



Universidad Mayor de San Andrés (UMSA)
Facultad de Ciencias Sociales
Instituto de Investigación, Posgrado e
Interacción Social en Comunicación (IPICOM)

MONOGRAFÍA

**"Instrumentalización de la audiencia mediáticas con potencia
participativa en entornos comunitarios"**

Autora: M.Sc. Sucy Mitre Irusta

La Paz – Bolivia

2022

1. Índice

	Pág.
2. Introducción	3
3. Desarrollo.....	4
4. Conclusión.....	16
5. Bibliografía	19

2. Introducción

La presente monografía trata de dilucidar, sobre la condición de posibilidad, de que en un Estado Plurinacional como es el caso boliviano, alternativo al modelo capitalista, se instrumentalice a las audiencias mediáticas con potencia participativa y en entornos comunitarios, tan igual como se lo hace en sociedades capitalistas.

En la primera parte se busca entender qué caracteriza al capitalismo que de acuerdo a Habermas y Marcuse la razón que impera en este sistema es la razón formal y que busca instrumentalizar toda acción y todo con fines personales, políticos y económicos entre ellas instrumentaliza a las audiencias mediáticas.

En la segunda parte se hace referencia a la serie de investigaciones sobre las audiencias en entornos capitalistas que se realizan en su mayoría con el fin de sacar el máximo provecho de las audiencias como consumidor del medio y por ende de mensajes. Inicialmente bajo la lógica de que eran audiencias pasivas.

En la tercera parte, dada la detección de posibilidad de que existan audiencias activas, sobre todo, en radioemisoras con comportamiento comunitario y con potencia participativa que podrían prosperar en su accionar autónomo, en modelos de desarrollo alternativos al capitalismo, se podría esperar nuevas formas de interacción con las audiencias supuestamente activas, pero no la instrumentalización.

Se cierra con el análisis de tres tipos de conducta manifestada por las audiencias de una RPO y de una radioemisora comercial en dos localidades del altiplano Norte de La Paz, donde nuevamente se observa su clara instrumentalización con fines políticos como audiencia, pese a que en ese período estaba en ejecución un modelo de desarrollo alternativo del nuevo estado plurinacional

3. Desarrollo

Como es de conocimiento internacional, en el Estado Plurinacional de Bolivia se ejecuta un proceso de cambio que transita del neoliberalismo a un modelo de desarrollo inédito y alternativo al modelo capitalista, como es el “Modelo económico social comunitario productivo”, reflejado en la Constitución Política del Estado Plurinacional elaborada entre 2006 a 2008 por una asamblea constituyente en Sucre, refrendada el 25 de enero de 2009 y promulgada el 7 de febrero de 2009.

El vigente modelo de desarrollo boliviano, junto al de Ecuador, proponen entre muchas otras cosas generar una cultura que respete la vida y permita el vivir bien de las mayorías de la población; a su vez se constituyen como alternativo al modelo de desarrollo capitalista porque trastoca los esquemas de regulación neoliberal, además según declaraciones oficiales, propone nuevas formas de gestión pública y ejecución gubernamental, es decir una lógica de gestión que potencie a las más de 36 nacionalidades indígenas originarias que constituyen el Estado Plurinacional y no sólo un estado nación.

En esa lógica un área de fortalecimiento esperado fue el establecimiento de radioemisoras comunitarias, conocidas en la actualidad como Radios de los Pueblos Originarios (RPO), entregadas en comodato a organizaciones sindicales, comunales entre otras, con el fin de dar voz a los comunarios en las zonas rurales, acelerar sus interacciones comunitarias, generar reflexiones sobre la realidad nacional, educar, informar sobre el acontecer rural, etc. Por lo tanto, la instalación y fortalecimiento de más de 350 radioemisoras comunitarias entre 2006 a 2018 recibió el apoyo de gran parte de la población urbana y rural; puesto que se veían que el fortalecimiento a las comunidades estaba concretándose, pero además se fortalecía a las audiencias comunitarias, vistas como activas.

Sin embargo, una vez instaladas estas radioemisoras en el área rural, sobre todo en el Norte de La Paz y de acuerdo a la investigación de Mitre (2019), pasaron a ser medios repetidores de un discurso gubernamental y difusor de una gestión y si

bien se daba cobertura a las noticias del gobierno municipal la información que se emitía era del alcalde afín al gobierno central y no de otro.

