

---

# EL CASO DE “RTP” Y “LA TRIBUNA LIBRE DEL PUEBLO”

## Medios de comunicación, mediaciones y constitución de identidades colectivas en sectores populares

Marlene Choque Aldana



EL PAPEL DE LOS MEDIOS MASIVOS de comunicación en la política contemporánea de las sociedades latinoamericanas ha sido poco estudiado desde las ciencias sociales. La mayoría de las investigaciones hasta ahora han priorizado el estudio de las instituciones o actores políticos “clásicos” como los partidos, el Estado o temas genéricos como los procesos de transición democrática, el autoritarismo o el (neo) populismo.

El objetivo del presente trabajo es reflexionar acerca del nuevo espacio y los nuevos papeles que están asumiendo y pugnando los *mass media* en las sociedades latinoamericanas, en un contexto de aceleradas transformaciones institucionales y de las relaciones sociales. A su vez, éstas se enmarcan en una crisis profunda en las tradicionales instancias dotadoras de sentido y referentes en la constitución de identidades colectivas.

En este contexto, los medios de comunicación masiva están deviniendo en instancias públicas de interpelación, de mediación y de constitución de identidades y están

MARLENE CHOQUE ALDANA

detentando un nuevo lugar en el escenario político. Esto será ilustrado con el análisis de 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 luego se constituye en un actor político destacado en el país, al fundarse el partido político Conciencia de Patria (CONDEPA).

Para aprehender estos importantes y rápidos cambios se presenta una breve contextualización de los procesos de transición y consolidación democrática, lo que permite observar los principales actores políticos y sus funciones, para, de esta manera, percibir con mayor claridad las transformaciones que se están dando en la relación entre la comunicación y la política, y desde allí reflexionar acerca del lugar y papel que ocupan y detentan los medios masivos dirigidos a sectores populares en la sociedad boliviana.

1. LOS TORTUOSOS CAMINOS DE LA TRANSICIÓN Y  
CONSOLIDACIÓN DEMOCRÁTICA EN BOLIVIA:  
EL SISTEMA POLÍTICO Y SUS ACTORES

Luego de la euforia vivida en los primeros años del inicio de la transición a la democracia en Bolivia (1982), y con el retorno al poder paulatino de los civiles al poder, pronto se vislumbraron las dificultades y se constató que no se trataba de asegurar el mero recambio presidencial, sino que implicaba pensar en un proceso de reconstrucción de la sociedad en todas las esferas y de una redefinición de las relaciones entre el Estado, la sociedad y la política.

Las relaciones Estado-sociedad imperantes en Bolivia (1952<sup>1</sup>-1985<sup>2</sup>) quedaron fuertemente marcadas por la correlación de fuerzas del año 52, que dio lugar a la emergencia de nuevos actores: sectores campesinos organizados, un fuerte movimiento obrero sindical aglutinado en la Central

## RTP Y LA TRIBUNA LIBRE DEL PUEBLO

Obrera Boliviana (COB<sup>3</sup>) y a la consolidación de un partido político de composición pluralista: el Movimiento Nacionalista Revolucionario (MNR).

A decir de Lazarte (1993), el MNR y la COB dominaron el sistema político boliviano a partir de 1952, inicialmente bajo la forma de "co-gobierno": sustentado en un sistema legal de partidos<sup>4</sup> que coexistía con otro sistema político *de facto* y más real -del cual uno de los polos articuladores era el movimiento sindical a través de la COB-<sup>5</sup> (Lazarte, 1993).

Luego, la dictadura militar (1971-1978) constituyó un intento de remodelación global de la sociedad que puso en acto una voluntad estratégica y fundamental para la ruptura de identidades anteriores, tradiciones políticas y culturales y comportamientos individuales y colectivos (Mata, 1988).

Los medios de comunicación masiva resultaron claves en este intento, tal como fue constatado en diversos estudios. Landi (1984) ha destacado el cambio que se opera en los *mass media* cuando se suprimen las formas tradicionales de representación política y otras instancias de comunicación colectiva -prácticas organizativas y prácticas culturales-.

Por su parte, Tironi y Sunkel (1993) señalan que la relación de los gobiernos militares con los medios masivos se ha regido por una lógica de control político que restringía la libertad de expresión y controlaba la difusión de información. "Desde el Estado se trazaban las normas de lo que 'debía' y 'podía' ser dicho, así como 'quiénes', 'cómo' y 'cuándo' podían decirlo".

Con el retorno a la democracia en 1982 se inicia un nuevo ciclo político en el país con importantes cambios en la lógica de la política nacional: a) una ampliación del espacio político que da apertura a un nuevo espacio (que será el lugar privilegiado de los partidos políticos); b) el sistema político se interpone entre el Estado y la sociedad civil, mediando entre ambos; c) los partidos políticos se convierten en los actores centrales y esenciales del sistema, desalojando de él

MARLENE CHOQUE ALDANA

a sus “sustitutos funcionales”: la COB y las Fuerzas Armadas (Lazarte, 1993).

La bilateralidad o dualidad del pasado da lugar a la multipolaridad del espacio político, donde emergen diversos y nuevos actores<sup>6</sup>: uno de ellos es los medios de comunicación masiva, que, sin tener el reconocimiento institucional, operan en la práctica como parte esencial del sistema político, como una “institución política virtual” (Protzel 1994: 14).

Surge, entonces, la cuestión: ¿cómo entender el nuevo papel que juegan los medios de comunicación en los procesos de consolidación democrática? No obstante, antes se reflexiona en torno a las relaciones entre comunicación y política.

2. LA RELACIÓN ENTRE LA COMUNICACIÓN Y LA POLÍTICA:  
LA MEDIATIZACIÓN DE LA CULTURA Y DE LA POLÍTICA

La ampliación del espacio político no puede ser entendida sin analizar la emergencia de un nuevo espacio público “mediático” que reestructura o redefine las relaciones sociales “y será concebido como la ‘sociedad de los medios de comunicación’”. Thompson analiza 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. Así, “nuevas formas de interacción social modifican o socavan las viejas formas de interacción, crean nuevos focos y nuevas redes para la acción y la interacción y, en consecuencia, sirven para reestructurar las relaciones sociales existentes y las instituciones y organizaciones de las cuales forman parte” (Thompson, 1993: 249). No se trata, pues, de un mero complemento de las relaciones sociales pre-existentes, sino que las nuevas relaciones tienen incidencia en las maneras en que la gente actúa e interactúa entre sí.

