

Los nuevos populismos mediáticos. La relación entre ciudadanía, medios masivos y política en Bolivia *

César Rojas

LA SOCIEDAD MEDIÁTICA

La sociedad boliviana vivió hasta hace una década atrás alrededor del Estado benefactor, ahora vive en torno de los medios masivos. Éste es el nuevo astro solar en torno al cual empezamos a girar todos los días, mientras la vieja estrella estatal empieza a palidecer. Los medios masivos se han instalado en el centro de nuestra sociedad. Están instalados en un lugar privilegiado. Tienen peso. Todo, porque *hacen visible socialmente la realidad*. La mediatización de la realidad es la sustancia etérea que funda su poder. Por tanto, todo actor o institución que conforma la realidad tiene relación con los medios masivos, porque éstos configuran su representación¹. Lo que es visto define hoy lo real. Y los que permiten hoy que las cosas sean vistas son los medios masivos convertidos en el nuevo centro de gravedad del sistema².

El **mediacentrismo** llegó para quedarse. Los motivos son varios para apuntar la centralidad de los medios masivos en el tejido social: a) construyen y gestionan la realidad; b) se convierten en el árbitro de acceso a la existencia social, política, cultural y económica; c) son la principal fuente de donde extraemos información y conocimiento; d) disminuyen la incertidumbre y refuerzan la seguridad cognitiva; e) fijan la agenda de lo públicamente relevante; f) generan climas y corrientes de opinión; g) se constituyen en un contrapoder al influir sobre el poder estatal; y h) producen efectos de realidad.

El **mediacentrismo** es el anillo mayor que envuelve uno menor, pero fundamental: la **mediocracia**. El término por sí solo lo dice todo: vivimos en una democracia centrada en los medios masivos. ¿Por qué? Los medios masivos a) construyen el hecho político, b) acaparan el espacio público y configuran la opinión pública, c) son un árbitro de acceso a la existencia política, d) se constituyen en el referente de la dinámica política y estatal, e) legitiman o deslegitiman al sistema político, f) fiscalizan al poder, g) median la relación entre el sistema político y la ciudadanía, y h) fortalecen el **televínculo** y debilitan el vínculo partidario. En síntesis: el *homo politicus* abandona el ágora pública para insertarse en la Atenas mediática. No todo queda aquí. Entre el político y el ciudadano-elector aparece una nueva figura que intermedia la relación: el periodista. Él es el profesional que asaltó la torre del poder reflectores en mano y grabadoras en ristre. La consecuencia lógica: la política está para verse y contarse día a día.

Pero, sobre todo, para verse. La televisión es la nueva colina desde donde se divisa el

mar picado de la política. Lente que no muestra lo que ve, sino que *edita* lo visto. Este artificio, este montaje, esta intervención le permite tener el control sobre lo filmado. La realidad pura y desnuda es mostrada según los valores/noticia³ y los intereses de la televisión. Giovanni Sartori argumenta que la explosión que ocasionó la televisión se debe a que “destrona a los llamados líderes intermedios de opinión, y porque se lleva por delante la multiplicidad de ‘autoridades cognitivas’ que establecen de forma diferente, para cada uno de nosotros, en quién debemos creer, quién es digno de crédito y quién no lo es. Con la televisión, la autoridad es la visión en sí misma, es la autoridad de la imagen” (1998: 72). Habríamos entrado en otro tiempo político –en uno que está siendo revolucionado por el medio televisivo y la **tele-realidad**.

Por tanto, este aquí (la mediocracia) y este ahora (los datos) deberían permitirnos desarrollar algunas perspectivas analíticas que den cuenta de la información recogida en la “Encuesta sobre democracia y valores democráticos”, antes aludida⁴.

CRÉDITO ESTRUCTURAL Y CRÉDITO FUNCIONAL

La encuesta recoge algunos datos que no causan mayor sorpresa por lo reiterativos. Lo usual los hace familiares, pero no comprendidos. Intentaremos explicarlos para que así sean familiarmente comprendidos. Veamos: el 71% de los bolivianos piensa que la democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno, aunque sólo un 45% está satisfecho con el funcionamiento de la democracia y únicamente un 18% la apoya incondicionalmente.

El siguiente dato preocupa aun más. La democracia tiene en la ciudadanía una apreciación regular, pero los partidos políticos –el soporte visible de la democracia– tienen decididamente una mala imagen: de 11 instituciones consideradas (medios de comunicación, iglesia católica, juntas vecinales, fuerzas armadas, sindicatos, alcaldías, prefecturas, juzgados, policía y partidos políticos) son las que en una escala de 1 a 7 obtienen la puntuación más baja: 2,6. Están 0,1 por debajo del promedio de los últimos siete años (1992-1999). Aún no pasemos la página: “Las instituciones que consiguen menos apoyo (*es decir que a las personas les parece nada grave que se eliminen*) son: los Partidos Políticos (35%), los Sindicatos (15%) y el Parlamento (10%)” (CNE, 1999: 52). Un dato adicional, y nada accidental. De los bolivianos consultados sobre: “¿Qué es para usted la política?”, el 43% señala: “corrupción”.

¿Qué panorama tenemos? Sólo la mitad de la población boliviana está satisfecha con la democracia, pero con quienes no están nada satisfechos es con los partidos políticos. Los gestores de la democracia carecen de confianza. Todo lo contrario: arrastran tras de sí una sombra de duda y de desconfianza. La legitimidad democrática no goza de buena salud en Bolivia. ¿Es para alarmarse? Sí y no. ¿Paradójico? Respondemos con Juan J. Linz: “En una democracia es muy posible que fluctúe rápidamente la cantidad e intensidad de apoyo concedidos a gobiernos, líderes, partidos y medidas políticas, mientras que la convicción en la legitimidad del sistema no se altera” (1995: 40). Lo avalan así los siguientes datos: “El 73.4% de la población entre-

vistada (800 personas) rechaza un eventual cierre del Parlamento, a pesar de estar disconforme en un 79.5% con la democracia practicada en el país" (cit. Eyzaguirre, 1999: 82). La misma opinión mantienen los periodistas: "La encuesta realizada entre 37 periodistas 'de base' que cubren el Parlamento a diario y que se hallan acreditados por medios escritos, televisivos y radiales, muestra que el 81% considera que esa institución es necesaria para el país 'para preservar la democracia', pero el 54.1% no tiene una buena opinión de la misma, 'por su falta de credibilidad y legitimidad', fruto del fomento a la corrupción y a la impunidad" (Eyzaguirre, 1999: 83).

Pero vayamos más allá. La legitimidad sí importa, porque la democracia es algo más que la elección periódica y libre de los gobernantes por los gobernados. Es el único régimen político que necesita para su sustento conectar con esos "genios invisibles de la ciudad" —en la expresión de Guillermo Ferrero— situados en el ámbito de las creencias donde echan sus raíces los diversos principios de legitimidad. Precisamente, la fragilidad y la fortaleza de la democracia consiste en levantarse sobre la base endeble del apoyo y la confianza populares, que, una vez perdidos, ponen en cuestión —en este caso— la primacía de los partidos y de los políticos "tradicionales" para canalizar la representación.⁵ ¿Un cambio de caras y actitudes cambiaría la situación?⁶

Ahora, sólo hay desconfianza donde antes hubo confianza. Los partidos políticos la tuvieron pero la han ido perdiendo sostenida y aceleradamente. Ese lazo tácito fundado en otorgar crédito a los partidos se ha estirado alejando a éstos de los ciudadanos. "Quien confía se arriesga a ser defraudado", señala Rodríguez Mansilla en el prólogo al libro *Confianza* de Niklas Luhmann. Y los bolivianos están siendo defraudados por los partidos políticos. El motivo: hacen lo que hacen, no lo que la ciudadanía quiere que haga. En una palabra: la "corrupción" política altera las expectativas sociales. Y quien ve frustradas sus expectativas busca domiciliarlas lejos de las casas de los partidos. ¿Tanto como para que los partidos políticos tengan la peor imagen de las instituciones? En política lo que cuentan no son los hechos, sino la percepción de los hechos.

Aquí realicemos un paralelo que puede ser más que una simple curiosidad. La relación entre medios masivos y partidos políticos es inversamente proporcional: los primeros tienen la mayor confianza, mientras los segundos tienen la mayor desconfianza. Pero el siguiente cuadro es más explícito.

Institución	May 92	Abr 93	May 94	Nov 95	Jul 96	May 97	Mar 98	May 99	Jun 99
Medios Masivos	4.8	4.6	4.7	4.5	4.6		4.8	4.7	5.6
Iglesia	4.7	5.0	4.8	4.9	5.0	4.8	4.8	4.9	5.3
Sindicatos	3.4	3.4	3.6	3.7	3.8	3.5	3.2	3.1	3.9
Fuerzas Armadas	3.3	3.4	3.5	3.7	3.7	4.2	3.8	3.8	4.2
Corte Suprema	2.8	3.1	3.0	3.6	3.5	3.0	2.8	2.9	
Parlamento	2.7	3.0	3.2	3.1	3.4	3.2	3.1	2.9	3.6
Partidos Políticos	2.5	2.8	3.0	3.2	3.0	2.9	2.6	2.4	2.6

Fuente: Encuestas & Estudios, varios estudios

Nota: Todos los valores en promedios (1 a 7)

La situación de alta valoración de los medios (prestigio) y de baja valoración de los partidos políticos (desprestigio), fue explicada por diversos politólogos nacionales como una relación asociativa de covariación negativa⁷, es decir: a mayor confianza de los medios masivos, menor confianza en los partidos políticos. ¿Cuál es la lógica que subyace a esta explicación?