Por lo tanto, las audiencias rurales y comunitarias que sintonizaban a las RPOs recibían información en pro de una gestión, escuchaban demandas de apoyo movilizado y/o la importancia de articular grupos de choque porque su gobierno “indígena” corría riesgo, por lo que se constituyeron milicias indígenas¹ como son los “ponchos rojos”, los “ponchos negros”, etc. dispuestos a actuar a demanda

Se esperaría que en un sistema capitalista caracterizado por irracional (Przeworski, 1992) con antecedentes de instrumentalizar a las audiencias, se busque persuadir o manipular a través de los medios masivos porque responden a un tipo de razón formal, pero llama la atención que en un nuevo modelo de estado plurinacional comunitario se observe que las audiencias comunitarias aparte también fueron instrumentalizadas.

Bajo la mirada crítica, de distintos teóricos que referían que el capitalismo imperial era irracional, porque: “no logra distribuir técnicamente los beneficios del bien estar” (Przeworski, 1992), presenta una racionalidad formal capitalista basado en la máxima productividad, regulado por el mercado como “mecanismo que engendra y mantiene la desigualdad y que distorsiona un abastecimiento racional de la colectividad, conlleva un alto costo social, aspecto negativo e inhumano (Buhler, 2010); la sociedad capitalista es una sociedad que corre hacia el abismo, desde todos los puntos de vista porque no es capaz de autolimitarse Castoriadis en (Dosse, 2018).

Frente a este panorama crítico algunos expertos como Samir Amin (2005), André Gunder (2007), Guiddens (2001) entre otros propusieron la “tercera vía” que es un “esfuerzo de trascender tanto la socialdemocracia de viejo estilo como el

¹ El término milicia indígena fue usado por Laura Matthew y Michel Oudijk (2007) según el investigador Pablo Mamani (2016) estaban inicialmente ubicadas en la Provincia Omasuyos luego se multiplicaron en distintos puntos del altiplano de La Paz, con el fin de acudir movilizadamente al llamado desde el palacio de gobierno. Son conocidos como los ponchos rojos, negro, verde, etc.

neoliberalismo" y en el campo social entre otros objetivos busca "fortalecer actores sociales y políticos (y lograr una) creciente participación" Guiddens en Korzeniewicz (2000), siendo una propuesta que el gobierno Plurinacional fijó como horizonte de proyección con sus propias características².

Ahora cuando las condiciones de la situación política y social se han fundido entre este pensamiento profundo y los resultados de la rebelión generalizada de los subalternos, no solamente establecer un momento propicio para profundizar en las ideas para impulsar el avance en esta revolución (...) seminarios sobre la transición y el tipo de sociedad que se busca como alternativa. (Ramirez, 2010)

Un modelo alternativo al modelo capitalista, que es caracterizado por Weber (1920) como el modelo de razón instrumental conocida como racionalidad formal surgida con la industrialización, que propone nociones de cálculo de medios-fines, es decir de acción racional con arreglo a fines (Benjamín, 1973), que busca aplicar reglas en pro de la eficacia, lejos de la arbitrariedad y la incertidumbre. Por lo que según Marcuse (1968) esta razón se convierte en razón económica -persecución del lucro- [...] racionalidad {que} se convierte en la condición de la rentabilidad.

A su vez esta razón formal que se critica y se busca dejar de lado desde el gobierno Plurinacional busca dejar de lado la racionalidad formal, es decir según Horkheimer identifica:

[...] dos tipos de razón: razón objetiva y razón subjetiva. La razón objetiva es como una "fuerza contenida no solo en la consciencia individual (como lo es la razón subjetiva), sino también en el mundo objetivo, [...] Por otro lado, la razón subjetiva, depende del individuo o de una colectividad, mas

² La Vicepresidencia llevó adelante un ciclo de Seminarios "pensando el mundo desde Bolivia" con el fin de afianzar teóricamente el modelo de desarrollo propuesto por el gobierno desde 2006.

no de una racionalidad exterior y absoluta (...) la subjetivación de la razón establece una relación de sujeto-objeto entre el hombre y las cosas. En la relación sujeto-objeto, la razón subjetiva cosifica lo pensado, pues no lo considera por sí mismo, sino que siempre lo propone como medio para algún fin. Horkeimer en Ledezma (2011).

Es decir, desde Horkheimer, esta lógica medio-fin instrumentaliza, o lo vuelve cosa. Las personas no interesan en tanto sujeto autónomo, sino en tanto sujeto a usar, a manipular, como un instrumento para lograr un fin; de tal forma que no interesa su reflexión, su gestión autónoma, ni su pensamiento como sujeto, sus problemas, ni sus sentires ya que se le niega la libertad de crear otros sentidos; queda a merced de manejos ideológicos y manipulativos.

