

Medios masivos, sociedad civil y ampliación de la esfera pública en Bolivia

Marlene Choque Aldana

6



Programa Interdisciplinario
de Estudios del Tercer Sector

2000

La colección *Documentos de discusión sobre el Tercer Sector* difunde los avances de trabajo realizados por investigadores del Programa Interdisciplinario de Estudios del Tercer Sector de El Colegio Mexiquense, A.C., con la idea de que los autores reciban comentarios antes de la publicación definitiva de sus textos. Se agradecerá que los comentarios se hagan llegar directamente al (los) autor(es). Los editores han mantenido fielmente el texto original del presente documento, por lo que tanto el contenido como el estilo y la redacción son responsabilidad exclusiva del (de los) autor(es). D.R. © El Colegio Mexiquense, A.C., Ex hacienda Santa Cruz de los Patos, Zinacantepec, México. Teléfonos: (7) 218-01-00 y 218-00-56; fax: 218-03-58; E-mail: piets@cmq.edu.mx. Correspondencia: Apartado postal 48-D, Toluca 50120, México.

***E-mail: mchoque@estud.colmex.mx**

MEDIOS MASIVOS, SOCIEDAD CIVIL Y AMPLIACIÓN DE LA ESFERA PÚBLICA EN BOLIVIA¹

La noción de esfera pública ha ganado una aceptación creciente en la comunidad académica gracias a que permite aludir a un amplio espacio social en el que los ciudadanos procesan opiniones, emiten juicios, plantean demandas al Estado y reciben e interpretan información a través de los medios de comunicación masiva. Se la concebirá como aquellos espacios y procesos de comunicación social abiertos, autónomos y políticamente relevantes (Arato y Cohen, 1999). Se trata de un espacio de mediación y de intermediación, tanto al interior de la sociedad como fuera de ella, es decir, como puente de comunicación entre la sociedad civil y los sistemas económico y político (Olvera, 1999).

Recuperamos a Cohen y Arato (1994), quienes parten de los planteamientos de Habermas y han desarrollado la concepción más elaborada de sociedad civil. Estos autores proponen que el fundamento de ésta radica en la parte institucional del mundo de vida, es decir, en las instituciones y formas asociativas que requieren de la acción comunicativa para su reproducción. No obstante, hay que aclarar que estos teóricos también asignan un lugar significativo a la dimensión comunicacional y van más allá de la dicotomía habermasiana entre sistema y mundo de vida, al plantear que la

unidad de los movimientos propios de la sociedad civil se sustenta en su forma de organización, la misma que es interactiva, o sea, basada en la comunicación.

Es aquí donde la reflexión acerca de la relación entre los medios masivos de comunicación, sociedad civil y esfera pública deviene impostergable, ya que el fortalecimiento de la sociedad civil depende de varios factores, entre los que destacamos como más importantes: el desarrollo de las formas visibles –las asociaciones voluntarias– que forman su tejido social y materializan nuevas formas de solidaridad; la existencia de una esfera pública en la que puedan discutirse asuntos de interés colectivo y; la disponibilidad de medios institucionales para establecer un puente de comunicación entre el nivel de la sociedad civil y la esfera pública y el ámbito de las instancias políticas representativas y el aparato del Estado –sistema político.

En esta ponencia seguimos la propuesta de Avritzer (1999), quien parte de la premisa de que el concepto de esfera pública² promovió el desarrollo de dos áreas de investigación en la teoría social muy productivas aunque contradictorias: la primera refiere a las teorías sobre movimientos sociales y sociedad civil³ (Melucci, 1985, 1989 y 1996; Offe, 1985; Keane, 1988a y 1988b; Cohen, 1985, 1992 y 1996; Goldfarb, 1982 y 1989). La segunda área es el estudio de los medios de co-

¹ Ponencia presentada en el XXI Congreso Internacional de *Latin American Studies Association* (LASA), en el Panel DEM 26: "Civil Society and Governance in Latin America", realizado en Miami, Florida, The Hyatt Regency Miami, del 16 al 18 de Marzo de 2000.

² Cuya autoría por lo general se le atribuye a Jürgen Habermas, aunque se debe aclarar que éste trabaja a partir de las reflexiones previas realizadas por Hannah Arendt.

³ Ambas teorías más allá de sus diferencias, se inspiran en la idea del desarrollo de una esfera dialógica e interactiva, donde emergen los movimientos sociales y las asociaciones voluntarias.

municación masiva (Matellard, 1979; Deetz, 1992; Thompson, 1990 y 1995), en donde la reflexión ha sido menos productiva. Por eso el presente trabajo se limita a esta dimensión e intentará profundizar y problematizar algunos aspectos centrales y controvertidos de la reflexión sobre la esfera pública: 1°) la tesis del declive del espacio público y su relación con la centralidad que han ido adquiriendo los *massmedia* y; 2°) el rol de mediación de los medios masivos y su papel en la producción de sentidos.

La importancia del estudio de los medios masivos como destaca Melucci se debe a que la lucha simbólica sobre el significado de la información en las sociedades contemporáneas se realiza sobre todo a través de los medios de comunicación⁴. Esto explica la importancia estratégica asignada en las luchas de la sociedad civil por tener acceso a dichos medios.

También nos interesa ahondar en la dimensión de la producción de sentido, ya que ha sido un área poco analizada por los estudiosos del tema, debido a la hegemonía de la concepción habermasiana de esfera pública y que se limita a una visión excesivamente abstracta y formalista. Esto ha impedido abordar las complejidades y contradicciones que surgen en la dimensión microsociedad de producción de sentido y los contextos sociales en que ésta se da, así como los recursos culturales que se movilizan en dicho proceso.

Dado que no nos interesa quedarnos en la mera especulación teórica acerca de los problemas del abordaje y conceptualización de estos conceptos, intentaremos analizar de qué manera se dan estos procesos en la sociedad boliviana. Para esto se partirá de una breve contextualización de los cambios en el sistema comunicacional boliviano que nos permita explicar el origen y "boom" de los programas mediáticos "participativos" en la ciudad de La Paz. Luego se indagará acerca de las estrategias que utilizan dichos medios para interpelar y seducir a sus audiencias populares, en el intento de constituirse en uno de los dispositivos clave en la producción de sentidos para éstas.

⁴ Pues el poder reside en los lenguajes y los códigos que organizan el flujo informacional y en la naturaleza simbólica y reflexiva de la información.

Después ingresaremos a un terreno más resbaladizo referido a cómo estos individuos reciben, asimilan o rechazan, usan o disfrutan los mensajes mediáticos; cómo interaccionan con éstos; qué repertorios culturales y mapas cognitivos son movilizados en la significación y (re)sementización por parte de los sujetos populares; de qué manera participan en el espacio público y qué significado(s) atribuyen a dicha participación⁵.

* ¿Declinamiento de la Esfera Pública?

Uno de los aspectos más polémicos y criticados del estudio de Habermas sobre la esfera pública, ha sido la tesis sobre la decadencia del espacio público burgués y su posterior desintegración en el seno de los Estados benefactores del capitalismo industrializado. Para Habermas, el surgimiento del Estado benefactor del siglo XX provocó importantes transformaciones del espacio público. Los medios de comunicación masiva empezaron a privatizarse con lo que se fueron convirtiendo en complejos de poder societal, y esta pertenencia privada amenazó de diversas maneras las funciones críticas de las instituciones de discusión pública. Con esta tendencia creciente de privatización, la función crítica del periodismo fue quedando relegada a un segundo plano ante el auge y predominio de la propaganda, del espectáculo y de las relaciones públicas.

