

Entre rivalidad y complicidad

Relación entre los medios de comunicación privados y la polarización política nacional en Santa Cruz de la Sierra



*Ilustración de la Portada: diseño propio con la colaboración de Wouter Ros.
El micrófono representa a los medios de comunicación, el cable atraviesa el país y lo divide en dos: la región occidental y la oriental (verde es también el color del movimiento pro-autonomía). Esta división sugiere una polarización acentuada por la participación de los medios de comunicación.*

Entre rivalidad y complicidad

Relación entre los medios de comunicación privados y la polarización política nacional en Santa Cruz de la Sierra



Tesis de Master

Centro de Estudios y Documentación Latinoamericanos (CEDLA)

Supervisores:

Dr. Barbara Hogenboom

Prof. Dr. Michiel Baud

Dr. Arij Ouweneel

ÍNDICE

PRÓLOGO.....	I
INTRODUCCIÓN.....	1
1 Medios y política en teoría.....	11
1.1 Polarización política	11
1.2 Medios de comunicación e información	13
1.3 Los medios y la política	17
1.4 Metodología	23
Conclusión.....	27
2 Los procesos políticos	29
2.1 Reapertura democrática: democracia pactada y neoliberalismo (1982-2000).....	30
2.2 Crisis democrática (2000-2005).....	31
2.3 Polarización y conflicto (2005-2009)	34
Conclusión.....	38
3 Los medios de comunicación en Bolivia.....	41
3.1 Recuento histórico hasta 1982.....	41
3.2 Reapertura democrática- Privatización de medios	43
3.3 Concentración de medios	45
3.4 Crisis mediática	52
3.5 Situación mediática de Santa Cruz	53
3.6 Estructura de los medios	57
Conclusión.....	60
4 Entre rivalidad y complicidad	63
4.1 Reapertura democrática (1982-1999)	64
4.2 Polarización de medios (2005-2009).....	70
4.3 Reacomodo (2009-2010)	82
Conclusión.....	91
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	95
BIBLIOGRAFÍA.....	106
ANEXOS	112

*A Toñi, Majo y Mariqui,
el cimiento de todo.*

PRÓLOGO

En noviembre del 2007 volví a Bolivia por tres meses. Me encontré con un país partido en dos. La polarización vivida en esos momentos iba más allá de los enfrentamientos en la asamblea constituyente y en las calles. Mi ciudad, familia, amigos, como en el caso de de tantos otros bolivianos, quedaron divididos en dos mundos que hablaban idiomas distintos, que no se entendían, que no querían entenderse. En medio de tanta incomprensión, casi se nos olvida lo especial que es el país que estábamos tratando de destruir. En esos meses, me di cuenta que lo que fallaba era la información. La televisión mostraba lo que hacía falta ver para alimentar más el odio y el resentimiento, para justificarlo. La necesidad de afrontar esta realidad, y de resaltar la importancia de fuentes de información que trabajen en honor a los hechos, ha motivado mi investigación.

Esta investigación se ha realizado como parte del Master Estudios Latinoamericanos del Centro de Estudios y Documentación Latinoamericanos (CEDLA) en Amsterdam, Holanda. Para realizarla, he vuelto a Bolivia una vez más, entre mayo y septiembre del 2010, a la ciudad de Santa Cruz de la Sierra. Este ha sido un proceso de increíble aprendizaje. He sido desafiada en todas las facetas, y el resultado ha sido gratificante. Pero también ha sido también un proceso duro. Encontrar un balance entre volver a casa , después de tres años lejos, y encontrar la forma de dedicarle el tiempo necesario a esta investigación, no siempre ha sido fácil. Ha exigido de mí que muchas veces renuncie a momentos familiares tan añorados en mis años lejos, para preparar entrevistas, realizar viajes, o los interminables días en la hemeroteca municipal.

Cada emprendimiento académico, es resultado de un esfuerzo colectivo. Mi investigación no es una excepción. Quiero agradecer al CEDLA por haberme dado la oportunidad de realizar esta investigación y por ser una fuente de motivación y apoyo durante este proceso. Quiero agradecer todas las personas que han hecho posible que desempeñe esta tarea de la mejor forma. Estoy especialmente agradecida con las personas que he entrevistado, quienes estuvieron dispuestos a hacer un espacio en sus ocupadas agendas, para brindarme cuanto tiempo fue necesario. Estoy en deuda con

Maggy Talavera por haber siempre estado dispuesta a encontrar un tiempo para mis preguntas y por su apoyo en el proceso de investigación. Con Fernando Mayorga, por las oportunidades que me ha brindado, su interés crítico en mi tema y la inspiración que ha significado su trabajo. Gracias a José Luis Exeni, Andrés Gómez Vela y Rafael Archondo por motivarme con su trabajo, y por hacerme entender la necesidad de dedicar mi investigación a este tema. Gracias a la gente del instituto Prisma, especialmente a Ronald Grebe, por acogerme como oyente y haberme brindando la información necesaria.

Quiero también expresar mi gratitud a mi supervisora Barbara Hogenboom, por haberme acompañado en este periodo. Barbara me ha brindado la libertad de adentrarme en este tema tanto como he querido, siempre manteniéndome alerta de no perderme demasiado, me ha estimulado a ser crítica, concreta, clara, perseverante, paciente cuando fue necesario. Mas que todo Barbara ha encontrado formas de brindarme amistad y apoyo sin dejar de lado su función de supervisora. Leyendo y releendo, llamando, corrigiendo, esperando, sugiriendo. Barbara, éste es el resultado de nuestro trabajo conjunto. Gracias a Michiel Baud, por su apoyo e interés y por desafiarme a plantear las cosas de diferente forma. Gracias también a Arij Ouweneel, por las palabras de aliento y su predisposición a revisar este trabajo en un tiempo inhumanamente corto.

Pero además están las personas que si bien no han participado activamente en el contenido de este trabajo, han sido los brazos, las manos, los oídos y los hombros que han apoyado el proceso. Gracias a todos ellos por el apoyo y la paciencia. Gracias Manecita, Julia, Horacio, me siento privilegiada con su amistad. Gracias a la familia de Wit por creer en mí. Maarten, nadie entiende las fases por las que ha pasado este proceso mejor que vos, gracias por tu interminable paciencia, por tus oídos que deben estar cansados de oír siempre las mismas historias. Llego al final de este camino de tu mano.

Es difícil expresar la gratitud que siento hacia mi familia. La mami Lauri, por su trabajo hecho en cinco generaciones, por enseñarme que la verdad está por encima de todo. A Mariqui, mi mamá, por creer en mí, por enseñarme que todo es posible, y por soportarme en esos meses de trabajo de campo, en los que hice de nuestra casa un hotel. Gracias María José (majito), por ser el pedazo de mi conciencia más estricto, pero el que más amo. Gracias Toñi, pequeño gran hermano, por ser apoyo constante. Gracias

papá, por tu amistad. Gracias familia, mi cimiento, mi motor. Gracias Bolivia, país maravilloso, país herido, país único.

INTRODUCCIÓN

'BAÑO DE SANGRE' fue el titular del diario *El Deber* el 12 de septiembre del 2008. Un día antes, un suceso violento en la localidad de Porvenir, en el departamento Boliviano de Pando, resultó en una masacre de un número de campesinos afines al gobierno¹. Días después, el canal de televisión estatal mostró un video con imágenes de campesinos que acorralados, trataban de cruzar río Thahuamano. Se escuchaban también disparos de fondo que, según lo que los conductores de este canal, eran dirigidos a los campesinos. Al día siguiente, una gran mayoría de los medios privados, especialmente televisivos, contradijeron esta versión del canal estatal, argumentando que el audio del video no coincidía con el lugar de la grabación, cuestionando incluso si se trataba del lugar correcto, y si las imágenes mostradas eran de los campesinos involucrados en el suceso. El canal gubernamental hablaba de una masacre de campesinos, mientras que en los canales privados se hablaban de un enfrentamiento equilibrado con víctimas en ambos bandos. ¿Quién daba cuenta de los hechos reales? Hasta ahora no se sabe.

1

La cobertura mediática de lo sucedido en Pando ejemplifica una tendencia mucho mayor, relacionada con el papel desempeñado por los medios de comunicación durante la polarización política vivida en Bolivia entre el 2004 y el 2009. En este periodo una gran mayoría de los *mass media* Bolivianos reflejaron la situación de polarización política adoptando una postura clara en el conflicto. Por un lado, los medios de comunicación privados adoptaron una postura política opuesta al gobierno de Morales, y por otro los medios estatales y comunitarios, que se perfilaron como partidarios del gobierno. Esto llevó a una situación de manipulación de la información, en la que los medios privados, especialmente televisivos, difundían una versión de la realidad que favorecía a los partidos políticos y movimientos cívicos y sociales oponentes al gobierno, mientras que los medios estatales difundían una versión que favorecía al gobierno de Morales. Consecuencia de esto fue que la opinión pública fue dejada a las

¹ La masacre de Pando fue catalogada por la Unión de Naciones Sudamericanas (UNASUR) como crimen contra la humanidad. El daño exacto aun se desconoce. Se sabe que el número de muertos oscila entre 15 y 30 (El Deber octubre 2008, UNASUR 2008, Brie y Álvarez 2010).

expensas de lo que los medios de comunicación, en base a su propia postura política, decidían (des)informar (Mayorga 2009:9, 17).

Entre noviembre del 2007 y febrero del 2008 estuve en Bolivia realizando una pasantía. Durante este periodo, fui testigo de momentos de confrontación política extrema y, algo nuevo para mí, violencia y odio entre civiles. La vida diaria se vio influenciada de gran manera por la hostilidad, la tensión del conflicto y la polarización que se vivían en el país. Fue en este periodo que noté que también las noticias transmitidas por los medios de comunicación se desplegaban en un escenario de polarización política. Al mismo tiempo que la polarización era reflejada y transmitida por los medios de comunicación, el sentimiento de polarización, de enfrentamiento dentro de la sociedad Boliviana parecía exacerbarse aun mas. Los argumentos, las causas y los hechos relacionados con los conflictos se transmitían por los medios de comunicación, pero de forma homogénea (poca pluralidad de fuentes y de diferentes puntos de vista) y poco analítica, buscando mostrar una versión que convergía con la agenda política del medio. Esta experiencia motivó mi interés en entender mejor la relación dentro los medios de comunicación y los poderes políticos.

2

Problema

La situación de polarización y violencia en vivida en Bolivia en el periodo 2004-2009, no puede dissociarse del contexto histórico al que pertenece. Tras un período de reestructuración neoliberal (en los '80 y '90) con resultados de crecimiento económico decepcionantes y un alto grado de déficit en representación democrática, Bolivia, al igual que una gran mayoría de los países Latinoamericanos, se inclinó en la última década hacia políticas más intervencionistas, que se promulgan en base a un nuevo discurso de reivindicación regional, social y étnica (Rodríguez-Garavito et. Al 2008: 19-37; Tapia 2008: 224-231). Los cambios políticos se dieron en un clima de crisis, inestabilidad y conflicto. A consecuencia de la deficiente representatividad democrática, gran parte de las demandas políticas se trasladaron a las calles; por un lado, movimientos sociales demandaban reivindicación (de diferentes tipos). Por otro lado, los sectores que sí habían sido beneficiados por las reformas neoliberales ofrecían resistencia a las demandas sociales, bajo el argumento de que solo estaban retrasando a las regiones modernas y trabajadores del país (Crabtree 2009: 95-105, Rojas Ríos 2008: 42-53). En base a estas diferencias se produjo una división regional del conflicto: la

región oriental (con Santa Cruz como centro económico del país) oponía las demandas de los movimientos sociales, provenientes principalmente del occidente del país. Esto resultó en la emergencia de una demanda de autonomía departamental representada por los departamentos orientales también denominados *media luna*. Se produjo entonces una territorialización del conflicto que reflejaba dos polos: la región oriental que se perfilaba como moderna, trabajadora, productiva [y blanca], contra una región problemática, improductiva, retrasada [y predominantemente indígena] (Assies 2006: 88-90).

En este contexto de confrontación y polarización, Bolivia en diciembre del 2005 eligió a su primer presidente indígena, Evo Morales (uno de los dirigentes más importantes de los movimientos sociales), despojando así del poder a los partidos tradicionales. Con el gobierno de Morales la polarización entre el ahora partido de gobierno y sus movimientos sociales por un lado, y los partidos de oposición y los departamentos y movimientos pro-autonomía de la *media luna* por otro, se exacerbó aun mas, llegando a situaciones de extrema violencia.

También el involucramiento político de los medios de comunicación está ligado a procesos económicos y políticos. En línea con el periodo de restructuración neoliberal nombrado anteriormente y las simultaneas tendencias de marketing y personalización política, los medios de comunicación pasaron en las décadas de los '80 y '90 de ser canales de información, a convertirse en escenario y luego en actores estratégicos y algunas veces incluso en protagonistas de los procesos políticos (Gómez Vela 2006: 170; Mayorga 2003: 119). Paralelamente se llevó a cabo un proceso de privatización, proliferación y concentración de medios de comunicación, concentrando una gran mayoría de los medios de comunicación en un número reducido de actores, que en muchos casos son propietarios de inversiones en otras áreas de la economía y/o actores políticos. Esta nueva prominencia política y económica de los medios de comunicación, resultó en una relación político-mediática cada vez más estrecha, compleja y difusa. En base a ella, los medios de comunicación buscan ejercer más influencia sobre el acontecer político, y los actores políticos por su parte buscan maneras de ejercer control sobre los medios de comunicación (Torrico Villanueva 2008:33; Archondo 2003: 122).

Como lo indica el título de la tesis, dependiendo de los intereses involucrados y del contexto en el que se dan las dinámicas de interacción, la relación político-mediática conmuta entre los extremos rivalidad y complicidad de los actores involucrados. El supuesto en base a este proceso es que esta estrecha relación medios de comunicación-política ha llevado a un entrelazamiento y/o colisión de intereses, actores que afecta la construcción de noticias políticas en los medios de comunicación (Exeni 2005: 20-21).

En base a este supuesto se espera que el contexto de polarización haya dividido los medios de comunicación y los actores políticos en dos grupos, los temerosos de los cambios que el gobierno de Morales pueda desencadenar (los partidos tradicionales de oposición y los medios de comunicación privados) y los partidarios de dicho cambio, resultando esto en una comunicación hacia la opinión pública igualmente polarizada. Desde este punto de vista, los actores que determinan las agendas políticas son los mismos o están estrechamente relacionados con aquellos que cumplen la función de informar a la sociedad sobre los acontecimientos políticos.

La estrecha relación entre quienes informan sobre los procesos políticos y quienes protagonizan los mismos, conlleva a un sistema de comunicación donde la información es manipulada en virtud de las agendas de los actores involucrados. Una comunicación manipulada resulta en desinformación. Pero las implicaciones de una imbricación entre política y medios de comunicación van más allá. Tomando en cuenta que la apertura y libertad de comunicación (mediante canales de información que son los medios de comunicación) fortalecen los procesos democráticos, ofreciendo herramientas para promover democracias transparentes y abiertas a *input*, la manipulación política de la información producida por los medios de comunicación conlleva a lo contrario: situaciones de poca transparencia democrática y procesos políticos desprendidos de las realidades existentes en una sociedad. En suma, canales de información politizados en un clima de polarización, no buscan la pacificación de los conflictos o el consenso, mostrando una versión plural y equilibrada de los hechos, sino que construyen una versión de los hechos que va a de acuerdo a sus propias posiciones políticas, profundizando de esta forma la polarización aun mas.

Relevancia

Las consecuencias de una relación de poder estrecha y difusa entre los medios de comunicación y la política sustentan la necesidad abordar analíticamente los factores involucrados en esta relación, para de este modo poder entender mejor lo que estamos observando. En suma, una revisión de la literatura ha demostrado que si bien se ha escrito mucho sobre la relación entre la política y los medios de comunicación, estudios específicos sobre Bolivia (y Latinoamérica en general) son escasos. En este contexto el análisis que presenta aquí espera contribuir al conocimiento y entendimiento del tema. Por otro lado, entender algo de las consecuencias de una situación de polarización política que ha trascendido hasta los medios de comunicación, como la que se vivió en Bolivia en el periodo 2004-2009, forma la relevancia social de esta investigación.

Un hecho inesperado con respecto a la situación de polarización política reflejada en los medios de comunicación, es que durante mis meses de trabajo de campo en Bolivia (mayo a septiembre 2010), constaté una cautelosa pacificación y acercamiento entre ambos polos que también se reflejaba en una menor hostilidad entre los medios de comunicación privados y el gobierno de Morales. Este sorprendente cambio es también incluido en el análisis.