Entonces, ¿cómo estos cambios han incidido en la relación de los *mass media* y la política? Partimos de la premisa

## RTP Y LA TRIBUNA LIBRE DEL PUEBLO

de que la relación entre los medios de comunicación y la política no es 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).

Considero oportuno detenerse en este punto para analizar las características que adopta dicha relación, ya que entre los estudiosos hay lecturas controvertidas: algunos dan mayor énfasis a los *mass media* y a la dependencia de la política respecto de éstos; 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 medios en la política estaría configurando el escenario político mediante el uso de ciertos recursos, tales como<sup>7</sup>:

- El *vedetismo*: celebración incesante de "la imagen", que 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>8</sup>.

- La *teatralización*: que busca la escenificación y espectacularidad para dar mayor visibilidad y dramatización a las informaciones políticas, donde los acontecimientos adoptan la forma de espectáculo informativo<sup>9</sup>. Esta característica es criticada por Baudrillard, al cuestionar 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. Missika agrega que esto produce la *medialización de los acontecimientos políticos*, ya que son las *medialidades*, o ideas adaptadas por los medios, las que producen la depreciación del espacio de discusión política (Rieffel, 1992: 241).

Estos cuestionamientos a la excesiva simbolización de los *media* se relacionan con las formas en que se presenta el

MARLENE CHOQUE ALDANA

poder: como mera representación, se exponen a la trivialización (política-espectáculo) y a la teatralización, acompañada de la planificación de los acontecimientos políticos.

En una perspectiva similar, Ferry (1992) advierte que los *mass media* estarían posibilitando 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 trans-curre- 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*, al designar portavoces autorizados (intelectuales, estrellas y políticos).

El problema de la dependencia de la política respecto de los medios se sustenta en que los acontecimientos, actores y temas que no son mediatizados no entran en la estructuración del espacio público (Ferry, 1992), o sea, que estarían condenados a la inexistencia social y política: "quien no está en los medios no existe públicamente". Para evitar el aislamiento o invisibilidad, los actores políticos recurren y usan de los medios para aparecer representados -ingresar a la agenda comunicativa para no quedar "al margen" de esa realidad cada vez más fabricada por los medios- y, de esa manera, lograr publicidad 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*".

Para Landi (1991), la incidencia de los *media* se muestra en la capacidad que tienen de dar primacía a ciertos hechos y actores y no otros, es decir, el aparecer, el mostrarse, clasifica de por sí a la clase política en "televisable" y "no televisable".

## RTP Y LA TRIBUNA LIBRE DEL PUEBLO

Así, los *mass media* no sólo potencian la difusión masiva de los políticos, sino también imponen transformaciones en las formas de hacer política.

En la segunda perspectiva están los autores que proponen una lectura de *interdependencia entre los mass media y la política*. Parten de la premisa de 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). De esta manera, 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 sociedad política es un orden constituido de acciones e interacciones entre los miembros de la comunidad. Se trata de un flujo de interacciones entre ciudadanos -actores y unas élites políticas-, actores que definen y negocian de manera permanente, con mayor o menor intensidad el orden constituido. Por consiguiente, la política es un proceso constantemente recomenzado de comunicación política, donde el ejercicio del poder depende del acceso o control de sus claves simbólicas, cuyas principales fuentes en la actualidad las constituyen los *mass media*.

Otros autores, como Meadow (1980), proponen una salida a este debate circular y señalan que la reflexión no se debe limitar a las repercusiones comunicativas de la política o de las relaciones entre ambos conceptos. Concibe "la política como un proceso comunicativo" 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 (Dader, 1992).

En esta segunda perspectiva, a diferencia de la anterior -que cuestionaba la falta de representatividad del público

MARLENE CHOQUE ALDANA

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, 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. Con esto los medios masivos se constituyen en la "otra cara" de la opinión pública que no tiene expresión legítima, y surgen fuera de los ámbitos oficiales, posibilitando una pluralidad político-ideológica en el 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*, 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. Esta presencia de la televisión se sustenta en las transformaciones profundas de la cultura y en ciertas características del sistema político. Parafraseando a Landi, creador de este concepto, se podría decir que "la videopolítica vino para quedarse".

3. EL LUGAR Y LAS FUNCIONES DE LOS MEDIOS  
EN EL PROCESO DE CONSOLIDACIÓN DEMOCRÁTICA

Para entender la centralidad y la importancia creciente que en la actualidad están adquiriendo los *mass media* no se puede prescindir del análisis de dos lógicas o procesos no acabados que aún atraviesan nuestras sociedades: la de restauración democrático-institucional y la que entroniza el mercado como dispositivo clave de la cohesión y reproducción del orden social. Como nos interesa profundizar más la

## RTP Y LA TRIBUNA LIBRE DEL PUEBLO

dimensión política, caracterizaremos brevemente la primera lógica.

En el marco del proceso de consolidación democrática y luego del fin del periodo idílico sustentado en la autosuficiencia de la democracia política, se reconoce la apremiante necesidad de reconstruir un modelo societario y de eliminar la anterior indiferenciación de las esferas de la sociedad, la política y el Estado, lo que puso en evidencia la dificultad que implica la reconstrucción del sistema político, que en algunos casos habría devenido en una *democracia delegativa* (O'Donnell, 1991), en la que 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).

Estos aspectos expresan bien los primeros años de reapertura y consolidación democrática en Bolivia, rasgos que fueron acentuados por la aguda crisis económica y la hiperinflación, lo que ha profundizado el déficit de representatividad de los partidos y la crisis de su función mediadora<sup>10</sup>, debido a que no han 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.