El ascenso de los medios masivos se debe a que los partidos políticos *van en pica-da* en la credibilidad ciudadana o que la *valorización* de los medios obedece a la *desvalorización* de los partidos. El motivo para que los medios ganen lo que pierden los partidos –prestigio y credibilidad– se debe a la **función de vigilancia** que cumple la prensa sobre la esfera política o lo que Doris Graber denomina como “los medios como gobierno en la sombra”, es decir, la prensa actúa como un supervisor que vigila cómo el gobierno realiza las funciones que le son asignadas, mediante la cobertura diaria o realizando una investigación sistemática cuando surgen indicios de irregularidades gubernamentales. Tres son las imágenes que se asocian con la función de vigilancia que realiza la prensa: la primera, alguien que sostiene un espejo delante del rostro de los políticos, revelando sus verdaderas facciones⁸; la segunda, define la prensa como un “perro-guardián” de las instituciones, que vigila y alerta sobre los abusos del poder; y la tercera, la que utilizó el famoso periodista Walter Lippman que comparaba los medios informativos con una linterna registrando una habitación oscura. “Entonces la expresión ‘gobierno en la sombra’ adquiere un significado nuevo, sumamente indeseable. La sombra oscura proyectada sobre la política *vuelve al público suspicaz* respecto a lo que está ocurriendo, aunque temeroso de ejercer sus derechos democráticos para tomar el control sobre la vida política de la nación” (en D. Graber, ed. 1995: 119-168 [el subrayado es propio]).

Los medios adquirirían así dosis elevadas de prestigio en la ciudadanía, porque convertidos en un poder en la sombra de las instituciones (sobre todo del gobierno) las registran linterna en mano, para –finalmente– ladrar todo hecho de corrupción y morder a los responsables. Evidentemente, una de las funciones que cumple la prensa es la de “gobierno en la sombra” o “perro guardián” de la democracia. Pero precisemos: en una coyuntura de alta corrupción esta función sobresale más y los medios pasan a ser vistos como los guardianes de la moralidad pública; sin embargo, en una coyuntura de baja corrupción esta función sobresale menos, aunque los medios siguen visibles, pero por otros motivos.

Para distinguir ambos momentos, diremos que el primero le permite a los medios obtener **créditos funcionales** por denunciar actos de corrupción y el segundo, **créditos estructurales** por abocarse a sus funciones clásicas (proporcionar informaciones sobre diversos acontecimientos, ofrecer interpretaciones que hagan significativas y coherentes las informaciones, y entretener). El **crédito funcional** lo obtienen los medios en un momento de alta corrupción, porque al descubrir y difundir la violación de valores y normas generales, reafirman su vigencia y así ganan prestigio; mientras el **crédito estructural** les permite obtener prestigio si cumplen de manera continua con sus funciones clásicas y la gente obtiene las gratificaciones tradicionales.

Por tanto, la *valorización* actual que tienen los medios viene dada por la función de vigilancia y denuncia que vienen realizando de actos de corrupción política de alta visibilidad, donde la población premia al denunciante y castiga al denunciado. De ahí que, a mayores denuncias, mayores créditos para los medios y mayor descrédito para los partidos. La cadena está armada. Y muestra de qué lado está la fortaleza y de qué lado la debilidad.

PRIVILEGIO PERVERSO

En el anterior punto, señalábamos que los medios masivos van a la alta –obtienen un **crédito funcional**– cuando los partidos políticos van a la baja; pero que esta *relación de trasvase* (gana uno lo que pierde el otro) no se presenta siempre, sino cuando la política atraviesa por etapas de alta corrupción. ¿Sólo entonces la política está en la mira de atención de los medios? La política goza de un privilegio: goza de una alta exposición debido a la elevada cobertura noticiosa que obtiene con respecto a los demás sectores noticiosos (economía, sociales, cultura, internacionales, salvo deportes considerado como un espacio de recreamiento);⁹ pero se trata de un privilegio *perverso*: su alta visibilidad mediática los expone al tratamiento negativo –tendencialmente– de los periodistas y a la suspicacia de la opinión pública¹⁰. Por tanto, la política está en el ojo de la prensa, que puede ser el ojo de una tormenta.

En primer lugar, la política está en el centro de atención de los medios, porque como define Norberto Bobbio la democracia, se trata del “gobierno del poder público en público”, donde “la publicidad es la regla [y] el secreto es la excepción” (1992: 65-72) o como señala Ernesto Sábató, “la democracia se caracteriza por permitir la publicación de sus defectos” (Sábató, 1994: 390). Por tanto, la política está para que los medios la hagan visible y para que la opinión pública la vea, es decir, el principio rector de la democracia es que la opinión pública –vía mediación de la prensa– tenga la mayor accesibilidad, visibilidad, cognoscibilidad y, por tanto, *controlabilidad* de los actos del poder público. La política precisamente por estar referida a la polis debe ser asunto abierto –no secreto, no velado ni vedado– a sus habitantes. A más transparencia, más democracia.

Así entendida, la publicidad es una categoría típicamente iluminista en cuanto representa exactamente uno de los aspectos de la batalla de quien considera llamado a derrotar el reino de las tinieblas: donde quiera que haya extendido su dominio, la metáfora de la luz y la iluminación (de la *Aufklärung* o del Enlightenment) se consagra perfectamente a la representación del contraste entre poder visible y poder invisible (Bobbio, 1992: 69).

La democracia, por tanto, alienta el cumplimiento de una función que la prensa quiere asumir: publicitar lo público. El periodista uruguayo, Jorge Arellano, define la tarea diaria de la prensa como “los ojos y oídos del público para acceder adonde ellos no pueden”, asociando de manera tácita el prurito de la democracia como “régimen del poder visible” con el prurito de la prensa como “perro-guardián” de las

instituciones¹¹. Para luego aclarar que los empresarios y el gobierno podrían molestarse de que la prensa sea desconfiada y revulsiva, pero no tienen por qué: la prensa "tiene que representar más a la gente que a ningún otro interés" (1993). En este mismo sentido José Luis Dader escribe que "el ideal habermasiano de un constante esfuerzo por hacer transparente el dominio de lo público" se encarnaría en el periodista (1992: 241). Entonces los periodistas asumen su tarea como una batalla contra la tentación del poder oculto o que se oculta y a favor de iluminar aquello que el poder puede ocultar.

Esta situación toma mayor importancia, si entendemos la democracia como "el lugar del diálogo y de la comunicación" (Touraine, 1994: 411), "un mecanismo para procesar (...) cualquier cosa que surja mediante la 'voz y con voz'" (Sartori, 1988: 108) y, si uno de los dos mínimos democráticos, lo constituye "la entrada (el input) de los puntos de vista y de los intereses populares en el sistema político" (Dahrendorf, 1990: 82). La publicitación de lo público le permite al poder público (léase los partidos políticos en general y a los partidos en función de gobierno en particular) retroalimentarse de los feed-backs de la ciudadanía, y en caso de no ser éstos positivos, reajustarse, permitiendo así la constitución de una "democracia reflexiva": autoevaluativa, autocrítica y autocorrectiva¹².

En segundo lugar, el sistema político es una instancia que, como ninguna otra, puede brindar material informativo abundante, interesante y diario, lo que la constituye en una fuente privilegiada para la prensa. Entre ambas instancias se mantiene una relación interdependiente, porque si bien al sistema político le interesa promocionar sus actividades, la prensa puede asegurar la difusión diaria de información gracias al volumen regular y elevado de información que le proporciona el sistema político. De esta manera, el sistema político y los medios forman un círculo retroalimentado que se consolida por el contacto regular y cotidiano, que "complica la cohabitación en el espacio público de unos y otros, que suele perjudicar más —obviamente— a los políticos que a los medios" (Nelson cit. Arroyo Martínez, 1996: 16).

También el sistema político tiene interés en aparecer ante la opinión pública como capacitado para plantear los problemas sociales y resolverlos en forma políticamente eficiente, sobre todo, cuando tienen una cámara por delante y la posibilidad de convertirse en una noticia oportunamente destacada, para lo cual está dispuesto a "proponer leyes, defenderlas, votarlas, pronunciar discursos, reunir conferencias de prensa, conceder entrevistas, inaugurar obras, presentar libros, presidir comidas o cenas, visitar ciudades y pueblos, en la nación o en el extranjero, cortar cintas, estrechar manos, sonreír, plantar árboles, volar en aviones o helicópteros, descender a buen paso por las escalerillas de los aviones, saludar a conocidos y desconocidos (Gomis cit. Sánchez Noriega, 1997: 56)".

Javier del Rey Morató redondea esta idea, cuando señala que el Estado asume una doble dimensión, tanto como sujeto como objeto de la información de actualidad. "Como sujeto, protagoniza buena parte de los contenidos noticiosos de los medios, bien como tal Estado, bien como Administración central, ministerio, Parlamento,

dirección general, gobierno autónomo o embajada. Como objeto, su sola existencia en el espacio y en el tiempo hace que sea referente obligado de la información, omnipresente en el orden categorial de los medios: cuando la información se organiza en 'internacional', 'nacional', 'regional' o 'local', dicha tabla categorial supone la omnipresencia del Estado (1996: 199)".

Hemos respondido al porqué la política es referente central de la prensa, ahora veamos de qué prensa hablamos en función a sus orientaciones y pretensiones. Aquí vemos que el periodismo que cubre el mundo político y realiza el tratamiento de la información política no es el **paleoperiodismo** al que estábamos acostumbrados —apagado y diluido—, sino el **neoperiodismo** al que nos vamos acostumbrando —reforzado y consolidado—¹³. Veamos el rostro de ambos para saber en qué espejo se mira la política.

El **paleoperiodismo** es la gestión de la información *constrañida* por la obediencia a ciertos valores propios (independencia, responsabilidad, honestidad, veracidad, ecuanimidad, equilibrio), *estructurada* en función a la **razón informativa** —la búsqueda de la verdad de los hechos—, *regida* por controles de calidad dados por la fidelidad a sus valores y a la razón informativa, *dirigida* hacia el ciudadano como un lector ilustrado (y a seguir ilustrándose), *pretende* influir en la esfera de las ideas y opiniones con una *orientación* ideológica y *aspira* a convertirse en un servicio público.