5

Pregunta

El objetivo de esta investigación es abordar pautas teóricas, analíticas y empíricas de la relación entre los medios de comunicación privados de Santa Cruz y los actores políticos (tanto del lado del gobierno como de la oposición), que estuvieron involucrados en el proceso de polarización. De esta forma se espera entender mejor las dimensiones y dinámicas inmersas en/o relacionadas con la interacción político-mediática que han resultado en una situación de polarización de medios de comunicación. El problema se aborda en base a la siguiente pregunta:

¿Cuál es la relación entre la polarización política en Bolivia en el periodo 2004-2009 y los medios de comunicación privados de Santa Cruz de la Sierra?

Estructuralmente, el problema es abordado en base a las siguientes sub-preguntas:

1. *¿Cuál es el origen, los patrones de evolución y las características de los medios de comunicación en Bolivia?*

2. *¿Cuál son los procesos políticos que han llevado la situación de polarización política?*
3. *¿Cómo se relacionan los medios de comunicación privados de Santa Cruz y los actores políticos en un clima de polarización política?*

Metodología

Para poder entender esta relación en todas sus dimensiones, se requeriría de un exhaustivo análisis de la situación político-mediática de Bolivia en general. Sin embargo, tomando en cuenta el corto tiempo disponible para realizar esta investigación, elegí concentrarme en la situación de los medios privados de Santa Cruz. Volviendo una vez más al periodo de polarización, las fuerzas opositoras al gobierno, como dicho anteriormente, no eran solo de carácter político, también los comités regionales, principalmente del oriente del país, estuvieron estrechamente involucrados. Aquí se destaca el papel de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, que se perfiló como voz líder de la iniciativa autonómica, encabezando así la oposición regional denominada *media luna*. Durante este periodo, líderes opositores y comités cívicos de Santa Cruz, fueron capaces de desencadenar un gran número de movilizaciones en apoyo de su demanda por autonomía. El hecho de que Santa Cruz se encontraba en el núcleo de la confrontación política, convirtiéndose en la base geográfica de una oposición tan clara y fuerte, hace de la ciudad un campo interesante para llevar a cabo una investigación que toma la polarización política como contexto.

Habiendo determinado que durante el periodo de polarización política, los medios de comunicación privados, reflejando claramente la postura de los partidos de oposición, se convirtieron un importante opositor al gobierno de Morales; y tomando en cuenta que Santa Cruz fue en este periodo una especie de líder regional de oposición, se esperaba que los medios de comunicación privados de Santa Cruz adopten una posición más pronunciada en contra del gobierno. En base a este supuesto se han realizado cuatro meses de trabajo de campo en la ciudad de Santa Cruz. El periodo de trabajo de campo tuvo lugar entre mayo y septiembre del 2010. Se ha reunido información en base a distintos métodos. Se ha realizado un repaso de literatura primaria y secundaria relacionada con el tema. Por otro lado, gran parte de la información empírica ha resultado de entrevistas (cualitativas) realizadas con personas que de distintas maneras están relacionadas al tema. La información extraída de las entrevistas se ha

complementado con resultados de mi observación participativa y en menor grado con un análisis de los medios de comunicación en Santa Cruz. La forma en que se han aplicado estos métodos de investigación se explicará a fondo en la justificación metodológica (capítulo 1).

Conceptos

Por un lado están los medios de comunicación masiva que tomando en cuenta la definición de Severin y Tankard (2005:3-5), constituyen canales de comunicación de carácter masivo con tres características principales; 1) La comunicación de masas se dirige a un público numeroso, heterogéneo y anónimo, 2) Los mensajes son transmitidos pública y transitoriamente y en un determinado tiempo para llegar a los miembros del público simultáneamente, 3) El comunicador es parte de una organización compleja de medios que puede implicar gran extensión. En las democracias modernas, los medios de comunicación se supone que cumplen la función de los canales de información para los ciudadanos. Sin embargo, la creciente mercantilización y globalización de la comunicación y la información ha dado lugar a una tendencia de comercialización y concentración de los medios de comunicación, en la que el objetivo principal de los medios es entretener más que informar. Estas tendencias son visibles en Bolivia, donde como dicho anteriormente, la liberación del mercado de los '80 y los '90 dio lugar a una proliferación y concentración de los medios de comunicación, al mismo tiempo que entretenimiento y sensacionalismo fueron a dominar sus contenidos informativos.

Por otro lado, polarización política se define como una distancia ideológica según la cual "las relaciones entre los partidos políticos son exclusivas a la vez que son de confrontación" (Norden 1998: 434). En esta situación, la línea continua de la competitividad política se convierte en una dicotomía, en la que la sociedad se divide en dos extremos, erosionando así el espacio para moderación. En el caso de Bolivia, la polarización política está relacionada con el periodo de reestructuración neoliberal y la colusión de los partidos políticos tradicionales (también denominada *democracia pactada*). Los resultados de este periodo dieron lugar a la consolidación de un nuevo régimen protagonizado por los movimientos sociales, el gobierno de Morales. Simultáneamente la emergencia de este nuevo grupo político despertó resistencia en las elites políticas tradicionales, lo cual resultó en una extrema y persistente polarización política (Mayorga 2006: 52-53, 2009:70-74, Eaton 2007: 73-77).

Uno de los grupos analizados en esta investigación son los actores políticos. Tomando en cuenta los cambios políticos que se han dado en Bolivia en los últimos años, este se ha convertido en un grupo difícil de definir. Además de líderes de los partidos políticos establecidos, también políticos a nivel departamental y local, y actores relacionados a los movimientos sociales, cívicos y regionales han sido protagonistas. Cuando se habla de actores políticos en esta tesis, se hace referencia a actores que desempeñaron un papel político prominente en este periodo, en relación con los medios de comunicación privados.

Finalmente, los medios de comunicación en relación con la política se definen como entidades informativas que actúan como un puente de comunicación entre los actores políticos y los ciudadanos. Según Louw (2007: 16-29) los medios de comunicación en relación a la política son vistos principalmente de dos maneras: Por un lado como un cuarto poder, en el que los periodistas actúan como autónomos 'vigilantes' sobre los políticos, como traductores de la información desde el interior de la esfera política a la sociedad, a fin de mantener informados a los ciudadanos, pero que al mismo tiempo influyen en el resultado de los procesos políticos (Louw 2007: 29). Por otro lado, los medios de comunicación son vistos menos como una entidad autónoma y más como un instrumento que es utilizado por los actores políticos para persuadir a un mayor número de votos (*Ibid.*: 23). Ambos enfoques representan los extremos de un continuo, en el que muchas formas de interacción entre los medios de comunicación de la política y son posibles. Esta investigación trata de descubrir donde dentro de este continuo se posiciona la situación político-mediática en Bolivia.

8

Estructura de la tesis

Este trabajo está estructurado en cuatro capítulos que darán respuesta a las subpreguntas introducidas anteriormente. El primer capítulo presenta las pautas conceptuales, teóricas y metodológicas en las que se apoya esta tesis. En el segundo capítulo se esboza un panorama político histórico, enfatizando en los acontecimientos político-sociales que tuvieron lugar después del primer triunfo electoral de Evo Morales, en diciembre del 2005. En el tercer capítulo se repasan la historia, desarrollo y características de los medios de comunicación en Bolivia, con especial énfasis en los procesos de proliferación y concentración de medios privados y en la situación de los medios privados en Santa Cruz de la Sierra. En el cuarto capítulo se presenta un análisis

de la relación medios de comunicación privados y actores políticos, en tres momentos, antes, durante y después del periodo de polarización política. Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones en las que ha resultado esta investigación.

1 Medios y política en teoría

Al tiempo que Evo Morales subió a la presidencia en enero del 2006, Bolivia se encontraba sumergida en un clima de polarización política, regional y social (que se había iniciado en el periodo posterior a la guerra del agua [ver capítulo 2]). Los medios de comunicación, canales de información para los ciudadanos, no se mantuvieron al margen de esta situación. Se distinguía claramente en este periodo, una división entre por un lado los medios de comunicación de carácter privado-comercial, que habían adoptado una posición política opuesta al gobierno, y por otro los medios de comunicación estatales que se mostraban claros partidarios del gobierno.

El cuadro ideal establece que los medios de comunicación representan canales de comunicación, que cumplen la función de mantener informada a la sociedad. En el caso de Bolivia, sin embargo, los medios de comunicación más que canales de comunicación, parecen haberse convertido en actores políticos. Al mismo tiempo que adoptan posiciones políticas definidas, determinan además el contenido y formato de la información que ellos mismos transmiten. En base a la pregunta: *¿Cuál es la relación entre la polarización política en Bolivia en el periodo 2004-2009 y los medios de comunicación privados de Santa Cruz de la Sierra?* esta investigación trata de poner a la luz cómo los medios de comunicación y los actores políticos interactúan para que los medios de comunicación lleguen al punto de adoptar una posición política. Con ese fin se construye en este capítulo un análisis teórico que nos permita identificar y entender mejor patrones mediante los cuales funciona la relación medios de comunicación-política y las características de dicha relación. Primero se presentarán las definiciones y conceptos relevantes para la investigación. Posteriormente se comparará y contrastará la información teórica respecto a la relación entre los medios de comunicación y la política. Finalmente se discutirá la justificación metodológica.

11

1.1 Polarización política

La pregunta de investigación parte de una relación entre el contexto de polarización política vivido en Bolivia en los últimos años, y los medios de comunicación privados

con énfasis en los medios privados situados en Santa Cruz. En esa luz Polarización política se define aquí como una distancia ideológica según la cual "las relaciones entre los partidos políticos son exclusivas a la vez que son de confrontación" (Norden 1998: 434) (traducción propia). En esta situación, el continuo de la competitividad política que normalmente conoce también un área de moderación, se convierte en una dicotomía en la que la sociedad se divide en dos extremos opuestos, erosionando así dicho espacio moderación. La polarización política es un factor predominante en la política latinoamericana y está relacionado, por un lado con el predominio del sistema presidencial (en el que se elige al Poder Ejecutivo independientemente de los poderes legislativos), y la diversidad (de todo tipo) dentro de la sociedad. (*Ibid*: 437).

En el caso de Bolivia sin embargo, la polarización política está relacionada con el periodo que le antecede. Como se explicará en el capítulo 3, después de la reapertura democrática, se vivió un periodo caracterizado por una colusión de intereses dentro de los partidos políticos (democracia pactada). La creciente insatisfacción a causa de resultados decepcionantes de las reformas neoliberales, en combinación con esta democracia pactada dieron lugar a la consolidación del nuevo régimen de Evo Morales y el Movimiento Al Socialismo (MAS). Conjuntamente con este cambio se produjo un clima de polarización ideológica, regional y social que transgredió todas las esferas de la sociedad, agudizando contrastes y llevando a situaciones extremas confrontación y conflicto (Mayorga 2006: 52-53, 2009:70-74, Eaton 2007: 73-77).

Uno de los grupos que se forman parte de este análisis son los actores políticos. Cuando en esta investigación se habla de actores políticos, se hace referencia principalmente a la élite política. La élite política normalmente se define como: un reducido grupo compuesto por políticos profesionales, que dirigen los partidos políticos establecidos (Putnam, 1971: 651). Sin embargo, en los procesos políticos que se han vivido en Bolivia en la última década, no solo las elites de los partidos políticos establecidos han sido protagonistas. También políticos a nivel departamental y local, y actores de movimientos cívicos y sociales han jugado un rol. En vista de las dificultades que implican delimitar dicho grupo, cuando se habla de actores políticos en esta tesis, se hace referencia a actores que desempeñaron un papel político prominente en este periodo, en relación con los medios de comunicación privados.

1.2 Medios de comunicación e información

“los individuos y las instituciones dependen cada vez en mayor medida de la información y la comunicación para poder funcionar con eficacia en casi cualquier campo de actividad”

(Exeni 2005: 34)

Severin y Tankard (2005:3-5) definen a los medios de comunicación como canales de comunicación de carácter masivo. Estos canales presentan tres características principales: 1) se trata de una comunicación de masas, lo que implica que la comunicación está dirigida a un público numeroso, heterogéneo y anónimo; 2) los mensajes son transmitidos pública y transitoriamente y en un tiempo determinado para llegar a los miembros del público simultáneamente; 3) el comunicador es parte de una organización compleja de medios que puede implicar una gran extensión en términos de alcance mediático. Por otro lado Exeni (citando Eliseo Verón) (2005: 104) define el medio de comunicación como un “dispositivo tecnológico de producción-reproducción de mensajes asociados a determinadas condiciones de producción y a determinadas modalidades (o prácticas) de recepción de dichos mensajes” La comunicación realizada por este medio debe en base a esta definición responder a un criterio esencial, que es “el acceso plural a los mensajes de los que el medio es el soporte” (*ibíd.*: 104).

Cuando nos referimos a los medios de comunicación masiva hablamos entonces de canales de comunicación encargados de producir y reproducir mensajes informativos públicos, transitorios y simultaneos destinados a grupos masivos, heterogéneos y anónimos que conforman una sociedad. En base a la definición de Exeni entendemos además, que la forma en que estos mensajes se producen/reproducen está ligada a determinados factores (internos/externos) de producción y modalidades de recepción. Esto quiere decir que factores como el tipo de medio (radio, periódico, televisión, privado, público, estatal, etc.), el tipo de sociedad en la que se encuentra el medio (democrática, no democrática) y el contexto externo, condicionan la producción y o reproducción de mensajes informativos. De la misma forma, también las prácticas mediante las cuales se recibe el mensaje condicionan su producción. Es decir, ¿se trata

de un mensaje publicado en un diario? Este tendrá menos cobertura que uno transmitido por la televisión. Otro componente que estas dos definiciones muestran es que el comunicador, es decir, el que produce y/o reproduce la información, es parte de organizaciones de tecnología complejas (llamados también medios de comunicación masiva) como la prensa, canales de televisión, radiodifusoras. En ese sentido, si se toma en cuenta el cuadro de investigación aquí propuesto, tanto el carácter privado-comercial de los medios de comunicación masiva analizados en esta investigación, como el contexto de una Bolivia democrática, pero sumergida en un clima de polarización política, son factores que condicionan la producción de los mensajes informativos producidos por dichos medios. El último segmento, hace referencia al criterio de pluralidad de información que debe ser difundida por un medio. Esto está relacionado con la función de los medios en la sociedad, algo que exploraremos con más profundidad a continuación.

Información, acceso, derecho a la información

En de las democracias modernas, los medios de comunicación cumplen la función de ser canales de información para los ciudadanos. Esta función se desempeña en virtud de derechos universales preestablecidos: el derecho a la información y a la libertad de expresión (y de prensa). Con la intención de garantizar y promover estos derechos, se han creado declaraciones nacionales e internacionales. Probablemente la más sobresaliente sea la Declaración Universal de los Derechos Humanos, establecida en 1948, su artículo 19 dicta:

“toda persona tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye la libertad de sostener opiniones sin interferencia y buscar, recibir y difundir informaciones e ideas por cualquier medio y sin consideración de fronteras.” (Organización de las Naciones Unidas 2010).

Otro documento importante es la declaración de la cumbre Unesco 1978, donde se establecen principios relacionados con los medios de comunicación y el derecho de acceso a la información y comunicación como parte de los derechos humanos. En el segundo artículo se expresa que: “La práctica de las libertades de expresión e información, parte fundamental de los derechos humanos, son esenciales para el fortalecimiento de la paz y el entendimiento internacional.” En la práctica, esto implica

una garantía del acceso a información, que permita al ciudadano verificar la exactitud de los acontecimientos para formar una opinión objetiva acerca de ellos. Con este propósito, periodistas deben tener la libertad para informar y contar con condiciones de trabajo favorables y acceso a los medios de comunicación. Del mismo modo, los medios de comunicación también deben favorecer la participación de personas del público en la elaboración de la información (Gómez Vela 2006: 50-51).

En base a estos documentos, los principales componentes del derecho a la información son el derecho a recibir y a transmitir esta información. Una ambivalencia en este contexto es que si bien en teoría la transmisión de información puede ser ejercida por cada individuo, en la práctica la transmisión de información tiende a estar en manos del limitado número de los complejos tecnológicos de comunicación llamados medios de comunicación masiva (Gómez Vela 2006: 54). En este sentido, mientras que un gran número de personas pueden ejercer el derecho a ser informado, el derecho a difundir información queda reservado a un número limitado de personas. Si a eso se le suma el derecho de libre expresión y por ende de la libertad de prensa, se percibe una situación en la que los medios de comunicación no solo acaparan de cierta forma el derecho de transmisión de información, sino que también lo hacen en base a una libertad sobre lo que informan (y por ende lo que no informan), y como informan al respecto.