No obstante, como advierte Landi, dado que en la actualidad no se puede prescindir de los mecanismos de mediación y agregación de los intereses, queda abierto el problema: ¿qué instancias asumen estas tareas en las actuales condiciones de nuestras democracias? En este trabajo se analiza cómo ciertos tipos de medios de comunicación masiva asumen ciertas tareas tradicionalmente asignadas a los mediadores políticos por excelencia en Bolivia (partidos y sindicatos). Esta tesis será desarrollada más adelante con el estudio de caso del sistema de Radio y Televisión Popular (RTP).

Estos procesos adquieren plausibilidad cuando se inicia el proceso de reapertura democrática (fines de los años

MARLENE CHOQUE ALDANA

setenta), momento desde el que se empiezan a vislumbrar una serie de profundos cambios en la cultura masiva y la cultura política de la sociedad boliviana. Entre las transformaciones más importantes se pueden destacar las siguientes<sup>11</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. Se evidencia entonces una *multiplicación de sujetos y de lugares de enunciación*, una pluralidad discursiva que rebasa los medios masivos y 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 “ciu-dadano”.

c) Esta multiplicación de las estrategias discursivas, aunada 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. También se observa una ampliación de la oferta informativa -temática y actores nuevos-, aunque esta abundancia de información no significa necesariamente multiplicación de sentidos.

Para responder a la pregunta sobre qué lugares y nuevos papeles asumen y detentan los medios masivos en un contexto de crisis de las mediaciones e instancias de representación, se recuperan los planteamientos de Landi, quien propone que, en contextos de representación partidaria lábil, los medios masivos y particularmente la televisión asumen una doble función: como escenario y como actor de la política. Es decir, que 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 al ámbito

## RTP Y LA TRIBUNA LIBRE DEL PUEBLO

del hogar-, a través de las pantallas o las ondas de radio. 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).

Lima (1992) intenta realizar una lectura dialéctica del papel de los medios como reflexivos y constitutivos. Propone que los medios son los que construyen los escenarios de representación política y recupera el concepto planteado por Hall de *escenarios de representación*: "El modo en que las cosas se representan y 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).

Las diversas modalidades que puede adoptar la construcción del escenario político son claramente ilustradas en el artículo de Lima, "Medios de comunicación y democracia. La construcción de un presidente brasileño" (1992), donde muestra cómo, en la fabricación de dicho escenario, los *media* ocupan una posición central como maquinarias y regímenes de representación, al ser la fuente más reconocida de noticias, información y entretenimiento. Así, los medios vinculados a red *O globo* fueron construyendo representaciones específicas de la realidad apelando a diferentes recursos: las telenovelas -que tematizaron cuestiones relevantes-, las noticias -que manipularon la cobertura informativa-, y las encuestas periodísticas -con entregas dosificadas de los resultados-. Todo esto acompañado y enmarcado en una estrategia de mercadotecnia que ha permitido "construir una imagen

MARLENE CHOQUE ALDANA

pública" del perfil del candidato ideal y constituir/construir a Fernando Collor de Mello como el candidato ganador<sup>12</sup>.

Dichos hallazgos llevaron a Lima a concluir, junto con Meyrowitz (1989), que los *media* constituyen "el contexto donde la mayoría de nosotros percibimos el mundo, pensamos sobre política, sobre entretenimiento, sobre información, sobre cualquier cosa" (1992: 123). Desde una perspectiva similar, Mata plantea que los procesos de comunicación masiva deben ser concebidos como "una de las instancias en que se procesan y construyen diferentes sentidos del orden que pugnan por adquirir carácter hegemónico en nuestras realidades" (1988: 56).

De ahí 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 construcción del escenario político en el marco de una función más amplia: la de la construcción social de la realidad.

La estructuración de la imagen de la realidad política se basa en dos mecanismos: a) en la fijación 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 que dichos elementos son dispuestos en el "orden del día" (Wolf, 1994). Esta función ha sido denominada "fijación de agenda" o *agenda-setting*<sup>13</sup>. O sea, los medios definen temas y, en el proceso de selección de éstos, prestan atención a unos y silencian otros, presentando al público una lista de todo aquello respecto a lo cual se puede opinar, conversar y discutir (Shaw, 1979 en Wolf, 1994).

Otra función de los *mass media* es la visibilidad que dan a ciertos sectores del sistema social, problemas, tensiones y

## RTP Y LA TRIBUNA LIBRE DEL PUEBLO

sujetos colectivos (Wolf, 1994), pues favorecen la metabolización de las cuestiones, las problemáticas y los factores de marginación social 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* han contribuido a la ampliación y/o dilatación de los márgenes de lo social “conocible”.

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 papel 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 papel de mediación entre el Estado y la sociedad civil, deviniendo en una “institución política virtual”. Este espacio ha sido posible ocuparlo debido al vacío político producido por el desprestigio que en la actualidad tienen los partidos, 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 se habría trasladado a los medios de comunicación masiva<sup>14</sup> por su capacidad de canalizar las demandas e intereses de la población a la discusión pública.

Estas circunstancias, a decir de Martín-Barbero (1994), han posibilitado que los *mass media* ganen un “valor social”, que se debe básicamente a dos ausencias: a) en el discurso de la política y en el discurso de la cultura oficial de dimensiones claves de la vida y de los modos de sentir de las mayorías, y b) el vacío de espacios políticos de expresión y negociación de conflictos por la crisis de legitimidad de los partidos y el Parlamento.

MARLENE CHOQUE ALDANA

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 y diferentes identidades individuales y colectivas* en sectores populares de la sociedad boliviana, tema a ser analizado en el siguiente punto.

4. LOS MASS MEDIA Y LA CONSTITUCIÓN DE  
IDENTIDADES COLECTIVAS EN SECTORES POPULARES:  
EL SISTEMA RTP Y LA TRIBUNA LIBRE DEL PUEBLO

Para entender la importancia que adquieren algunos medios masivos en la sociedad boliviana -y en otros países latinoamericanos-, es necesario reflexionar sobre la adhesión creciente que suscitan ciertos *mass media*, que se autoproclaman 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 preexistentes.