Esta tesis de declinación de la esfera pública constituye uno de los lugares comunes de la crítica realizada a Habermas por distintos autores, tales como Arato, Cohen y Thompson, entre otros. A decir de este último, uno de los puntos más débiles de la propuesta habermasiana es la tesis de la refeudalización de la esfera pública, a partir de la cual la política habría devenido en un *show* dirigido, en el que los líderes y políticos buscan, de vez en cuando, el consentimiento público de una población cada vez más despolitizada. En este proceso la masa de la población habría ido que-

⁵ Estas reflexiones constituyen avances preliminares de una investigación más amplia, la tesis que será presentada al Programa de Doctorado en Ciencia Social en El Colegio de México, intitulada "Medios masivos y Construcción de Ciudadanía en Sectores Populares de La Paz (Bolivia).

dando excluida de la discusión pública y de los procesos de toma de decisiones, y sería tratada como un recurso que los líderes políticos pueden utilizar, con la ayuda de las técnicas mediáticas, para obtener suficiente consentimiento y legitimar sus programas políticos (cf. Thompson, 1998: 106).

En cuanto a la postura de Habermas respecto al papel de los medios en torno a la tesis del declinamiento del espacio público hay lecturas controvertidas entre quienes, por una parte, consideran que el autor francfortiano todavía sigue concibiendo una visión sistémica –y limitada– de los *media* limitándoles a su rol de administrar la cultura y; por otra parte, aquellos que señalan que Habermas habría avanzado hacia una postura más crítica y abierta respecto a su planteamiento inicial.

Los primeros señalan que Habermas incluye en *La teoría de la acción comunicativa* sostiene que la televisión dirigida a las masas es incompatible con la publicidad y la confrontación pública de las opiniones, pues le sigue atribuyendo un papel “sistémico” de administrar la cultura (Cf. Miège, 1998: 49). La función de los *mass media* y especialmente de la televisión está regida por la publicidad comercial, las técnicas de marketing y el entretenimiento. Por lo que tendencialmente la distinción de las formas –información, diversión, educación– tiende, si no a borrarse, a perder claridad. Consiguientemente las normas, los códigos de la representación y del espectáculo llegan a imponerse en detrimento de la difusión de la información y a expensas de la argumentación y de la expresión.

Como advierte Miège (1998) el modelo mediático de masas con las relaciones públicas generalizadas –o comunicación generalizada– “pone el acento en temas consensuales, en todos los dominios de la vida social, apunta a producir adhesión y tiende a dirigirse sobre todo a los individuos/consumidores/ciudadanos antes que a los grupos y a las audiencias” (1998: 50, énfasis añadidos).

Mientras que entre los segundos podemos mencionar a Avritzer (1999), quien considera que Habermas en “Teoría de la Acción Comunicativa” (TAC), ya se habría mostrado más escéptico sobre

su propia tesis de liquidación de la esfera pública en las sociedades postliberales, enfatizando más bien en el “potencial ambivalente” de los medios de comunicación de masas. Éstos ya no serán más vistos simplemente como instrumentos cosificados de la industria cultural. Pues su potencial ambivalente reside en que a la vez que jerarquizan (y seleccionan) contenidos y eliminan las restricciones del horizonte de la comunicación posible.

Según Avritzer, ante las duras críticas al planteamiento del declive del espacio público, en sus últimos trabajos Habermas ha intentado superar su visión limitada al funcionamiento “sistémico” de los medios y se ha abierto a aceptar sus efectos posibles en otras dimensiones. Por esta razón el potencial democrático del espacio público adolece de ambigüedad.

Pero entonces, veamos cómo ha evolucionado la esfera pública en el contexto específico que estamos estudiando, ¿Se trata de un declive, re- feudalización o de una ampliación de la esfera pública?

* Ampliación de la Esfera Pública: emergencia de nuevos actores y géneros

Con el retorno a la democracia en 1982 –luego de siete años de gobiernos de excepción– se inició un nuevo ciclo político en el país que se expresó en importantes cambios en la lógica de la política nacional: a) una ampliación del espacio político, que dio apertura a un nuevo espacio –que será el lugar privilegiado de los partidos políticos–; b) el sistema político se interpuso entre Estado y sociedad civil, mediando entre ambos y; c) los partidos políticos se convirtieron en los actores centrales y esenciales del sistema, desalojando de él a sus “sustitutos funcionales”: la COB y las FF. AA. (Lazarte, 1993).

En ese proceso la bilateralidad o dualidad del pasado dio lugar a la multipolaridad del espacio político, gracias a la cual emergen nuevos y diversos actores: uno de éstos son los medios de comunicación masiva⁶ que sin tener el reconocimien-

⁶ Hay que recordar que la relación de los gobiernos militares con los medios masivos se rigió por una lógica de control político que restringía la libertad de expresión y controlaba la difusión de infor-

to institucional operan en la práctica como parte esencial del sistema político –como una “institución política virtual” (Protzel 1994: 14).

La centralidad que han ido conquistando progresivamente los medios masivos dentro de la esfera pública, en parte se debe al déficit de representatividad de los partidos políticos y la crisis de su función mediadora⁷. Esta crisis ha puesto en entredicho su función central en el sistema político como estructuras de mediación. No obstante, como señala Landi, dado que las sociedades contemporáneas no pueden prescindir de los mecanismos de mediación y agregación de intereses, surge el siguiente problema: ¿Qué instancias asumen estas tareas en los actuales sistemas democráticos? En este trabajo se analiza cómo algunos *mass media* en La Paz-Bolivia a través de ciertos géneros y programas asumen ciertos roles tradicionalmente asignados a los mediadores políticos por excelencia –partidos y sindicatos–, es decir, las funciones de mediación, canalización y representación de intereses colectivos.

Esta crisis de las principales instancias dotadoras de sentido se da en un proceso de profundos cambios en la cultura masiva y en el sistema político boliviano. Entre los que destacan: a) una notable ampliación del “debate público posible”, emergen y se legitiman temas antes prohibidos y reaparecen una variedad de informantes y opinantes, además se observa una multiplicación de sujetos y de lugares de enunciación; b) una proliferación de estrategias discursivas destinadas a proveer pautas sociales y políticas para la reconstrucción y constitución de identidades colectivas; c) esto implica una reubicación de los medios masivos en la escena pública, están menos solos que antes y evidencian la necesidad de redefinirse competitivamente (cf. Lechner “*Por un análisis político de la información*”, pp. 58).

mación. Desde el Estado se trazaban las normas de lo que “debía” y “podía” ser dicho, así como “quiénes”, “cómo” y “cuándo” podían decirlo (cf. Tironi y Sunkel, 1993).

⁷ 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). Pues los partidos políticos no han podido ajustar su funcionamiento a las crecientes demandas y expectativas de la población en la coyuntura de apertura democrática.

En esta coyuntura los *media* salen favorecidos y adquieren una importancia creciente en la producción de los discursos públicos y en la esfera del consumo cultural, lo cual nos permite reflexionar acerca de las características que adopta el espacio público en esos años y nos induce a remitirnos a éstos como uno de los lugares privilegiados para analizar cómo se estructura dicho espacio, quiénes participan y, qué significado(s) se atribuye a dicha participación o cómo se construyen los sentidos por una parte de la sociedad boliviana, los sectores populares.

En este contexto y gracias a un trabajo de varios años adquiere notoriedad una experiencia silenciosa pero exitosa: el Sistema de “Radio y Televisión Popular” (RTP) y su programa “La Tribuna Libre del Pueblo” (TLP), el fenómeno comunicacional de mayor trascendencia en las dos últimas décadas en la sociedad boliviana. A partir de éstos emerge un sujeto social, que adquiere visibilidad cuando irrumpe como movimiento social (Palenquismo⁸) y que luego se constituye en un actor político destacado en el ámbito nacional cuando se institucionaliza en el partido Conciencia de Patria (CONDEPA⁹). Luego del fallecimiento de su líder en marzo de 1997, de la posterior crisis institucional de su partido y de la proliferación de una serie de programas mediáticos que intentan reproducir el trabajo de la TLP, nos quedan las siguientes preguntas: ¿RTP y la TLP han tenido impacto en el sistema comunicativo paceño y en la esfera pública local y/o nacional? ¿Cuáles? ¿Se han producido algunos cambios en el quehacer comunicativo societal o en las interacciones comunicativas? ¿Dichos cambios se han limitado a la dimensión subjetiva e identitaria de los sujetos o ha logrado trascender a la dimensión institucional?