Esto no quiere decir que los medios funcionan en base a un libertinaje desenfrenado de expresión en el que todo eso posible. Existen términos generales de autorregulación que establecen condiciones mínimas para los medios: a) la veracidad de la información, b) el interés de la comunicación para la formación de una opinión pública libre, c) y la moderación de las expresiones (Gómez Vela 2006: 54).

En Bolivia la libertad de prensa y de expresión y el principio de autorregulación de los medios de comunicación están garantizados constitucionalmente² y especificados en

² Artículo 106.

I. El Estado garantiza el derecho a la comunicación y el derecho a la información.

II. El Estado garantiza a las bolivianas y los bolivianos el derecho a la libertad de expresión, de opinión y de información, a la rectificación y a la réplica, y el derecho a emitir libremente las ideas por cualquier medio de difusión, sin censura previa.

III. El Estado garantiza a las trabajadoras y los trabajadores de la prensa, la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y a la información.

IV. Se reconoce la cláusula de conciencia de los trabajadores de la información.

la Ley de imprenta³. La autorregulación se rige en base a cuatro códigos de ética vigentes en Bolivia: El código de ética de la Asociación Nacional de Periodistas de Bolivia, el código de ética de la Confederación de Trabajadores de la Prensa, el código de ética de la Asociación Nacional de Prensa y el código de ética periodística del Consejo Nacional de Ética. Estos códigos incluyen valores éticos que deben ser respetados por los medios de comunicación, como la verdad, independencia, profesionalidad, credibilidad, honestidad, integridad, mesura (evitar sensacionalismo), lealtad hacia la empresa en la que se trabaja, solidaridad para con otros periodistas, defensa de los derechos humanos en especial los derechos de libertad de expresión y prensa, exactitud en base al principio *parte y contraparte*; pluralidad y exactitud de fuentes, respeto a la vida privada y la separación de información, opinión y publicidad (Gómez Vela 2010: 281-294, IPS 2010).

Sin embargo, como se muestra en el capítulo 4, este tipo de autorregulación ha demostrado en muchos casos ser insuficiente para arbitrar la libertad que los medios de comunicación poseen. En base a las nuevas tendencias, el objetivo principal de los medios de comunicación ya no es informar a la sociedad en base a la veracidad, pluralidad y moderación de expresiones como se piensa en teoría, sino entretener a su público. En consecuencia el derecho de acceso a la información ha pasado al segundo plano, según algunos autores (Exeni 2005, Mayorga 2003, Grebe 2008). Cuando hablamos de medios hoy en día nos referimos predominantemente a grandes conglomerados mediáticos, en muchos casos internacionales, que, como cualquier otra empresa con fines de lucro, buscan acrecentar sus ganancias. Exeni (2005: 34-35) indica cuatro tendencias principales de los medios de comunicación hoy en día:

- a) Expansión de la producción mediática
- b) Interactividad: la creciente importancia de los “nuevos medios”

Artículo 107.

II. La información y las opiniones emitidas a través de los medios de comunicación social deben respetar los principios de veracidad y responsabilidad. Estos principios se ejercerán mediante las normas de ética y de autorregulación de las organizaciones de periodistas y medios de comunicación y su ley.

III. Los medios de comunicación social no podrán conformar, de manera directa o indirecta, monopolios u oligopolios.

³ Ley de Imprenta

Ley de 19 de Enero de 1925

Art. 1. Todo hombre tiene el derecho de publicar sus pensamientos por la prensa, sin previa censura, salvo las restricciones establecidas por la presente ley.

- c) Internacionalización de la transmisión de información
- d) Comercialización: mayor dependencia comercial, privatización y concentración de medios

Se habla entonces de una nueva posición de los medios de comunicación, en la que “la comunicación ya no está más en la ‘pura esfera de la cultura e ideología’, sino en el centro de la economía y de la organización política” (Exeni 2005:35). Asumiendo que dichas tendencias también son visibles en Bolivia (ver capítulo 4), partimos de esta idea de la centralidad económica y política de la comunicación y por ende, de los medios de comunicación, para a continuación incurrir en un debate teórico sobre la relación medios de comunicación y política.

1.3 Los medios y la política

La relación entre los medios de comunicación y la política se basa en la función informativa de los medios nombrada anteriormente. El aspecto central en esta relación es la mediatización de la vida pública (Archondo 2003:68). Los medios forman una especie de puente que une a la esfera política con los ciudadanos transmitiendo información de una esfera a la otra. Louw (2007: 16-29) ilustra esta relación en base a tres grupos de actores, los de adentro (los actores políticos), los de afuera (los ciudadanos) y el puente entre ambos (los medios de comunicación que informa) que informa al ciudadano sobre acontecimientos políticos y, al mismo tiempo informa sobre situaciones en la sociedad que deben ser tomadas en cuenta por los políticos. Sin embargo, la función de los medios no se limita a ser simplemente un canal que transporta información.

Los enfoques teóricos que se discutirán a continuación no tienen aquí función de tesis teórica, que se intentaría corroborar en los capítulos empíricos. Son más bien resultado de una introspección en el tema y se han utilizado ayuda para identificar y entender mejor la relación medios-política en el específico caso de Bolivia. Con el fin de conseguir afinidad con el caso de investigación, me he apoyado principalmente en dos autores bolivianos: Rafael Archondo (2003) y José Luis Exeni (2005). Me concentro en estos dos trabajos partiendo de la idea que ellos analizan la relación entre

los medios de comunicación y la política en base a la realidad que perciben, la misma realidad en que se lleva a cabo esta investigación. Ambos autores parten de una realidad en la que la noticia política no es reproducida por los medios de comunicación, sino construida en base a la forma en que ellos perciben la realidad y al contexto en el que ambos, actores políticos y mediáticos interactúan.

Enfoque constructivista

El enfoque constructivista parte de la premisa que los seres humanos experimentan el mundo en base a la estructura de sus propias mentes. El proceso de saber, conocer, se vuelve entonces un proceso interno⁴ (Louw 2005: 7). Con relación a la comunicación política, de la cual la noticia política es parte, el enfoque constructivista mantiene que esta es producto de un proceso de construcción. En ese sentido, si bien se reconoce que este proceso está ligado a la formación de agenda e intereses de los actores involucrados (lo cual se abordará en detalle más adelante), el enfoque constructivista mantiene que este proceso no se da en base a la voluntad de un individuo, que mediante una elección racional decide incluir/excluir, jerarquizar, difundir ciertos temas, sino que es más bien inherente a un “complejo y permanente proceso de construcción” (Exeni 2005: 100). Los actores involucrados de distintas procedencias, distintos intereses y capacidades, ingresan a un proceso de negociación, competencia, incluso confrontación para poder definir dicha agenda que va modificándose permanentemente en base a este proceso⁵. Partiendo del mismo enfoque, Archondo (2003:47) mantiene que el sujeto y objeto no son base de una dicotomía sino más bien de un continuo porque se constituyen simultáneamente.

En este contexto se muestra una realidad en la que los mensajes informativos se construyen y se reciben en base al propio enfoque de cada persona dentro de un

⁴ En ese sentido, el constructivismo contrasta el empirismo, que mantiene que la realidad es *out there* y que nosotros utilizamos nuestros sentidos para tener acceso a ella (Louw 2005: 7)

⁵ Tomando en cuenta la posición de un periodista, se podría decir que si bien este es el que decide que incluir que excluir y que jerarquizar, el por su parte no es un individuo independiente y libre de influencia, ya que está, inmerso en 1) su estructura personal en base a sus propias normas, 2) características de su profesión de periodista, 3) las características de la institución por la que trabaja y por ultimo 4) las características de la sociedad de la que es parte (Exeni 2005: 99).

complejo proceso de construcción. Al mismo tiempo, el enfoque mediante el cual la información se construye y recibe se va transformando, *re-construyendo* constantemente a medida que los distintos enfoques se van relacionando (Archondo 2003: 52). En base a este enfoque parto en mi investigación de la idea que los medios de comunicación no reproducen información, sino, que la construyen. En base al enfoque constructivista se distinguen distintos modelos de relación entre los medios de comunicación y los actores políticos. Tomando en cuenta este abordaje teórico, se discutirá a continuación distintas realidades de la relación entre los medios de comunicación y los actores políticos.

Doble transición media-política

En su libro *MediaMorfosis*, Jose Luis Exeni (2005) ilustra una realidad política en la que los medios de comunicación masiva inciden de gran manera tanto en el sistema político como en el gobierno. Tratando de descubrir la relación entre la incidencia de los medios en la política y la in/gobernabilidad en una democracia, Exeni establece algunas características de la relación entre actores políticos y medios. En base a ello enfatiza en que los medios además de ser difusores y escenario de acontecimientos políticos, son también protagonistas de los mismos, y se están convirtiendo en actores estratégicos. Sobresalen tres direcciones en las que el involucramiento de los medios está acentuando la transformación de la política (Exeni 2005: 58-60):

- a) *Personalización*, mediante la cual la política se ha convertido en un escenario “de pugna entre sus personajes o, mejor, entre sus *imágenes*” (*Ibid*: 58) que son construidas (y/o destruidas) por los mismos medios.
- b) *Espectacularización*, basada en la producción y priorización de la imagen. En esta situación se sustituyen los discursos políticos o ideologías con imágenes sobre los políticos que se confía provocan un mayor impacto en los receptores.
- c) *Sustitución* del político, con lo que se refiere a actores mediáticos; comunicadores, mediadores que remplazan al actor político, líderes de opinión mediáticos que se convierten en líderes de políticos.

Si bien se habla de una triangulación de actores en la comunicación política; los medios, los actores políticos y los ciudadanos, estos últimos quedan excluidos de la interacción entre los dos primeros (lógica del *tercero excluido*). Es decir, la comunicación política

se produce según Exeni en base a la interacción entre los medios de comunicación y los actores políticos. Dentro de esta interacción se identifican tres tácticas principales (Exeni 2005: 73-76):

- 1) La táctica de la rivalidad, que ilustra una situación de competencia, de conflicto, en la que uno busca formas para dominar al otro.
- 2) La táctica de intercambio que se da en un contexto de cooperación y negociación en base a una noción de mutua dependencia entre ambos actores. Dentro de este contexto la comunicación política se produce conjuntamente en base a un juego de simulación política y simulación informativa. Es decir, el político simula su rol netamente político de la misma forma que el actor mediático simula su rol puramente mediático, así conjuntamente producen la comunicación política.
- 3) La táctica de la complicidad consiste en la colusión de intereses que funciona en base a alianzas entre ambos actores y relaciones de complicidad que comprometen a ambos.

20

Medios de comunicación como actores políticos

En este contexto el remplazo de los actores políticos por los medios de comunicación se está dando cada vez mas. Exeni (2005: 79) relaciona este tema con el nivel de institucionalización; cuanta más debilidad exista en el sistema de partidos políticos (menos institucionalización), más posibilidades tendrán los actores mediáticos de intervenir en los procesos políticos. Esta creciente influencia de los medios puede tener efectos importantes en el tercer actor, el ciudadano y la opinión pública, tomando en cuenta que los medios de comunicación tienen una función de informar al ciudadano y de formar la opinión pública. Cuando los medios, que en diferencia a los políticos no gozan de legitimidad representacional y por ello no pueden asumir el monopolio institucional (*Ibid*: 76), representantes de los intereses públicos, pero en realidad responder a intereses propios, pueden fácilmente convertirse en un instrumento de manipulación de la opinión pública (Exeni 2005: 84).

En constancia con esto, Archondo (2003: 55) mantiene que cualquier tipo de inclinación visible de los medios hacia algún sector de la sociedad resultar en la

parcialización del discurso mediático. Una postura inclinada hacia ciertos grupos de la sociedad podría en otras palabras resultar en el medio canalizando y produciendo información en base a las percepciones que emanan de dicha inclinación. Osorio et Al. (2006: 184-186) por ejemplo muestran en un análisis de la situación mediática de Colombia bajo el gobierno de Uribe como los medios de comunicación, en su posición de actores políticos, manipulan la información de acuerdo a sus propias agendas políticas. Esto tiene grandes implicaciones para la opinión de los ciudadanos colombianos acerca de las decisiones de política de Estado y para sus propias preferencias políticas. Según Osorio et Al., desde su posición de productor y proveedor de información, los medios de comunicación marcan las concepciones y posiciones políticas de los ciudadanos. La manipulación de la opinión pública está directamente relacionada con la fijación de agenda.

Fijación de agenda

La fijación de agenda se define como: “Un proceso permanente y continuo a través del cual los medios de comunicación seleccionan/construyen un conjunto de hecho o temas para otorgarles tratamiento noticioso-informativo y, en esa dinámica, establecen un criterio de importancia de los asuntos considerados como públicos, los cuales tienden a influir tanto en el sistema político como en el “clima de opinión pública”⁶ (Exeni 2005: 89). Mediante este proceso, las agendas pública y política pasan cada vez más por la agenda mediática. Por esta razón también los actores políticos tratan de ejercer control o influencia sobre los medios de comunicación, compitiendo entre ellos para poder incluir sus propias agendas dentro de la agenda mediática (Exeni 2005: 93). En este contexto, el involucramiento de los medios de comunicación en lo político por un lado, y el propósito de los políticos de ejercer influencia en los medios de comunicación, por el otro, dan cuenta de una doble transición en la que la barrera entre actores políticos y mediáticos se ha tornado difusa (*Ibid*: 257).

En el contexto de la tendencia a la privatización y concentración de medios, un tercer actor entra en el juego, el propietario. Archondo (2003:90) explica como en base a estas tendencias, los empresarios mediáticos privados han acumulado recursos y por ende, poder e independencia. Paradójicamente, el empoderamiento económico de estos

⁶ La fijación de agenda se da en base a tres pasos principales: a) La selección o construcción temática mediante la cual se incluyen y excluyen temas (*Framing*), b) La jerarquización de temas en base a un criterio de relevancia (*Priming*), c) La tercera y última fase es la formalización y difusión de lo anteriormente construido, enmarcado y jerarquizado (Schaufele y Tewksbury 2007: 11).

grupos ha contribuido en ocasiones a la deslegitimación o disminución de la influencia del sistema político; es decir, los propietarios en base a este nuevo poder utilizan sus medios para contribuir al posicionamiento o desplazamiento de actores políticos de acuerdo a sus propios intereses (*Ibíd.*: 90). Archondo describe tres tipos de concentraciones a) *concentración horizontal*: es una empresa mediática con control sobre distintos medios de comunicación que intercambian servicio con un mínimo de coordinación; b) *concentración vertical*: es la ampliación de un medio hacia actividades de si pre y/o pos producción; c) *concentración diagonal*: es la fusión de empresas mediáticas con empresas insertas en otras áreas del mercado. Archondo en este contexto explica que este último tipo de concentración es especialmente preocupante porque produce una colisión de intereses entre los medios de comunicación y otras áreas de la economía (por ejemplo cuando el propietario de los medios es además propietario o tienen inversiones en otras empresas no relacionadas a los medios)⁷, y más aun cuando además el propietario mantiene una relación de interés con el gobierno de turno (Archondo 2003: 90-91). El riesgo que se corre en este contexto es que dichos propietarios puedan utilizar sus medios para favorecer sus propios intereses (sean económicos o políticos).

En la misma línea de pensamiento, también Raquel Borreguero (2007: 177-178), afirma que en el actual contexto de concentración de los medios de comunicación, el sistema mediático privado-comercial puede llegar a distorsionar el mensaje mediático en base a los intereses de las elites dominantes, que en este caso pueden ser propietarios de medios, como actores políticos relacionados con ellos. Este flujo de mensajes distorsionados (creados en base a intereses involucrados) se presenta como un anti-estructura de la información periodística veraz (la que responde a las condiciones periodísticas mínimas mencionadas anteriormente), porque a diferencia de esta, los mensajes distorsionados llevan a una situación de desinformación. Lo que Borreguero llama mensaje mediático distorsionado es comparable a la manipulación mediática a la que hacen referencia Exeni y Archondo. También relacionada con la concentración de medios es la tendencia a la homogenización del contenido noticioso. Con la concentración de medios se produce una integración mediante la cual los medios que forman parte de este engranaje vertical tienden a mostrar el mismo contenido noticioso

⁷ Caso Garafulic, descrito a fondo en el capítulo 3, es un claro ejemplo.

(Medina 2004: 158-160). El capítulo 3 muestra como estas tendencias funcionan en Bolivia.