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 mediante la apelación a diversos recursos y mecanismos comunicativos y extracomunicacionales, usados de manera complementaria. Entre ellos destacan los siguientes: 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 mútua que entablan los sectores populares. Por consiguiente, estos medios se sustentan -más que por su labor informativa y

## RTP Y LA TRIBUNA LIBRE DEL PUEBLO

recreativa- porque remiten a la ilusión de un “intercambio” entre iguales que los sectores populares sienten ausente 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 RTP, y más específicamente un programa, “La tribuna libre del pueblo”, se generen procesos de identificación y de constitución de identidades colectivas en los sectores populares de las ciudades de La Paz y El Alto?

Antes de abordar una posible respuesta a esta compleja pregunta se hará una breve presentación de algunas características de este sistema de comunicación y del programa mencionado.

El Sistema de Radio y Televisión Popular (RTP) es un sistema privado de comunicación que se instaura a principios de los años ochenta<sup>15</sup>, inicialmente sólo con Radio Metropolitana (21 de abril de 1980) y se constituye como sistema cinco años después, cuando se funda Canal 4 (mayo de 1985).

Radio Metropolitana es una estación que destaca por su clara orientación hacia los sectores populares y por el crecimiento rápido de su audiencia<sup>16</sup>, lo cual, después de cinco años posibilita la compra de un canal de televisión propio (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>17</sup> o en su “populismo comunicativo”<sup>18</sup> como una forma de desplegar una serie de mecanismos comunicativos y sociales para llegar a los sectores marginales y populares que constituyen su principal audiencia<sup>19</sup>.

La *política comunicativa* seguida por RTP presenta algunos rasgos que la diferencian del resto de la oferta mediática<sup>20</sup>:

a) Una orientación claramente popular, que se expresa en la posición explícita de defensa de los sectores populares.

MARLENE CHOQUE ALDANA

b) Un estilo particular de comunicación que busca entablar una relación directa con la audiencia, al permitirle 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 aimara.

c) Un ambiente comunicativo 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. Esto facilita también la circulación de formas fonéticas, sintaxis, enunciaciones y vocabulario propio de los sectores populares.

d) Una forma especial de trato al público<sup>21</sup>, en la cual destaca la predisposición a escuchar atentamente las preocupaciones y planteamientos de los participantes. Todos estos elementos facilitan la familiaridad del ambiente comunicativo.

e) Un cambio de la relación emisor-receptor, que en los medios tradicionales es concebida en términos de locutor/periodista o radioescucha/televidente y en la cual subyace una relación claramente jerárquica. 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: 65-66). Además, con esto se está apelando 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 al surgimiento de una importante dimensión afectiva.

## RTP Y LA TRIBUNA LIBRE DEL PUEBLO

No obstante, más allá de los elementos innovadores en la política comunicativa, la gran capacidad de interpelación de los sectores populares por parte de RTP no puede ser cabalmente explicada si no se aborda el conjunto de tareas y funciones extracomunicativas, que trascienden el ámbito estrictamente comunicativo. Estas se articulan en 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>22</sup>:

a) Prestar atención a las necesidades cotidianas y demandas inmediatas de amplios sectores carentes, las cuales constituyen el común denominador de esta población urbana.

b) Canalizar las demandas y expectativas -individuales y colectivas- expresadas en "voz propia" por sus protagonistas a la sociedad y al sistema político, deviniendo en 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 -de lentes, ataúdes, medicamentos-; campañas de solidaridad -con damnificados, discapacitados o necesitados de urgencia-; o servicios sociales -médicos, ayuda económica, asesoramiento jurídico-.

Como se puede ver, la interacción entre sectores populares y RTP discurre dentro de lo cotidiano, donde RTP, además de ser un medio de comunicación, aparece como una institución de beneficencia gracias a la labor social que realiza, dando solución a las necesidades diarias de los pobres y de-samparados, lo cual le ha permitido un amplio reconocimiento, legitimidad y lealtad por parte de éstos.

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 so-

MARLENE CHOQUE ALDANA

cial se transmiten 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 y nombramiento 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 al "compadre" (Archondo, 1991).

Las características "populistas" atribuidas al sistema RTP se manifiestan en la programación de Radio Metropolitana y Canal 4, claramente orientada a los sectores populares. Dado que no interesa hacer una descripción detallada de la misma, se enfatizará en los programas de mayor preferencia y trascendencia de RTP: "La tribuna libre del pueblo", "El metropolicial/El telepolicial" y "Sábados populares".

"La tribuna libre del pueblo" (TLP) es la esencia y alma de RTP. Es un programa producido y difundido por RTP. Cuenta en estos momentos con 30 años de emisión<sup>23</sup>, en los que ha ido conquistando una creciente y asidua audiencia que sigue el programa en su tránsito por diferentes medios. En líneas generales sigue el formato de las tele o radio-revistas, de las misceláneas o variedades donde se difunde e intercambia amplia información, acompañada de anuncios sobre actividades sociales y comunales y avisos publicitarios, y se prestan servicios sociales a los sectores populares.

Si bien resulta difícil tipificar a la TLP dentro de los formatos o géneros clásicos, lo que se evidencia es que el componente noticioso tiene un lugar central, aunque se trata de una concepción particular de la noticia<sup>24</sup>: temas de carácter vecinal, de organizaciones locales, asuntos municipales y nacionales, problemas familiares y casos individuales. La materia prima informativa son las noticias sobre hechos planteados por los individuos interesados en difundirlas.