El **neoperiodismo** tiene los mismos componentes, aunque con sentidos totalmente diferentes. También gestiona la información, pero *constrañido* por el mercado (índice de audiencia y publicidad), *estructurado* en función al **impacto informativo** —la búsqueda de la espectacularización, dramatización y personalización de los hechos—, *regida* por controles de calidad dados por la obediencia a los dictados del mercado y al impacto informativo, *orientada* hacia el ciudadano como consumidor emotivo (y a seguir emocionando), *pretende*, haciendo un uso intensivo de los espacios informativos, de opinión y las encuestas o sondeos, constituirse en un poder fáctico que influya sobre los demás poderes constituidos con una *orientación* pragmática y se *convierte* en un (auto) servicio privado, pero enmascarado por su función pública.

¿Debemos batir palmas ante este nuevo horizonte mediático que entroniza al **neoperiodismo** celebratorio del *rating* y el mercado? La democracia es el gobierno donde la soberanía y el mando pertenecen al pueblo. Por tanto, donde el sistema nervioso central es el ciudadano. Donde, como aclara Sartori en el *Homo videns*, "cada maximización de la democracia, cada crecimiento de directismo requiere que el número de personas informadas se incremente y que, al mismo tiempo, aumente su competencia, conocimiento y entendimiento" (127). En ese caso tendríamos un *demos potenciado*, pero si constatamos que la calidad de la información de la que se nutre es el **neoperiodismo**, veremos que estamos ante un *demos debilitado*. Sartori descubre sorprendido que "la base de información del *demos* es de una pobreza alarmante, de una pobreza que nunca termina de sorprendernos" (123), por lo ancho y superficial (Manheim, ed. 1986: 166). La apreciación tiene sustento empí-

rico en el caso boliviano: El 2% conoce de las funciones del Estado, es decir, del legislativo, judicial y ejecutivo (75-100% contestó correctamente), 14% conoce bastante (50-74% contestó correctamente), 62% conoce poco (25-49% contestó correctamente) y el 22% desconoce (0-24% contestó correctamente). ¿Más complejo el mundo, más sencilla la mente de las personas? La respuesta la ensaya José Luis Dader cuando señala que "precisamente vivimos en una cultura en la que los excesos de la complejidad y diversidad funcional nos catapultan como un *boomerang* hacia el exceso contrario" (1992: 171). La simplificación así tiene mucho que ver con el anquilosamiento mental.

El ciudadano boliviano, no conoce y los medios tampoco hacen mucho porque conozca profundamente su sistema político. La pregunta inevitable: ¿Ocasiona la mala información una mala democracia? Tal vez más que una mala democracia –los ciudadanos la conocen y la gestionan deficientemente– el peligro es del *secuestro* de la democracia. Para aclarar esta idea antes daremos un rodeo. Octavio Paz señalaba que en nuestras sociedades las clases dirigentes serían las clases lectoras y que las clases dirigidas serían las masas de televidentes. El mando estaría asociada con la lectura y las ideas y la obediencia con la contemplación y el entretenimiento. El enunciado es esquemático y seductor. Pero no es lógico. Si la mayoría de una población está compuesta por personas incultas, emotivas y superficiales, los pastores que guiarán este rebaño no serán personas cultas, racionales y profundas, porque entre unas y otros no existen puentes de contacto. Entre ambos tienen que pensar y sentir igual, debe existir la semejanza que existe entre los hermanos siameses, para que unos capten los gustos y las demandas de los otros y puedan traducirlas en ofertas concretas.¹⁴ La mayoría inculta encontrará sus pastores en un grupo de personas antiintelectuales, pero sumamente vivas y despiertas, que gratificarán sus instintos, prejuicios y emociones hasta la saciedad. Mientras que, entre la mayoría inculta y la minoría culta se mirarán con profundo recelo, extrañeza y antipatía.

El horizonte sería hasta atractivo, si sólo se anula al intelectual pero se tonifica a la razón, ahora, si el ocaso de uno anuncia el crepúsculo del otro, significa que las cosas van de mal en peor. Y no irán mejor, si son pocos los bien pensantes apertrechados en sus libros y razones, y muchos más los mal pensantes sumidos en periódicos y canales de televisión que producen comida chatarra para la mente. Los primeros poco podrán hacer, porque cuando los segundos son inmensa mayoría, sucede que estamos en el país de los ciegos, y en ese reino no es el tuerto el rey, sino otro ciego.

Podría darse una salvedad. Las clases dirigentes para acercarse al *demos* y contactar con éste de alguna manera realizarían una "continuada reducción cualitativa del contenido intelectual del discurso político" (Manheim, 1986: 165) o la espectacularización, dramatización y personalización de la escenificación política. ¿Es esta una buena política? La democracia aquí no peca por reducción, sino por *banalización*. De esta manera los ciudadanos "participan" en la política según la aspiración ilustrada, donde los ciudadanos informados y racionales participan conscientemente en la gestión de la buena ciudad, sino donde los ciudadanos movidos por sus simpa-

tías/antipatías, pasiones, prejuicios, fobias y estereotipos transforman la participación ciudadana en una manada histérica. Esta “borrachera democrática” —estimula los instintos y adormece la razón, calienta la cabeza cuando más fría deberíamos tenerla—, termina convertida en una **democracia simulada** (*shows* electorales e infopolítica)¹⁵ y en los hechos en una **tecnocracia**.

A este punto queríamos llegar cuando hablamos del *secuestro* de la democracia. Aclaremos ahora su significado. Dimos el rodeo necesario para ahora desarrollar el punto con toda claridad. Christopher Lasch en *La rebelión de las élites y la traición a la democracia*, da cuenta del debate entre el periodista Walter Lippmann y el filósofo John Dewey en los siguientes términos:

Quando Walter Lippmann empezó a argumentar en los años veinte que la opinión pública estaba necesariamente desinformada y que sería mejor dejar el gobierno a los especialistas, John Dewey se opuso con razón a esta opinión. Para Lippmann, la democracia sólo significaba un acceso universal a las cosas buenas de la vida. Para Dewey, tenía que basarse en la ‘asunción de responsabilidades’ por parte de los hombres y las mujeres corrientes, en ‘un desarrollo estable y equilibrado de la mente y el carácter’ (1996: 77-78).

¿Qué concluimos? Cuando tenemos un *demos debilitado* acosa demasiado de cerca la posibilidad de que los grupos tecnocráticos tomen su lugar, gestionen la complejidad de la democracia debido a la simplicidad (¿o deserción?) del *demos* y acaben así por *secuestrarla*; pero —como subrayaba Weber— sin asumir responsabilidades y acorazados en un discurso supuestamente tecno-científico irrefutable.¹⁶ ¿No estamos, por tanto, ante el *secuestro* de la democracia? Sartori esboza con claridad el panorama que tomará la estación de llegada de un camino que se anda con indolencia y se paga con exclusión obediente: “Lo cual no será óbice para que la ‘tecnópolis’ digital sea utilizada por una raza patrona de pequeñísimas élites, de tecno-cerebros altamente dotados, que desembocará —según las previsiones de Neil Postman (1985)— en una ‘tecnocracia convertida en totalitaria’ que plasma todo y a todos a su imagen y semejanza (1998: 130)”.

ATMÓSFERA ANTIPARTIDOS Y ANTIPOLÍTICOS

La política hoy no goza de buena fama. El prestigio lo tienen por los suelos. Está más allá de la bandera de partidos y países. El fenómeno es generalizado y Bolivia no es la excepción. Para no caer en el consuelo de muchos, tratemos de comprender cómo se desprestigia un campo institucional. Así dejaremos el consuelo de tontos por la explicación de los hechos.

Partamos por los datos. La estadística permite sustentar lo dicho: los partidos políticos tienen la puntuación más baja de todas las instituciones nacionales: 2.6 (escala de 1 a 7).¹⁷ El 79% de los bolivianos tiene una imagen negativa de la política, mien-

tras el 20% siente que lo negativo de ser boliviano es "la corrupción del país". Y lo negativo de la democracia es la corrupción en la percepción del 43% de los bolivianos. La asociación entre partidos y corrupción es evidente. Lo que lleva a una primera aclaración: la corrupción afecta a los partidos, por tanto existe una atmósfera *anti-partidos*, no una actitud pública *antidemocrática*. La precisión es sustantiva: la falta de credibilidad afecta a los partidos, la democracia mantiene en pie su legitimidad.

Planteemos ahora la explicación de la deslegitimación de los partidos políticos. ¿Cómo se produce? Por sí mismos y por otros. Por lo hecho y porque les muestran lo (no) hecho. Interviene su propia mano y la de otros. La propia, en cuanto no cumplen sus funciones de canalización y gestión de demandas y las ensucian en los casos de corrupción estatal. Y la ajena, la mediática, en cuanto muestran su ineficiencia política y, sobre todo, la corrupción política. Los partidos se desprestigian por mano propia y los medios hacen público su desprestigio al cubrir y ventilar sus actos de corrupción.

Los partidos no se ayudan. Tampoco los medios masivos ayudan. ¿Deberían cerrar los ojos y callar para no agravar las cosas? No es su función: lo suyo es develar, no ocultar.¹⁸ Los medios hacen y bien en mostrar los casos de corrupción. Lo que señala Dominique Wolton con respecto al terrorismo se puede aplicar a la corrupción: los medios revelan "las disfunciones de las instituciones de una democracia: policía, justicia, políticos, servicios secretos" (1995: 11) al abrir y hacer accesible a la mirada de todos el juego político.