⁸ Nominación dada al movimiento social liderado por el conductor de la TLP y propietario de RTP, el periodista Carlos Palenque Avilés.

⁹ Que entre 1987-1997 ganó todas las elecciones nacionales y presidenciales en las ciudades de La Paz y El Alto, convirtiéndose en la tercera fuerza a nivel nacional (16.1% de los votos en las elecciones nacionales de 1997). CONDEPA ha participado el primer año de gobierno de la coalición gubernamental (1997-2002), ahora se encuentra sumido en una fuerte crisis interna, en las pasadas elecciones ha bajado notablemente su apoyo electoral, perdiendo la mayoría absoluta en El Alto y la mayoría relativa en La Paz.

* Diversificación de la oferta mediática: Los medios en busca de su audiencia... la sociedad civil

En los últimos años en el sistema comunicativo boliviano se han observado significativos cambios, en la ciudad de La Paz –aunque también en menor medida en las otras ciudades– se ha constado una proliferación acelerada¹⁰ de ciertos géneros comunicacionales llamados programas “participativos”, que surgieron con el objetivo de replicar la experiencia exitosa de la TLP y competir por la otrora audiencia cautiva de ésta. Dichos programas siguieron los lineamientos de la TLP y han buscado un relacionamiento cercano con los amplios sectores carenciados y han logrado –aunque con gran trabajo– una aceptación creciente por parte de la audiencia popular.

La respuesta y adhesión que alcanzaron estos géneros mediáticos les ha llevado a autoproclamarse como los principales canales de acceso al antes lejano terreno de las esferas públicas, en momentos en que amplios sectores sociales se reconocen como carentes de efectiva representación social y política, en una coyuntura de creciente desvalorización de los canales organizativos e institucionales preexistentes.

Para interpelar a los sectores populares estos programas “participativos” apelan a diversas estrategias comunicativas y extracomunicativas¹¹ usadas de manera complementaria, siendo ambas constitutivas en la definición de dichos programas. Esto les permite potenciarse no sólo económicamente sino también socialmente para llegar a los sectores marginales y populares que constituyen su principal audiencia¹².

¹⁰ En una sistematización rápida de las radioemisoras de la ciudad de La Paz se han contabilizado 40 programas con carácter participativo, incluyendo en éste diferentes modalidades desde la participación directa, llamadas telefónicas, cartas, etc.

¹¹ Destacan: 1) servicios sociales y cooperación material y efectiva que requiere ser resuelta en el corto plazo y que adquiere sentido desde el reconocimiento de la propia desposesión; 2) servicio y cooperación de naturaleza simbólica que remite a las relaciones de intercambio y ayuda mutua que entablan los sectores populares.

¹² Conformada básicamente por migrantes aymarás de las zonas altiplánicas que se dedican a tareas de: comercialización –comerciantes minoristas y mayoristas, vendedoras del mercado–; actividades productivas de pequeña escala –artesanos, sastres, joyeros–; actividades de servicios –transporte público y servicios domésticos–;

La estrategia comunicativa que siguen dichos programas presenta algunos rasgos que la diferencian del resto de la oferta mediática tanto en contenido como en el formato:

a) una orientación explícitamente popular en defensa de los sectores populares, prestan atención a las necesidades cotidianas y demandas inmediatas de amplios sectores carenciados;

b) canalizan las demandas y expectativas –individuales y colectivas– expresadas en “voz propia” por sus protagonistas hacia la sociedad y el sistema político: una multiplicidad de reclamos, preocupaciones y peticiones dirigidas hacia las instituciones encargadas de resolverlas.

c) un estilo particular de comunicación que busca 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–, y;

d) una forma especial de trato al público, predisposición a escuchar atentamente las preocupaciones de los participantes;

Para ilustrar como se da la proliferación de géneros participativos se sintetiza las principales características de los programas “participativos” que de manera más efectiva han disputado y logrado interpelar a la masiva y codiciada audiencia de la TLP:

– “Cristina y Usted”: Programa radial “participativo”-partidista (demandas individuales y colectivas)¹³. Intentó replicar el formato de la TLP logran-

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.

¹³ Conducido por Cristina Corrales y difundido en Radio “Fides 2001” (1986-1999). Fue creado como una revista informativa para audiencia de clases medias. Finaliza sus emisiones debido a la incurción de su conductora en actividades políticas, cuando decide postular como candidata a primer concejal en las elecciones municipales de diciembre de 1999 por el “Movimiento Bolivariano” –partido creado y liderado por su persona. Este partido sólo logró obtener los votos necesarios para una concejalía, aunque al principio de la cam-

do captar parte importante de su audiencia popular. Seguía el formato de las radio-revistas donde se difundía e intercambiaba diversidad de informaciones y anuncios publicitarios, además de prestar servicios sociales, médicos y jurídicos a los más necesitados, para lo cual contaba con un equipo de profesionales encargados de los mismos.

– “La Tribuna Libre del Pueblo” II¹⁴: Conducido por la comadre Remedios Loza, exconductora de la TLP, quien gracias al apoyo popular llega al parlamento¹⁵. Sigue las características de la tribuna original aunque se destaca por tener participación de mayor audiencia aymará-hablante gracias a la conducción experimentada y el origen sociocultural de su conductora, la cholita y “comadre” Remedios.

– “Jallalla La Paz”: programa radial, vecinal y “participativo”-partidista¹⁶ (demandas individuales y colectivas). Es un programa creado por Julio Mantilla¹⁷, exalcalde de La Paz gracias al apoyo de CONDEPA, un político que busca recuperar su imagen y relacionamiento con los sectores populares a través del contacto radial y mediante algunos programas y específicamente con este de carácter vecinal.

– “La Calle”: programa radial, vecinal y “participativo” –no partidista (demandas colectivas). Comen-

zó sus transmisiones en 1987 y en 1989 adoptó un carácter más “participativo” al canalizar y buscar solución a las demandas colectivas (de los vecinos de barrios populares). Gracias a la efectividad del programa y su amplio reconocimiento, sus dos últimos conductores fueron invitados por partidos para candidatear por concejalías municipales: Rodolfo Gálvez logró ser elegido como concejal gracias al voto popular en 1994¹⁸; mientras que esto no fue posible para Jorge Torrico en 1999, a pesar de haber candidateado junto a C. Corrales, su excompañera de trabajo en Radio Fides.

Este último programa se caracteriza por dar respuesta de manera directa a demandas vecinales, su conductor y equipo acuden cada día a un barrio diferente para escuchar y amplificar los pedidos, denuncias y solicitudes de los vecinos hacia las autoridades, así como los acuerdos a los que llegan en el momento de emisión del programa. Esto lo ha convertido en uno de los programas de mayor *rating* en los sectores populares, razón por la que las reflexiones de esta ponencia se centrarán en este programa, mientras que los otros serán considerados de manera ilustrativa.

* ¿Y qué de la audiencia cautiva de la TLP?: La Sociedad Civil en busca de Medios y Mediaciones

Con el fallecimiento del exconductor de TLP –líder llorado, mitificado y cuasi santificado por el pueblo– y luego de la profunda crisis de su instrumento político –CONDEPA– nos interesa indagar: ¿Qué ha pasado con la masiva y asidua audiencia de la TLP¹⁹?, ¿Cómo responde y se relaciona ante una oferta mediática diversificada de réplicas de la TLP?