## RTP Y LA TRIBUNA LIBRE DEL PUEBLO

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 a la solución o atenuación de los problemas mediante ayuda material, reproduciendo en lo simbólico la lógica de la reciprocidad 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>25</sup> y "Sábados populares"<sup>26</sup>. La programación de RTP y sus rasgos peculiares no pueden ser cabalmente entendidos si no se considera la presencia de sus principales protagonistas:

a) *Carlos Palenque*<sup>27</sup>: llegó a ser director y propietario de RTP gracias a una larga trayectoria artística y periodística desarrollada en diferentes espacios 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. Metropolitana)
1985-97	(propietario Canal 4)
1988-97	(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 funciones y tareas, relacionándolas con las demandas de la población<sup>28</sup>:

## MARLENE CHOQUE ALDANA

Funciones	Tareas	Sectores populares
a) Cantante	a) Entretener, amenizar	Expectativas de entretenimiento folclórico (musical)
b) Comunicador	b) Comentar hechos, sugerir soluciones, labor social	Exp. de participación en procesos de comunicación
c) = b) + líder	c) = b) + críticas y censuras	Exp. y demandas socio-económicas
d) = c) + líder	d) = c) + acciones de hecho carismático	Identificación y reconocimiento a labores sociales
e) = d) + político	e) = d) + intentos de institucionalizar el poder	Exp. para institucionalizar un movimiento reivindicativo

Pero aún queda el problema de cómo explicar estos cambios de relación con su público. Dicha relación se va ampliando y profundizando gracias a la constante interacción entre Palenque y su audiencia, en la que Palenque fue asumiendo nuevos papeles y los tuvo que ir legitimando ante el público que lo seguía. 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 papel de comunicador se fue afianzando con el tiempo y gracias a las características que imprime a sus medios y especialmente en la orientación que da a la TLP, en un contexto difícil de reapertura democrática. La interacción diaria en la TLP -donde escucha, ayuda, consuela, brinda cariño, convoca a Dios y ofrece esperanzas- constituye la base de su reconocimiento como el "compadre", el "benefactor", el "protector y defensor de los pobres", el "enviado de Dios"<sup>29</sup>.

En el campo de la política, fue candidato a la presidencia de la República en las elecciones nacionales de 1989

## RTP Y LA TRIBUNA LIBRE DEL PUEBLO

y 1993 por CONDEPA. Gracias a su liderazgo popular, ha constituido a su partido en una importante fuerza política nacional<sup>30</sup>. Palenque falleció el 8 de marzo de 1997, pero aún sigue siendo recordado y aclamado por su audiencia como el "líder del pueblo".

b) *Mónica Medina*<sup>31</sup>: ha sido la co-conductora y máxima responsable de la "política social" de RTP desde 1986 hasta 1996. Logró establecer un fácil contacto con los sectores femeninos populares y de clases medias, sustentado en un manejo del lenguaje popular y 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>32</sup>. Era el nexa que "Los Caminantes" necesitaban para contactarse con la audiencia aimara 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 aimarista, que representa a la típica mujer migrante<sup>33</sup>. Su imagen está cargada de simbolismo y connotaciones, pues con ella se irradia la imagen de que el pueblo está representado en RTP y en el Parlamento. Al mismo tiempo constituye el centro de identificación y proyección del "cholaje", al ser considerada como el símbolo de la superación y el orgullo (Saravia y Sandoval, 1991: 77).

d) *Adolfo Paco*: jefe de programación y principal organizador de "Sábados populares". Comienza a trabajar con Palenque en tareas de acompañamiento musical desde 1971. Su dinamismo, creatividad y experiencia de trabajo con sectores populares lo motivan a crear lo que luego se convertiría en el programa de espectáculos más importante de la televisión paceña ("Sábados populares"), al cual le imprime su sello particular, con lo que gana un espacio propio en RTP al ser reconocido también como el "compadre Paco". Consti-

MARLENE CHOQUE ALDANA

tuye un eslabón esencial dentro de las estrategias de relaciones sociales, por las cuales Palenque puede llegar a los sectores populares.

Por todo lo señalado, se puede ver cómo el sistema RTP, mediante su política comunicativa y social, gracias a su programación y a la tarea pionera realizada por los conductores de la TLP y otros programas antes mencionados, ha alcanzado gran popularidad al ampliar la audiencia de los medios a grupos sociales antes no interpelados por los otros medios<sup>34</sup>. El darles acceso al micrófono ha permitido expresar "la voz de los sin voz", dando de esa manera visibilidad a sujetos antes discriminados e ignorados en el espacio público.

Con su labor asistencial, RTP llegó a invadir los espacios correspondientes a las instituciones estatales, que prestaban poca o ninguna atención a las necesidades y demandas de amplios sectores de la población, ya sea por incapacidad o limitaciones -estructurales o agudizadas por la coyuntura- o por negligencia administrativa o también por prejuicios señoriales. Estas circunstancias generan "espacios de disponibilidad" entre los pobres, humildes y olvidados, que se encontraban condenados al aislamiento. Es a ellos a quienes el "compadre Palenque", acompañado por el micrófono de la TLP, comienza a interpelar y a extenderles una mano para levantarles, curarles y ofrecerles su voz esperanzadora.

La interacción 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 sean escuchados y vistos por sus semejantes -los amplios sectores marginados, excluidos y discriminados- y también por los "otros", a partir de lo cual van viéndose y

## RTP Y LA TRIBUNA LIBRE DEL PUEBLO

percibiéndose a sí mismos como sujetos -ciudadanos con necesidades, pero también con derechos- en una sociedad que los excluía y negaba de manera permanente.

En respuesta a las interpelaciones directas y permanentes de la TLP, estos sujetos también han logrado ir reafirmando su identidad de indios y cholos -que antes sólo operaba como mecanismo de discriminación y exclusión-, pero que, gracias a su nombramiento continuo, han ido generando un sentido y valoración afirmativa hasta constituir una identidad positiva, que será vivida de manera menos estigmatizante y servirá más bien como un importante lugar de acumulación de fuerzas, poder e identidad.

También se puede decir que la TLP, el "Metro/Telepolicia" y "Sábados populares" juegan una suerte de papel terapéutico, al promover una catarsis conjunta de los oprimidos-reprimidos que luego facilita la recuperación de energía, vigor y un sentimiento de seguridad. "La auto-referencia, la auto-aceptación y la auto-valoración como indio o como cholo genera un inusual sentimiento de orgullo" (Saravia y Sandóval, 1991: 150).

Este sentimiento de seguridad, afirmación y reflexividad se va reforzando por la constante apelación a la idea de que todos -los trabajadores de RTP y la audiencia- son "hermanos" y constituyen una familia, la "gran familia RTP". Todos los que participan, ya sea directamente en los programas en vivo como aquellos que lo hacen a través de la pantalla o la radio (desde la casa, lugar de trabajo o mientras se transportan a diversos ámbitos), se sienten hermanados en su condición de iguales, pues, aunque la mayoría son cholos<sup>35</sup>, todos son "compadres". Con esto se favorece al refuerzo de los lazos de parentesco, conformando una suerte de comunidad donde todos los miembros se ayudan permanentemente "tanto en las buenas como en las malas".