Los medios revelan. Esta es su bondad. Pero cuando revelan información sin *rigor* y opinión sin *precisión*, desaparece la **función moralizante** que trae consigo el escándalo –reforzar los valores compartidos que amenazan el escándalo, distinguiendo lo normal de lo anormal–, para aparecer sus **efectos disfuncionales**: "La sucesión de escándalos provoca la insensibilidad y apatía en la población y genera resentimiento contra los representantes de la clase política y económica" (Kepplinger, 1999: 117).

La **información sin rigor** se presenta cuando los medios a) *recogen* información de fuentes no confiables; b) *seleccionan* arbitrariamente la información; c) *elaboran* anecdóticamente las noticias sin realizar un esclarecimiento exhaustivo; d) *presentan* de manera sensacionalista el hecho; e) y entran dentro de la *rutina* de ventilar casos de corrupción sin el debido seguimiento periodístico, abocados a destapar una olla de grillos, apagarla rápidamente en el olvido, para destapar otra.¹⁹ Esto acarrea "el peligro de *embotarse* y de convertirse en un *mero juguete* en manos de medios de comunicación irresponsables" (Von Beyme, 1995: 49 [el subrayado es propio]).²⁰

Esta prensa manifestaría "un interés espontáneo por el escándalo: para ella, la información es un recurso, una fuente de beneficios, sobre todo cuando toma la forma de scoop, información exclusiva y sorprendente de una transgresión ética llevada a cabo por una personalidad eminente" (Bourdieu, 1992). El escándalo estaría asociado al lucro y como "subproducto de un medio que requiere historias interesantes" (Von

Beyme, 1995: 85) tendrá al escándalo en el “centro de la agenda siempre que no esté ocupada por un acontecimiento más dramático [y] mientras su revelación esté en el interés económico y político de algún medio” (Arroyo Martínez, 1996).

La **opinión sin precisión** consiste en cómo se realiza la interpretación de los casos de corrupción. La opinión puede ser precisa, pero no lo es. Aquí arranca todo. En general, el periodista incluye en la noticia escandalosa el *quién ha hecho qué cosas*.²¹ En particular, el “opinador” o líder mediático (nacional y/o local) ocasionalmente da los nombres y los apellidos de los corruptos.²² Más bien amplifica las magnitudes, así distorsiona los hechos y acaba generando una atmósfera *antipartidos* (no anti *tal o cual político*). Peca no por omisión, sino por todo lo contrario: generalización. La mano se les va en el tintero. Y este tratamiento irresponsable de la corrupción sólo alienta una mirada ejercida a diestra y siniestra que proyecta una sombra de suspicacia sobre todos los políticos.

A esto agregamos lo que bautizaríamos como la **evaluación descendente**. Max Weber señala que el periodista “pertenecer a una especie de casta paria que la ‘sociedad’ juzga siempre de acuerdo con el *comportamiento de sus miembros moralmente peores*” (1995: 117 [el subrayado es propio]). Por tanto, la sociedad evalúa –en la perspectiva weberiana– no según la cualidad de los mejores, sino de la mala calidad de los peores. No hacia la alza, sino hacia la baja. La excepción se transformaría en la regla.

¿Qué tenemos? Esta **evaluación descendente** produce –en el caso de los políticos– la notoriedad de los peores y las **retóricas generalizantes** proyectan la sombra perversa de estos “pocos” o “muchos” (no todos) sobre el campo institucional del sistema de partidos. Ninguna otra cosa explica que la política y los políticos tengan tan mala imagen: los peores políticos son los *más vistos* y, por ser tan vistos, parecen ser *todos* los políticos. El efecto de estos dos mecanismos es la producción de una **atmósfera antipartidos** donde todos los políticos están bajo sospecha de corrupción. Esto se sustenta en las palabras de Bourdieu en “Anatomía del escándalo”: “Pero si la *denuncia* del escándalo puede tener éxito, es tal vez porque el denunciante y aquellos a los que trata de movilizar comulgan tácitamente con él en esta especie de anarquismo original que lleva a sospechar en todo poder un abuso de poder, violencia arbitraria, apropiación privada de un bien público”. La punta del iceberg ocultaría entonces un fondo mucho más extenso. Y esta apreciación se convertiría en la mirada aviesa que prima públicamente sobre la política.²³

No basta dar cuenta de su existencia, además es necesario precisar todas sus coordenadas. José Luis Dader (1992) plantea que toda manifestación de la opinión pública tiene un *contenido* –tema o asunto–, una *dirección* –posturas sobre un tema que apunta a favor o en contra–, una *intensidad* –grado de debilidad o fuerza de la opinión–, un *volumen* –cantidad de personas que suscriben una postura–, una *especificidad* –la situación que presentaba hoy frente a la de ayer– y una *persistencia* –tiempo de vigencia. Estas serían las variables clásicas en la determinación empírica de las corrientes de opinión.

La "Encuesta sobre Democracia y Valores Democráticos" nos permite dar cuenta de cada una de estas variables para tener una visión más precisa y ajustada de esta **atmósfera antipartidos**, que tiene como *contenido* sobresaliente la corrupción de los partidos políticos, por tanto con una *dirección* en contra de los partidos, con un *volumen* que alcanza al 43% (casi la mitad) de la población, una *especificidad* baja y constante, desde el año '92 hasta el '99 se mantiene alrededor del 2.5 (escala de 1 al 7) y una *persistencia*, tomando sólo los años de la encuesta, de 7 años registrados, aunque probablemente alcance cuando menos a toda una década.

El tema de la *intensidad* lo dejamos de lado, por no existir datos que la respalden, aunque podemos obrar por inferencia. Algunas consideraciones: si la *persistencia* de esta **atmósfera antipartidos** es bastante extensa, lo más probable es que sea también bastante intensa como para mantenerse estable durante un lapso de tiempo largo. ¿Qué tan intensa? En una escala de "muy", "bastante" y "poco intensa", que dice sobre la intensidad en términos de grados es más pertinente –creemos– hablar de niveles críticos según perfiles situacionales distintos. En este sentido, planteamos tres niveles críticos marcadamente diferentes contra el sistema de partidos: el primero, de censura y opiniones adversas (pasiva-verbal); la segunda, de desautorización o desobediencia civil (activa-no acatamiento);²⁴ y la tercera, de reforzamiento de alternativas antipartidos y/o movimientos sociales antisistema (activa-subversiva).

Ahora podemos precisar mejor en qué nivel nos encontramos: el primero, de censura y de opiniones adversas contra el sistema de partidos aunque *fuertemente sentidas*; pero que no han pasado ni al segundo ni al tercer nivel. No han tomado ni una dimensión activa y menos subversiva. En cuanto al tercer nivel vale hacer algunas precisiones: han surgido partidos antipolíticos y antipartidos,²⁵ pero que han tomado la forma-partido, movilizados dentro del sistema de partidos y no fuera y en contra del sistema. Es decir, el elemento crítico les ha servido para catapultarse como partidos dentro del propio sistema. Dice mucho el surgimiento de estos partidos sobre el estado del sistema de partidos. Pero no alarma. No crispa los nervios.

¿Podemos entonces estar contentos ante una situación de censura y de opiniones adversas contra el sistema de partidos *fuertemente sentidas*? ¿Y dar todo por concluido? La cautela no debería llevarnos a despreciar una atmósfera pública antipartidos. Ya sabemos su contenido, dirección, intensidad, especificidad, volumen y persistencia. Lo que nos permite situarla, dentro de los modelos de opinión que presenta Dader (1992) como el Modelo 1: Situación de consenso fuerte con preferencia fuerte. Es decir, tenemos una situación muy firme o consolidada (en contra de los partidos-políticos), donde el ciudadano (o político) sabe que actuar a favor de la tendencia establecida resulta muy cómodo, mientras que actuar en contra resulta muy incómodo y difícil.

Aquí entramos de lleno a una de las manifestaciones más típicas de la opinión pública. Una vez solidificada (en contra) la opinión pública sobre un tópico (léase los políticos son corruptos) se puede hablar impune e irresponsablemente en la línea mar-

cada por el tópico. Así como *nadie* se atrevería a decir que *algunos* curas son ladrones, *muchos* se atreven a decir que todos los políticos lo son. ¿Qué autoriza a la gente a expresarse de forma tan generalizante y tajante? La opinión pública o la **atmósfera pública antipartidos** permite a la gente hablar sin reparos y sin el temor o la amenaza de ser aislado o incomunicado por emitir tal opinión. Más bien todo lo contrario: el encontrar en el consenso el calor del grupo. Y aún más, “cuando un gran número de medios de comunicación consigue marchar en la misma línea, a la larga, es casi irresistible, y la opinión pública martilleada siempre del mismo lado, termina por ceder a sus golpes” (Tocqueville, 1980).

De tal forma, la opinión pública refuerza la **atmósfera antipartidos** y desalienta toda corriente de opinión en sentido contrario, porque castiga a quienes la promueven con el aislamiento, la incomunicación y la marginación.²⁶ Nuestra piel social sensible “al qué dirán” las personas que forman nuestro entorno nos desalienta a emprender la tarea. Más, si no existen hechos visibles que sustenten una posición favorable a los partidos-políticos.

La política está mal vista y el ojo público se mantiene rígido en su mirada. Cambiarla es producto de los políticos y depende de que los periodistas (y líderes mediáticos) muestren el cambio. Lo uno sin lo otro mantiene en **statu quo** la situación crítica. ¿Estaría alentando la mala política una mala prensa? El resultado sería calamitoso: una democracia mal informada y gestionada sería una democracia a la deriva. El camino podría tener dos carriles de salida: el primero, los políticos son la estatua de sal que saldrá de la petrificación si camina en dirección contraria al pasado —marcha lenta y esforzada el ganar un buen nombre y el cambiar el estado atmosférico de la sociedad—; y el segundo, los medios masivos sólo serán aliados leales de la democracia si buscan en la **razón informativa** y el servicio público su norte y su fin —camino arduo el resistir el premio del mercado que asciende al bolsillo como única categoría ética de la conciencia.