Para concluir, Exeni (2005: 267) mantiene que la actitud que adopte un determinado medio dentro de la relación político-mediática dependerá “no solamente de sus lógicas informativas, sino de sus condiciones institucionales y, especialmente de sus operadores concretos (desde el empresario que invierte en un medio hasta el reportero que define una cobertura noticiosa)”. Por otro lado Archondo (2003: 50-51, 57) afirma que, dependiendo de sus propias características y del contexto institucional y político en el que se encuentran los medios de comunicación pueden funcionar como irritadores o como relajadores de la sociedad (pueden contribuir a la estabilidad o crear inestabilidad). En base a esto se concluye que dos aspectos son determinantes para la actitud que un medio adopte dentro de la relación político-mediática; el aspecto interno del medio (su estructura, nivel de institucionalización, estilo, posición y estructura mediante la que funcionan sus operadores); y el contexto en el que el medio se encuentra. Por otro lado, el grado en que dicha relación contribuya o no a una situación de inestabilidad, se entiende que estará relacionado con el grado de institucionalidad democrática.

1.4 Metodología

Los métodos utilizados para esta investigación se han seleccionado en base a la naturaleza del tema y en base a lo que se quiere saber de él. Lo que se pretende, como lo propone la pregunta de investigación, es poner a la luz la forma en que un clima de polarización política afecta la interacción entre los medios de comunicación y los actores políticos. Para ello se quiere en esta investigación comprender a profundidad la naturaleza de la relación medios-política. En vista de que una cuantificación de dicha relación dejaría ver poco de su profundidad, se ha optado por realizar esta investigación en base a métodos cualitativos que a continuación serán descritos.

Análisis de literatura secundaria

En el periodo preliminar, durante y en el periodo posterior a la investigación de campo, se ha reunido, revisado y analizado literatura relacionada con el tema. Si bien algunas de las publicaciones hablan de la relación medios-política en términos generales, un gran

mayoría se concentra en la situación en Latinoamérica y más concretamente en el caso Bolivia.

14 entrevistas cualitativas

Gran parte del análisis empírico se apoya en información recolectada en base las 14 entrevistas cualitativas realizadas. Para ellas se ha tratado de incluir entre los entrevistados a actores que de diferentes formas están relacionados al tema⁸. De esta forma, se espera incluir en el análisis tantas caras de la historia como sea posible. Vale reconocer que, a pesar de que las entrevistas si han sido planeadas en base a ciertas lógicas⁹, uno de los factores determinantes para el número de personas que entrevisté y quienes fueron estas personas, han sido suerte y predisposición de los entrevistados para contribuir con la investigación.

Información extraída de las entrevistas será utilizada para realizar descripciones, comparaciones, contrastes y corroboraciones en los capítulos empíricos de esta tesis. Citados de las entrevistas se utilizan de dos maneras: a) como ilustración de ciertos puntos de vista, b) como objeto de análisis.

Análisis de medios

Primero hay que enfatizar que, con algunas excepciones, el enfoque de análisis ha sido principalmente dirigido a la situación en la televisión y la prensa de la ciudad de Santa Cruz. Se ha optado por estos dos tipos de medios primeramente porque, de acuerdo a la literatura, el análisis de la prensa televisiva y escrita tiene un impacto más directo en la actividad política, además de haber reflejado de manera más clara la polarización política de los últimos años (Mayorga 2009: 6). Por otro lado, en términos de realizabilidad, no se han tomado cuenta las radioemisoras en este análisis debido a que, (en base a datos del 2008) solo en la zona urbana de Santa Cruz, el número de radios difundidas (FM y AM) ya supera las 60 (Grebe 2008: 146).

Se ha realizado análisis de medios de dos periodos; 1) Septiembre-octubre del 2008, clímax en el periodo de polarización; 2) Mayo-agosto del 2010, periodo en que se realizó la investigación de campo. Lo que se intentaba con este análisis era, por un lado descubrir más de las características de los medios en cuestión y por otro tratar de entrever si se vislumbra un posicionamiento político en base a su producto mediático

⁸ Para mayor información acerca de los entrevistados consultar anexo 1

⁹ Ver anexo 1

especialmente con respecto a la polarización política; la forma en que la polarización política fue puesta en escena. No se debe entender aquí que se trata de un análisis consistente, consecuente y exhaustivo. En vista de que la investigación se concentra en la relación político-mediática y no así el efecto de esta en el contenido noticioso, se optó por dedicar más tiempo a los métodos relacionados con la interacción político-mediática y menos en el análisis de contenido. Lo que resultó de ello fue un análisis consistente de momentos mediáticos, en los que me era posible hacer el análisis. Mi estrategia consistía en empezar el día leyendo diarios; *El Deber* y uno o dos diarios más por día, al medio día y en las noches (si las otras actividades me lo permitían) seguir los noticieros y los programas de contenido. En momentos de ocio traté también de detenerme más en la programación general y el estilo de los canales de televisión. Esporádicamente analicé también semanarios y revistas.

Observación participativa

En todo momento durante la investigación de campo, se ha observado y participado en el acontecer diario. Se ha tomado nota de lo observado con la intención de enriquecer mi conocimiento del contexto en el que se realiza la investigación. Dichas notas se han utilizado para complementar los capítulos empíricos.

Un punto a tomar en cuenta. En los capítulos empíricos me refiero repetidas veces al periodo de polarización política. Los puntos de vista respecto a cuándo empieza y termina este periodo difieren. Se puede decir incluso que el clima de polarización política en Bolivia de cierta forma continúa. Sin embargo, este trabajo toma el periodo de polarización entre enero del 2005 y abril del 2009, siendo, según la literatura, este el periodo en que tanto el gobierno como la oposición representaban dos polos igualmente fuertes y claramente demarcados.

Mientras escribía la tesis se me advirtió evitar anecdotismo (evitar demasiados relatos que ilustraran cierta una situación). Esta tarea ha resultado difícil de realizar ya que el anecdotismo es parte de la base de la cultura Boliviana (y tal vez Latinoamericana en general, aunque me faltan las pruebas para hacer semejante generalización). Lo que los Bolivianos sabemos hacer más y mejor es contar historias. También durante las entrevistas muchas veces se daba respuesta a mis preguntas con una historia. Incluso la literatura misma utiliza relatos para ilustrar las características de la relación político-mediática en Bolivia. Empero, se corre el riesgo de que la anécdota

relatada no sea verdad. He tratado de minimizar el riesgo formulando una misma pregunta a diferentes personas y tratando de corroborar la información. Sin embargo esto no siempre ha sido posible, sobre todo con la situación actual sobre la cual aun nada se ha escrito. Lo que he hecho en estos casos es enfatizar que se trata del punto de vista de la persona en cuestión, y que no es necesariamente un reflejo fiel de la realidad.

Es importante enfatizar que no se trata aquí de presentar datos cuantitativos representativos, sino de mostrar una profundización del tema, que nos permita entender la relación media-política, más que medirla. Por esta razón se debe tomar en cuenta, que si bien el grupo entrevistado no es representativo para todos los actores involucrados en el tema, sus argumentos dejan ver algo de la profundidad de lo aquí planteado. Sin embargo, en vista de que argumentos extraídos de las entrevistas reflejan lo que el entrevistado ve a través de los espejuelos de sus propios paradigmas y convicciones, se ha complementado esta información con los otros métodos ya nombrados.

Parcialidad?

Es importante poner en claro que a pesar de haber tratado de recolectar datos de todos los puntos de vista posibles, la información que aporta a esta investigación representa solo una fracción de la información disponible. De la misma forma, los puntos de vista ilustrados en esta tesis no representan la visión de los actores mediáticos, políticos o académicos en general, sino los puntos de vista específicos de aquellos involucrados en este trabajo, y deben ser interpretados de esta forma, considerando que las conclusiones de esta investigación pueden estar influenciadas por dichos puntos de vista.

Por otro lado, es necesario enfatizar que las observaciones, extracciones, análisis y conclusiones hechas durante esta investigación, son influenciadas por la manera en la que yo percibo las cosas. En ese sentido se debe considerar el hecho que Bolivia es mi país de origen; he nacido y crecido en el. Esto significa que he observado y tomado nota por medio de los anteojos de una boliviana con formación académica holandesa. Esto sin lugar a dudas ha tenido consecuencias en la forma en que algunos aspectos hayan sido tomados como implícitos o (en ojos de otros) enfatizados innecesariamente. Sin embargo, se trata de que para usted, el lector, mi trabajo sea claro, conciso y en todo momento haga honor a la verdad. Con ese fin he tratado de en los próximos capítulos ser tan explícita y clara como me ha sido posible.

Conclusión

Se han repasado en éste capítulo conceptos y definiciones de los medios de comunicación y de la polarización política que forma el contexto de esta investigación. Posteriormente se ha establecido la función de los medios de comunicación como canales de información para la sociedad; en base a ellos se ha analizado como el cuadro ideal contrasta con cómo y en base a qué (intereses y relaciones) los medios de comunicación en realidad funcionan. Dentro de la relación medios de comunicación y política se ha establecido que los medios son el canal que conecta la política con la ciudadanía. Se ha determinado además que en la situación actual, los medios de comunicación han adquirido gradualmente un prominente rol en los procesos políticos, convirtiéndose así en actores estratégicos y/o protagonistas de dichos procesos. Como se explicará a fondo en el capítulo 4, también en Bolivia este es el caso.

Se fijó que la nueva prominencia de los medios de comunicación deriva en una relación político-mediática de poder donde, por un lado, los medios tratan de ejercer más control sobre el acontecer político, y por otro, actores políticos buscan formas de ejercer más control sobre los medios de comunicación. La nueva prominencia de los medios en combinación con tendencias de marketing político, han resultado en la personalización, espectacularización y sustitución del actor político por los medios de comunicación. De acuerdo a esta nueva relación, los medios y lo actores políticos usan distintas tácticas de interacción de acuerdo a sus intereses y al contexto en el que se encuentran. La teoría señala además que bajo determinadas condiciones, un tercer actor puede ejercer influencia en esta relación: el propietario de medios, que se involucra en esta relación y actúa en base a intereses (sea políticos o económicos) propios. Siguiendo estas pautas teóricas se analizará en los capítulos posteriores la realidad político-mediática en Bolivia, desglosando esta en tres aspectos (y capítulos): el contexto de polarización política (capítulo 2), la situación de los medios de comunicación (capítulo 3), y la relación político-mediática, enfatizando en la situación de Santa Cruz de la Sierra. Pero antes se presenta a continuación una justificación metodológica de la investigación.

2 Los procesos políticos

Respondiendo a la pregunta *¿Cuál son los procesos políticos que han llevado la situación de polarización política?* se presenta a continuación un recuento histórico de los momentos que fueron relevantes para el contexto de polarización para en base a ellos poder entender mejor el contexto que sirve de escenario para el tema de investigación.

Antecedentes

Bolivia se hizo independiente en 1825, el periodo que sigue a la independencia se caracterizó por una dificultosa (si no defectuosa) y discontinua consolidación estatal (Barragán 2008: 83). Los recursos del Estado nunca fueron divididos de manera equitativa entre los diferentes departamentos y regiones, sino que dependió de qué región o departamento era dominante en el momento (*Ibid*: 85). En consecuencia, el crecimiento del estado, que tuvo lugar principalmente durante el siglo 20, no fue la consecuencia de una expansión uniforme del estado (de adentro hacia afuera) sino más bien una expansión parcial en que reflejaba las demandas las élites políticas regionales o departamentales dominantes en un determinado momento.

Entre la consolidación republicana y la reapertura democrática en 1982, se conocen dos momentos importantes. El primero es la revolución de 1952 impulsada por los movimientos (mayoritariamente sindicatos agrarios y campesinos organizados de manera corporativa) agrupados en el MNR (movimiento nacionalista revolucionario). Los principales logros de la revolución fueron la instauración del voto universal y de una reforma agraria que reestructuró parcialmente el sistema de latifundios. Este periodo fue caracteriza por una política unipolar, en la medida en que el MNR ocupaba el escenario dominante y regulador de las representaciones y acciones políticas de la sociedad (Grey Molina 2008: 114-115). Más tarde, entre 1964 y 1982, como reacción a los procesos puestos en marcha por la revolución del '52, se ingresó a un periodo de autoritarismo dictatorial. A partir de 1978 se ingresa a un conflictivo procesos de reinstauración democrática que se cristaliza 4 años más tarde en 1982 cuando el primer gobierno civil es instalado (Mayorga 2009:1).

Este proceso histórico se desarrolla en un contexto de desigualdad y exclusión, hasta 1952 política, después económica y social de una gran mayoría de la población: una minoría urbana blanca gobernante, una gran mayoría indígena excluida, una clase media casi inexistente.

2.1 Reapertura democrática: democracia pactada y neoliberalismo (1982-2000)

En octubre de 1982 se reinició el ciclo democrático que es vigente hasta hoy. Desde instancias internacionales como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial se implantó en una mayoría de los países Latinoamericanos un modelo que suplantaría el sistema dictatorial por el democrático en lo político, y en lo económico, reemplazaría el sistema de proteccionismo estatal con una restructuración económica neoliberal basada en ajustes estructurales (para frenar hiperinflación), la capitalización de empresas, el saneamiento del estado y la liberalización del mercado (Mayorga 2009: 5).

En Bolivia se instauró un modelo democrático mixto (entre presidencial y parlamentario), para elegir un presidente se necesita una mayoría absoluta, en caso de que esta no se consiga existe la posibilidad de que le congreso elija al presidente. En este contexto, se formaron en este periodo gobiernos en base coaliciones de dos o más partidos para elegir al presidente. En base a este modelo se produjeron estrechas relaciones de cooperación, por un lado entre el poder ejecutivo y el legislativo y por otro entre los partidos políticos tradicionales en general; ellos necesitaban de ellos mismos para poder gobernar. Dos consecuencias resultaron de este modelo político. Por un lado se produjo una colisión de intereses dentro de los partidos tradicionales, también llamada democracia pactada, en la cual para gobernar y al mismo tiempo implementar las reformas neoliberales se formaban pactos entre partidos políticos que desarticulaban procesos de movilización en la población y permitían que las reformas fuesen implementadas (Lievesley and Ludlam 2009: 8-9). Por otro lado se inicia un proceso de depolitización y personalización de la política, es decir, los partidos ya no se apoyan en una visión ideológica propia de su partido en campañas y gobiernos, sino que construyen una imagen de un líder político atractiva para los votantes. De esa forma se produce una democracia de baja intensidad, donde la participación en elecciones es relativamente baja y la distancia entre los partidos pactados y la población crece y

resulta en la falta de receptividad a las necesidades de la mayoría de la población (Assies 2004:27,31; Mayorga 2006: 13 y 2009: 7; Harris 3003: 369). Conjuntamente con este proceso se dan un sin número de escándalos políticos de corrupción y nepotismo.

En cuanto a las reformas económicas, estas no llevaron a los resultados esperados. A finales de los '90 Bolivia se encontraba sumergida en una crisis económica profunda. Un gran porcentaje de la población encaraba desempleo estructural, o dependía de sueldos mínimos insuficientes y recurría a formas más informales de ingresos económicos (informalización de la economía). Una de las consecuencias de las reformas que más crítica ha recibido es el hecho de que estas concertaron las ganancias que resultaron de la liberación de la economía en un grupo reducido, exacerbando así la desigualdad existente aun mas. Algunos autores asocian la creciente desigualdad al legado de dominación colonial y el problema de las divisiones étnicas, ellos mantienen que si las reformas neoliberales en términos de los logros macroeconómicos no eran tan decepcionantes, se llevaron a cabo en un contexto de desigualdad ya existente y por tanto contribuyeron a agravar las desigualdades ya existentes aun mas (Assies 2004:38-39; Salman 2009: 97-99).

31

2.2 Crisis democrática (2000-2005)

“...un estado débil y una sociedad fuerte...”

(Gray Molina 2008: 109)

La combinación de reformas económicas decepcionantes y un sistema político distanciado de la población y sumergido en escándalos de corrupción, resultaron en una crisis democrática. La población se volvió sónica con relación a la política, la participación electoral bajó. Esto dio lugar a una serie de movilizaciones de protesta desde la sociedad civil que hicieron ingresar a al sistema partidario tradicional en una crisis de la cual no lograron salir (Hochstetler y Friedman 2008: 1-2, 24). Se nombran tres características importantes de este proceso de crisis: 1) la falta de confianza en el sistema existente, 2) una oposición ideológica (polarización) entre la política neo-liberal defendida por las elites industriales, y los movimientos sociales, y 3) la territorialización de esta oposición ideológica entre el oeste (los movimientos sociales indígena) y el este

del país o de media luna (la élite industrial). Estos tres elementos interactúan en un contexto de discriminación étnica que cubre todas las esferas del conflicto (Rojas Ríos 2008: 212; Crabtree 2009: 94).