¹⁸ En las encuestas preelectorales de 1999 debido a su distanciamiento con los sectores populares, contaba con bajísima popularidad y credibilidad de sus anteriores seguidores, inclusive era uno de los concejales más criticados por corrupción y transfugio político.

¹⁹ Programa que ha continuado sus emisiones diarias por RTP con dificultades y sucesivos cambios en su conducción. Desde septiembre de 1999 ha retomado la dirección su exconductora y copropietaria, la Sra. Mónica Medina, extraoficialmente, se ha difundido que está interesada en recuperar su imagen y relacionamiento con la anterior audiencia de la TLP para proseguir carrera política. Hay que recordar que entre 1990-1992 llegó a ser Alcaldesa de La Paz gracias al apoyo de los militantes de CONDEPA, pero sobre todo, audiencia diaria de la TLP.

paña encabezaba las preferencias electorales según las proyecciones de las primeras encuestas. Actualmente, “Cris-Cor” como la llaman popularmente, desempeña las funciones de Concejal y desde hace un mes ha retomado su trabajo comunicacional con dos nuevos programas: uno en radio y televisión y otro emitido desde el Concejo Municipal, sobre el cual hasta el momento que se escribe esta ponencia, todavía hay polémica acerca de su legalidad y continuidad.

¹⁴ Inició sus emisiones cuando se estaba resolviendo la situación jurídica de la propiedad de TTP. Surgió como programa paralelo en las aceras frente a RTP, por dos radios Emisoras Unidas/Chuquiago y Radio Andina (1998). Actualmente compra un espacio en esta última y es retransmitido en las noches por Canal 42.

¹⁵ Convirtiéndose en la primera diputada nacional de pollera en la historia democrática boliviana. También participó en las últimas elecciones de 1999, obteniendo tres concejalías en El Alto y perdiendo todas las de La Paz lo cual constituye una gran caída para CONDEPA. Pues hay que destacar que luego de 10 años es la primera vez que CONDEPA pierde la mayoría absoluta en la ciudad de El Alto.

¹⁶ Transmitido por el medio de propiedad del conductor (Radio Eco 2000) y reprisado en un espacio alquilado en Católica de Televisión (Canal 18).

¹⁷ También ha creado su partido, el “Movimiento Patriótico”. Participó en las elecciones municipales sin obtener ningún concejal.

Desde la perspectiva de los actores, esta proliferación discursiva y diversificación de géneros y de programas “participativos” dirigidos a los sectores populares, ha sido aprovechada por éstos como una estructura de oportunidades (Tarrow, 1987). La audiencia popular ha desarrollado una serie de tácticas para interactuar con esta oferta mediática diversificada y en esto ha sido trascendental el aprendizaje –individual y colectivo–, las experiencias vividas en común, además de los sueños y pasiones que inspiraron la TLP y RTP.

Para conocer el significado y la memoria que en el presente los sujetos populares atribuyen a la TLP recuperamos algunas expresiones en voz propia de su audiencia. Una ama de casa de las laderas paceñas recordaba: “antes de RTP las mujeres de pollera eran más sumisas; ahora *se hacen ‘sentir’*, son más agresivas con la gente que les trata mal, con la gente rica”. Por su parte, un artesano reconocía que a partir de la TLP: “*han cambiado muchas cosas, antes el pueblo era más sometido, ahora hemos aprendido a hablar, podemos expresarnos libremente, decir lo que sentimos, podemos gritar...*”

Pero, entonces podemos interrogarnos: ¿Qué se ha grabado en la memoria colectiva de estos sujetos?, ¿Fue un mero encantamiento y seducción por parte de un periodista y líder carismático? o ¿Vivieron los sectores populares una suerte de catarsis pasajera? Bastante se ha discutido o más bien especulado en la sociedad y academia bolivianas respecto al mal llamado “fenómeno Palenque”, de ahí que en vez de retrotraer esas asépticas discusiones de escritorio, preferimos escuchar a sus apasionados seguidores.

Haciendo eco de las voces de aquéllos que no fueron audiencia masiva –en el sentido numérico y despectivo de masa– ni audiencia pasiva, ni “meros” espectadores o televidentes –receptores lejanos– de los mensajes difundidos desde las ondas diarias de la TLP, sino que fueron su activa, asidua y cautiva audiencia, además de protagonistas de su programa favorito durante largos años.

Esta audiencia luego se convertiría en seguidora leal e incondicional de su “líder” político y defensor, gracias a que consciente, voluntaria y apasionadamente quisieron retribuir –con votos–

el cariño, los favores y la atención que el conductor de la TLP había prestado durante largos años al pueblo. Hasta ahora recuerdan que: “el compadre Palenque vivía en carne propia nuestro dolor”, “él sentía en sus propios zapatos”, “tenía un sentimiento profundo”, “nos atendía con cariño”, “era dulce”, “era paciente, nos hablaba en nuestra lengua –idioma aymará–”, pues “él conocía y palpaba nuestra situación”. Por eso era visto y querido “como-padre”: el “compadre” Palenque.

Más allá de estos recuerdos mitificados hacia quien fuera su gran líder, la diferencia entre la TLP y sus réplicas –los nuevos programas “participativos”–, puede ser pensada en términos de apropiación. En el caso de la TLP se dio una suerte de apropiación múltiple: tanto del medio –RTP era llamada con cariño la “casa del pueblo”–, como del género y del programa –era la tribuna y trinchera de los sectores carenciados– e inclusive del mismo conductor²⁰ –era su jefe y el “líder del pueblo”, además de padre, compadre y defensor. Mientras que en los nuevos programas dado que no se ha desarrollado hasta el momento una relación afectivo-espiritual tan profunda con algún conductor, particular como en el caso de Palenque, lo que sí quedó como aprendizaje colectivo es la apropiación del género.

Al haber aprendido a hablar, denunciar, reclamar y gritar los sectores populares se han apropiado de un nuevo recurso –el programa mediático–, han logrado hacerlo suyo y en adelante lo usarán como un repertorio o un recurso “a la mano” de acuerdo a sus necesidades e intereses. Podemos estar tentados de calificar a este comportamiento como “pragmatismo”, otros dirían “oportunismo”. Considero que más allá de adjetivaciones inútiles y despectivas, podemos intentar leer esta experiencia con una perspectiva más abierta y comprensiva, pensando en términos apropiación.

Lo primero que destacan varios entrevistados que han decidido escribir/invitar/contactar al conductor del programa radial “La Calle” para que

²⁰ Pues ante el cierre del medio, emergieron masivas movilizaciones que proclamarían a su conductor en candidato a la Presidencia de la República y convertirían a su partido en pocos años y a lo largo de una década en la tercera fuerza política a nivel.

visite su zona, se debe a que han escuchado que éste: *"hace comprometer"*. Pero, ¿Qué significa este hacer comprometer? Que Jorge Torrico con micrófono en mano, junto a los vecinos y ante el testigo de la opinión pública interpela de manera directa a las autoridades y logra en la mayoría de los casos un "compromiso público" –hecho públicamente ante la audiencia, ese ente abstracto, amorfo, ausente a la vez que "co-presente" en la interacción mediática (Thompson, 1998). Esto otorga al acuerdo mediado y publicitado –o sea público– un carácter diferente a los "simples" compromisos que asumen usualmente las autoridades y que a decir de los entrevistados lo hacen para "salir del apuro" pues ellos mismos saben que no van a cumplir.

Esta apropiación y uso de los medios por parte de la audiencia popular constituye una táctica y un recurso eficaz para presionar a las autoridades y obligarlas a que cumplan las promesas realizadas ante la presencia de los vecinos y la ante la vigilancia y mordaz sentencia del "ojo público" (Noelle Neumann, 1994). No obstante, se debe tener presente que dicho compromiso sólo se concretiza si además se dan otros requerimientos: el seguimiento del caso por parte del locutor, la presión permanente de los vecinos a las autoridades y la voluntad de éstas para llegar a un cumplimiento efectivo como en el caso del "Rincón de La Portada"²¹.