EN RÍO REVUELTO, GANANCIA DE COMUNICADORES

Un hecho comunicativo/político llama la atención en Bolivia: el surgimiento desde casi la reapertura democrática de comunicadores que abandonan su capilla para ingresar a las arenas de la política. Nombres hay muchos y casi en todas las ciudades del país. Omar Montalvo (fue dos veces alcalde electo por el MBL y prefecto del departamento por el MNR), Ricardo Díaz (diputado suplente por Condepa), Víctor Hugo Hevia (fue candidato frustrado a concejal por el MNR), Augusto Valda (diputado uninominal por el MBL), Aldo Quaglini (actual diputado por ADN) en Sucre; Raúl Salmón (fue candidato a primer concejal por el MIR), “Cucho” Vargas, Carlos Palenque (fundador y fue candidato a la presidencia por Condepa), Rodolfo Gálvez (fue concejal por el MBL), Carlos Serrate Reich (fundador y candidato a la presidencia por VR-9 Abril) y Cristina Corrales (candidata a primera concejal por VR-9 Abril) en La Paz; Jorge Barrientos (fue concejal por la UCS), Magín Roque, Pedro Rubín de Celis en Oruro; Bismark Kreidler en Santa Cruz; y Johnny Plata en Potosí. El hecho

tiene sus antecedentes históricos. Ahí están periodistas/políticos como Casimiro Olañeta, Bautista Saavedra, Hernando Siles, Carlos Montenegro, Augusto Céspedes, Hernán Siles o Armando Arce.

Los motivos parecen ser diversos para permitir el paso del periodismo a la política: uno, el prestigio logrado en su departamento gracias a la comunicación que los convierte en candidatos "ganadores"; dos, el bajo perfil de los políticos tradicionales en su localidad; tres, una **atmósfera antipartidos y antipolíticos**. En otras palabras, lo que los comunicadores tienen, sumado a lo que los políticos no tienen, multiplicado por un clima de opinión adverso a los políticos, conforma un cuadro favorable para el trasvase de algunos periodistas hacia las aguas de la política.

La **atmósfera antipartidos** no es crítica para la democracia, pero sí para los políticos profesionales. Los comunicadores sociales han comenzado a funcionar como sus sustitutos más exitosos. La falta de credibilidad afecta la imagen de los políticos y entonces permite que todos los discursos antipolíticos prendan. ¿Quiénes lo enarbolan? No los políticos, sino los comunicadores sociales que vienen de fuera de la política. Tienen capital simbólico y sus propuestas no traen el descrédito de lo político, sino de lo no-político; es decir, están cargadas de interacción y contenido sociales –el paternalismo y el asistencialismo perfilan su puesta en escena.²⁷

Estos comunicadores sociales utilizan en su favor este clima de opinión adverso a los políticos profesionales; pero hacen algo más: en los medios propagan y refuerzan la atmósfera antipartidos y antipolíticos. Carlos Palenque lo hizo ayer y Cristina Corrales lo hace hoy. Esta es una constante en su discurso, realizar un juego de suma negativa: desprestigian a los políticos para dejar asentada claramente su postura: a) no son como ellos; b) así marcan la distancia; y, por ende, c) pretenden ganar más prestigio. La descalificación de los otros la convierten en calificación propia. ¿El fin? Protagonismo social. La forma: el hacer uso de *retóricas generalizantes* y exageradas, que ponen bajo una sombra de sospecha a todos los políticos; la *estereotipación*, que atrae la atención sobre los elementos normalmente negativos y simplificados; y la *estigmatización*, que les atribuye atributos profundamente desacreditadores –desvalorización que a veces funciona como una eliminación.²⁸ Estas son las nubes de tormenta que se ciernen sobre los políticos y que penetran en todo "como el aire que nos rodea, desde las alcobas más ocultas de la casa hasta las gradas del trono" (Ihering cit. Noelle-Neumann, 1995: 191).

Estaríamos ante la **alegría de la denuncia**: el uso irresponsable por parte de los periodistas y líderes mediáticos (nacionales y locales) de recursos retóricos que no ponen las cosas en su lugar –a cada quien su culpa y a nadie más de la que merece–; sino más bien las desordenan, porque a) hablan mal de los políticos, muchas veces sin pruebas y dando toda sospecha por cierta y b) de esta manera hacen que todos los políticos sean pardos, o sea corruptos. Algo más: "El que se hace con los símbolos que contienen en ese momento la sensibilidad pública, controla los caminos de la política pública" (Lippman, 1965: 133). Es decir, los periodistas y líderes mediáticos (nacionales y locales) tienen las imágenes que les permiten irritar la piel

de la opinión pública con cualquier traspié que los políticos den y así ocasionar una fuerte reacción pública.²⁹

Los periodistas pueden hacer mucho *contra* los políticos, no sólo sepultar a algunos en vida, sino propagar un halo de sospecha sobre todos;³⁰ pero, ¿qué pueden hacer en la política o qué significa un comunicador-político? Dos acotaciones: la primera, los periodistas o comunicadores sociales son hombres de discursos, no de acciones. En lenguaje político esto significa que recogen demandas, pero no gestionan ofertas. Por esto, en estricto sentido, no se puede hablar de los medios ni de los periodistas como *sustitutos funcionales* de los partidos ni de los políticos. Un sustituto funcional de los políticos sería aquel actor que los reemplaza cumpliendo a cabalidad sus funciones o tareas. No es el caso de los periodistas-comunicadores, y la confusión se presenta en el siguiente aspecto: el periodista puede realizar las mismas funciones que el político en la esfera discursiva, pero no en la esfera de la acción. Puede hablar como él y en su lugar. Hasta ahí llegan las semejanzas. Pero no puede actuar como él, porque no está en su lugar. Y al aparecer como políticos (si hablan), pero no fungir como tales (no actúan), no disminuyen el malestar, sino más bien lo acrecientan. Esta *limitación estructural* hace de los periodistas-comunicadores (con fuertes ribetes políticos) no sustitutos funcionales de los políticos, sino más bien afuncionales.

Y la segunda acotación, el periodista-comunicador puede saltar la cerca del periodismo, romper esta limitación y metamorfosear su *status* profesional. De hecho, todos los citados lo hicieron. El resultado: la aparición de "liderazgos de imagen" (Calderón y Laserna, 1995: 35) o **líderes paraguas**, porque cobijan bajo el manto de su imagen frustraciones, desencantos e irritaciones sociales contra los políticos profesionales. Estos liderazgos no están sustentados, ni en un partido, ni en una ideología, ni en un programa, sólo en la imagen del periodista-comunicador. Esta es el capital que tiene y que vende: simpatía, prestigio e información —que no es sinónimo de conocimiento—. La piedra angular que lo constituye. Poco para quien se atreve a tanto. Esto lo constituye en la sirena y las masas, desencantadas del mástil de la política, arrojadas por su palabra, caen en el embeleso.³¹

El periodista-comunicador que funge desde los medios como político, no mejora la situación del paciente, porque sólo sabe diagnosticar, no operar. Así acrecienta el malestar. Y cuando pasa definitivamente a la política, tampoco cura al paciente, porque carece del instrumental necesario. Entonces nuevamente acrecienta la frustración. En ambos casos, como el pez, muere por la boca. No causa extrañeza: es la única herramienta que ha ejercitado.³²

La democracia no requiere que se entrepapelen los roles políticos y periodísticos, y se desdibujen sus funciones. La democracia requiere nitidez y transparencia. Una y la otra. Es decir, que sepamos *quién sirve para qué*. Jean Mouchon en *Política y medios* lo dice con aquella claridad que alecciona: "En el momento en que el poder político es cuestionado en sus usos y costumbres y cuando los jueces se adelantan para ocupar el primer plano de la escena política, debe prevalecer la exigencia del rigor en la información. El periodista sólo puede alcanzarla verdaderamente, más allá de las

buenas palabras de principio, con la condición de atenerse a los límites de su propia esfera profesional. La democracia es una obra colectiva que se elabora diariamente con actores sociales de roles claramente definidos. La mezcla de los géneros en este dominio es riesgosa: la separación de los poderes que teorizaba Montesquieu es un imperativo que debe actualizarse" (55). Diría aún más: el extenderse hacia los medios masivos.

Cierro este capítulo con esta pregunta: ¿El país necesita de periodistas políticos o de verdaderos políticos? ¿Aquellos hombres, los políticos, de los que Max Weber dijo que debían unir en el mismo recipiente personal pasión, responsabilidad y mesura?

¿CLASE DESENCANTADA Y CLASE EVASIVA?

El hombre conectado a la información se acredita como el *homo mediaticus*, convertido "en el electrón de base de nuestras sociedades modernas" (Minc, 1995: 103). En el caso específico de Bolivia, tenemos un electrón que gira en torno al radio de acción de una información y opinión contrarias a los partidos y a los políticos, presentando así la irrupción de un *homo mediaticus* desencantado.

¿Cuáles son sus coordenadas? ¿Dónde se encuentra? La "Encuesta sobre democracia y valores democráticos" nos presentan someras pistas sobre su relación con los medios y la política. El estrato alto, con un nivel socioeconómico elevado, mayor grado de instrucción y con una mayor presencia de blancos y mestizos, consume más información política que de variedad, hace un mayor uso de la televisión y los periódicos, tiene menor confianza en los medios y tiene una actitud más crítica frente a la política. El estrato bajo, con un nivel socioeconómico bajo y menor nivel de instrucción y con una presencia mayor de mestizos, indígenas y negros, consume menos información política y más de variedad, hace un mayor uso de la radio, tiene mayor confianza en los medios y tiene una actitud menos crítica frente a la política. Y el estrato medio se encuentra en medio de ambos, aunque con una tendencia acusada en el uso de medios y actitudes frente a la política más parecidos al del estrato alto (Ver Anexo 1).