Guerras del agua y del gas

La guerra del agua fue según Rojas Ríos reacción a una actitud “autista” del gobierno de turno, que no respondía al descontento y protestas de la población. La serie de protestas relacionadas con el agua comenzaron con la intención del gobierno de Banzer (1997-2001) de privatizar los servicios de agua de la ciudad de Cochabamba por la empresa Aguas del Tunari (parte de la multinacional Bechtel). El aumento desmesurado de las tarifas del agua resultó en quejas, y cuando estas no fueron escuchadas, se pusieron en marcha protestas desde distintas esferas de la sociedad civil urbana y rural, que llevaron a la cancelación del contrato con Aguas del Tunari. Según Rojas Ríos (2008: 42-44, 52) dos aspectos sobresalen en este conflicto. El primero es que dichas fueron organizadas por los grupos más diversos de la sociedad, agricultores, maestros, cocaleros (liderados por Evo Morales), la policía, las amas de casa, estudiantes y otros. La segunda es que esta serie de protestas dieron curso a un mecanismo externo que en los años posteriores funcionaría como contrapeso del sistema político tradicional, trasladando la política a las calles. Esto implica que, se crea una conciencia de que ante la creciente distancia entre el sistema político tradicional y la sociedad, y la indiferencia con que se tratan las demandas provenientes de dicha sociedad, mediante la cual grupos de la sociedad se dan cuenta de que es posible influir en la política en base a protestas (Rojas Ríos 2008: 49). Por otro lado el impacto de los conflictos en torno a la guerra del agua, fueron claramente perceptibles cuando en las elecciones del 2002 el partido no tradicional de Evo Morales, Movimiento Al Socialismo, salió segundo, clara indicación de que la posición de los partidos políticos tradicionales de había alterado (Crabtree 2009: 95; Rojas Ríos 2008: 71).

La violencia estalló una vez más en octubre del 2003, una vez que el gobierno del entonces presidente, Sánchez de Lozada, anunció sus planes de privatizar el gas boliviano, y exportarlo por Chile. Sánchez de Lozada intentó limitar las protestas con presión militar (que puso a la policía y el ejército contra la otra), lo que resultó en un gran número de víctimas (Rojas Ríos 2008: 81). En consecuencia su gobierno perdió el escaso apoyo que había logrado hasta entonces; Sánchez de Lozada fue entonces expulsado del gobierno y dejó el país huyendo. Este momento es señalado por algunos

autores el colapso de la posición hegemónica del sistema neoliberal (y por tanto los partidos políticos tradicionales) y la democracia simulada, refiriéndose a la democracia pactada. Lo que sigue a este periodo es lo que Rojas Ríos llama “democracia de alta tensión (Rojas Ríos: 90-96).

Al Gonzalo Sánchez lo sucedió su vicepresidente, Carlos Mesa. Durante su gobierno Bolivia atravesó un periodo de transición de una democracia basada en la desarticulación de movilización y una gran distancia entre gobierno y ciudadano, a una basada en la participación intensiva, diversa y conflictiva (*Ibíd.*: 108-110). La transición se efectuó en base a demandas de los movimientos sociales que fueron adquiriendo mayor importancia en la agenda de gobierno. A pesar de su diversidad, estas demandas se pueden categorizar en tres temas principales; dos de cobertura nacional: 1) La nacionalización del gas y 2) la creación de una Asamblea Constituyente (encargada de escribir una nueva constitución); y 3) mas de carácter regional (el oriente del país, denominado también *media luna*): la realización de una autonomía departamental. En base a estas demandas Mesa promulgó la instauración de una asamblea constituyente, que también debería el tema de la autonomía. Sin embargo, su indecisión sobre la demanda de nacionalización del gas resultó en una nueva ola de protestas que finalmente causaron su renuncia (Rojas Ríos 2008: 34-142).

El tema de la nacionalización del gas se presta como un buen ejemplo para entender las líneas que irían a dividir el país en los años posteriores. Por un lado los departamentos sin reservas de gas en su territorio son partidarios de la nacionalización de este material, la centralización y distribución equitativa de sus ganancias a todos los departamentos del país. Los departamentos donde se encuentran las reservas de gas son por otro lado partidarios de la mantención de inversiones internacionales y la división de ganancias porcentual, en base a donde están situadas las reservas. En base a estas posiciones enfrentadas se forman dos bloques inician la polarización. Al momento de la renuncia de Mesa, el país se encuentra dividido en dos regiones: la región occidental donde dominan los movimientos sociales indígenas que apoyan la nacionalización del gas y la instauración de una asamblea constituyente, y por otro está la región oriental, donde la población indígena es una minoría y se encuentran concentradas las principales industrias e inversiones del país. Desde este momento se traza un antagonismo permanente entre una “Bolivia productiva”, moderna blanca, rica y una Bolivia conflictiva, retrasada e indígena (Assies 2006:88). Desde la región oriental con Santa

Cruz a la cabeza (que junto con Tarija, Beni y Pando reciben sobrenombre de *media luna*) se inicia movimiento “con un alto grado de militancia” (Assies 2006:88) que demanda autonomía departamental y rechaza el centralismo del gobierno nacional¹⁰.

El estatuto de autonomía departamental propuesto por los departamentos concentrados en la *media luna* apuntaba a descentralización política, administrativa y fiscal con el fin de tener más control sobre las normas fiscales y financieras y el control de los recursos naturales que pertenecen al territorio departamental (Crabtree 2009: 102; Mayorga 2006: 61; Eaton, 2007: 75). En este contexto de enfrentamiento político y regional, el líder de los movimientos sociales sube al poder.

2.3 Polarización y conflicto (2005-2009)

Si bien en el periodo previo al triunfo electoral de Morales el país ya se había embarcado en un proceso de confrontación y conflicto, fue a partir de este momento que se ingresó en un cuadro de extrema polarización que trascendería todas las esferas institucionales y sociales en los próximos dos años.

34

Morales al Poder

En diciembre de 2005, Evo Morales ganó las elecciones con el 53%. Este triunfo histórico contrasta las victorias electorales de las elecciones anteriores, caracterizadas por baja participación electoral y fragmentación de votos. La victoria de Morales marcó una ruptura con el modelo neo-liberal y el sistema de partidos tradicional. Durante su inauguración el gobierno de Morales se comprometió a remediar disparidades económicas, sociales y étnicas en el país (Rojas Ríos 2008: 172). Esta victoria rotunda no se vio sin embargo reflejada en todo el país. Mientras su victoria fue histórica para Bolivia, el partido de Morales fue segundo en los departamentos de la *media luna*. Por otro lado en enero de 2005 en Santa Cruz la población se manifestó a favor de la

¹⁰ Las diferencias regionales han formado parte integral de la historia de Bolivia. La naturaleza altamente centralizada del Estado boliviano es crucial para el sentimiento de exclusión que vive en los departamentos orientales. De acuerdo con estos departamentos, el gobierno central ha velado por los intereses de los departamentos occidentales, impidiendo hasta 1950 el desarrollo de los departamentos orientales. Por otro lado Eaton (2008:77 -80) mantiene que pese al sentimiento de exclusión de estos departamentos, durante el periodo dictatorial se ha invertido en la región, gracias a la estrecha relación que Santa Cruz mantuvo con algunos de los regímenes. En consecuencia, especialmente durante el régimen del general Banzer se estimuló la economía regional en base a lo cual Santa Cruz pudo convertirse en el centro industrial de Bolivia.

autonomía (Segundo cabildo abierto) organizando la manifestación más grande de la historia Boliviana (Eaton, 2008: 84).

Asamblea constituyente

“Los actores del diálogo tenían un doble discurso: negociación en la mesa y confrontación en el espacio público.”

(Mayorga 2009: 95)

Después de la victoria de Morales se formó la asamblea constituyente que entre 2006 y 2008 conformó el nuevo documento constitucional. Desde la conformación de la asamblea el proceso fue conflictivo, el MAS tenía una mayoría en la asamblea, (la oposición estaba subrepresentada), mientras que el debate de la reivindicación étnica y social, las propuestas de nacionalización y autonomía se debatían todas en la asamblea en torno a la nueva constitución. El proceso de aprobación de la nueva constitución se llevó a cabo en un clima de enfrentamiento extremo y violencia. En suma, la oposición había ganado las elecciones prefecturales en una mayoría de los departamentos y tenía la mayoría en la cámara alta, en ese sentido el gobierno estaba dividido (Mayorga 2009:70). E produjo entonces una clara división bipolar entre el oficialismo y la oposición en todas las arenas políticas (*Ibid:* 69). Esta polarización institucional se extendió a las calles; la sociedad se organizó en dos polos que resultaron en un enfrentamiento de civiles nunca antes vivido en Bolivia (Mayorga 2009: 24). En este contexto Mayorga (2009: 70) habla de tres tipos de divisiones a) una división gubernamental entre poder ejecutivo y legislativo (el senado estaba en manos de la oposición, b) una división vertical de poderes enfrentados: el gobierno central contra las prefecturas en manos de la oposición, y c) una asamblea constituyente dividida por las demandas antagónicas de la sociedad e influenciada por la violencia vivida en las calles.

A fines del 2007, el documento constitucional se aprobó en Oruro y no en Sucre, sede oficial de la asamblea, y se aprobó con una mayoría absoluta y no por dos tercios de los votos como anteriormente fijado, lo cual llevó a un incremento de la violencia. Esto exacerbó el grado de polarización y dio lugar a nuevos enfrentamientos. Anteriormente se habían creado entidades civiles supra organizativas que promulgaban

las demandas de ambos polos; el CONALDE¹¹ (Consejo Nacional Democrático), conformado por cívicos y políticos de la *media luna* dirigía la lucha autonómica, y, el CONALCAM (Coordinadora Nacional por el Cambio) defendía los cambios promulgados por el gobierno de Morales. Estas dos entidades se hicieron cargo de la confrontación que siguió después a la aprobación de la constitución. La confrontación en los meses que siguieron se agudizó, el conflicto estuvo vinculado a la vigencia de la regla: dos tercios de los votos de la asamblea que no había sido respetada (Mayorga 2009: 83). Con el CONALDE y el CONALCAM se produjo una territorialización de conflicto que a partir de este momento se agudizaría aun más. En cuanto al contenido de la constitución, el enfrentamiento gira en torno a dos temas principales: la distribución ganancias relacionadas con los recursos naturales (en especial gas) y la distribución de tierras (Weesbrot y Sandoval 2008: 1-3; Rojas y Ríos 2008: 198-200).

Sucre/ Pando

La confrontación política conoció su cenit el 2008. Primero en mayo del 2008 indígenas fueron víctimas de violencia en la ciudad de Sucre. Seguidamente en septiembre se desató la violencia, primero en Santa Cruz y Tarija, ambas parte de la *media luna*, donde oficinas asociadas con el gobierno fueron tomadas por organismos extremos como la Unión Juvenil Cruceñista, casi simultáneamente ocurrió una masacre de indígenas en el departamento amazónico de Pando. Este violento incidente costó al menos 20 vidas, 40 heridos y cientos de damnificados y perseguidos y refugiados políticos, uno de los momentos que ha conocido Bolivia. Pando marco un cenit de en este periodo de polarización política, enfrentamiento y violencia (Crabtree 2009: 104). Para poder ilustrar mejor la violencia vivida en Bolivia en esos días, a continuación se muestra en el cuadro 4.1 resumen de lo que fue el día 12 de septiembre (un día después de Pando) según el diario *El Deber* (Santa Cruz).

¹¹ Mientras que el gobierno representaba un frente compacto, la oposición estaba dispersa y fragmentada. Entonces, bajo la iniciativa de los sectores sociales partidarios de la autonomía se creó e institucionalizó el CONALDE que conformaría un bloque compacto de movilización en defensa de la autonomía departamental (departamentos de la *media luna*) (Mayorga 2009: 84-85).

Cuadro 4.1: 12 de septiembre del 2008 en el diario *El Deber* (resumen)

BAÑO DE SANGRE. Bolivia vivió un 11 de septiembre negro por la muerte de al menos ocho personas en Pando. Se teme que la cifra de fallecidos suba a 20, mientras que heridos son 30. Fue por choques entre civiles.

AL MENOS 8 MUERTOS EN ENFRENTAMIENTOS EN PANDO. Seis horas de tiroteos entre campesinos afines al gobierno y opositores provocaron luto en el departamento amazónico. Se teme que la cifra se eleve a más de 20. Sucedió en el municipio Porvenir.

“Días antes, las informaciones sobre dos camiones, una vagoneta y dos camionetas que transportaban 250 zafros de Riberalta, alumnos de la normal de Puerto Rico a Filadelfia había llegado a Cobija”

“Lo que no está claro es quien disparó primero”

“según las versión de los pobladores de Porvenir, ellos se movilizaron para bloquear los camiones en los que veían los zafros. Admitieron que maquinaria de las prefectura los ayudó ...según ellos sorprendidos por los Masistas que comenzaron a dispararles con salones calibre 22 y escopetas”

“Por el lado de los oficialistas la historia da la vuelta. Miguel Becerra, líder de la agrupación ciudadana Movimiento Amazónico de Renovación (MAR) asegura que la balacera se desato después que un funcionario de la prefectura de Pando atropelló a dos campesinos. Luego todo fue una confusión. “

“En ese momento comenzó la tragedia. Los zafros mataron a dos personas, un poblador de Porvenir ...y el funcionario de la prefectura Pedro Oshiro, que fue capturado en su vehículo y matado con un disparo ascendente que le entró por debajo del mentón y otro en la sien.”

“Después nos persiguieron. Nosotros nos dispersamos en el monte, porque nuestros vecinos de Filadelfia nos estaban esperando por detrás”

“De ambos lados había una organización para la matanza. Los oficialistas se reconocían entre si a través de cintas amarillas amarradas en las muñecas”

“Les dispararon como cazando troperos. Esos cueros se los llevo el río, están en el monte o en los arroyos. Esas cifras que sacan en la tele no son ciertas, por lo menos hay 20 muertos más’ dijo un poblador de Porvenir “Es una pena lo que pasó pero ellos (zafros) tampoco eran cristianos”

“Todos los que tuvieron alguna alianza con el Gobierno han pasado a la clandestinidad y temen por sus vidas”

Oficialistas y opositores se acusan. El gobierno promete juicios. Autonomistas los acusan de genocidio. Duelo nacional por 24 horas por los 8 muertos.

Tomas llegan a 24 horas en oficinas estatales. Unionistas y universitarios tomaron ayer siete instituciones. Solo hubo violencia en CIDOB y CePS.

“Los funcionarios del INRA y de la aduana están trabajando en la clandestinidad luego que sus oficinas fueros saqueadas el martes.”

El prefecto del departamento Rubén Costas indicó que se trató de acciones de resguardo de dichas oficinas porque son patrimonio del pueblo”

Roli Aguilera, luego de agradecer a las personas e instituciones que participaron en las tomas, refirió que la asamblea departamental está elaborando las leyes correspondientes para manejarlas como contempla el estatuto autonómico, ‘de esta manera iremos construyendo la autonomía departamental por la que todos seguimos luchando”

Guarayos invadirán pueblos afines al MAS. Chiquitanos deciden hoy otras medidas.

Cossío llama al dialogo. Los cívicos tarijeños sostienen la presión. El prefecto pide dialogar.

Radicales asedian a la prensa

La violencia vivida en septiembre del 2008 marcó un punto de regreso dentro del enfrentamiento político, rápidamente después se llegó ambos polos sobre el contenido del documento constitucional. Finalmente el 25 de enero de 2009, se aprobó la nueva versión mediante un referéndum. En base a esta nueva constitución la república de Bolivia se fue a llamar estado plurinacional e intercultural con autonomías de Bolivia. La nueva Constitución apunta a resolver desigualdades sociales y económicas en especial de los pueblos indígenas. Con este propósito se intenta centralizar, ampliar y redistribuir ganancias extraídas de la explotación de los recursos naturales y de la redistribución agraria, precisamente los aspectos que representaron el núcleo del enfrentamiento político y regional¹². Por otro lado las demandas sobre un mayor control administrativo y fiscal y de los recursos naturales no fueron incluidas en la constitución (Mayorga 2006: 61).

Pacificación

Entrevistas y observaciones realizadas durante mi trabajo de campo (mayo- septiembre 2010) sugieren que después del enfrentamiento en Pando, la oposición, indecisa de cómo redirigir su agenda, se ha ido debilitando y fragmentando. Esto también se ha reflejado en los resultados del referéndum para la nueva constitución (enero del 2009) y el segundo triunfo electoral de Morales (diciembre 2009). Esto da cuenta de un reacomodo de poder en el que el partido de Morales domina el gobierno, las cámaras alta y baja y la asamblea. En base a ello se percibe aun ligera pacificación y un cauteloso acercamiento entre el gobierno de Morales y la oposición.