[...] la razón instrumental no determina ni comprende los fines, [...] simplemente se ocupa de los medios [...] una razón que ha renunciado a determinar los fines para centrarse en los medios más eficaces se convierte en instrumental, en cuya comprensión de la realidad todo es susceptible a ser mediatizado, es decir se vacía de significado. (Ledezma, 2011)

Además, de acuerdo al interés del sujeto que construye la realidad, éste puede apoyarse en la técnica y en la ciencia apareciendo como objetiva, y/o válida. Pero solamente está determinada por el interés de dominación del sujeto, es decir, según Horkheimer en Serrano (1999) el sujeto se vuelve víctima de un nuevo mito constituido, una deidad, o un caudillo. Un sujeto dominador o en posición de poder.

Por lo tanto, un presidente, un propietario de medio, director, gerente, jefe de prensa se asume con poder y en esa lógica usa el medio, usa un gobierno, o usa la gestión institucional para sus fines, sean fines políticos, partidarios, comerciales, entre otros.

Al momento de analizar el comportamiento de las audiencias frente a los medios masivos, en una sociedad capitalista no se puede dejar de lado que estas son parte de las industrias culturales. Como refiere Richieri (2018) cada vez son más importantes en “la estructura y evolución de la sociedad” a la vez que tiene doble naturaleza económica e informativa.

Sin embargo, en ambos casos la captura de audiencias es el mayor interés, puesto que el interés mayor es el económico, siendo este un negocio que busca

proporcionar información y entretenimiento a sus clientelas como (...) vender lectores y audiencias a los anunciantes. Eso explica la preponderancia actual del entretenimiento, el que las noticias, los comentarios, los programas tiendan a ser ligeros, amenos, incluso morbosos porque para alcanzar al mayor número de personas hay que descender al mínimo común denominador intelectual. [...] (Moncada, 2007)

Se esperaría que este enfoque empresarial a cerca de los medios cambie en un nuevo modelo de desarrollo, o que por lo menos las radioemisoras que son administradas por las entidades que impulsan y promueven un proceso de cambio rumbo a la tercera vía referida por Samir Amin sea diferente, se esperaría también que la razón instrumental que caracteriza al capitalismo irracional pueda ser de otro orden.

Sin embargo, la instrumentalización de las audiencias en sociedades donde se viven procesos de cambio, aparentemente se mantiene. Lo que no tiene nada que ver con que sean activas o pasivas.

Al respecto, si bien las primeras investigaciones en comunicación partían de “Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina” enfocadas en efectos y contenidos Beltrán (1978) esta lógica rige también en estudios sobre las audiencias.

Si bien se habló de audiencias pasivas, en la actualidad es muy fuerte la percepción de que existen audiencias activas, queriendo expresar que tienen autonomía de pensamiento, al grado de calificarlos como prosumidores, es decir creadores de mensajes al mismo tiempo que son consumidores.

Aparentemente, estas resignificaciones aparentemente están movidas por búsquedas semánticas de interpretación de la realidad, pero también por estrategias operativas de gestión empresarial integral, estrategias de marketing, o estrategias para remozar un discurso, sin embargo. todas continúan en el interés de instrumentalizar a las audiencias.

El término audiencia si bien es polisémico, desde un inicio se relacionó a un ente con autoridad, imposición y normativo, debido a que fue usado haciendo referencia a los tribunales de apelación en las Indias, a reuniones con un juez en un proceso judicial; o a reuniones con una persona importante.

Luego y en otros espacios, el término se usó para designar a quienes estaban frente a esa autoridad, frente al juez o a la persona importante, es decir a quienes asistían como público. También se asignó el término para designar a aquellos espacios donde se realizaban reuniones importantes donde había gran público, y aquellos espacios donde se daban espectáculos.

En fin, la raíz o lexema de audiencia es “*audire*” igual a escuchar u oír. La palabra audiencia viene del latín “*audientia*” que combina el “lexema con el sufijo ‘nt’ que designa al ejecutor de la acción, y el de cualidad ‘ia’ por tanto se puede definir a la audiencia a las personas que se hallan en situación de escucha. (DeConceptos.com, 2021)

Se tiene conocimiento también que el término *audientia* se usó desde el año 318 como *audio* que significaba “advertir, conceder la petición oída, creer,

obedecer al que manda”. De acuerdo al vocabulario Eclesiástico (De Santa Ella, 1550) el término *auditio* fue escrito por primera vez “en el *Codex Theodosianus*³ asignado a agrupaciones eclesiales que deben (...) bajo la norma, escuchar (*episcopalis audientia*)⁴, por lo tanto, se observa un uso del término con carácter vertical, dado que su uso se da en espacios de autoridad, imposición de normas, ordenes, sentencias y por sobre la población.