La localización (área urbana o rural) marca diferencias entre las personas. También las marca el género y la edad. Veamos. Las mujeres se informan más a través de la televisión (60%) que los hombres (52%) y leen menos periódicos (4%) que los hombres (10%). Los hombres también escuchan más radio (34%) que las mujeres (31%) y se informan con mayor frecuencia (41% contra 37%, respectivamente). En el área rural se informan más por radio (58%), luego por televisión (31%), un escaso 4% por periódicos y un 1.2% a través de la conversación con amigos. Mientras en el área urbana la gente se informa en un 69% por televisión, en un 19% por radio y un 9% escaso también por periódicos. En lo que hace a la edad, la información vía televisión decrece a medida que aumenta la edad (menos de 21 años el 69% y de 51 o más años el 48%), aumentando más bien la preferencia por la radio (menos de 21 años el 27% y de 51 o más años el 37%). La lectura del periódico se mantiene casi

idéntica en todas las edades. Aunque de todas estas entradas privilegiaré un abordaje estratificado sobre el tema (ciudadanía, medios y política), más que espacial (urbano/rural), genérico (hombres/mujeres) o etéreo (adultos/jóvenes).

Los datos agrupados por estratos nos muestran una imagen convencional reforzada por otros estudios realizados en distintos países (Cazeneuve, 1978; McQuail, 1985; Vilches, 1989; Wolf, 1994; Sánchez Noriega, 1997;). Por ejemplo, “la hegemonía de la televisión en el sistema mediático” (Sánchez Noriega, 1997: 27) y la elitización de la prensa en los estratos más educados y con mayores ingresos. Hasta aquí lo convencional. Ahora veamos lo novedoso. Los estratos altos y medios, probablemente por su mayor consumo de información política son más críticos con la política (particularmente en lo que hace a la corrupción), que los estratos bajos. Y también están más *desencantados* de la política. Mientras el estrato bajo lo está menos, probablemente por el menor consumo de información política que hace, y tal vez sea más evasivo, por el mayor consumo de información de variedades que realiza.

El desencanto ha sido visto como el “abandono de las totalizaciones ideológicas, la desacralización de los principios políticos y la resignificación de la utopía” (Barbero en Canclini, 1995: 329) y “una pérdida de fe en determinada concepción del progreso: el futuro como redención” (Lechner en Calderón, 1988: 136), es decir, como la frustración respecto ideal de la política –visiones, valores y utopías–; pero descuidando la dimensión real de la política. Terreno en el cual parece situarse el desencanto de los estratos altos y medios. ¿Qué significa esto? Ambos estratos parecen estar instalados en el principio de realidad pidiendo de los partidos y los políticos, no transformar la sociedad en un paraíso encarnado, sino que sean más éticos en su comportamiento y gestión. Si se mira bien, diría que piden no que los políticos hagan cosas aparentemente mejores, sino que dejen de hacer cosas sustancialmente peores. ¿Resignación y surgimiento de una ética (de exigencia) **mínima**?

Lo llamativo de los datos, confrontado con los hechos, radica en la siguiente contradicción: si lo anterior es así, si los estratos altos y medios están más desencantados que los bajos, deberían ser más propensos a caer en los brazos de los *outsiders*, sin embargo no es así. Lo son los estratos bajos. Ahí está la figura emblemática de Palenque ayer y de Cristina Corrales hoy. ¿En qué quedamos entonces? El estrato alto y medio están inmersos dentro de una **atmósfera antipolíticos** profesionales, pero no **antipartidos**. Las opciones políticas las buscan dentro de los partidos reclamando por la renovación de sus líderes.³³ Los estratos bajos son más radicales y buscan sus opciones lejos de los partidos y de los políticos tradicionales.

Los hechos complementan y explican los datos. El estrato bajo está más influido por esta **atmósfera antipolítica** desplegada por los medios. Tal vez su consumo mayor de información de variedades y menor de información política, sea efecto de su desencanto de la política –que la información política ventila– y su expresión dura se muestre en su inclinación por líderes y periodistas-comunicadores no asociados a la imagen del político profesional. El estrato alto y medio, más afianzados en una cultura democrática –como lo demuestra la encuesta: el apoyo incondicional a la democra-

cia crece a media que ascendemos en la estratificación—, optan por salidas dentro del marco del sistema de partidos. Y no fuera.

Terminamos reforzando una imagen clásica de las investigaciones en comunicación: el estrato alto y medio, más instruido, desconfiado y crítico con la información que difunden los medios, amortigua más la **atmósfera antipartidos y antipolíticos** producida desde los medios; mientras el estrato bajo, menos instruido y crítico y más confiado es más receptivo. Tenemos una visión y una conclusión. La educación es la que permite que las aguas no se desbanden, y que más bien el río partidario cambie de aguas en su propio cauce. No el trasvase de los periodistas-comunicadores a la política, sino el cambio de los malos políticos.

La educación alienta cierto ideal político: la construcción de la buena ciudad desalentando la propagación de la mala ciudad. Hemos encontrado a la mejor aliada de la democracia auscultado el canto de las sirenas tecnológicas.

BIBLIOGRAFÍA

- ABREVAYA, Carlos. 1989: *Medios locos*. Buenos Aires: Ediciones de la Urraca.
- ALBERTOS, José Luis M. 1994: "La tesis del perro-guardián: revisión de una teoría clásica", *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 1, Editorial Complutense, Madrid.
- ANDERSON IMBERT, Enrique. 1994: "Tecnología y democracia", en: John Skirius (comp.), México: FCE, 1994.
- ARELLANO, Jorge. 1993: "Estoy sin trabajo, pero tengo la conciencia tranquila", *Brecha*, 11/6/93.
- ARROYO MARTÍNEZ, Luis. 1996: "Fábulas y fabuladores. El escándalo político como fenómeno de los medios de comunicación", *Claves de la Razón Práctica*, 60, Madrid.
- BARBERO, Jesús Martín, en: Néstor García Canclini (comp.). 1995: "Notas sobre el tejido comunicativo de la democracia", *Cultura y pospolítica. El debate sobre la modernidad en América Latina*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- BOBBIO, Norberto. 1992: *El futuro de la democracia*. Colombia: FCE.
- BOURDIEU, Pierre. 1992: "Anatomía del escándalo", *Linterna Diurna*, Presencia, 12/4/92.
- 1997: *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- 1999: *Contrafuegos. Reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión neoliberal*. Barcelona: Anagrama.
- CALDERÓN, Fernando y LASERNA, Roberto. 1995: *Paradojas de la modernidad. Sociedad y cambio en Bolivia*. Cochabamba: Fundación Milenio/CERES.
- CALDERÓN, Fernando (comp.). 1988: *Imágenes de la posmodernidad. La modernidad en la encrucijada postmoderna*. Ed. CLACSO.
- CAZENEUVE, Jean. 1978: *La sociedad de la ubicuidad. Comunicación y difusión*. Barcelona: Gilli.
- Corte Nacional Electoral de Bolivia, PRONAGOB y Campaña de Educación Cívica y Ciudadana. 1999: *Encuesta sobre democracia y valores democrático*, realizada por la empresa Encuestas & Estudios, La Paz, septiembre de 1999.

- DADER, José Luis. 1992: *El periodista en el espacio público*. Barcelona: Bosch Comunicación.
- DAHRENDORF, Ralf. 1990: *El conflicto social moderno. Ensayo sobre la política de la modernidad*. Barcelona: Mondadori.
- EYZAGUIRRE LL, Gloria y SORUCO Q., Juan Cristóbal. 1999: *El derecho a la información y percepción sobre instituciones*. La Paz: Friedrich Ebert Stiftung/ILDIS.
- GRABER, Doris (comp.). 1986: El poder de los medios en la política. Argentina: Grupo Editor Latinoamericano. 1995: "Los medios de comunicación y la política americana. Los medios como gobierno en la sombra", en MUÑOZ ALONSO/ROSPIR (eds.) *Comunicación Política*. Madrid. Universitas. 1995.
- IMBERT, Anderson, en: John Skirius (comp.). 1994: *El ensayo hispanoamericano en el siglo XX*. México: FCE.
- LASCH, Christopher. 1996: *La rebelión de las élites y la traición a la democracia*. Barcelona: Paidós Estado y Sociedad.
- LAZARTE, Jorge. 1997: "Los medios de comunicación en el fortalecimiento de la cultura democrática". La Paz: Documento preliminar.
- LINZ, Juan J. 1995: *La quiebra de la democracia*. Madrid: Alianza Universidad.
- MANSILLA, H.C.F. 1992: *Diálogo en espiral. Dilemas de la sociedad contemporánea*. La Paz: CEBEM.
- MANHEIM, Jarol. 1986: "¿Puede la democracia sobrevivir a la televisión?", en D. Graber, ed. 1986 op. cit.
- MAYORGA, Fernando. 1999: "A más penas económicas, más sociedad civil". *Pulso*, 23/9/99.
- MAYORGA, René Antonio. 1995: *Antipolítica y neopopulismo*. La Paz: CEBEM.
- MCQUAIL, Denis. 1985: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- MINC, Alain. 1995: *La borrachera democrática*. Madrid: Editorial Temas de Hoy.
- MOLINA, Fernando. 1999: "La lógica de la prensa y su relación con el Estado". La Paz: Ponencia para el Seminario "Políticas públicas y Políticas Nacionales de Comunicación", organizado por el CEBEM.
- MOUCHON, Jean. 1998: *Política y medios. Los poderes bajo influencia*. Barcelona: Gedisa.
- MUÑOZ-ALONSO, Alejandro y ROSPIR, Juan Ignacio (dir. ed.). 1995: *Comunicación política*. Madrid: Editorial Universitas.
- NIXON, Richard. 1982: *Líderes*. Barcelona: Grupo Editorial Planeta.
- NOELLE-NEUMAN, Elisabeth. 1995: *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- PEÑARANDA, Raúl. 1998: *Radiografía de la prensa en Bolivia*. La Paz: Documento borrador.
- REY MORATÓ, Javier del. 1996: *Democracia y postmodernidad. Teoría general de la información*. Madrid: Editorial Complutense. 1998: *El naufragio del periodismo en la era de la televisión. La industria del infoentretenimiento: de Aristóteles a Walt Disney*. Madrid: Editorial Fragua.
- RICHERI, Giuseppe. 1988: "Complejidad social e información", *Diálogos de la Comunicación*, s/n.