Conclusión

En base a la pregunta *¿Cuál son los procesos políticos que han llevado la situación de polarización política?* se han repasado en este capítulo los procesos que han llevado a la polarización política que se vivió en Bolivia en los últimos años. En este contexto se han mostrado tres momentos en el proceso democrático de Bolivia: el periodo de reapertura democrática (una democracia caracterizada por una estrecha cooperación interpartidaria) y reestructuración neoliberal, posteriormente el periodo de crisis que resultó de los decepcionantes resultados de las reformas neoliberales y la acrecentada distancia entre el sistema político y la sociedad, y finalmente, el periodo de simultaneas

¹²Referente a la autonomía departamental demandada por los departamentos de la *media luna*, ésta ha sido incluida en la Constitución empero el gobierno mantiene el control sobre la extracción de recursos naturales.

ampliación democrática y polarización política que tuvieron curso a partir del triunfo de Morales el 2005.

Se ha descrito una situación de polarización y conflicto que no muestra una simple relación tensión entre las demandas sociales y las instituciones estatales sino que se va entrelazando con relaciones de tensión en otros niveles, por ejemplo regionales y étnicos. Esto hace que la situación de polarización, si bien se percibe desde adentro en términos absolutos: gobierno vs. oposición, CONALDE vs. CONALCAM, nacionalismo y reivindicación vs. autonomía, desde afuera se percibe una situación más compleja, donde distintos tipos de demandas y necesidades se han entrelazado y entrecruzado en un conflictivo y tensionado tejido que tu su cenit de confrontación y violencia en septiembre del 2008 en Pando.

La violencia vivida en Pando ha marcado un punto de cambio en el cuadro político, que se demostró claramente con el resultado de las elecciones nacionales del 2009: una mayor concentración de poder para el gobierno de Morales en frente a una oposición debilitada y fragmentada. Si bien los antagonismos enunciados en este capítulo de cierta forma persisten, este reacomodo de poder político parece haber sido antesala a un nuevo periodo de cautelosa pacificación.

A continuación, en el tercer capítulo, se introduce una revisión del desarrollo histórico y de las características de los medios de comunicación en Bolivia, haciendo hincapié en la situación de los medios de comunicación privados ligados a la ciudad de Santa Cruz.

3 Los medios de comunicación en Bolivia

Después de haber repasado las pautas teóricas necesarias para abordar el tema de investigación y en base a la pregunta *¿Cuál es el origen, los patrones de evolución y las características de los medios de comunicación en Bolivia?* se repasará ahora el proceso histórico que atravesaron los medios de Comunicación y sus características y tendencias más relevantes. En vista de que la investigación se concentra en Santa Cruz, se describirá los medios de comunicación relacionados con esta ciudad con mayor énfasis.

3.1 Recuento histórico hasta 1982

La imprenta llegó a Bolivia, que por entonces se llamaba Alto Perú, alrededor del año 1612, específicamente a los colegios de la Compañía en Chuquisaca. Siguiendo las tendencias occidentales, en la prensa (propiedad de oligarcas locales, por entonces sólo disponibles en forma de manuscritos y carteles) predominaba el contenido político, y tenía como objetivo más importante dañar la reputación de la corona española. Se utilizaron como instrumentos movilizadores de insurrecciones y contribuyeron así a la independencia de la región (Gómez Vela 2006: 150-155). Los primeros periódicos de la República de Bolivia (*La Gaceta de Chuquisaca* y *El Cóndor*) son considerados como "... un instrumento vital en el proceso de consolidación de la república de Bolivia" (*Ibid*: 156). A partir del nuevo contexto socio-político de la consolidación republicana en adelante, los enfrentamientos de la lucha por el poder estatal se reflejaban en los medios de comunicación; "... instrumentos políticos, altavoces para comunicar los propósitos de la casta a las masas, pero sin escuchar las aspiraciones de estos" (*Ibid*: 158).

El poder político y la libertad de prensa se concentraron alrededor de los mismos grupos de personas, que publicaban sus resultados y deseos políticos, a partir de una suposición ideológica de que sus propias apreciaciones eran favorables para el resto, que, dado el gran número de analfabetismo, era un escaso número de personas. Sin embargo, el contenido de estas publicaciones se leía con avidez y era reproducido oralmente por la élite, y por lo tanto de gran influencia para las decisiones políticas que la sociedad boliviana tomaba. Este es el escenario en el que los medios de comunicación

de Bolivia entraron en el siglo 20 (*ibid*: 160). De ser un instrumento puramente político, la prensa boliviana poco a poco se convierte en el representante de las ideologías de la burguesía de la cual los propietarios de los periódicos eran parte. De esa forma, entre los primeros diarios, *El Diario* de La Paz (1905) era conocido como un periódico liberal, mientras que *La Razón* (1917) representaba los intereses del partido republicano. Por otro lado estaban *Última Hora* (1929) considerado como un periódico moderno, y *La Calle* (1936), que desde 1942 era el portavoz del MNR (Movimiento Nacionalista Revolucionario) (Grebe 2008: 139, Gómez Vela 2006: 160). En estos periódicos se perciben los primeros pasos de la prensa como un ente comercial, que según Gómez Vela (2006: 163) se basada en dos premisas fundamentales: ejercer influencia y crear y acrecentar beneficio. Es decir, en base a los enlaces que la prensa tenía con determinados grupos, esta utilizaba su influencia para lograr ciertos cambios, que dependiendo del grupo al que representan, podían ir desde la preservación del *status quo*, hasta la transformación de determinadas estructuras políticas o sociales. Durante la guerra del Chaco (1931-1934) también la primera radio del estado boliviano entró en el aire con el objetivo de crear un "sentimiento nacional" que acompañara el periodo de guerra.

42

La revolución de 1952 liderada por el MNR, impuso una reestructuración de los medios de comunicación, que habían trabajado con tanto fervor para desacreditar el movimiento impulsado por el MNR, a fin de preservar el statu quo. Aparecieron entonces nuevos medios que iban más acorde con la Revolución (Cajías 1995:16). Los diarios privados fueron sustituidos por tres diarios financiados por el estado: *La Nación*, *La Tarde* y *El Pueblo*; los propietarios de los diarios privados fueron en algunos casos (Demetrio Canelas de *Los Tiempos*) deportados, en otros obligados a cerrar sus puertas. Esta línea política se mantuvo el período dictatorial de los años 60 que sucedió a la revolución, con pocos cambios positivos con relación a los medios (Gómez Vela 2006: 165). Lo que salta a la vista de este período es que la cobertura de las radios empezó a crecer. Por consiguiente la prensa escrita tuvo que compartir su lugar privilegiado de único canal informativo con las radios. La principal diferencia entre ambos, prensa escrita y radios, era que mientras lo diarios eran propiedad de la elite y el estado (y por lo tanto representa los intereses de estos), las radios eran propiedad, y por tanto representaban los intereses, de distintos grupos de la sociedad (la iglesia católica, sindicatos, constructores, campesinos y otros grupos sociales) (Gómez Vela 2006: 157).

El golpe militar de Hugo Banzer Suárez en 1972 dio lugar a la reapertura de algunos de los periódicos cerrados durante el régimen de MNR. Sin embargo, una vez en el poder, Banzer restringió nuevamente las posibilidades de crítica de los medios de comunicación privados y utilizó los medios estatales (periódicos, radio y desde 1969 también de televisión) para brindar información propagandística a los hogares bolivianos. Un hecho característico de este periodo es la persecución de periodistas. Decenas de ellos terminaron en cárceles políticas o fueron deportados (Ibid: 167). En este clima de represión, la mayoría de los medios de comunicación según Gómez Vela (2006: 168) tuvieron que ajustar su discurso a favor de que los regímenes dictatoriales. Una excepción fueron los medios de comunicación propiedad de la iglesia, en especial el semanario *Aquí*, fundado por el jesuita y activista de derechos humanos Luis Espinal, que se mantuvo en la lucha por la democracia y la libertad de prensa. Durante el régimen represivo de Luis García Meza (1980-1981) Luis Espinal fue encarcelado, torturado y asesinado. Por otro lado según Lupe Cajías, durante el periodo de la dictadura, los medios de comunicación en general mantuvieron una actitud de resistencia y militancia (no solo de periodistas, como lo recalca Cajías, sino también, directores y propietarios de medios); en su gran mayoría los medios de comunicación se resistieron a los intentos de censura por parte del gobierno (Cajías 1995: 20).

Los medios de comunicación privados (que no incluían radios y periódicos de la iglesia, ni los medios pertenecientes a sindicatos y otros grupos de la sociedad civil), mantuvieron una posición un tanto indiferente hacia la dictadura, hasta que empezaron a encarar pérdidas económicas debido a las restricciones en la cobertura. Desde ese momento se inclinaron activamente a favor de la democracia. Se dice sobre el rol de los medios en este periodo, que fueron el instrumento a través del cual la conciencia democrática de la sociedad se reactivó (Gómez Vela: 168-169). En especial los medios de la iglesia católica (radio y periódicos) jugaron un papel importante en el periodo de la restauración democrática, empeñándose en la defensa y difusión de la voz de la sociedad civil a través del periodismo.

3.2 Reapertura democrática- Privatización de medios

Después de la reapertura democrática se dieron más posibilidades para la creación de medios privados. Uno de los cambios mediáticos más importantes de la época es la

irrupción de la televisión privada En 1984 la televisión privada sale al aire. La idea original fue crear un monopolio de televisión privada bajo la bandera de Unión de Teledifusoras Privadas, pero se vio frustrada a medida que nuevos canales de televisión locales empezaron a emerger (Mayorga 2003: 119). En consonancia con reformas coyunturales, desde 1985, la economía boliviana se empezó a liberalizar¹³, y con ella también la liberalización de la comunicación y la información se llevaron a cabo. En 1990 los empresarios de medios tradicionales, como la familia Canelas (familia del empresario mediático de los '40 Demetrio Canelas), propietaria del diario cochabambino *Los Tiempos*, recuperó su posición con la reapertura del periódico *La Razón*, que en las palabras del propietarios Jorge Canelas fue inaugurado "a la luz de una economía de mercado" (citado por Gómez Vela 2006: 170). A diferencia de otras áreas de la economía, como la energía eléctrica y la minería, donde se impusieron restricciones al proceso de privatización, el gobierno se mantuvo al margen en el proceso de privatización y proliferación de los medios. De esta forma inversores mediáticos ingresaron al mercado de una forma casi irrestricta y carente de regulaciones (Archondo 2003: 224).

Otro componente fundamental del nuevo ciclo que llegaba con la televisión es la irrupción del marketing en la comunicación, un mecanismo inducía a los medios en un modelo competitivo en el que se precisaban noticias que se vendan. Dentro de este mecanismo predomina la idea de que las buenas noticias no son noticias: la mala noticia y el escándalo son lo que vende. Esto da curso a una tendencia a la noticia sensacionalista (este tipo de periodismo es también llamado periodismo *light*, donde la noticia tiene un fin de entretenimiento más que de información). Se inició un periodo en el que los medios de comunicación, como cualquier otra empresa privada, se desenvolvían en función del mercado, bajo la lógica de acrecentar ganancias (Cajías 1995: 27; Rojas y Peñaranda 2003: 22). En ese contexto Gómez Vela sostiene que la libertad de prensa fue convenientemente interpretada por los empresarios de los nuevos medios como la "libertad de empresa" [prensa en función de la empresa en vez de empresa en función de la prensa] (Gómez Vela 2006: 170). En 1993, con el gobierno de Gonzalo Sánchez de Lozada (Goni), del MNR los ajustes neoliberales centralizados en procesos de liberalización y privatización, se profundizaron aún más. Para los medios de comunicación esto significó un gran incremento de la publicidad privada y la incursión

¹³ por decreto, ley 21060.

del marketing político (ver capítulo 5). La liberalización y privatización en los medios provocó la quiebra de algunos diarios (*Presencia, Hoy y Última Hora*), que no pudieron seguir el paso al rápido proceso de actualización y comercialización. Los diarios que lograron mantener su posición fue a costa de grandes ajustes estructurales (*Ibid*: 172).

3.3 Concentración de medios

Con el fin de sobrevivir la nueva tendencia de competencia comercial, una gran mayoría de los diarios nacionales se fusionó alrededor de nuevos grupos empresariales de periodismo y comunicación. El Grupo Canelas (*Los Tiempos*), el Grupo Garafulic (*La Razón*) y el Grupo Rivero (*El Deber*) fueron los primeros y más importantes. Más tarde, el Grupo Canelas y Grupo Rivero fusionaron y formaron, junto con la red televisiva de periodistas PAT (Periodistas Asociados de Televisión) el Grupo Líder, del cual nació también diario paceño *La Prensa* (entrevista Ortiz). Este es un periodo de grandes cambios dentro del concepto medios de comunicación. Por un lado está la integración de pequeñas y medianas empresas en los ya nombrados grandes conglomerados empresariales mediáticos. Por otro lado persiste y se acentúa la tendencia de los medios al sensacionalismo, que predomina cada vez más en el contenido y formato noticioso. Un estilo de prensa, llamada por algunos *amarillista* (Rojas Ríos: 2008: 219; Mayorga 2003:129), donde el escándalo en las noticias (especialmente políticas) son la primicia; “el paso del periodista clínico al periodista cínico” (Rojas Ríos y Peñaranda 2003: 22).

Ambas tendencias emergen conjuntamente y están estrechamente ligadas. Los conglomerados mediáticos trabajan en base a la lógica de crecimiento de ingresos, y el sensacionalismo se convierte en una tendencia desde la lógica que “el escándalo vende”, entonces, mientras más sensacionalista la noticia más venderá. Un efecto secundario de esta combinación crecimiento de ingresos- sensacionalismo es también la rápida emergencia y proliferación de los periódicos de crónica roja. Cada uno de los grupos periodísticos nombrados anteriormente creó además de los diarios serios de contenido noticioso, diarios de crónica roja [diarios con información empapada de sensacionalismo y escándalos] como en el caso del periódico *Gente*, del Grupo Líder; los diarios más prestigiosos y los más sensacionalistas del país eran propiedad de los mismos inversores.

En este contexto, a finales del siglo 20 los medios de comunicación bolivianos pasaron de un periodismo contestatario y de partido, a uno más comercial-ideológico, que se fue concentrando en un número cada vez más reducido de empresas “el periodismo y los medios de comunicación al servicio del mercado (Gómez Vela 2006: 173; Mayorga 2003: 129; ONADEM 2009: 18).

Tipos de inversiones

“Un terrateniente propietario de una cadena de empresas agroindustriales y de un canal de televisión. ¿Podrá dejar que los periodistas de su medio de comunicación informen con independencia sobre una reforma agraria o redistribución de tierras?, (...) Tal vez sí, tal vez no, pero la duda persistirá.”
(Gómez Vela 2010: 42)

Con excepción de los medios de comunicación propiedad de la iglesia (que se concentra en la organización Educación Radiofónica de Bolivia ERBOL y son financiados exclusivamente por la iglesia), los medios de comunicación de Bolivia se concentran principalmente en torno a seis grupos multimedia: Prisa, Canelas-Rivero (Grupo Líder), Kuljis, Monasterios, Daher y uno controlado por los grupos protestantes y evangélicos (Gómez Vela 2006: 173; observaciones propias). Como se explicó anteriormente (ver cap. 1) se han identificado tres tipos de concentraciones mediáticas: a) concentraciones horizontales: relaciones de intercambio de servicios con mínima coordinación, b) concentraciones verticales: ampliaciones de un medio de comunicación hacia empresas relacionadas con su pre o pos producción, c) concentraciones diagonales: la fusión de empresas de distintas áreas del mercado, que, en eventualmente pueden articularse para beneficio mutuo (Archondo 2003: 92-93).

Dos concentrados mediáticos horizontales son por ejemplo el grupo Canelas (grupo mediático Cochabambino) y el grupo Rivero (grupo mediático de Santa Cruz), que juntos conforman el Grupo Líder. Se encuentran asociados en sus filas los periódicos más importantes del país. Al grupo Rivero nos referiremos con más detenimiento más adelante cuando repasemos la situación de los medios en Santa Cruz.

