

Opinan dos comunicólogos: Luis Ramiro Beltrán y Erik Torrico

## El tono de los candidatos

Entre los programas de tipo electoral que se difunden diariamente, se distinguen nítidamente los de Mónica Medina y Rodolfo Gálvez. La primera porque en cada intervención recuerda a los vecinos lo que ya se avanzó (en alguna obra), en tanto que el segundo, «ya tiene su agenda y sabe lo que hará» cuando llegue al gobierno municipal.

El tono empleado por ambos «candidatos locutores» es más bien coloquial, porque ambos «conocen» a sus oyentes. En el caso de Gálvez, la fidelidad hacia el ex conductor de «La Calle» se transformó en un apoyo material al parecer desinteresado, porque sus oyentes ofrecieron gratuitamente sus domicilios para «oficinas de campaña» del MBL.

## Las dificultades de Gaby

No ocurre lo mismo con Gaby Candia (MNR), quien tiene ciertas dificultades para manejar los códigos radiofónicos y hasta poder comprender la compleja problemática urbana de nuestra ciudad.

A cada solicitud o reclamo «por lo que no hizo Condepa», según señalan sus incondicionales «oyentes», Candia señala, casi siempre, que «lamentablemente no hay normas claras para la administración municipal y las pocas que existen no son aplicadas», a lo que se suma su reiterativo deseo de «convertir a La Paz en la primera ciudad del país».

## Los ex alcaldes

En el caso del candidato de Ronald MacLean (ADN), es notoria su preferencia por el discurso de la modernidad, con dos propuestas bien claras: Poner en funcionamiento el Transporte Urbano por Teleférico (Tutel) en dos años, y convertir a La Paz en la «Capital Indoamericana de América Latina».

Mantilla, a su vez, insiste ante el micrófono que «un pueblo que no se ama a sí mismo no puede lograr su desarrollo», por lo que su propuesta se basa en recuperar el poder del Municipio como gobierno local, lo que ejemplificó con el problema del alza en el pan de batalla.

## Locutores novatos

Fernando Cajías (VR-9) y Wálter «Puka» Reyes Villa (FRI) han optado por el tono coloquial y hasta fuera de los cánones habituales de la radio, porque el programa de Cajías lo concluyen jóvenes estudiantes de comunicación y «Puka» convoca telefónicamente a personalidades paceñas o a simples oyentes.

# Los "candidatos radialistas" buscan apoyo de clases bajas

**Las clases media y alta tienen definida su orientación de voto, pero en la base de la estructura social (clase baja) puede cambiarse la tendencia electoral, señala Erik Torrico.**

Edgar Ramos

Al utilizar en forma intensiva la radio mediante programas diarios de hasta una hora y en diferentes radioemisoras en forma simultánea, los candidatos quieren influir en el voto de las clases medias y bajas del electorado, coincidieron ayer los investigadores Luis Ramiro Beltrán y Erik Torrico.

El uso de «cuñas» en las que se pide directamente el voto para determinado candidato ya no es creíble, por ello los postulantes a alcalde han optado por «dialogar» con los oyentes de la radio mediante llamadas telefónicas o transmisiones «en vivo» desde algunas zonas, afirmó Torrico.

«Hasta hace poco, la radio era utilizada en las campañas electorales en forma accesoria y la tenían soslayada, lo que me pareció un error», señaló a su vez Beltrán.

Desde hace algunos días, la mayoría de los candidatos a alcalde de La Paz realiza su campaña electoral por medio de programas de radio que duran hasta una hora y en diferentes radioemisoras y en algunos casos con transmisión simultánea.

## ¿Por qué no antes?

La Ley de Participación Popular es algo que no teníamos hasta la elección pasada (1993); esta Ley le está dando un cariz diferente a los municipios, que se convierten en verdaderos gobiernos locales que van a poder potenciarse y se han transformado en un es-



pacio de poder muy fuerte para los partidos, señaló Torrico.

En el caso de La Paz, el recurso tiene que ver con que hay una disputa de un público específico: las campañas de televisión están más bien dirigidas a un público que es tradicional de clase media y subiendo; en cambio la radio sigue el camino inverso: se dirige a la clase media y hacia abajo, dijo.

También tiene mucho que ver el uso político que se le ha dado a la radio, particularmente en CONDEPA, lo que le resultó muy redituable, a lo que se añade ahora que Rodolfo Gálvez es un radialista nato y eso lo perfiló como candidato, afirmó Beltrán.

## La gran pugna

La gran pugna ha de ser por ganar electoralmente a los

sectores colocados en la base de la estructura social; las clases media y alta tienen casi definida su tendencia y orientación de voto, y no hay mucha posibilidad de modificar ese comportamiento, coincidieron Beltrán y Torrico.