En esa ocasión los vecinos junto al periodista habían conminado a las autoridades municipales. Por un lado, la junta de vecinos había aprobado días antes en asamblea colectiva un voto resolutorio: "tomar–bloquear–la autopista". Lo cual demuestra que estos sujetos populares además eran conscientes de que cuentan con otro recurso efectivo para sus acciones de presión: "tenemos las 'llaves' de entrada a la ciudad"²². Luego de una

prolongada espera de 8 a 9 años para la realización de esta obra pública, era la última gestión pública y pacífica que los dirigentes estaban dispuestos a propiciar, con este objeto invitaron al nuevo Subalcalde y eligieron al Programa "La Calle", luego de fijar el día del encuentro –emisión del programa–, convocaron a todos los vecinos, los cuales asistieron masivamente –dirigentes, vecinos, vecinas y niños. Cuando las ondas hertzianas se propagaban por el cielo paceño aprovecharon para hacer público el voto resolutorio vecinal con lo que lograron publicitar y dar visibilidad a su demanda.

Por otro lado, el subalcalde –máxima autoridad distrital– en su primera visita a la zona "se comprometió ante la audiencia a resolver el problema en 15 días". A esta promesa el conductor de "La Calle" le contrapropuso: "bueno, que no sea en 15 *le daré 30 días*, voy a regresar con el programa en un mes y en mi próxima vuelta quiero ingresar por la apertura vial". Esa misma tarde el Subalcalde llevó a los inspectores a la zona, los cuales elaboraron la ficha técnica de la obra, que fue aprobada días después en el Concejo Municipal. De esa forma, luego de dos meses llegó la maquinaria y en la tercera visita que realizaba el programa a la zona recién se cumplía el sueño de los vecinos de inaugurar –o "challar" el anhelado acceso vial.

Como se ilustró en el anterior ejemplo para seleccionar a los medios de comunicación y los programas, los vecinos evalúan la eficacia del programa, es decir, exigen que la intervención de éste tenga un efecto inmediato. Los dirigentes conocen la oferta programática, evalúan la potencialidad y confianza de cada programa. Así de "*Jallalla La Paz*" señalan que el director del programa viene "apurado nomás, se compromete, luego le buscamos y no se le encuentra". Ante la histórica experiencia de olvido y discriminación, saben que deben exigir y lograr resultados inmediatos y efectivos de sus acciones, pues la experiencia les ha enseñado a no creer en las promesas y compro-

²¹ Donde para la apertura de un acceso vial de 100 mts. los vecinos habían tramitado por 8 a 9 años este proyecto a las autoridades y lo único que habían logrado fue reiteradas visitas de diferentes inspectores, topógrafos, técnicos sin una respuesta favorable a su pedido.

²² Este barrio se encuentra ubicado a un costado de la autopista, situación que se les induce a sentirse en derecho de "apropiarse" –en el sentido de hacer uso en beneficio propio– de un bien público. Saben que al bloquear la autopista impiden el ingreso y salida por la

principal vía de acceso con que cuenta la ciudad de La Paz, así como el contacto con el aeropuerto internacional.

misos hechos a “flor de piel” y bajo el entusiasmo del momento.

Tal como nos enseñaron los teóricos de los movimientos sociales, estos sujetos han desarrollado una gran sensibilidad para identificar los momentos en que se genera una “estructura de oportunidades”. Así una mujer de otra ladera de La Paz nos relataba: “los vecinos ya saben que cuando viene un programa tienen que estar presentes, porque es *nuestra oportunidad de hacernos escuchar*, de hacernos sentir, de poder pedir y reclamar. Entonces aprovechamos el programa”. A lo que otro vecino señalaba que “es la oportunidad de ‘ver’ y ‘conocer’ a las autoridades para plantearles de frente nuestras demandas²³”.

También saben que en coyunturas de campañas preelectorales muchos candidatos los van a “buscar”, les “ofrecen” –además de ilusiones cosas materiales. Entonces reconocen que en dichas circunstancias asumen una actitud pragmática: “tenemos que aprovechar de ‘pedir’”, porque después igual “se van a olvidar de nosotros”. Este sentimiento es parte de su memoria larga y corta. De la memoria de larga duración porque históricamente siempre ha sido así y de la memoria corta porque recientemente les ha vuelto a suceder con quien consideraban su portavoz legítimo, el exconductor de “La Calle” –Rodolfo Gálvez. Periodista que gracias al apoyo popular ingresó a la carrera política por la puerta ancha y en poco tiempo, llegando a ser concejal de la Alcaldía. Una ama de casa desilusionada reflexionaba: “...una vez en el Concejo Municipal no ha respondido; era cuando tenía el poder en sus manos, el poder de agilizar, de firmar, hacer que se ejecuten los proyectos”.

Analistas políticos han explicado que la derrota o “no triunfo avasallador” de dos destacados periodistas en las últimas elecciones de diciembre de 1999²⁴, se debió en parte al “síndrome Gálvez” que habría puesto en entredicho la legitimidad de la participación de los *outsiders* de la

política procedentes de la comunicación. Pues amplios sectores populares después de la muerte de Palenque habían vuelto a confiar en un nuevo comunicador-periodista. Pero éste al igual que los políticos tradicionales: “Se ha alejado... se *ha olvidado*. *No ha cumplido, ha fallado*”. Por lo que para la percepción popular la política “ha terminado su brillante carrera periodística”.

La audiencia popular también ha aprendido que ante los “oídos sordos” de las autoridades, su voz y sus pedidos deben adquirir el carácter de reclamo y *de protesta*: “les decimos nuestra voz de protesta, nuestros reclamos para que nos escuchen, nos atiendan”. Estos sujetos saben que deben ser enérgicos: “hay que hablar con seguridad desde la primera palabra”. Inclusive varios entrevistados manifestaron que han aprendido a “*gritar*”, porque al parecer en su caso hablar no es suficiente para ser escuchado.

Esto constituye otro aprendizaje de aquellos que viven en situación de permanente de marginación, pues al haber nacido, crecido y permanecido siempre “al margen”, saben que las autoridades no les escuchan, es más no les quieren escuchar, ni atender y les cierran las puertas. Entonces para superar esta situación recurren a los principales recursos que tienen a la mano: i) la protesta o denuncia con carácter de enfrentamiento y lucha- y; ii) la presión pública mediante diversos recursos –huelgas, bloqueos, etc.– como forma de dar visibilidad a su protesta y para que se “enteren” las autoridades y toda la sociedad. Esto ilustra como algunos medios pueden cumplir importantes roles para la sociedad civil: ya sea mediante la canalización de las demandas de la parte mayoritaria de ésta hacia el sistema político, su amplificación hacia toda la sociedad y además de la mediación entre ambas esferas.

Además para que esta interpelación a las autoridades sea efectiva debe tener dos características esenciales: en primer lugar, debe ser pública, es decir, publicitada –en el sentido habermasiano del término– a través de los medios masivos y dirigida a la opinión pública “para que todos se enteren”. Y en segundo lugar, debe ser colectiva, los vecinos saben que “cuando viene ‘La Calle’ salimos todos, hacemos un *reclamo conjunto*, los dirigen-

²³ En clara alusión a la lejanía y desatención de las instancias públicas. Esto hace que su presencia sea fundamental para que “vean” y conozcan” los problemas vecinales.