- RODRÍGUEZ MANSILLA, Darío, en: Niklas Luhmann. 1996: *Confianza*. Barcelona: Universidad Iberoamericana/Anthropos.
- ROJAS RÍOS, César. 1998: "El nacimiento de la pospolítica", *La Razón*, suplemento "Ventana", 18/10/98. 1999: *Ángeles decapitados. La situación de los medios masivos en Bolivia*. La Paz: CEBEM.
- SÁBATO, Ernesto, en: John Skirius. 1994: *El ensayo en Hispanoamérica en el siglo XX*. México: FCE.
- SÁNCHEZ NORIEGA, José Luis. 1993: *Crítica de la seducción mediática*. Madrid: Tecnos.
- SARTORI, Giovanni. 1988: *Elementos de teoría política*. Madrid: Alianza Universidad Textos.
- 1993: *La democracia después del comunismo*. Madrid: Alianza.
- 1998: *El homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- SELIGSON, Mitchell A. 1999: *La cultura política de la democracia en Bolivia: 1998*. La Paz: Agencia Internacional para el Desarrollo de los Estados Unidos.
- STEINFATT, Thomas. 1995: *Comunicación humana. Una introducción interpersonal*. México: Diana.
- TOCQUEVILLE, Alexis. 1980: *La democracia en América*. México: FCE.
- THESING, Josef y PRIESS, Frank. 1999: *Globalización, democracia y medios de comunicación*. Buenos Aires: Konrad -Adenauer- Stiftung/CIEDLA.
- TORANZO, Carlos. 1996: "Derechos y obligaciones de los periodistas", en: *La comunicación social en Bolivia. Opiniones y Análisis*, 26, La Paz - Bolivia.
- 1999: "Medios de comunicación y partidos políticos". La Paz: Documento borrador.
- TOURAINÉ, Alain. 1994: *¿Qué es la democracia?* Madrid: *Temas de Hoy*.
- VILCHES, Lorenzo. 1989: *Manipulación de la información televisiva*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- VON BEYME, Klaus. 1995: *La clase política en el Estado de partidos*. Madrid: Alianza Universidad.
- WEBER, Max. 1995: *El político y el científico*. Barcelona: Altaya.
- WOLF, Mauro. 1994: *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas*. Barcelona: Instrumentos Paidós.
- WOLTON, Dominique. 1995: *Elogio del gran público. Una teoría crítica de la televisión*. Barcelona: Gedisa.

NOTAS

* Este trabajo toma como base inicial de reflexión la "Encuesta sobre democracia y valores democráticos", realizada por la Corte Nacional Electoral de Bolivia en septiembre de 1999, que aporta diversos datos sobre medios masivos/política, aunque no todos los necesarios y suficientes para sustentar todo lo escrito; sino sólo parcialmente. En dicha encuesta encontramos evidencias que sustentan algunas hipótesis y suscitan la formulación de otras que requieren mayor apoyo empírico. El pretender realizar un análisis articulado y problematizador frente a un análisis desarticulado, pero ceñido al dato, esperemos que encuentre en estas páginas su justificación.

¹ Giuseppe Richeri refuerza la idea de **mediacentrismo** al dar cuenta del “proceso de sustitución entre los mass media y los agentes tradicionales de socialización de la información y el conocimiento: los partidos políticos, la iglesia, la escuela, pierden progresivamente la capacidad de lograr la atención del cuerpo social” (1988), es decir, los medios masivos aparecen como un “sustituto funcional” en ausencia de alternativas funcionales más adecuadas.

² Javier del Rey Morató señala, haciendo uso de una metáfora harto expresiva, que el periodismo como la luna, “tiene capacidad para convertir otros campos sociales en satélites suyos [...] estos campos, satelizados por el campo periodístico, terminan generando una serie de comportamientos orientados hacia los medios que ejercen su poderosa influencia en sus satélites” (1998: 224).

³ Los valores/noticia son los criterios que sirven, en primer lugar, “para seleccionar entre el material disponible en la redacción los elementos dignos de ser incluidos en el producto final. En segundo lugar, funcionan como líneas-guía para la presentación del material, sugiriendo qué es lo que hay enfatizar, lo que hay que omitir, dónde dar prioridad en la preparación de las noticias que se presentan al público” (Golding-Elliott cit. Wolf, 1994: 223).

⁴ *Encuesta sobre democracia y valores democrático*, realizada por la empresa Encuestas & Estudios, financiada por Corte Nacional Electoral, PRONAGOB y Campaña de Educación Cívica y Ciudadana, La Paz, septiembre de 1999.

⁵ En octubre de 1998, en un artículo titulado “El nacimiento de la pospolítica”, planteé “abrir las puertas de la política ‘clásica’, para dejar entrar a aquellos ciudadanos que, sin partido, tienen algo de los que éstos carecen: buen nombre”, apoyado en el siguiente argumento: el convertir la política en un mercado abierto, de libre concurrencia y competencia”. En septiembre de este año (1999), Fernando Mayorga propone un “pacto democrático” que permita a los ciudadanos independientes postularse a los curules de los diputados uninominales. Esto significaría que los partidos se animen a competir libremente con los dirigentes sociales. Hoy no estoy seguro de que esto sea lo deseable. Lo único que sé es lo siguiente: si entran actores “independientes” a disputar con los partidos políticos, electorado y espacios de poder, es porque los partidos no pudieron doblarle el codo a la desconfianza ciudadana. La aparición de “independientes” sería más el síntoma de la debilidad del sistema de partidos que de la fortaleza de la democracia. Los grupos focales que apoyan la “Encuesta sobre democracia y valores democráticos” refuerzan la idea de apropiación de la política por parte de los políticos. La política ha sido ‘apropiada por los políticos’, son ellos los dueños de la institucionalidad, son los dueños de la palabra y la tolerancia, son los dueños de las decisiones que se toman a nivel del gobierno y que involucran de forma excluyente a los demás: ‘ellos deciden mi destino excluyéndome’” (1999: 105).

⁶ La legitimidad del sistema de partidos tambalea. Los partidos políticos recurriendo a su “instinto de sobrevivencia” pueden elevar su credibilidad y así relegitimarse. Pero, ¿echarán mano a la “heurística del miedo” para diseñar salidas? Tienen por delante un futuro plagado de desafíos. El futuro es una niebla que aún no se disipa. En todo caso, no será un viaje sin brújula y sin norte.

⁷ Carlos Toranzo plantea explícitamente que “el incremento de poder de los medios de comunicación va de la mano de la deslegitimación de las instituciones tradicionales de la democracia” (1996: 54-55), por su parte, René Antonio Mayorga señala que “los medios de comunicación, especialmente la televisión, han fortalecido su poder de influencia —en virtud del debilitamiento progresivo de ciertas funciones importantes de los partidos políticos como la canalización de los intereses sociales— y tienden a desplazar y sustituir a los partidos políticos como mecanismos de agregación, cubriendo el vacío dejado por sistemas políticos en procesos de fragmentación o descomposición como en Brasil o Italia” (1995: 31) y H.C.F. Mansilla plantea que “la deficiencia de los partidos políticos nos lleva a que una parte importante de los deseos y opciones populares, muchas veces difusos, por otra parte, sean articulados por los llamados interpeladores del poder” (1991: 46). Tres percepciones que dan cuenta de una misma raíz explicativa.

⁸ Aquí el juego entre lo que se ve y se esconde, por parte de los políticos, es similar al que realizaba Dorian Gray –personaje de la novela de Oscar Wilde– entre el rostro hermoso que mostraba y el alma horrible que ocultaba, sólo visible en el retrato escondido de un ático. La función de vigilancia de la prensa pretende que los periodistas accedan a pintar ese alma, pero a la luz de la opinión pública.

⁹ Raúl Peñaranda en *Radiografía de la prensa boliviana* constata que el tema con más presencia en la prensa boliviana es “sociedad” con un 19%, seguido en importancia por “política” con un 17.8%; sin embargo, esto no se refleja en las portadas de los diarios, porque en éstas, un 54.4% está referido a “política” y un 11% a “sociedad”. Lidia Barriga en sus tesis “Los políticos como valor/noticia de la televisión”, en un análisis de los informativos de dos canales de la ciudad de Sucre, comprueba que “del total de la información general el 40% es información política (...) 89% de las notas políticas están ubicadas en los primeros lugares de los informativos y en el cuerpo”; es decir, de 1.328 notas informativas, 527 fueron notas políticas el año 1998.

¹⁰ El **negativismo periodístico** se asienta en la propia definición de lo que es y no es periodístico, que, según Fernando Molina, tiene que ver con la explotación de lo que le interesa a la población. “De ahí que los periódicos o televisoras se ocupen más de las malas que de las buenas noticias, puesto que éstas últimas por lo general son aburridas o, mejor dicho, poco interesantes. De ahí que se desvivan por las noticias que pueden despertar el morbo colectivo” (1999: 5-6).