Con la incursión del periódico se usó el término de lector, pero fue con la emergencia de la radiodifusión donde se acostumbró a realizar eventos masivos para los programas en auditorios, por lo tanto, se usó el termino de audiencia para designar a los oyentes de la radioemisora que asistían a los eventos públicos y se vinculó a los oyentes de las radioemisoras que estaban en situación de escucha pasiva, es decir de recepción y de obediencia muda,

la audiencia fue vista como una masa, una gran colección de personas en su mayoría desconocidas entre sí, que se unificó a través de la exposición a los medios de comunicación. Esta construcción ofrecía una forma pragmática de mapear audiencias que era relevante para la industria, el gobierno y los teóricos sociales (Webster y Phalen, 2009).

Esta situación de escucha pasiva e imposibilidad de integración fue destacada por Jauset (2008) quien definió a la audiencia como el “conjunto de individuos que mantienen contacto con un medio de difusión [...] durante un periodo determinado” sin posibilidad de reacción, lo que llamó la atención de estudiosos.

Más tarde las investigaciones sobre las audiencias mantuvieron esta lógica receptiva de las audiencias, e investigaron las distintas formas de impactar en ellas, llegando a contar con financiamiento proveniente de iniciativas comerciales

³ O código Teodosiano es una compilación de leyes vigente en el derecho Romano del bajo imperio.

⁴ Juicio emitido por el obispo, sobre causas espirituales y que los cristianos aceptaban como árbitro.

privadas, políticas y gubernamentales, es así, que desde los años 40 Lasswell, Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, Elihu Katz, Merton, trabajaron conjuntamente desde distintas disciplinas la psicología, ciencias políticas y sociología para conocer reacciones, actitudes y efectos que se lograba en ellas, un ejemplo es el programa de Orson Welles “La invasión a Marte”, bastante estudiado y replicado.

En una segunda fase, en 1940 Lazarfeld y Stanton buscaron responder inicialmente qué gratificaba a la audiencia y en segundo lugar quisieron “comprender qué guiaba a los individuos a aceptar o rechazar propuestas” (Halloran, 1973: 11) en (Beltrán, 1982) “con el fin de producir una retórica de control del comportamiento más que todo para beneficio del comunicador” (Beltrán, 1982).

Por los años 50 a 60, del pasado siglo, las investigaciones sobre las gratificaciones de las audiencias se multiplicaron, llegando a la conclusión de que las audiencias mediáticas no eran tan pasivas como se creía y que, si bien los medios generaban efectos, estos no eran absolutos sino limitados, así lo afirmaron Elihu Katz, J. Blumler y Gurevitch tras investigaciones sobre usos y gratificaciones de las audiencias.

Empero este hallazgo no dejó de lado la intención de incidir en audiencias referidas como pasivas, por lo tanto, se siguieron desarrollando proyectos de investigación sobre las formas de persuadir a las audiencias, demostrándose con ello la intención de controlar a las audiencias, lo que reforzaba el carácter ontológico vertical que se tenía de las audiencias y su carácter pasivo frente a los medios, por lo tanto priorizando la captura del mayor número de audiencias con el fin de venderlos a las empresas anunciantes Merayo (2009), lo que puede ser interpretado como la instrumentalización de la audiencia con fines de generar ingresos económicos al propietario del medio.

Años mas tarde se observó que las audiencias se clasificaban en tres tipos, según Denis McQuail (1996):

- La audiencia como masa, como una agrupación numerosa de gente, espontánea, heterogénea, dispersa, sin normas, sin organización; caracterizada por ver a la audiencia desde arriba.
- La audiencia como público o grupo social que tendría características comunes y buscarías soluciones comunes, es decir tendrían vínculos compartidos.
- La audiencia como mercado o conjunto de consumidores potenciales del producto, con capacidad de adquisición, por tanto, se estudia de ellos el estilo de vida, las pautas de consumo McQuail (1996).

Más tarde Amparo Huertas (2006) planteó que el significado del término audiencia evolucionó adaptándose a los cambios de los medios masivos en base a tres consideraciones:

- La audiencia en relación con el medio “interesado en transmitir propaganda política y como dinamizador del consumo (...) atribuyéndole capacidad de influencia sobre multitudes que recibían estímulos y respondían mecánicamente y uniformemente”.
- Bajo una mirada sociológica, considerar a la audiencia como parte de un entorno social, por tanto, con (...) la obligación de atender a las características del individuo, (en un) entorno particular y como audiencia segmentada.
- Finalmente, la audiencia formada por individuos, con lazos afectivos, con un entorno próximo (Huertas, 2006).