Dentro de las concentraciones verticales, probablemente uno de los ejemplos más sobresalientes sea el grupo Prisa, el conglomerado mediático español, propietario o accionista de un gran número de empresas mediáticas en Europa y Latinoamérica de

entre otros el diario *El País* de España, que en Bolivia controla los diarios *La Razón*, *El Nuevo Día*, *Extra*, *Editoriales Santillana*, el sitio web de Bolivia.com y una de las cadenas de televisión más importantes de ATB (Archondo 2003: 259-265).

Por último están las concentraciones de tipo diagonal, un fenómeno común en Bolivia. Por ejemplo, Ivo Kuljis accionista mayor del Grupo Kuljis, Red Uno (ver también capítulo 4), quien es además importante accionista bancario (Banco Económico), propietario de empresas relacionadas con la agroindustria (extensiones territoriales, soya, carne), bienes raíces y otros, y ha sido también candidato a la vicepresidencia por Conciencia de Patria (1993), Unidad Cívica Solidaridad (1997), Nueva Fuerza Republicana (2002), es también el propietario de la cadena de televisión *Red Uno*; o la familia Monasterios, propietarios de la red televisiva Cruceña (de alcance nacional) UNITEL que también tienen inversiones en la agroindustria (grandes extensiones territoriales, sociedad agropecuaria), en la banca (Banco Ganadero), casas importadoras y otros, además Oswaldo Monasterios fue senador por el MNR (Gómez Vela 2006: 174-178 y 2010: 28-29, entrevistas Talavera, Andia y Patzzi).

En el capítulo teórico se había señalado que concentración empresarial no necesariamente es algo negativo, ya que proporciona por ejemplo posibilidades de crecer y efectivizar el rendimiento de los medios en cuanto a pluralidad de fuentes, rapidez y la calidad del producto, además de la independencia económica (Archondo 2003: 89-90). Sin embargo, concentración en general puede también resultar en un recrudescimiento de la competencia (como se mostrará a continuación en con el ejemplo de Garafulic) entre pocos pero poderosos actores. Además, en el particular caso de las concentraciones diagonales se corre el riesgo de que bajo esta lógica los propietarios mediáticos tiendan a utilizar sus medios en beneficio de sus otras inversiones. Los empresarios mediáticos son "dueños" de la información, es decir, independientemente de la que autonomía que periodistas y redactores puedan tener, los propietarios se encuentran en la posición de influir la construcción y publicación o difusión de la información dentro de su propio medio y muchas veces lo hacen (Archondo 2003:93). Existe un número de casos concretos que ejemplifica claramente los riesgos de este tipo de influencia de propietarios en sus propios medios, el ejemplo más emblemático es probablemente el caso del empresario Garafulic.

Caso Garafulic

Rafael Archondo presenta una radiografía de la relación económica político-mediática en base a una ilustración extensiva del caso Garafulic. Raúl Garafulic pertenecía al grupo de inmigrantes croatas que llegó a Bolivia a principios del siglo XX, sus primeros negocios se concentraron en el sector de la minería. Durante el periodo dictatorial y en base a las relaciones que mantenía con el general Banzer, Garafulic fue designado como responsable del canal estatal. Más tarde, en el periodo de privatización de los medios, Garafulic estuvo a cargo del primero proyecto televisivo privado, la red ATB (Asociación Boliviana de Teledifusoras). Durante los años '90 Garafulic fue rápidamente apoderándose de otros medios de comunicación, entre los cuales diarios en las tres ciudades más importantes del país [*El Nuevo Día* (Santa Cruz), *La Razón* (La Paz), *Opinión* (Cochabamba)], el diario de crónica roja *Extra*, la red televisiva RTP, además de su propia red ATB. Hasta aquí la concentración fue horizontal. A causa de la fusión entre la red televisiva ATB y los diarios recientemente adquiridos, se empezaron a producir las primeras formas de censura: diarios propiedad de Garafulic tenían prohibido publicar cualquier tipo de crítica sobre su red televisiva (ATB). Gradualmente su intervención en la producción de noticias de sus nuevos diarios fue aumentando. El tiraje de los diarios de subió artificialmente en base promociones y regalos que venían con el diario (CD's, partes de enciclopedias y otros), buscar la primicia noticiosa pasó al segundo plano y el tiempo dedicado a la producción de noticias fue restringido (*Ibid*: 240-241). Se adoptaron también estrategias frente a la competencia, por ejemplo: diarios pertenecientes al grupo Garafulic rebajaba sustancialmente sus precios de venta en días claves, lo que los colocaba en una posición ventajosa frente a la competencia. Ser propietario de un número considerable de diarios, revistas, portales digitales y canales de televisión, acrecentó el poder del grupo como empresa, y proporcionó las posibilidades de valerse del capital y posición acumulada para poner en desventaja a la debilitada competencia.

Un dato interesante acerca de cómo Garafulic financió la ampliación de sus inversiones mediáticas concierne una vez más su relación con el ex dictador Banzer, que en 1997 sube nuevamente al gobierno (aunque esta vez democráticamente elegido). Se dice que Garafulic habría podido acumular tantos medios gracias a un préstamo de la Corporación Andina de Fomento que fue tramitado por el gobierno de Banzer (*Ibid*: 247). La lógica detrás de esta cooperación consistía en que Banzer ayudaría a Garafulic

a acumular la mayor cantidad de medios y a cambio Garafulic garantizó protección mediática al gobierno Banzer; se trataba entonces de una cooperación mutua. Al respecto Archondo señala: “varios de los ejecutivos y reporteros que estuvieron en la fase posterior a Molina (Jefe de redacción del diario *La Razón* que renunció a causa de las presiones ejercidas por el propietario) señalan ahora sin dudar, que en efecto existía un acuerdo de no agresión pactado por Garafulic a favor del Presidente (Banzer)”...“el 6 de agosto de 1998, el director Garafulic ordenó que una página completa en la que se hacía una evaluación moderadamente inamistosa del gobierno de Banzer fuera remplazada por un aviso, la sustitución se dio en toda la cadena de diarios, lo cual la hizo más notoria” (*Ibid*: 253). Se habla entonces de una forma de censura directa en el contenido de los diarios por el propietario y en base propios intereses.

Como reacción a esta acumulación de poder mediático sin precedentes, se produjo un acercamiento entre las dos familias con tradición periodística más importantes del país; la familia Canelas (diario *Los Tiempos* de Cochabamba, *Correo del Sur* de Sucre) y la familia Rivero (diario *El Deber* Santa Cruz) quienes junto con el diario *La Prensa* de La Paz (de Jorge Canelas) y la red televisiva PAT conformaron el grupo Líder (*Ibid*: 254). Más adelante, en el inciso de los medios en Santa Cruz nos referiremos con más detenimiento a este grupo. La concentración mediática iniciada por Garafulic llevó entonces al recrudescimiento de la competencia y desencadenó una ola de concentración mediática.

Más adelante, durante la crisis económica y política que arriba el 2000 (ver capítulo 4), llega a Bolivia el consorcio mediático español Prisa, gracias a gestiones consolidadas por el empresario Garafulic para la fusión de su grupo mediático con Prisa. Uno de los beneficios que Garafulic ofrece a Prisa son sus contactos políticos, mediante los cuales, por ejemplo se hace posible que el entonces ministro de educación (Hoz de Vila) (además socio accionista de Garafulic en la red televisiva ATB) dé la licitación para los libros escolares utilizados en la reforma educativa a Santillana, la editorial especializada en libros escolares propiedad de Prisa (*Ibid*: 263). El grupo Garafulic vendió entonces 50 % de sus acciones al grupo internacional Prisa, con lo que se produjo una concentración vertical entre ambos. Al mismo tiempo que el grupo mediático crecía como empresa, Garafulic iba adquiriendo inversiones en otras áreas de la economía (diagonales); urbanizaciones, fábricas y otras empresas.

La aerolínea aérea Lloyd Aéreo Boliviano (LAB), había sido parcialmente privatizada en base a las reformas neoliberales en 1995 y desde entonces era propiedad de la empresa aérea Brasileira VASP. Garafulic estaba interesado en comprar la empresa y con el fin de lograrlo lanzó una campaña de desprestigio de esta desde sus periódicos, publicando con énfasis documentos que daban cuenta de las malas condiciones de la línea. Como se afirma en declaraciones de los trabajadores de sus diarios (ilustradas en la investigación de Archondo), el material para todas las primicias periodísticas sobre el LAB eran proporcionadas por el mismo propietario de los diarios, Raúl Garafulic (*Ibid*: 296, Entrevista Ortiz). A consecuencia de esta campaña de persistente desprestigio (sobre lo cual vale decir que lo que se decía no era el todo falso), el LAB en menos de un año perdió más del 90 % de su valor (de 59,8 a 2,3 millones). A la hora de rematar la empresa Garafulic apareció como mediador entre trabajadores, gobierno y propietarios. En vista de este inesperado rol se le preguntó con insistencia si él estaba interesado en comprar la empresa, lo cual él siempre negó rotundamente. A la mediación se había sumado también Ernesto Asbún, propietario de la red televisiva *Bolivisión*. Se sabe ahora que los dos empresarios habían acordado que Garafulic pondría el capital para la compra del LAB, pero que Asbún figuraría como propietario del mismo. Durante un año el LAB funcionó en base a esta estructura ficticia. En el momento en que Asbún se negó a entregar la presidencia de la empresa, que en papel le pertenecía, al verdadero propietario, Garafulic, se produjo una ruptura entre ambos y la noticia finalmente salió a la luz (*Ibid*: 292-301).

50

Lo que pone en claro el ejemplo de Garafulic es que existen en Bolivia las condiciones para que se produzca una imbricación de intereses entre los medios y otras áreas de la economía, mediante el cual propietarios mediáticos pueden utilizar su posición de poder para limitar o dirigir el contenido noticioso de los medios de comunicación, en la dirección de sus propios intereses económicos. Por otro lado, como se ha podido ver en este caso, además de la esta relación económica que se produce entre una empresa mediática y una empresa no mediática (relación diagonal), se le suma en algunos casos un tercer elemento, el aspecto político. Como en el caso de Raúl Garafulic, hablamos entonces de propietarios de medios que además de ser propietarios o importantes accionistas en otras áreas de la economía, también están estrechamente ligados a poderes políticos, o en muchos casos son ellos mismos actores políticos. Entonces se produce una triangulación de intereses políticos, económicos y

mediáticos que se concentran alrededor de las mismas personas. Las formas en que esta triangulación se da y los efectos que puede tener tanto para la situación mediática como para la situación política serán explicados a fondo en el capítulo 4.

3.4 Crisis mediática

Los escándalos que protagonizaron Raúl Garafulic y su grupo mediático (ahora integrado en el grupo internacional Prisa) representan solo una fracción de todos los incidentes relacionados con los medios de comunicación que ocurrieron entre finales de los '90 y principios de los 2000. Esto, complementado con la tendencia al sensacionalismo y escándalo político embarcó a los medios de comunicación bolivianos en una crisis de credibilidad. De acuerdo con el informe del observatorio de medios (ONADEM) *Medios a la Vista*, se identifican tres factores importantes que han contribuido a la pérdida de legitimidad de los medios: disminución de profesionalidad y credibilidad de la información periodística, el limitado acceso de los ciudadanos a información periodística de calidad y la falta de formación profesional de los periodistas (ONADEM 2009: 17).

A esto se suma la posición que adoptaron los medios en la protesta social que se desencadenó con las guerras del gas y agua (2000 y 2003; ver capítulo 2). Durante la guerra del agua y la guerra del gas los medios de comunicación optaron por posicionarse a favor del orden público y los intereses de la propiedad privada transnacional, haciendo caso omiso de las fuentes que eran contrarias a esta línea de pensamiento (Bonilla 2007: 11). Según Gómez Vela (2006: 190) Durante el *octubre negro* de 2003, los propietarios de las empresas de medios de comunicación más importantes del país (UNITEL, *Red Uno*, ATB, *El Deber*, *La Razón*, *La Prensa*, *Los Tiempos*), en acuerdo con (o mejor dicho, a petición de) el entonces jefe de estado de Sánchez de Lozada, optaron por lo que se llamó una "dictadura mediática": la mínima cobertura de la masacre que se llevó a cabo en La Paz (con 67 muertos como resultado), continuando con su programación con "absoluta normalidad". En esta situación de desinformación, los únicos medios que si hicieron seguimiento de lo ocurrido fueron los radios populares (ERBOL, *Pachamama*, *San Gabriel*, *Huayna Tambo* y *Qhana*) que en este periodo retomaron el papel adquirido durante las dictaduras de los '70 y '80 y a pesar de los intentos de censura, las amenazas y ataques por parte del gobierno, informado ininterrumpidamente sobre los hechos de violencia. Como reacción a este periodo, los ciudadanos adoptaron una posición cínica y hostil frente a los medios, dirigiendo esta hostilidad desgraciadamente hacia los trabajadores de base, los

periodistas que colectan la información en las calles, quienes fueron muchas veces agredidos. En este contexto los medios crearon en este periodo de conflicto una realidad que respondía a los intereses de los empresarios mediáticos y no tanto así a la parte y contraparte de los hechos (Gómez Vela 2006:195). A partir de este momento los medios de comunicación se dejan llevar por la fuerte politización que se empieza a vivir en el país, y más tarde, durante el periodo de polarización política adoptan un posición política clara (ver capítulo 4).

Para resumir, la concentración de medios y las tendencias a la comercialización de la información y el sensacionalismo ha tenido efectos negativos en el proceso de construcción de información periodística: la calidad noticiosa y la primicia han pasado a segundo plano, dando lugar a una producción periodística más rápida, superficial, sensacionalista, escandalosa y en algunos casos militante. Por otro lado, la concentración mediática, sobre todo en combinación con otras inversiones diagonales, ha demostrado convertir a los medios propiedad de este tipo de inversores en entes vulnerables a censura o dirección que resulte de los intereses de dichos inversores. Respecto a la concentración mediática se ha notado una diferencia esencial entre los medios de comunicación que son parte de concentraciones diagonales, como el caso Garafulic, y las concentraciones del tipo horizontal, como el caso del grupo Líder (Canelas-Rivero). Mientras que el primero utiliza sus medios para acrecentar sus ganancias en otras áreas de la economía, el segundo tiene como única inversión sus medios de comunicación, entonces se concentra en mantener su posición periodística para así asegurar sus ganancias.

53

3.5 Situación mediática de Santa Cruz

En Santa Cruz se publican cinco diarios, tres locales, uno provincial y uno de alcance nacional. En la televisión cruceña (de los que todavía no tienen cable), uno se encuentra con quince canales entre redes nacionales, canales locales, estatales, universitarios y cristianos. No se sabe con exactitud en número de radios que se pueden captar desde la

zona urbana de Santa Cruz pero habla de un número aproximado de 60 radios¹⁴ (Grebe 2008: 145-150; observaciones propias).

Cuadro 3.1: Televisión y Prensa escrita en Santa Cruz*		
	Televisión	Prensa
1	ATB (Nacional)	El Deber (Nacional)
2	PAT (Nacional)	El Nuevo Día (Local)
3	Bolivisión (Nacional)	El Mundo (Local)
4	Cadena A (Nacional)	La Estrella del Oriente (Local)
5	UNITEL (Nacional)	El Norte (Provincial)
6	Red Uno (Nacional)	
7	Canal7 (Estatual- Nacional)	
8	Canal 27 (Cristiano nac.)	
9	Canal Universitario (Local)	
10	Activa TV (Cable- Local)	
11	Megavisión (Local)	
12	Sitel (Local)	
13	Gigavisión (Local)	
14	SRT (Local)	
15	Sudamericana (Internacional)	

*Como dicho anteriormente, mi análisis de los medios se ha concentrado principalmente en la prensa y televisión de Santa Cruz, por ello en la tabla que se muestra a continuación no presenta datos de las radios cruceñas.

Durante mi trabajo de campo en Santa Cruz analicé la situación de los diarios y canales de televisión de esta ciudad. Más que un seguimiento analítico consecuente a los diarios y canales de televisión en su totalidad, se trató de observaciones globales (ver también capítulo 1). En base a ellos pude distinguir algunas de las características de los medios en Santa Cruz.