En cambio, hacia abajo de las clases sociales hay una pugna, porque es ahí donde se sienten mucho más de cerca los problemas y hay la posibilidad de modificar la tendencia del voto, señalaron.

Para Torrico «pareciera que, en La Paz, el espacio político que ha de ser más afectado es el de CONDEPA, que tiene una tendencia electoral dirigida a la base social. En este sentido, hay que ver qué podría hacer Rodolfo Gálvez y la misma señora Candia, que apuntan a la misma audiencia que los candi-

datos de Condepa a través de sus medios», dijo.

## Saturación

Para Torrico, es típico de las etapas electorales la invasión de mensajes, especialmente de radio o televisión, «pero en este tipo de programas (a los que recurren actualmente los candidatos) hay todavía cierto interés, porque los candidatos buscan ser reconocidos en los barrios y eso les da audiencia, porque muestran cierto grado de preocupación».

Además, dijo Torrico, ante la saturación y el desgaste de los spots, los candidatos han preferido «dialogar» con sus oyentes que son sus potenciales votantes, porque ya no pueden anunciarse como un producto vendible.

## ¿Por qué la radio y no otros medios?

Para Beltrán y Torrico, existen muchos motivos por los cuales los candidatos han preferido utilizar más -hasta ahora- la radio que otros medios para buscar «llegar» a sus potenciales electores:

La radio todavía es el principal medio de difusión y el de mayor penetración, llega a una gran audiencia, y es clara su diferencia con la prensa, que más bien es «elitista» y requiere no sólo que el lector tenga que comprar su ejemplar, sino el tener cierta habilidad (saber leer y estar dispuesto a ello).

A pesar de que la televisión es un medio más impactante, hay que tener un aparato receptor que es caro y disponer de energía eléctrica. En cambio, la radio puede funcionar con un par de pilas y el costo de un radio-receptor es más barato.

El uso político que se le ha dado a la radio ha tenido réditos partidarios y electorales, particularmente en Condepa.

Varias personas que han trabajado en los medios se han proyectado a la política muy exitosamente y los medios les han permitido ser reconocidos en la sociedad. Es el caso de Mónica Medina y Rodolfo Gálvez.

En las sociedades que son masivas no hay la posibilidad práctica de que los candidatos tomen contacto directo con las personas; es difícil que un candidato visite todos los barrios y se entere de los problemas, y la radio le permite tener ese contacto sin tener que desplazarse mucho. El candidato se acerca emotivamente a la escucha por medio de la radio.

La radio le permite al candidato recibir las demandas de una determinada zona, hacer ofrecimientos que pueden ser útiles, lo que tiene un doble efecto.

Los spots de radio y televisión están desgastados por su saturación; los candidatos prefieren ir casi a una «charla» con sus potenciales votantes; no pueden anunciarse como un producto vendible, además de que el spot es más caro y logra menos efectos.

Aunque no hubiera un candidato radialista, los políticos están aprendiendo a darle el verdadero valor que la radio tiene como agente de comunicación con el pueblo.

Con tres horas de 17 de programación

# Radio Fides, la más "electoralizada"

Con tres horas dedicadas a programas de proselitismo municipal, sobre un total de 17 horas de programación diaria, Radio Fides es la emisora que más ha sido requerida por los candidatos Gaby Candia, Rodolfo Gálvez, Julio Mantilla y Ronald MacLean; sin embargo, Estudio 92 FM, destina tres horas diarias a este tipo de programas, aunque con los mismos candidatos.

Le siguen Continental y Libertad (AM), que fueron requeridas por dos candidatos, y en último lugar quedan radio Panamericana, Metropolitana, Illimani, Stero 97 FM, Compañera e Illimani, cuyo espacio es utilizado por un solo candidato.

Horarios de "programación electoral" en la ciudad de La Paz

Candidato	Partido	Programa	Radios	Horario	Minutos
Gaby Candia	MNR	Gaby habla con La Paz	Fides Panamericana Continental Libertad Illimani Stereo 97 FM Laser 98 FM	De 6:25 a 6:55 y de 10:0 a 10:30	60
Ronald MacLean	ADN	MacLean de Corazón	Fides Compañera FM Estudio FM 92 Libertad	De 18:45 a 19:15	30
Rodolfo Gálvez	MBL	Un Papeño de Verdad	Fides Continental	De 11:30 a 12:30	60
Mónica Medina	CONDEPA	La Tribuna del Pueblo	Metropolitana	De 11:00 12:00	60
Julio Mantilla	MPP	Jallalla La Paz	Fides	De 17:30 18:00	30
Fernando Cajías	VR-9	Media hora sin manchas	Estudio 92 FM	De 16:30 a 17:00	30
Walter Reyes Villa	FRI	El Tren y el Pan	Estudio 92 FM	De 22:00 a 24:00	120