Clasificación que podría ubicar en el primer grupo a las audiencias a las cuales nos referimos en la presente monografía. Pero como las clasificaciones y estudios sobre la audiencia no son estáticas, Orozco (2002) también se refirió al comportamiento activos de las audiencias, por lo que afirmó que las audiencias se habían transformado, y que fluctuaban de ser sujetos a ser objetos y en otras instancias pasaban a ser sujeto.

“(…) junto con la edad, con el género, con el de clase, con el de raza (se debe vincular la idea de sujetos sociales). Nuestro vínculo con todo lo que es externo a nosotros, e incluso con lo interno (...) se ha modificado por esta mediación del mundo y de nuestra interacción con él. (...) hay una tendencia a entender a las audiencias como sujetos mucho más complejos, que conviene ubicar en un contexto real (...) no dejan de ser todo eso mientras son audiencias. Por eso hay tanta mediación en la producción de significados. Orozco (2002).

De cierto modo Orozco expresó lo que Barbero (1987) refirió. Por lo que Orozco (2002) también empezó a querer entender que las audiencias podían ser sujetos sociales con capacidad de acción y pensamiento.

Para Barbero las audiencias no solo eran meros agentes receptores, sino había que pensarlos como “actores, sujetos, movimientos” y según Orozco al ser las audiencias considerados como sujetos era necesario “detectar las «motivaciones» del individuo, en especial aquellas relativas al consumo o al voto” por lo que desde el interés empresarial el interés en las audiencias era con el fin de capturar audiencias y venderlos para elevar los ingresos de los medios.

Esta forma de ver a las audiencias en una sociedad capitalista era lógica, porque la racionalidad formal es su esencia, como refiere Marcuse (1968) la racionalidad formal se constituye en razón económica – “la persecución del lucro siempre renovado en la empresa capitalista continúa. La racionalidad se convierte en la condición de la rentabilidad, que a su vez se orienta hacia el cálculo sistemático, metódico la “contabilidad del capital”.

Se supondría que esta razón que se constituye en el horizonte de desarrollo modernizador que según Marcuse es una razón irracional, debería de cambiar en otro modelo que busca otros horizontes de desarrollo y diferente

“la mayor productividad, la dominación de la naturaleza y la riqueza social se convierten en fuerzas productivas – destructivas no solo metafóricamente, en

la venta de los llamados valores culturales, más altos, sino literalmente: la lucha por la existencia se intensifica dentro de las naciones estado y entre ellas” (Marcuse, 1968).

Así lo propuso el mandatario de Bolivia en 2008 ante la ONU, en el VII Foro Permanente sobre cuestiones Indígenas de las Naciones Unidas, donde llamó a “terminar con el sistema capitalista para salvar la vida del Plantea Tierra” por lo que propuso un “socialismo comunitario en armonía con la madre tierra” (SERVINDI, 2008)

Sin embargo, ese modelo alternativo y de países del Sur que conformarían la tercera vía comenzó a corromperse a nivel económico, además de su discurso, y en otros órdenes, porque el sistema de planificación centralizado fueron en la misma línea de crecimiento sin límite, ampliación de la frontera agrícola, en sí en la misma línea de la economía mundo que busca el crecimiento a toda costa, de ahí que los informes económicos bolivianos de crecimiento eran la máxima prioridad del gobierno y festejo cuando reportaban crecimiento.

Extraña y contradictoriamente a lo esperado, el desarrollismo, la tecnificación fueron prioridades gubernamentales, además también lo fue llegar con un solo mensaje al mayor número de audiencia rural a través de las radioemisoras comunitarias conocidas como Radios de los Pueblos Originarios (RPO), por lo que se instalaron más de 350 radioemisoras en todo el país entre RPO entregadas en comodato a organizaciones sindicales, comunales, entre otras, con el fin de dar voz a los comunarios en las zonas rurales, acelerar sus interacciones y reflexiones sobre la realidad nacional, informar sobre el acontecer rural, etc. por lo que entre 2006 a 2018, se instalaron en el seno de las organizaciones sociales con el apoyo social, bajo la esperanza y lógica de que los pobladores y audiencia de esas radioemisoras se constituirían en audiencias activas y autónomas, es decir en un rol diferente a las audiencias de lo medios de difusión en sociedades capitalistas

Cabe señalar que una de las autoras que habló de audiencias activas fue Ang (1990) refiriendo que las audiencias pueden ser activas “de múltiples maneras, a la

hora de interpretar y utilizar los medios (...)” también habló de aquellas audiencias que se trasladaban desde las redes sociales hacia los medios masivos de difusión y otras formas de difusión, pero el factor que diferenciaba estas audiencias activas de las pasivas es que tenían cierto grado de actuación autónoma.

