movements, minorities.



Manco Inca II