²⁴ Quienes en las encuestas y pronósticos pre-electorales ocupaban los primeros puestos en la preferencia electoral y en la intención del voto popular, constituyéndose en los candidatos con mayores probabilidades de ganar.

tes, todos los vecinos, mujeres, viejos y hasta niños". Esta conciencia es parte de su acervo de conocimientos y de su memoria histórica, saben que en Bolivia "la fuerza de la masa" –lo puede o lo podía todo para ser más precisos–, pues todavía sigue siendo un recurso eficaz, vital y a veces único en las movilizaciones colectivas, ya que como señalaron algunos vecinos "solos no nos escuchan, la solución no es individual".

La presencia de los medios masivos parece haberse convertido en un imperativo difícil de eludir, es necesario acudir a éstos e invitarles para que con sus programas, micrófonos y cámaras visiten las zonas. Los sectores populares recurren a los medios para que además de canalizar las demandas vecinales, los *media* les ayuden a exigir y denunciar, con lo que la sociedad civil estaría realizando la *accountability* del gobierno. Pues ellos han aprendido que: "cuando vienen los medios es *distinto*, porque las autoridades nos están escuchando y *vienen de inmediato*. Dicen... si fueron a 'reclamar', se debe atender de inmediato a esa zona".

A lo largo de esta última década gracias al acceso creciente que han tenido los sectores populares a los micrófonos de diferentes medios, estos sujetos han aprendido que para romper las inercias institucionales y burocráticas, sus reclamos tienen que ser mediados y canalizados por las ondas mediáticas hacia las autoridades, es decir, tienen que ser publicitados –en el sentido habermasiano– y adquirir visibilidad para que puedan ser primero escuchados y luego atendidos con más celeridad y seriedad. Y como se puede ver la mediatización de los acontecimientos no sólo llega a los políticos, sino que también para los actores colectivos se cumple la consigna que "quien no está en los medios no existe públicamente" o que "un hecho que sucede/sin presencia mediática/en realidad no ha existido".

Entonces para evitar el aislamiento y la invisibilidad, los actores individuales y colectivos recurren y usan a los *media* para aparecer representados –ingresar a la agenda mediática–, para no quedar al margen de esa realidad cada vez más fabricada por los medios y, de esa, manera lograr visibilidad y legitimación.

Así por ejemplo un vecino compara el tipo de respuesta que dan tanto las autoridades y otras instancias de la sociedad de acuerdo al tipo de emisor –quiénes expresan la demanda– y la procedencia del reclamo –desde dónde se la emite. Este vecino nos relata como cuando cualquier vecino demanda atención ya sea a las autoridades o a las empresas de servicios públicos –Samapa por el agua, a Clima por la basura– ninguna responde a sus llamados, a veces se hacen presentes en las zonas pero no arreglan nada o hacen mal los arreglos. Mientras que si les llama cualquier programa mediático "*vienen al ratito*".

Además reconocen que una ventaja de "La Calle" respecto a los otros programas participativos, está en que programa su agenda de visitas y *convoca a las autoridades de manera anticipada*, lo cual evita que éstos puedan evadir o negarse a la invitación. De ahí que, cuando las autoridades se retrasan o no asisten a la zona, son convocadas insistentemente y públicamente, ya que se trata de emisiones directas que están siendo emitidas en vivo. Cuando las autoridades no asisten, el periodista y los vecinos les lanzan duras críticas enfatizando la falta de cumplimiento de sus deberes municipales y lo sienten como un desdén –difícil de "olvidar y perdonar".

A partir de esto nos preguntamos: ¿Es suficiente que los medios realicen estas tareas de mediación y canalización de demandas para ganarse la confianza de los vecinos? En un primer intento de respuesta podemos decir que no, ya que además de estos roles se precisan ciertas condiciones comunicativas y socioculturales que favorezcan la creación de un ambiente favorable.

Para esto los programas participativos recurren a una estrategia relacionada con el uso del lenguaje cotidiano y popular, usando palabras fáciles, sencillas y especialmente el idioma nativo –el aymará. Esta estrategia es clave pues se trata de sectores marginados social y culturalmente que han vivenciado históricamente experiencias no sólo de discriminación y olvido, sino también de negación y rechazo ante una sociedad que no termina de aceptarlos e integrarlos.

Esta apelación al lenguaje popular en un escenario creado para establecer el contacto direc-

to favorece a que emane un clima de confianza. Los vecinos señalan que a la mayoría de los periodistas no les entienden porque generalmente usan lenguaje técnico, “palabras desconocidas”, “usan léxico”. Por eso la audiencia popular opta por no escucharlos ya que además de “hablar en difícil” “abusan de los que no saben expresarse”, “no tienen paciencia con la gente que habla lengua –nativa²⁵–”, “nos atropellan” y “se burlan”. Esto también explica el temor que sienten los sujetos populares de “hablar incorrecto” –el castellano motoso a equivocarse–, porque “no somos de las mismas condiciones” y “nos da miedo”.

La segunda estrategia a la que recurren los programas participativos es la de dar acceso a la participación directa, la cual es profundamente valorada por la audiencia popular: “nos permiten expresarnos libremente”, “podemos hablar tal cual lo sentimos”, “no nos marginan”, “nos toman en cuenta”, “nos tratan con *respeto*”. Esta es la proximidad de la que nos habla Maffesoli (1990) y que se expresa en “estar cerca”, acercarse, conocer su realidad, pero no sólo superficialmente, sino en el sentido de conocer profundamente, de sentir y “*palpar* su realidad”. Para los sujetos populares cuando un periodista “ha llegado a ‘palpar’ su situación” y ha llegado “al corazón” de la gente humilde, habrá ganado la credibilidad y confianza de su audiencia.

Como se puede ver la audiencia popular se está volviendo exigente con la labor periodística. Para ellos un buen periodista “debe salir, *sentir la calle*, conocer los barrios, las laderas, los mercados, etc.”. Un buen periodista debe recoger por sí mismo la información, “no esperar en su silla para transmitir”. Pues para los vecinos es muy distinto cuando otros reporteros recogen las noticias, ya que luego le pasan “*fríamente*” y “leen nomás las noticias de sentados”, no conocen la situación real de lo que están informando: “no saben de nuestras necesidades...que no tenemos agua, alcanta-

rillado, ni teléfono público”, “no conocen cómo vivimos...”

Por eso los vecinos conminan a los periodistas a que visiten y conozcan las zonas periféricas de la ciudad, para que de esa manera puedan informar y opinar y “así sabremos si están del lado del pueblo o no”. Esto evidencia la exigencia de los sectores populares para que los comunicadores adopten una postura. El buen periodista es aquél que está de “su lado”, el que los defiende, el que puede “decir esta zona necesita tal cosa... que pueda *decir por nosotros*”. O sea que el buen comunicador es un “intermediario”, “un *portavoz* de nuestras demandas”. El comunicador que logra desarrollar estas aptitudes y cumple estos roles, se habrá convertido en una suerte de representante legítimo tanto social como políticamente.

No obstante, esta representatividad social tiene una relación ambigua y tensa con la representación política. Pues para la mayoría el comunicador más auténtico es aquel que no tiene filiación política –“color político”–, porque así puede reclamar a todos los partidos y “estar dispuesto a luchar con cualquier partido”. La audiencia popular reprocha la incursión de los periodistas en la política, cuando éstos lo hacen se sienten frustrados, “dolidos” porque saben que “ya no vamos a poder visitarle”, “ya nos les encontraremos”, “se vuelven inaccesibles”, y además porque “van a cambiar” y lo más fatal “se va a olvidar...”

* Esferas públicas nuevas y/o alternativas: ¿Participación y/o Inclusión?