Otras de las autoras que habló de audiencia activa fue Marita Mata (1995) al referirse a las audiencias con capacidad de participar, comentar, debatir, cuestionar e incidir en los mensajes que emitían los medios masivos de difusión, aunque aclaró Mata, que era una idea basada en presuposiciones que surgían cuando se los presuponia autónomos.

Además de acuerdo a Mata (1995) una variedad de audiencias activas son las audiencias comunitarias que pueden ejercer influencia inmediata en los medios masivos de difusión, sobre todo en las zonas rurales. Según Marita Mata (1995) los indígenas pueden ser parte de los medios, como agentes políticos, dado que los medios de difusión están en medio de juegos de lucha de poder hegemónico o reforzando formas de poder.

Posteriormente Zelcer (2014) que estudia las audiencias de otros “medios” de difusión a través de los dispositivos móviles y las redes sociales planteó que las audiencias podían ser activas dejando de ser objeto, para convertirse en sujetos. Es decir que debían salir de la concepción de razón formal que instrumentaliza a las audiencias y pasar a ser además actores de la realidad por lo que “ponen en juego distintos modos de apropiación, generando una multiplicidad de lecturas o decodificaciones que no pueden predecirse nunca con total certeza” desde el polo de la emisión.

Justo uno de los argumentos que se uso para establecer las RPOs y al momento de que los personeros gubernamentales acudieran a las autoridades comunales solicitando apoyo para instalar las radioemisoras y pedir que se hicieran cargo de habilitar una infraestructura física para el establecimiento del medio, en este caso la radioemisora, que además debía funcionar con presupuesto municipal.

Si bien Zelcer (2014) se refirió a que el uso de los dispositivos móviles y las redes sociales fortalecía la idea de Audiencia Activa, bajo la lógica de que las personas frente a los medios (cine, televisión, radio, prensa) no participaban de modo inmediato en la construcción de los significados y contenidos; al momento de tener un medio masivo en el que puedan participar como las RPO, para el caso se otorgaba el rol de actor a la audiencia (Zelcer, 2014), es decir que los usuarios/audiencias dejarían de ser perceptores e intérpretes, que usan, ven, escuchan, leen y pasan a ser interventores de textos, imágenes y pasan a ser constructores de significados.

Si bien autoras como Avendaño y Martínez (2011) refirieron que las audiencias se activaban tras la difusión de mensajes en un medio con el que no estaban de acuerdo y manifiestan su descontento interpelando al medio y amplificando su crítica en las redes sociales, esto a su vez, obliga a los directivos a responder dicha interpelación y a veces a declinar en la acción criticada. En el caso de los comunarios con un medio a su alcance y en su poder, podría generar una herramienta eficaz para realizar denuncias y reclamos de modo inmediato, por lo que las audiencias podrían tener una lectura crítica de la realidad.

Sin embargo, aparentemente en el caso concreto de las RPO los resultados se distorsionaron y generaron otros resultados a los ofertados, deseados y esperados.

En el caso concreto de Achacachi en la provincia Omasuyos de La Paz, donde funcionaba la RPO Jacha Omasuyos⁵ 99.7 FM, que emitió señal desde el 1 de mayo de 2007

(...) una de las primeras radioemisoras instaladas por el Ministerio de comunicación (...sufrió) la quema de la radioemisora y de otras instalaciones que se encontraban en el mismo edificio, el 15 de febrero de 2017. El origen de este siniestro fue el enfrentamiento entre la FSUTCPO- PR y la FEJUVE

⁵ Hecho acontecido en 2018 en Achacachi, provincia Omasuyos La Paz.

de Achacachi, ante la renuncia del alcalde Edgar Ramos Luna⁶, acusado de corrupción por uno de los sectores. (Mitre, 2019)

Ante el aparente apoyo que mostraban periodistas del medio progubernamental al alcalde “masista” acusado de corrupto por la población, en este caso calificado como audiencia activa, procedieron a quemar las instalaciones de la radioemisora molestos porque el medio que se suponía era de ellos, distorsionaba la información y obediente a ordenes de las autoridades centrales procedía a difundir información errada.

¿Cómo debería llamarse a estas audiencias? que refirieron estar cansados de la propaganda política y quisieron impedir mayores abusos respaldados por los periodistas de la radioemisora. ¿La audiencia fue activa? fueron agentes militantes de cierto partido de oposición, por tanto, agentes políticos en una lucha de poder contra el poder partidario del gobierno central.