La imagen de la "familia grande" surge de la relación metonímica entre RTP y el pueblo como una familia. El "compadre Palenque" emerge como la figura del "padre" o

MARLENE CHOQUE ALDANA

el “hijo predilecto”, es decir, se trata de un padre simbólico que escucha, orienta a sus hijos y, por lo tanto, no se puede hablar de una relación de equivalencia en *strictu sensu*. Se debe aclarar que esta forma de paternalismo cotidiano todavía vigente en los sectores populares -aunque no sólo en éstos- implica una práctica habitual que consiste en la búsqueda de personalidades -compadres o padrinos- que les protejan y amparen (Torre, 1997: 39).

Resulta más esclarecedor pensar en la figura de “compadre”, “como-padre”, que ayuda y consuela a los pobres, humildes y despreciados, con quienes comparte sus penas y alegrías y logra establecer fuertes lazos de solidaridad e identidad, donde el disfrute, la celebración y el sufrimiento los agrupa e identifica 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 han ido elaborando y construyendo una noción propia del “nosotros”, en la constante interacción con las interpelaciones diarias de RTP, que han operado como importantes referentes sociales, desde y a través de los 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”.

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 responden la dura pregunta 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

## RTP Y LA TRIBUNA LIBRE DEL PUEBLO

rechazan diferentes vías o fuentes de identificación (Mata, 1992: 42).

Desde una perspectiva comunicativa se puede ver que las fuentes de identificación -que compiten entre sí, se complementan o rechazan- son un conjunto de interpelaciones, unas maneras de constituir los sectores populares como destinatarios de diferentes tipos de discursos, de diseñar para ellos un posible campo de interacción simbólica y, desde los propios sujetos, unos modos de reconocerse en esas interpelaciones e imágenes y, a su vez, de impregnarlas, trastocarlas y nombrar esa diferencia.

Además, hay que tener en cuenta que, así como las identidades no se constituyen de una vez para siempre, los públicos de los medios masivos tampoco son cristalizaciones o categorías definibles de manera atemporal. Como señala Martín-Barbero, con el advenimiento de la ciudadanía-público en la modernidad tardía latinoamericana, se están transformando las modalidades de construcción de la identidad -ya no es más lo estable, lo que permanece-, pues 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).

Entonces, las identidades deben ser pensadas más bien, como propuso Maffesoli, en términos de una socialidad eminentemente empática y fluida que promueve la formación de identidades provisionales, lábiles y contingentes. Este autor señala que no se puede seguir pensando en términos de un coeficiente de pertenencia absoluto, sino más bien en constelaciones indeterminadas y cambiantes y, por consiguiente, en *identificaciones sucesivas*, de acuerdo a una concepción relacional que varía según las situaciones y la acentuación de determinados valores (1990: 123 y 180).

Sin embargo, en nuestras sociedades hay que tener presente que las identidades sociales son impensables al margen de la tradición, que va dejando marcas y sedimentos

MARLENE CHOQUE ALDANA

que operan en el largo plazo. Algo similar ocurre con los receptores de los *media* y con las modalidades de recepción. Por consiguiente, la constitución de la audiencia de la RTP es resultado de una interacción permanente, sostenida y efectiva entre los emisores y los receptores durante largos años<sup>36</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). Hay que considerar que estos procesos se dan en una relación competitiva o de coexistencia de diversas agencias de socialización y ámbitos de socialidad, pues en todas estas redes sociales el sujeto interactúa, recibe e intercambia información y produce sentidos y significados, se comunica y constituye como tal (Orozco: 1990: 35)

También se debe tener en cuenta que se trata de individuos situados socialmente, donde su adscripción sociocultural determina la apropiación de mensajes y la selectividad de sus marcos de referencia. De ahí que el éxito de RTP se sustente en que ha logrado construir actores colectivos que han desarrollado identidades diferenciadas y propias, pero que, a la vez, se reconocen en ciertos referentes comunes (Pachano, 1996: 68 en Torre, 1997: 31) que dotan de un sentido de pertenencia a la “gran familia RTP”.

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), al proporcionar grupos de pertenencia, es decir, con quién identificarse, con quién soñar y de quién sentirse orgullosos.

De ahí que la audiencia de RTP y la TLP se constituye como una *identidad positiva*, pues no sólo se reconocen como

## RTP Y LA TRIBUNA LIBRE DEL PUEBLO

sujetos con necesidades, sino que también “descubren” su fuerza y potencialidad, las cuales son difundidas y amplificadas hacia sí mismos y 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.

Sin ánimos de plantear que esta “ágora electrónica” se haya constituido en el “espacio público” (de Habermas), donde participarían individuos o “ciudadanos” racionales e iguales, 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: 49-50) 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, se constituye una comunidad de referencia y de pertenencia que deviene en una suerte de “comunidad imaginada” (Anderson, 1992) que, aunque imaginaria<sup>37</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 político. 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 diferenciar el origen mediático de lo que otros analistas consideraron un movimiento político, el “condepismo”<sup>38</sup>.

En la actualidad, a pesar de la muerte de su jefe y fundador, Carlos Palenque, se trata de una fuerza política que sigue manteniendo un importante tercer lugar<sup>39</sup> entre los partidos más votados en las últimas elecciones nacionales de 1997<sup>40</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

MARLENE CHOQUE ALDANA

electoral a Oruro, donde logra el segundo lugar (19.4%), y Potosí (10.7%), departamentos andinos de Bolivia.

Si bien queda clara la dimensión constitutiva que en la actualidad pueden realizar los medios masivos, habría que seguir pensando e indagando, no obstante, hasta qué punto los medios masivos en general -pues el presente trabajo se circunscribe a un caso particular- podrían llegar a suplir el vacío de espacios políticos de expresión y negociación de conflictos, del que adolecen nuestras sociedades (dimensión sustitutiva). Aún quedan, entonces, grandes interrogantes: ¿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 informativo que promueve la "ágora catódica"?