Como plantean Arato y Cohen (1999), la legitimidad de la esfera pública está vinculada a su potencial de inclusión, y su existencia en tanto contexto central de acceso democrático reclama programas de inclusión. Por consiguiente, considero que hay que superar la visión homogeneizadora, monolítica y reduccionista que ha impedido que se pueda percibir la emergencia de nuevas formas de espacio público²⁶. Pues limitarse a subrayar el as-

²⁵ Se refieren a la lengua nativa –sobre todo aymará que es predominante en la zona altiplánica y occidental del país– y que ilustra la jerarquización idiomática, pues hablar lengua o “lengua nativa” es distinto o inferior a hablar a tener como lengua materna el idioma oficial.

²⁶ Y que inclusive como lo han demostrado algunos estudiosos no son tan nuevas y han existido junto a la esfera pública burguesa, como esferas públicas alternativas tales como los sindicatos y otros

pecto monolítico de las industrias de la comunicación y denunciar su vinculación con los poderes del Estado y del capital es correr el riesgo de perder de vista que existen otras configuraciones que también estructuran la esfera pública.

El público civil opera a través de niveles de interacción comunicativa para la cual basta el dominio del lenguaje natural, el cual está hecho para la comprensión general de la práctica comunicativa cotidiana. En realidad, el público civil si tenemos en cuenta a los medios de comunicación masiva, implica una presencia virtual más que una presencia real, de lectores, de escuchas y espectadores. Esta presencia virtual implica generalización de contextos y creciente anonimato. Por un lado, esto es lo que permite una creciente inclusión y, por el otro, también tiene un efecto intelectualizante. La orientación a la esfera civil pública hacia el lego implica la des-diferenciación o, mejor, la re-traducción de vocabularios técnicos especializados al lenguaje ordinario y la elevación general del nivel de comprensión intelectual de todos los interesados.

Como señala Avritzer más que hablar de un declinamiento de la esfera pública, con la implosión de los movimientos sociales y las asociaciones voluntarias, adquiere relevancia la creciente la ampliación del concepto de lo político pues redefine lo que pertenece a la polis (Melucci, 1996: 221). En este nivel, la dimensión pública se entretiene con la dimensión mediática porque la cuestión respecto de lo que es político supone una contienda sobre la visibilización de las identidades y formas de vida en disputa (Melucci, 1996; Peterson, 1997; Costa 1997). Los movimientos sociales no sólo crean nuevos significados. También actúan por volver visibles esos nuevos significados al ser procesados, incorporados y ventilados por los *mass media*. Por consiguiente, como advierte este autor, aquí se establece un punto de contacto entre las esferas dialógica y mediática que la teoría habermasiana no reconoce (cf. 1999).

La forma de difusión de las ideas, temas y cuestiones planteadas por los movimientos socia-

les y las asociaciones voluntarias es parte esencial del debate público. La batalla por la visibilidad de significados en disputa no es una batalla determinada por la forma económica de la producción y circulación de materiales culturales. Sino que implica una dimensión política y que si nos permite pensar en la posibilidad de democratización de las instituciones mediáticas.

No obstante, si bien estamos ante el surgimiento de una pluralidad dinámica de espacios públicos alternativos (Dowing, 1988), también hay que reconocer que éste se da dentro de un movimiento complementario e inverso de aquel que determina la fragmentación de los públicos que atienden a los medios dominantes. Por consiguiente hay que reevaluar la importancia de estos movimientos en relación a la capacidad de los Estados y las grandes empresas, los cuales son más experimentados que los primeros en el uso de los *mass media*.

Desde la teoría de los movimientos sociales y específicamente el "paradigma de la identidad" (Melucci, 1996: 71) se ha enfatizado en la expansión y la centralidad de las dimensiones interactivas en la sociedades contemporáneas. También constituye un lugar común aceptar que las redes de relaciones constituyen significativos espacios que permiten a los actores plantear problemas, tematizar asuntos y hacer visibles las decisiones previamente tomadas por los actores colectivos sistémicos.

Esta dimensión interactiva que sustenta la emergencia de los movimientos sociales y la existencia permanente de la esfera de las asociaciones voluntarias plantea dos problemas a la teoría habermasiana de esfera pública. Pues a diferencia de esta última, sostiene que la esfera societal es el lugar donde es posible desafiar a las tradiciones, donde se establecen las redes de comunicación dialógica y se ponen nuevos límites a la acción sistémica. Esto implica que la teoría de las asociaciones voluntarias no puede ser planteada en términos de teoría de la decadencia de los públicos interactivos y dialógicos de las sociedades contemporáneas. El segundo *impasse* es que los movimientos sociales, los actores colectivos e individuales hacen uso de los *mass media* para publicitarse y

movimientos políticos populares, el "espacio público proletario" (cf. Negt y Kluge).

adquirir visibilidad, mostrando que lo público no puede ser entendido solamente según la lógica de la comercialización. Pues además las asociaciones mismas influyen en las ideas institucionales de políticas, incluyendo formas de organización de los medios de comunicación masiva.

A pesar de todo, como sostiene Miège, el espacio público se perpetúa aunque haya merma de su función de facilitar el debate y los intercambios de opinión y por más que haya disminuido el uso de prácticas argumentativas, se amplía (todas las clases y categorías sociales participan de él, aunque por conceptos diferentes), que se extienden singularmente sus funciones y tiende a fragmentarse (cf. 1998: 56).

*** A modo de cierre: Más interrogantes que respuestas?**

Como se puede ver la interacción entre sectores populares y los programas "participativos" discurre dentro de lo cotidiano, al dar acceso al micrófono a amplios sectores, los medios logran expresar y amplificar "la voz de los sin voz", dando de esa manera visibilidad a sujetos antes discriminados y excluidos de la esfera pública. Dichos programas se constituyen en un "intermediario y de mediación", es decir, un espacio de encuentro y diálogo de "los carenciados con el poder y la autoridad" y de "los pobres con los pobres". Quienes al "verse" y "oírse" a sí mismos y al ser "vistos" y "oídos" por los otros, empiezan una suerte de proceso reflexivo y constitutivo de sí mismos al "percibirse" como sujetos y como ciudadanos con necesidades y deberes pero también y, sobre todo, con derechos en una sociedad que todavía los excluye de manera sistemática.

Entonces, queda claro que la comunicación 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 dimensión afectiva. La misma que está siendo capitalizada por los conductores de dichos programas y constituye la base de la acumulación de poder y de su legitimación ante la audiencia, y que en los últimos años en Bolivia ha estado siendo usada

como plataforma para lanzarse al mundo político.

Por otro lado, la capacidad de resistencia ciudadana frente a los intentos de colonización del mundo de vida demuestra que hay un proceso de interpretación y filtración de los mensajes en las microesferas públicas. Lo cual invalida las tesis totalizadoras de la colonización sistémica total al mundo de vida de los individuos particulares.

Tal como se ha visto la apertura de los *mass media* a las iniciativas de la ciudadanía y de los actores colectivos se está convirtiendo en un imperativo ineludible para establecer los nexos entre la sociedad civil y los anteriormente lejanos terrenos del mundo público, así como acceder y ser parte de la esfera pública en distintos niveles.

Además como señala Dalgren (1997), el funcionamiento bueno o malo del espacio público es una manifestación concreta del carácter democrático de una sociedad y, por lo tanto, en cierto sentido, constituye el indicador más claramente visible del grado de democracia alcanzado.

Para este autor hay que superar la visión romántica del espacio público en el que los individuos se dirigen la palabra frente a frente. En la misma línea Miège cuestiona la vigencia de la metáfora de la contaminación, y la nostalgia por un espacio político "puro y perfecto" derivado directamente del modelo fundador, como si todavía éste fuera posible.

No se puede negar la centralidad que han ido adquiriendo los medios electrónicos y esto no debe conducirnos a un pesimismo. El espacio público debe ser para el ciudadano un tema de preocupación, de vigilancia y de intervención, hoy diríamos de *accountability*. El espacio público exige que se le proteja y se le amplíe. Y exige asimismo un compromiso político. Es decir, que tiene la posibilidad de ser movilizador antes que paralizante.