¹¹ La asociación positiva de ambos pruritos –visibilización y vigilancia– fomenta en los periodistas una posición comprometida –por contraste– con la transparencia y la honestidad, creando y reforzando “un cierto mesianismo apostólico”, que José Luis M. Albertos encuentra existente en la prensa “frente a las acechanzas y abusos del Poder” (1994: 14-15).

¹² Cfr. María Pía Lara, *La democracia como proyecto de identidad ética*. España: Anthropos, 1992.

¹³ El uso de estas categorías no es más que una trasposición de las categorías que utilizó Umberto Eco para referirse a la vieja televisión (“paleotelevisión”) y a la nueva televisión (“postelevisión”). Estamos ante la sustitución de lo que es (neo) frente a lo que era (paleo). *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen, 1986.

¹⁴ Thomas Steinfatt señala: “mientras mayor sea la *similitud de atributos* de dos personas, más eficiente y exacta será su comunicación”. Paul Lazarsfeld y Robert Merton emplean el término de “homofilia” en lugar de similitud, para señalar que dos personas son homófilas hasta el grado en el cual comparten creencias y valores, o hasta el grado en el cual son similares en cierto número de otras dimensiones” (en Steinfatt, 1986: 177 – 180).

¹⁵ Encontramos eco en Jorge Lazarte cuando señala que “la democracia sale lesionada en su calidad [cuando se convierte] en un mero juego procedimental y ritualizado para hacerse elegir” (1997: 11). Idea que se complementa con la del periodista argentino Carlos Abrevaya: “La esencia de la democracia, que no es regalar el poder a sus líderes más prometedores, sino contratar servidores para ver cómo trabajan” (1989: 14) A esta caída en la calidad de la democracia y recaída en un panfletarismo de imágenes seductoras y secuestro de la representación ciudadana, llamamos como **democracia simulada**.

¹⁶ Raymond Aron plantea en la introducción a *El político y el científico* de Max Weber, que “no existe ni una sola de las medidas llamadas técnicas (tasas de interés, derechos audaneros, impuestos) que no tengan implicaciones políticas y sociales” (1995: 65). El ensayista argentino Anderson Imbert, puntualiza en este mismo sentido, “ni hay que creer que los tecnócratas son más inteligentes ni hay que confiar en que, una vez que tengan el poder, se preocuparán por la justicia” (1994: 343-344). Por tanto, en caso de que la gestión de lo público se convierte en dominio de los expertos, se troca en algo “esotérico” y ajeno a la ciudadanía. En pocas palabras: la sociedad se desocializa para elitizarse.

¹⁷ Su prestigio se les va por la borda en tres direcciones distintas: a) en el proceso globalizador por su subordinación a la economía; b) por su esterilidad intelectual y la crisis de sus mapas ideológicos; y c) por

su elevado nivel de corrupción. Traduciendo esto en términos de la percepción ciudadana: los políticos no dirigen, no solucionan, sólo roban.

¹⁸ Este tema lo desarrollé con amplitud en “Retóricas de la irresponsabilidad”, *Ángeles decapitados. La situación de los medios masivos en Bolivia*. La Paz: CEBEM, 1999.

¹⁹ La forma más banal de este fenómeno se presenta cuando los medios se desenvuelven en la esfera retórica de las acusaciones/contraacusaciones, usando la lógica política del chantaje y no la lógica judicial de la presentación de pruebas y la búsqueda real de una sanción.

²⁰ Este *embotamiento* que consiste en una saturación y malestar que se ahondan en sí mismos sin salida, sólo la encuentra cuando se esclarece y sanciona. Alain Minc plantea el surgimiento de una nueva trinidad compuesta por jueces, medios masivos y opinión pública, que se convierten en un **contrapoder**, porque, “por su sola existencia, consigue inhibir a la Política” (1995: 43).

²¹ El tema tiene sus pliegues; pues, si bien el escándalo “aisla los fenómenos escandalosos identificando a sus protagonistas, tiende a inundar el espacio público con su fuerza dramática, generando la impresión de que la *política toda* está implicada en el escándalo, por acción, por complicidad o por omisión” (Arroyo Martínez, 1996: 21 [el subrayado es propio]). De aquí falta nada para pasar a “una *visión cínica* del mundo político como una especie de circo entregado a las manipulaciones de unos ambiciosos carentes de convicciones, guiados por intereses vinculados a la competición que los enfrenta” (Bordieu, 1999: 100).

²² El padre Pérez Iribarne es el modelo en el que se pueden encontrar reflejados muchos otros periodistas o comentaristas de noticias en Bolivia. Aquí algunas frases elegidas a vuelo de pájaro de la placa radiográfica que tiene de los políticos: “Los políticos ya son pura letrina (...) en general, son obsoletos, charlatanes y por ende mentirosos (...) la plata es el pecado principal de la política criolla”. Una verdadera apoteosis al adjetivo (La Razón, 12/10/99 y 18/11/00, y grabación magnetofónica).

²³ Este paralelismo entre las opiniones de los periodistas y de los ciudadanos –adversas a la política– sale a luz en el estudio “Percepciones de la prensa sobre el Parlamento y la Corte Nacional Electoral”; sin embargo, su autora, Gloria Eyzaguirre, niega que se deba a la influencia de los periodistas en la ciudadanía, aduciendo la presencia de “aspectos macrosociales”, que no explica cómo se articulan e interactúan en una cadena de influencias mutuas. Esta ceguera se puede explicar –como muchas veces sucede en el ámbito periodístico– por un **desdoblamiento funcional**, es decir, el periodista resta responsabilidad a los periodistas –contra la evidencia– asumiendo su rol de receptor y deslindando auscultar su rol de emisor. Así la faceta de receptor, que también tiene un periodista, borra con el codo lo que escribe con la mano su otra faceta de emisor.

²⁴ Seligson señala que los bolivianos diferencian bloquear calles (acciones no-violentas) de invadir la propiedad, tomarse fábricas y derrocar al gobierno (acciones violentas), y según la acción de la que se trata aprueban/desaprueban (1999: 193).

²⁵ Condepa a la cabeza de Carlos Palenque fue uno, hoy lo es Cristina Corrales y Juan del Granado con la formación de un nuevo partido MSM.

²⁶ René Antonio Mayorga observa que la “brecha de confianza” entre la ciudadanía y sus representantes elegidos, que *in crescendo* se ha convertido en desilusión y desencanto con las estructuras de la democracia representativa y los actores tradicionales de la política –los partidos– hasta finalmente desembocar en la antipolítica”, es decir, en la presencia de *outsiders* que hacen “política de la antipolítica”: munidos de un arsenal de epítetos críticos contra los partidos y las elites políticas establecidas las atacan implacablemente. Y trayendo a Sartori a colación, apunta que “la política se transforma en una ‘video-politics’ que facilita la elección de ‘outsiders’ improvisados y fugaces, cargados de las promesas típicas ofrecidas en las campañas populistas” (Cfr. Mayorga, 1995).

²⁷ Cfr. Javier Medina, *Repensar Bolivia. Cicatrices de un viaje hacia sí mismo*; Hugo San Martín Arzabe, *El palenquismo. Movimiento social, populismo, informalización política*; Rafael Archondo, *Compadres al*

micrófono: La resurrección metropolitana del ayllu; Joaquín Saravia y Godolfredo Sandoval, Jachá Uru. *¿La esperanza de un pueblo?*; Carlos Toranzo, *Nuevos actores políticos*.

²⁸ Sobre la estigmatización ver el estudio penetrante que emprende Erving Goffman en *Estigma. La identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu, 1968.

²⁹ Ahí está el torbellino que dasató el "caso vacunas" con Tonchy Marinkovic, el "caso transformers" con Rubén D. Castedo, los sobregiros de Lorgio Rivera, el contrabando de Leopoldo López, varios casos asociados con Germán Monroy y de manera más reciente el caso Ekklesia con Alberto Salcedo. Refiriéndose a este último, Carlos Mesa en su columna de opinión "¿La nueva inquisición?", escribe: "Como ocurre con frecuencia en nuestra sociedad, muchos ya han emitido opinión, vertido juicio y condenado a los 'acusados', sin otra prueba que las publicaciones y emisiones en los medios de comunicación de masas, práctica cada vez más extendida y cada vez más terrible y censurable de quienes hemos confundido nuestra tarea de comunicadores con el Tribunal del Santo Oficio y de ciudadanos que han confundido los rumores en las sentencias ejecutorias de la Corte Suprema de Justicia" (La Prensa, 21/11/99).

³⁰ Alfonso Ferrufino reflexionó sobre los efectos perversos que ocasiona el periodismo sobre la política, es decir, barrer del escenario público el mal periodismo, para que sólo quede el buen periodismo: el responsable ("Taller de Medios de Comunicación y Política", organizado por el Foro de Gobernabilidad y Desarrollo Humano en abril de 1997).

³¹ Richard Nixon en su libro *Líderes* retrata de pies a cabeza al líder puro y duro. Tiene la experiencia, el mundo y la visión para hacerlo. Nixon observa que el líder busca el poder para poner en práctica sus ideas o "gran causa". Tiene la firmeza de voluntad, la autoridad y la capacidad para llevarlas al terreno de la acción, "tomar las medidas osadas imprescindibles", provocando así cambios que se convierten con el paso del tiempo en "su huella en la historia".

³² Omar Montalvo en Sucre fue uno de los únicos que pudo mostrar en el terreno político (la alcaldía y la prefectura) lo que fue capaz de hacer y si todo lo que hizo fue todo lo que dijo. Casi todos los demás hicieron (y hacen) en la política lo que estuvieron acostumbrados a hacer frente a un micrófono: hablar.

³³ En el MNR lo fue Gonzalo Sánchez de Lozada, en la ADN lo puede ser "Tuto" Quiroga, en el MIR probablemente Samuel Doria Medina y ¿lo sería Johnny Fernández en la UCS?