---

## Notas

- 1 Año de la victoriosa insurrección popular conocida como la Revolución Nacional de 1952.
- 2 Año en que se inicia un proceso de liberalización del mercado con las medidas de ajuste estructural, radicalmente opuestas al espíritu de la Revolución Nacional y su política de nacionalización de las minas, la reforma agraria, el voto universal y de la incorporación del Estado como principal agente de desarrollo nacional.
- 3 Cuyo principal actor sería el proletariado minero, sujeto revolucionario y portavoz de los intereses de la clase trabajadora y los sectores subalternos del país.
- 4 Lazarte señala que existía un monopolio partidista de la representación popular y ciudadana.
- 5 Desde sus inicios, la COB fue vinculada a las decisiones nacionales ya sea mediante la forma de consulta, la presión o su presencia directa en el gobierno.
- 6 Hay que destacar el papel de la Iglesia que, en tanto poder estabilizador, jugó una importante función en la mediación entre los actores en conflicto durante los primeros años de la "reapertura democrática".
- 7 Síntesis realizada en base a *Sobre el vedetismo de los medios* (Rieffel, 1992, pp. 237-242).
- 8 Aunque, como Rieffel aclara, no se trata del *vedetismo* de los políticos solamente, sino que éste se interfiere con el de los periodistas.
- 9 Incluso, algunos autores critican que a veces se llega al nivel del escándalo y corrupción (Portantiero, 1994: 176).
- 10 Que se sustenta en tres tareas: la representativa (representar a la población votante); la expresiva (expresar la "voz" de la sociedad); y la canalizadora de las demandas de la sociedad hacia el sistema político (Lazarte, 1993).
- 11 Para mayores detalles, ver Lechner, *Por un análisis político de la información*, p. 58.
- 12 Sin embargo, es preciso aclarar que no siempre se da una correspondencia tan mecánica entre gastos en campañas electorales mediáticas y resultados electorales. Siendo un ejemplo contrario al anterior, los resulta-

MARLENE CHOQUE ALDANA

dos de las elecciones presidenciales de 1990 en Perú, donde Cambio 90 -partido al que representaba Fujimori- habría invertido sólo el 1.62 % de lo que habría gastado el FREDEMO -de Vargas Llosa- en la misma campaña (Gregori y Grompone, 1991: 53).

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

14 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 de mayor estudio.

15 En la coyuntura de la redemocratización en Bolivia, paralela al proceso de apertura y modernización del sistema de los medios de comunicación, en la que se produce el *boom* de las estaciones privadas de televisión.

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

17 Se caracteriza por un estilo informal de comunicación que da participación directa al público, para que éste dé a conocer la "voz" de los sectores marginados al el resto de la sociedad (Saravia y Sandóval, 1991).

18 Impulsado por radios privadas que son adjetivadas como "populistas", porque, si bien promueven la participación de los sectores populares, conservan su función lucrativa. Por este último rasgo se ha cuestionado la pertinencia de considerarlas dentro de la Comunicación Popular y Alternativa (Grebe, Duchén y Caballero, 1986, citados en Archondo, 1991).

19 Conformada básicamente por migrantes aimaras dedicados a tareas de comercialización -comerciantes minoristas y mayoristas, vendedoras del mercado-, a actividades productivas de pequeña escala -artesanos, sastres, joyeros-, a actividades de servicios -transporte público y servicios domésticos-, además de exmineros, vecinos, campesinos migrantes y muchos otros; en pocas palabras, los amplios sectores carentes de las ciudades de La Paz y El Alto.

20 Para mayores detalles, ver Saravia-Sandóval (1991).

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

22 Para esta síntesis nuevamente se recurre a Saravia-Sandóval (1991).

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

24 Pues se cumple con los requerimientos de actualidad, periodicidad, difusión masiva, universalidad del contenido y tempestividad.

25 Es un espacio de crónica roja, producido y emitido por Radio Metropolitana y que en la televisión adopta el nombre de "El telepolicia".

## RTP Y LA TRIBUNA LIBRE DEL PUEBLO

Informa sobre hechos delictivos, violentos y situaciones problemáticas de los sectores populares, por lo cual ha sido calificado como sensacionalista por buena parte de periodistas y académicos, mientras Barbero nos recuerda que ha sido el único género que ha permitido incorporar al espacio público a los actores populares ausentes en otros discursos.

26 Es la antítesis del anterior, pues se constituye en una fuente de vida y alegría. Se estructura a partir de 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).

27 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. 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 pasa a Radio Méndez posteriormente, en 1970, a Radio Illimani, con el nombre de Sabor a tierra". En 1973 este programa ingresa al canal estatal (Canal 7, único por entonces) y recibe el nombre de "Hiper show", saliendo a la pantalla por tres años. En líneas generales, estos programas se circunscriben a ofrecer música folclórica, informaciones y a 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 del Canal 7 y de radio Illimani, logrando recuperar su

libertad gracias al apoyo y presión de sus seguidores.

28 Nuevamente se hace uso de las dos fuentes anteriormente mencionadas (Saravia-Sandóval y Archondo).

29 Su carisma ha sido ampliamente reconocido, cuando murió inclusive hubo reiterados intentos de santificarlo como "el santo de los pobres".

30 Partido político que en sus diez años de vida -fundado el 21 de septiembre de 1988- ha ganado todas las elecciones nacionales y presidenciales en las ciudades de La Paz y El Alto, llegando a ser la tercera fuerza (16.1% de los votos en las elecciones nacionales de 1997). Actualmente CONDEPA participa de la coalición gubernamental (1997-2002), acompañando a partidos con un perfil político-ideológico opuesto a lo que fue su propuesta programática de impulsar un modelo de desarrollo endógeno.

31 Actualmente es la máxima accionista de RTP. También incursiona en la política, habiendo llegado a ser alcaldesa de La Paz durante la gestión 1994-1996. No pudo ser reelegida en dicho cargo por un pacto firmado por cinco partidos -"Declaración por La Paz", a pesar de haber ganado las elecciones de 1995 con el 38.2% de los votos. En la actualidad, Mónica Medina, luego de un período de alejamiento de los micrófonos, ha retornado, con el objeto de llegar nuevamente a la audiencia del sistema RTP.