Consideramos que el reto de contar esferas públicas autónomas es una posibilidad históricamente (y teóricamente) irrenunciable y un objetivo no obsoleto ni desdeñable. Los medios alternativos podrían llegar a restablecer el equilibrio en el sistema dominante de las comunicaciones y, por consiguiente, transformar las relaciones sociales de

poder. Además como señala Cohen y Arato (recordando a Tocqueville) la sociedad civil es por sí misma, un terreno importante de democratización, o sea de construcción de las instituciones o instancias democráticas (cf. 1994: 16). Y más que seguir pensando a la sociedad civil en términos de oposición sociedad-Estado –perspectiva neoconservadora–, habría que pensarla como lo hizo el creador de esta categoría como mediación e interpenetración y explotar las posibilidades que esto nos brinda, para que pueda seguir cumpliendo su rol de integración social.

Finalmente, si bien se han enfatizado especialmente en las virtudes de estos programas, esto no significa que no abunden dudas, interrogantes y cuestionamientos, los mismos que espero vayan siendo respondidas paso a paso en el camino o por lo menos al final del recorrido de la tesis doctoral. No obstante, para ilustrar el sendero que nos falta recorrer dejo planteadas algunas de éstas:

* ¿Los programas participativos –además de todas sus virtudes– no estarán reproduciendo las viejas prácticas asistencialistas, clientelares y prebendalistas de los partidos y tendiendo a perpetuar la cultura de dependencia?

* ¿La proliferación de dichos programas no estará respondiendo –más que a sentimientos altruistas– a meras razones de *rating* y al afán de protagonismo y *vedettismo* tan en boga de ciertos comunicadores?

* ¿No desemboca acaso la multiplicación de los dispositivos de comunicación en una yuxtaposición de “espacios” parciales sin relación los unos con los otros?

* ¿Si los medios están intentando sustituir a los partidos en sus roles de mediación y canalización de demandas, pero si luego sus conductores se vuelven políticos, esto no devendrá en un círculo vicioso que perpetúe la cultura del simulacro más que en un círculo virtuoso que contribuya a una mayor diferenciación entre el sistema político y

comunicativo y a desarrollar una cultura más autónoma y democrática?

* ¿El surgimiento de una nueva expresión de hibridación: el “periodista-político” favorecerá o perjudicará a una representación social y política más genuina de los sectores populares?

* ¿Los medios masivos no estarán alentando “nuevas” prácticas políticas más orientadas a una actitud más contemplativa que a una participación efectiva y directa? Y por consiguiente, ¿No incidirán en la consolidación de una democracia más aclamativa que participativa, donde los medios se constituyan cada vez más en una “institución política virtual” que sólo posibilite la participación de ciudadanos “virtuales”?

Referencias

- Arato Andrew y Cohen, Jean, (1999) "Esfera pública y Sociedad civil" en *Metapolítica. Revista trimestral de Teoría y Ciencia de la política*, vol. 3, No. 9, enero-marzo, pp. 37-55.
- Arato Andrew y Cohen, Jean, (1994) *Civil Society and Political Theory*. Ed. MIT Press, Massachussetts.
- Archondo, Rafael, (1991), *Compadres al micrófono: la resurrección metropolitana del ayllu*. La Paz: Hisbol.
- Arendt, Hanah, (1984), *La condición humana*. Ed. Paidós, Barcelona.
- Avritzer, Leonardo, (1999), "Diálogo y reflexividad: Acerca de la relación entre esfera pública y medios de comunicación" en *Metapolítica. Revista trimestral de Teoría y Ciencia de la política*, vol. 3, No. 9, enero-marzo, pp. 79-94.
- Calhoum, Carig, (1992), *Habermas and the Public Sphere*. Ed. MIT Press, Massachussetts.
- Certeau, Michel de, (1996), *La invención de lo cotidiano. 1 Artes de hacer*. Ed. Departamento de Historia, Universidad Iberoamericana, México.
- Dahlgren, Peter, (1997), *¿El espacio público y los medios? Una nueva era?* Ed. Gedisa, Barcelona, pp. 245-268.
- Habermas, Jurgen, (1994), *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Ed. Gustavo Gili, Barcelona.
- Habermas, Jurgen, (1998), *Facticidad y validez. Sobre el derecho y el Estado democrático de derecho en términos de teoría del discurso*. Ed. Trotta, Madrid.
- Habermas, Jurgen, (1996), *Between facts and norms*. Cambridge, MIT Press.
- Habermas, Jurgen, (1992), "Further reflections on the Public Sphere", en Clahoum, C., *Habermas and Public Sphere*, MIT Pres.
- Habermas, Jurgen, (1987), *Teoría de la acción comunicativa*, tomo I y II, Ed. Taurus, Madrid.
- Landi, Oscar, (1991), "Videopolítica y cultura". pp. 24-35 en *Diálogos 29*.
- Lazarte, Jorge, (1993), "Partidos, democracia, problemas de representación e informalización de la política: El caso de Bolivia." Pp. 7-50 en *Nuevos actores sociales*. La Paz: ILIDS-FACES-UMSS.
- Lechner, Norbert, (1990), "La televisión y el futuro de la política", Mimeo.
- Lechner, Norbert, (1988) "Cultura política en la transición democrática." en *Procesos y crisis de transición democrática 1*, editado por Ozlak et.al.
- Lima, Venicio A, (1992), "Medios de comunicación y democracia. La construcción de un presidente brasileño", pp, (121-134 en *Diálogos 29*.
- Livingstone, Sonia M., (1998), *Making sense of television : the psychology of audience interpretation*. Routledge, London; New York.
- 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." Pp. 21-34 en *Comunicación y cultura política: Entre públicos y ciudadanos*, editado por AA.VV. Lima.

- Martín-Barbero, Jesús, (1990), "Comunicación, campo cultural." Pp. 9 –15 en Diálogos 26.
- Mata, María Cristina, (1991), "Radio: Memorias de la recepción. Aproximaciones a la identidad de los sectores populares." Pp. 40-53 en Diálogos 30.
- Mata, María Cristina, (1988), "Radio y públicos populares." Pp. 55-69 en Diálogos 19.
- Melucci, Alberto, (1999) "Esfera pública y democracia en la era de la información" en *Metapolítica. Revista trimestral de Teoría y Ciencia de la Política*, vol. 3, No. 9, enero-marzo, pp. 57-67.
- Miège, Bernard, (1998), "El espacio público: más allá de la esfera política." en Gauthier G., et. al. *Comunicación Política* Ed. Gedisa, Barcelona, pp. 44-59.
- Morley, David, (1996), *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Ed. Amorrortu, Buenos Aires.
- Olvera, Alberto, (1999), "Apuntes sobre la esfera pública como concepto sociológico" en *Metapolítica. Revista trimestral de Teoría y Ciencia de la Política*, vol. 3, No. 9, enero-marzo, pp. 69-78.
- Orozco, Guillermo, (1991), *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio*. Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales N° 2. México: Universidad Iberoamericana.
- Pinilla, Helena, (1994), "Los informativos de tv en crisis: Libertad de expresión y responsabilidad política". Pp. 163-173 en AA.VV.
- Protzel, Javier, (1994), "Prólogo" en AAVV, *Comunicación y cultura política: entre públicos y ciudadanos*, Ed. Calandria, Lima, pp. 9-17.
- Saravia, Joaquín y Sandóval, Godofredo, (1991), *Jacha'uru: ¿La esperanza de un pueblo? La Paz: ILDIS-CEP*.
- Thompson, John B, (1993^a), *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en el área de la comunicación de masas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana- Unidad Xochimilco.
- Vattimo, Gianni, (1996), *La sociedad transparente*. Barcelona: Paidós-ICE, Universidad Autónoma de Barcelona.