Ante la quema realizada la noche del 14 de febrero de 2008 de la radioemisora originaria y campesina, la noche siguiente, es decir el 16 de febrero, campesinos provenientes de las comunidades apedrearon las casas de todos los vecinos de Achacachi y quemaron la casa del dirigente de la Federación de Juntas Vecinales de Achacachi (FEJUVE).

4. Conclusiones

⁶ Edgar Ramos Luna, alcalde electo por el MAS, en Achacachi, nació “en Warisata. En 2012 fue suboficial de la Policía y dirigió el motín policial [...donde] quemaron computadoras, documentos existentes en el lugar. Encabezó la firma de un acuerdo con el Gobierno [... pero] fue declarado enemigo y acusado de traicionar a sus camaradas. En 2015 reapareció como candidato a la Alcaldía de Achacachi por el MAS [... y ganó], al año fue acusado por corrupción. [...] declaró un patrimonio neto de más de 320 mil dólares. De acuerdo al abogado de la FEJUVE, “[...] las pruebas que contravienen al Decreto Supremo N° 181, Normas Básicas Sistema de Administración de Bienes y Servicios y la Ley Marco de Autonomías, que en su Artículo N° 143, dice que la suspensión de gobernadores y alcaldes procede cuando hay una imputación formal”, (Diario, 2017).

¿Qué nombre debería recibir este fenómeno en el que las audiencias del medio supuestamente totalmente “originario, comunitario y dependiente de las organizaciones locales” la queman porque apoyan y difunden noticias lavando la imagen del alcalde municipal corrupto, y con el que no están de acuerdo? Por otro lado, ¿qué deberían llamarse los comunarios, también oyentes de la misma radioemisora que apoyan al gobierno nacional y obedientemente se movilizan en contra de los vecinos que atentaron contra la radioemisora y proceden a apedrear las casas de todos los pobladores de Achacachi, queman la casa del dirigente de la FEJUVE y destrozan todos los negocios de la plaza principal? ¿Son audiencias cautivas, solidarias, audiencias pasivas o instrumentalizadas por el poder de turno, o por ciertos grupos?

¿Cómo debería llamarse a aquellas audiencias de la radioemisora comercial Dimensión en Patacamaya cuyo propietario es un inmigrante, pero tras años de ser dueño de una tienda, luego de una radioemisora con alta sintonía, pasó a ser representante vecinal, luego preste, luego director de una RPO, posteriormente concejal del pueblo y hace cinco años postuló para ser Alcalde? ¿cuál es la relación que tienen ciertos sectores de las audiencias con esta persona a la que escuchan y conocen y con quién interactúan? ¿serán audiencias activas o audiencias pasivas? ¿O simplemente son audiencias instrumentalizadas?

En un sistema capitalista caracterizado por ser irracional, el uso de las audiencias mediáticas se subordina a la lógica instrumental pese a ser audiencias comunitarias que buscan un pensamiento autónomo, son audiencias instrumentalizadas por el poder de turno, por el dueño del medio y/o por quién tiene el privilegio de difundir las ideas principales y a su favor en el medio, en este caso las radioemisoras comunitarias.

No se puede afirmar que las audiencias son activas en entornos comunitarias de modo automático, o porque así se conciben a los escuchas de las radioemisoras ubicadas en el área rural, ellos debido a que su acceso al medio

es limitado, por las reglas y normas de ingreso a una radioemisora, que son las mismas que se conocen en las radioemisoras de las ciudades principales, pero además, porque por su práctica agrícola o comercial desconocen las formas de acceder e incidir en los medios de otros modos, por diferentes razones y porque a los directivos del medio tampoco les interesa dar a conocer o abrir, ¿por lo tanto qué son? Si no son audiencias tradicionales y su nivel de educación es limitado, además que su prioridad no es el estar informados, acaso no son audiencias ausentes de información, con baja formación, en condiciones de alta pobreza que solo poseen la tierra, ¿acaso no son audiencias instrumentalizadas por quienes obtienen poder sobre sus tierras?

Pero ¿se podrá afirmar que las audiencias de estas dos radioemisoras referidas y ubicadas en el área rural son activas, porque se hallaron distintas formas de interacción con el medio?

En ambos casos se considera que no, debido a que en ninguno de los dos casos la audiencia incide de una u otra forma en los mensajes emitidos en el medio, tampoco inciden en las imágenes, en la programación, como tampoco en la construcción de significados, o en los horarios de emisión, o en los gastos y ganancias. Siendo sus niveles de participación limitados y bajos, pese a que son radioemisoras rurales y a que se autodenominan comunitarias, los comunarios en esas radioemisoras no tienen nada que ver con el medio.