32 Cuando tenía 18 años y realizaba actividades artesanales, siguiendo la tradición de su familia, actividad que mantendrá por largos años. Actualmente es diputada nacional por CONDEPA y presidenta de la Comisión del Menor de la Cámara de Diputados.

MARLENE CHOQUE ALDANA

33 Viste pollera y sombrero, al igual que las mujeres migrantes y campesinas, las "cholas". Gracias al apoyo de la audiencia de RTP ha llegado a ser la primera diputada nacional de pollera en el Parlamento.

34 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 estos sectores no se sentían reconocidos, pues se trata de sujetos que adquieren relevancia social como miembros de asociaciones, cofradías, fraternidades y otras organizaciones de tipo comunitario (Torre, 1997: 38).

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

36 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, Flacso-México, 1996.

37 Alude más a su carácter de imaginación, creación e invención que como fabricación y falsedad, tal como aclara Anderson.

38 Apelando a las bases sociales del partido CONDEPA.

39 Con la "comadre Remedios" (la cholita Remedios Loza) como candidata a la presidencia de la República y jefa nacional actual de CONDEPA.

40 Ha obtenido el 16.1% de votos en el ámbito nacional, ganando casi tres puntos porcentuales respecto de las elecciones nacionales de 1993 y a escasos cuatro puntos del partido ganador y a un punto del segundo partido.

---

## Bibliografía

- ANDERSON, Benedict  
1992 "Comunidades imaginadas", en *Autodeterminación. Análisis histórico-político y teoría social*, n. 10, La Paz, pp. 75-82.
- ARCHONDO, Rafael  
1991 *Compadres al micrófono: la resurrección metropolitana del ayllu*, Ed. HISBOL, La Paz.
- DADER, José Luis  
1992 *El periodista en el espacio público*, Ed. Bosch-Comunicación, Barcelona.
- DEGREGORI, Carlos Iván, y GROMPONE, Romeo  
1991 *Demonios y redentores en el nuevo Perú. Una tragedia de dos vueltas*, IEP, Lima.
- FERRY, Jean-Marc  
1992 "Las transformaciones de la publicidad política", en Ferry, J.M. y Wolton, D., *El nuevo espacio público*, Ed. Gedisa, Barcelona, pp. 13-27.
- LANDI, Oscar  
1991 "Videopolítica y cultura", en *Diálogos* n. 29, Lima, pp. 24-35.

MARLENE CHOQUE ALDANA

LECHNER, Norbert

1990 *La televisión y el futuro de la política* (mimeo).

1988 "Cultura política en la transición democrática", en Ozlak y otros, *Procesos, crisis y transición democrática*, Ed. CEDAL, Buenos Aires.

LAZARTE, Jorge

1993 "Partidos, democracia, problemas de representación e informalización de la política: el caso de Bolivia", en ILDIS (ed.), *Nuevos actores políticos*, ILDIS, FACES, UMSS, La Paz, pp 7-50.

LIMA, Venicio A.

1992 "Medios de comunicación y democracia. La construcción de un presidente brasileño", en *Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad* n. 29, Madrid, pp. 121-134.

MAFESSOLI, Michel

1990 *El tiempo de las tribus. El declive del individualismo en las sociedades de masas*, Ed. Icaria, Barcelona.

MARTIN-BARBERO, Jesús

1994 "Culturas populares e identidades políticas", en Varios autores, *Comunicación y cultura política. Entre públicos y ciudadanos*, Ed. Calandria, Lima, pp. 21-34.

1990 "Comunicación, campo cultural", en *Diálogos* n. 26, Lima, pp. 9-15.

MATA, María Cristina

1991 "Radio: memorias de la recepción. Aproximaciones a la identidad de los sectores populares", en *Diálogos* n. 30, Lima, pp. 40-53.

RTP Y LA TRIBUNA LIBRE DEL PUEBLO

O'DONNELL, Guillermo - SCHMITTER, Philippe - WHITE-HEAD, Laurence (comp.)

1989 *Transiciones desde un gobierno autoritario*, Ed. Paidós, Buenos Aires.

OROZCO, Guillermo

1991 *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio*, Ed. Universidad Iberoamericana, México.

PINILLA, Helena

1994 "Los informativos de televisión en crisis: libertad de expresión y responsabilidad política", en Varios autores, *Comunicación y cultura política: entre públicos y ciudadanos*, Ed. Calandria, Lima, pp. 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*, Ed. El Colegio de México, pp. 161-180.

PROTZEL, Javier

1994 "Prólogo", en Varios autores, *Comunicación y cultura política: entre públicos y ciudadanos*, Ed. Calandria, Lima, pp. 9-17.

RIEFFEL, Rémy

1992 "Sobre el vedetismo de los medios", en Ferry, J.M. y Wolton, D., *El nuevo espacio público*, Ed. Gedisa, Barcelona, pp. 237-246.

SARAVIA, Joaquín - SANDOVAL, Alfredo

1991 *¿Jach'a uru?: ¿la esperanza de un pueblo?*, Ed. ILDIS-CEP, La Paz.

MARLENE CHOQUE ALDANA

THOMPSON, John B.

1993 *Ideología y cultura moderna: teoría crítica social en el área de la comunicación de masas*, Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco, México.

TIRONI, Eugenio - SUNKEL, Guillermo

1993 "Modernización de las comunicaciones y democratización de la política", en *Estudios Públicos* n. 52, Santiago de Chile, pp. 215-246.

TORRE, Carlos (de la)

1997 "Populismo, cultura política y vida cotidiana en Ecuador: el caso de Abdalá Bucarán", en *Neopopulismo y democracia*, Ed. FLACSO, San José, pp. 25-45.

WOLF, Mauro

1994 *La investigación de la comunicación de masas*, Ed. Paidós, México.

WOLTON, Dominique

1992 "Los medios, eslabón débil de la comunicación política", en Ferry, J.M. y Wolton, D., *El nuevo espacio público*, Ed. Gedisa, Barcelona, pp. 183-199.