Porque son radioemisoras repetidoras de un discurso, que no necesariamente refleja la realidad que viven los campesinos, es decir la audiencia rural; por lo tanto, ¿acaso no se puede denominar audiencia instrumentalizada por el poder?

Que en una lógica perversa tiende a concretar precisamente aquello que criticaba del sistema capitalista imperial, que es instrumentalizar a las audiencias en pro de la ganancia económica y de la ganancia política, lo que

no tiene nada que ver con el potenciamiento del pensamiento reflexivo, de dar voz a quienes no tienen voz, o con potenciar la autodeterminación de las naciones originarias.

En estos casos se demuestra que las audiencias de las RPOs en la lógica de la razón formal, también son instrumentalizadas. Por lo tanto, son reconocidos en tanto futuros votos, futuro apoyo, futura marcha, futura movilización en favor de un gobierno al que consideran de acuerdo al discurso, del proceso de cambio, y de los campesinos.

Es posible como refiere Habermas que la “racionalidad instrumental subordine a las otras dimensiones del orden social evitando su transformación y manteniendo el orden racionalmente formal, de manera que se procede a tecnificar la política llegando a legitimar la organización socio-económica y del poder político, aparentemente en la realidad referida de dos radioemisoras del norte de La Paz, si.

Lo lamentable es que se deja de lado un discurso que buscaba preparar y potenciar a las organizaciones y nacionales originarias para que sus conocimientos y saberes locales fueran recuperados, sin embargo con la lógica de pensamiento que está detrás de la instrumentalización de las audiencias se desperdicia el esfuerzo económico por llegar a 350 localidades a través de medios que podían haber promovido reflexiones, procesos de recuperación, construcción y potenciamiento de nuevas formas de desarrollo local.

5. Bibliografía y fuentes de consulta

Amir, S. (2010). *Escritos para la transición*. La Paz: Oxfam.

Avendaño, M. y. (2011). La audiencia activa en Twitter: análisis de la retirada de un artículo de opinión en El Mundo. *Universidad de Vigo*.

Beltrán, L. (1982). Premisas, objetos y métodos foráneos de la Investigación en Latinoamérica. En M. Moragas, *Sociología de las Masas*. Berceña: Gustavo Gili.

Buhler, A. (2010). Racionalidad e irracionalidad del capitalismo segun Max Weber. *La crítica en tiempos de revolución*.

De Santa Ella, R. F. (1550). Vocabularium, Seu Lexicon Eccleisasticum, Latino-Hispanicum, ex sacris biblis, conciliis, pontificum, . En R. F. De Santa Ella. s.l.: Superiorum permissu.

- DeConceptos.com. (02 de 11 de 2021). Obtenido de <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/audiencia>
- Dosse, F. (2018). *El Salto*. Obtenido de Castoriadis, une vie: <https://www.elsaltodiario.com/pensamiento/abecedario-entrevistas-articulos-cornelius-castoriadis>
- Huertas, A. (2006). Sobre la construcción ontológica del concepto de audiencia. *Revista Fronteiras-estudios midiáticos*.
- Jauset, J. (2008). *Las audiencias de la televisión*. Cataluña: Universidad Ramón Llul.
- Jenkins, H. (2008). *Convergencia cultural: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Ledesma, A. (2011). Razón instrumental, ciencia y dominio. *Eikasia*, 95 - 111.
- Marcuse, H. (1968). Max Weber: Racionalidad y capitalismo. (20), 146-164.
- McQuail. (1996). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. México DF: Paidós .
- Mitre, S. (2019). *Situación organizativa, mediática y comunitaria de seis radioemisoras en el Altiplano de La Paz*. La Paz: Ipicom.
- Nelson, B. (1973). *Civilizational Complexes and Intercivilizational Encounters, Sociologicas Anaylsis*.
- Orozco, G. (2002). El lugar del investigador ante los retos del análisis crítico de las audiencias. En U. d. Barcelona. Barcelona: Universidad autónoma de Barcelona.
- Przeworski, A. (1992). Capitalismo irracional, socialismo inviable: podemos alimentar a todos. *Revista brasileira de ciencias sociales*.
- SERVINDI. (2008). *Evo llama a abolir el capitalismo para salvar la vida del planeta tierra*. Obtenido de <https://www.servindi.org/actualidad/3875>

Zelcer, M. (2014). *Audiencias/usuarios*. Buenos Aires: Letra, Imágen, Sonido.