Prensa

De lejos el diario más importante de Santa Cruz, y además el con mayor tiraje del país es *El Deber*, propiedad de la familia Rivero, perteneciente al Grupo Líder (Rivero-Canelas). *EL Deber* ocupa en cuanto a prestigio informativo y tiraje una posición casi hegemónica en Santa Cruz, el segundo tercero y cuarto diario juntos representan solo

¹⁴ Entre las radios importantes en Santa Cruz (y también en otras partes del país ya que algunas de estas son radios de cobertura nacional) se encuentran: Radio Santa Cruz, Panamericana y Radio Oriental (Entrevista Talavera).

una fracción del tiraje de *El Deber*. *El Deber* parece gozar de un prestigio indiscutible en el entorno de sus lectores, fieles compradores del diario por años de años. Un fragmento de mi diario de campo ilustra la posición del diario *El Deber* en Santa Cruz:

... Después de que el editor de la sección nacional del periódico *El Deber* aceptó entrevistarse conmigo, lo llamé para preguntarle el lugar y la hora de nuestra cita. Su respuesta fue: a las 15:00 en la oficina de “*El Diario*”. Después de colgar, pensé, en la oficina de *El Diario* (*El Diario* es uno de los periódicos más importantes de La Paz)?, pero acaso Ortiz no trabaja para *El Deber*? Se habrá cambiado de trabajo? Sin preguntarme más por falta de tiempo, me dirigí a buscar las oficinas de *El Diario* en Santa Cruz. Me encontré con una oficina sucursal pequeña, con dos escritorios, que además estaba cerrada a la hora acordada con el editor. Después de esperar lo razonable, decidí llamarlo. Le pregunté si me encontraba en la dirección correcta, ya que la oficina que tenía en frente mío estaba cerrada. Le expliqué donde estaba y él me dijo: “No, ahí no es, vengase a la Av. El Trompillo y segundo anillo”. Tomé un taxi lo más rápido que pude: “señor, lléveme a la oficina del periódico *El Diario* que está en la Avenida El Trompillo y segundo anillo”. El taxista entonces me miró y me dijo “ahí no hay ninguna oficina del periódico *El Diario* señorita, ahí son las oficinas de *El Deber*.” “No puede ser” le respondo, “porque la persona con la que tengo que entrevistarme me dijo que fuese a las oficinas de *El Diario* que están en esta dirección”. Después de pensar un rato el taxista me preguntó: “Y el señor con el que hablaba trabaja en *El Diario*?” Si, le respondí. “Ah!! Lo que pasa es que la gente que trabaja en *El Deber*, llama a “*El Deber El Diario*”, como si fuesen el único diario de Santa Cruz. El logotipo de *El Deber* es también *El Deber*, diario mayor. Y cuando aquí en Santa Cruz se habla del diario, se entiende que se habla de *El Deber*” me respondió el taxista.

Algunas de las personas entrevistadas al referirse a los medios cruceños reconocen la posición inminente del diario *El Deber*; “si averiguas por ejemplo el tiraje *del Deber* guarda una distancia impresionante con respecto al que le sigue que es *El Nuevo Día* (Entrevista Colanzi). Una comparación del formato contenido de los diarios cruceños me demostró que *El Deber* es el diario más voluminoso de la ciudad. En su formato se puede ver que la planta periodística y editora es relativamente completa en cuanto a áreas informativas. Acorde con la coyuntura, predominan las noticias de carácter político. Por otro lado se ha notado que *El Deber* cuenta por lo general con una mayor

pluralidad de fuentes y mayor profundización (aunque no siempre) respecto a un determinado hecho. Quizá justamente a causa de la pluralidad de fuentes (y de puntos de vista) la posición que adopta el diario en base a cierto acontecimiento es menos visible que en los otros diarios. Esto sin embargo se compensa con la página editorial, y las (dependiendo del día 2, 3 o 4) páginas de opinión, donde el diario deja ver más de su posición u opinión respecto a determinados hechos y temas políticos, aunque vale aclarar que columnistas gozan de autonomía para determinar los temas que tocan.

El segundo diario de Santa Cruz es el diario el *Nuevo Día*, actualmente propiedad del ex presidente del Comité Cívico pro-Santa Cruz Branco Marinkovic pero además pertenece al grupo PRISA. Le siguen el diario *El Mundo* y *La Estrella del Oriente* diarios de tradición cruceña con tiraje limitado. El limitado tiraje de estos diarios se refleja también en el formato del diario. A comparación de *El Deber*, tienen menos número de páginas por sección (con excepción del suplemento Sociales que en todos diarios de la ciudad cuenta con el mismo número de páginas¹⁵). Esta relación tiraje-tamaño del periódico (o cualquier otro medio) tiene que ver con la lógica del mercado, mientras mayor tiraje tiene un diario, más atractivo se vuelve para los publicitarios, mientras más publicitarios hay, mas entrada económica tiene un diario y puede crecer más; de las misma forma, un diario con un tiraje reducido es menos atractivo para la publicidad y por ende tiene menos entrada económica y puede crecer menos. En este contexto Colanzi indica: “ la gente generalmente publicita en el medio que cree que tiene más tiraje y es como un círculo vicioso porque todo mundo sabe que el diario con mayor tiraje es *El Deber* entonces toda la publicidad se va ahí, eso es lo que genera más dinero para ellos y mejores condiciones, etc.”. También en estos diarios notó la predominancia de las noticias políticas, sin embargo salta a la vista que, sobre todo en *El Nuevo Día* se tiende a usar un tono más militante (a favor de los intereses de la región y contrario al gobierno). Además se encuentra en Santa Cruz también algunas

¹⁵ Volviendo a las tendencias al sensacionalismo y la farándula anteriormente nombradas, estas se reflejan claramente en tanto los diarios como los canales de televisión cruceños. Los cuatro diarios de la ciudad cuentan con un suplemento relativamente extenso de los acontecimientos sociales de la ciudad, como ser ferias, coronaciones de reinas de belleza, matrimonios, reuniones de fraternidades y comparsas carnavaleras, cumpleaños y demás. También los noticieros de los canales de televisión dedican un espacio especial a estos eventos sociales y en la mayoría de los canales, después del informativos de las 13:00 dedican programas enteros al quehacer social de Santa Cruz. Este dato ilustra un poco las divisiones proporcionales de los informativos y diarios de Santa Cruz en términos de información/entretenimiento/farándula.

revistas semanales quincenales y mensuales como *Semanario Uno*, *Bolivian Business* y *Poder y Placer* (Grabe 2008: 145; Observación propia, Entrevista Talavera).

Televisión

Si bien una mayoría de las redes televisivas tienen alcance nacional, muchas de ellas tiene en Santa Cruz su sede (UNITEL, PAT, *Cadena A* y *Red Uno*) (Entrevista Grebe). La popularidad de los canales de televisión está más equitativamente distribuida que en los diarios, pero los canal más populares parecen ser (en orden de popularidad) UNITEL, red televisiva de Grupo Monasterios, *Red Uno* del grupo Kuljis, ATB de Prisa y PAT actualmente propiedad de la familia Daher. En los medios televisivos se ha hecho sobre todo seguimiento a los programas informativos. En línea con las fuentes consultadas he podido constatar en base a ello una predominancia de la noticia relacionada con la política y la violencia y la combinación de ambas (estas son repetidas una y otra vez en el mismo noticioso), homogeneidad en la oferta noticiosa (la mayoría de los medios hacen referencia a las mismas noticias), la noticia se pone en escena de forma sensacionalista (predominan escenas de conflictos, violencia, sangre, personas llorando, pero también el espectáculo, eventos de belleza y celebridades), se presenta poca profundización de los temas . También en los programas de contenido o debate y entrevistas (como *El Abogado del Diablo*, *No Mentirás*, *Que No Me Pierda*) se encontró poca pluralidad de fuentes (casi siempre oficiales) y de enfoques. Se encuentran muy pocos puntos de vista alternativos en la programación televisiva.

57

3.6 Estructura de los medios

No está demás explicar que si bien se habla de los medios de comunicación como entes individuales, en realidad estamos hablando de grandes estructuras con distinto tipos de actores que tienen bajo su responsabilidad diferentes funciones. Además, en línea con lo argumentado en el capítulo teórico, los medios de comunicación de ninguna forma presentan todos una estructura idéntica, cada medio funciona en base a sus propias dinámicas culturales, institucionales, actitudes y metas (Exeni 2003: 98-99). Para actores externos, como yo, sin embargo dicha estructura es poco clara. Para poder entender algo de ella me resta crear una idea en base a información en la literatura y algunos testimonios y mis propias observaciones.

Tanto en la literatura como en las entrevistas se habla de una diferencia entre lo que concierne a los medios de comunicación en general y sus propietarios lo que se refiere al periodismo en específico. Los medios como vistos y representados por sus propietarios, son percibidos como entidades de poder “grupos de poder” representantes de la elite” (aunque en algunos casos también editores de periódicos y presentadores de programas de televisión tienden a ser asociados con esta percepción). En cambio, cuando se habla de los periodistas se hace mas referencia a al trabajo periodístico mismo (ONADEM 2009: 38¹⁶).

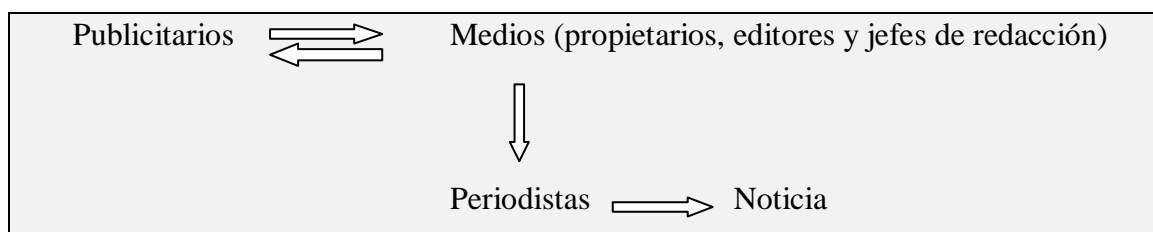
Las divisiones de poder dentro de la estructura interna de los medios de comunicación dependen de la naturaleza de esta estructura, del nivel de institucionalidad, el estilo, el tipo de medio en general. Algunos autores (Rojas y Peñaranda 2003, Rojas Ríos 2006, ONADEM 2009) señalan por ejemplo que dentro de los medios tiende a existir una estructura vertical que somete a los periodistas a acatar la línea periodística del medio en el que trabajan. En una entrevista el corresponsal del Observatorio de Medios en Santa Cruz señala por ejemplo: “A pesar de que los medios de comunicación hablan tanto de democracia, la democracia interna dentro de ellos es prácticamente inexistente, el dueño/jefe de redacción determina la primea plana sin consultar con sus empleados, siendo que la información entra por el periodista. En Bolivia, y especialmente dentro de los medios de comunicación privados de Santa Cruz el periodista dejó de lado los ideales con los que alguna vez empezó a estudiar periodismo, los guardó en un cajón y se volvió empleado de su jefe (Entrevista Patzzi).

En ese contexto Peñaranda y Rojas (2003: 52) sostienen que el hecho de que los medios son dependientes de sus ingresos publicitarios, puede resultar en situaciones en las que los medios tiendan a hacer concesiones con los publicitarios para resguardar sus propios intereses económicos. Al mismo tiempo se impone dentro del medio una postura favorable para dicha negociación, por ejemplo en cuanto a información que favorezca u omita a dicho publicitario o la agenda del mismo. En base a ello se pueden producir situaciones de tensión dentro de la estructura interna por intentos de resistir a dicha imposición, por ejemplo entre jefes de redacción y periodistas o entre propietarios y fejes de redacción.

¹⁶ En base a declaraciones de grupos focales a los que el ONADEM hizo seguimiento.

En base a esto se puede decir que por un lado la publicidad crea una relación de dependencia entre los medios y sus publicitarios; sin publicidad no hay medio. Osman Patzzi (Entrevista) por ejemplo indica: “Yo eso lo viví en carne propia, yo inicié mi semanario y en la pagina cero anuncié que el periódico no iba recibir publicidad de nadie, que se iba a mantener con la venta de los periódicos. Me quede con montañas de mis semanarios sin vender.”. Claro que, dejando de lado el asunto de la publicidad, nada garantiza el éxito de un semanario por el simple hecho de existir, sin embargo Patzzi es un periodista reconocido en Santa Cruz que fue incluso jefe de prensa del diario *El Deber*; se esperaría que una trayectoria periodística reconocida asegure de alguna forma el éxito de un medio.

Por otro lado (siempre dependiendo de las características internas de cada medio), la relación de dependencia entre el medio y los publicitarios puede crear tensiones internas en el funcionamiento de cada medio, y, está demás decir, puede influenciar el contenido informativo que producen dichos medios de comunicación. La situación que estos argumentos ilustran es semejante a la siguiente gráfica:



Las flechas representan el contenido noticioso

Este gráfico sin embargo no cubre la situación de los medios es su totalidad. Como indicado anteriormente en el capítulo teórico, mucho depende de las características internas de cada medio. En el caso de Bolivia se ha constatado que existe una diferencia entre los medios de comunicación relacionados con otras inversiones no mediáticas y los medios puramente periodísticos. Los medios puramente periodísticos, a pesar de también depender de publicitarios, tienen como *asset* más importante la mantención de la calidad y prestigio de su medio (y por tanto de cierto prestigio sostenible), por lo cual tienden a mantener y promover la autonomía de sus trabajadores periodísticos. En base a este principio, un periodista del diario *El Deber* combate la forma de influencia vertical publicitario-propietario/jefe de prensa/ periodista descrita anteriormente: “Hay

una temática que es definida entre el periodista con su editor y que cuando están los editores de todas las áreas se define el enfoque, si está bien o mal, y lo que le falte. Pero no hay una definición de agenda temática. En teoría la definición temática viene de lo que el periodista ve en la calle y que alimenta, o de una llamada telefónica o algo así” (Entrevista Ortiz).

Desde este punto de vista, el hecho de que los propietarios de medios no tengan inversiones laterales (diagonales) ha mostrado en Bolivia tener un efecto positivo en la estructura interna de los medios, promoviendo un sistema estructural mas horizontal y autónomo, mientras que los intereses comerciales de los medios de comunicación ligados a otras inversiones, tienden a crear relaciones de dependencia con actores externos, como por ejemplo los publicitarios (o en el caso Garafulic, actores relacionados con sus inversiones adicionales), que someten el nivel de autonomía interno del medio, a los intereses involucrados.

Conclusión

En base a la pregunta *¿Cuál es el origen, los patrones de evolución y las características de los medios de comunicación en Bolivia?* se ha repasado primero en el proceso histórico que han atravesado los medios de comunicación en Bolivia, empezando como voceros de ideologías políticas pertenecientes a las elites urbanas, pasando por periodos de reestructuración (durante la revolución del '52), de represión (durante la dictadura), para después con la reapertura democrática, ingresar en un periodo de privatización, proliferación y concentración mediática en la que el marketing publicitario y el sensacionalismo noticioso caminan mano a mano en el proceso de producción periodística. Por el puente de la privatización y comercialización se ha pasado de un periodismo ideológico contestatario y rebelde a uno con una predominante tendencia al sensacionalismo y la noticia rápida: la calidad noticiosa y la primicia se han cambiado por una producción periodística más rápida, superficial, sensacionalista, escandalosa y en algunos casos militante. En ese contexto y en base a posiciones adoptadas por los medios respecto a situaciones polarización política y conflicto (ver cap. 4) se ingresa a un periodo de crisis en la credibilidad mediática y periodística.

Por otro lado se ha mostrado que la tendencia a la concentración mediática ha resultado en el recrudescimiento de la competencia, mientras que la concentración

diagonal ha demostrado hacer a los medios vulnerables a censura o dirección en base a las agendas (económicas o políticas) relacionadas con las inversiones externas de sus propietarios. Sin embargo, dentro la concentración mediática se ha notado una diferencia esencial entre los conglomerados mediáticos que están ligados a otras inversiones, como el caso Garafulic, y las concentraciones del tipo horizontal donde se trata solo de inversiones mediáticas, como el caso del grupo Líder (Canelas-Rivero). Mientras que el primero tiende a utilizar sus medios para acrecentar sus ganancias en otras áreas de la economía, el segundo tiene como única inversión sus medios de comunicación, entonces se concentra en mantener el prestigio de su posición periodística para así asegurar sus ganancias. Esta crucial diferencia parece además influenciar la estructura y condiciones internas de los medios en términos de autonomía; en el primer caso la autonomía interna es vulnerable a estar subordinada a los intereses externos de su propietario, mientras que en el segundo caso, los intereses del propietario están relacionados con el buen funcionamiento de su empresa periodística y por ende se tiende a respetar la autonomía periodística.

Por último se ha demostrado que a los intereses mediáticos y económicos se le suma muchas veces el aspecto político. De ese modo intereses mediáticos, económicos y políticos se concentran en muchos casos alrededor de los mismos actores. Las dinámicas relacionadas a este fenómeno se explicarán a fondo en el capítulo 4.

4 Entre rivalidad y complicidad

Relación entre los medios de comunicación privados y los actores políticos

Como se ha podido ver en el recuento histórico de los medios de comunicación (capítulo 3), En Bolivia se ha dado un proceso histórico en el que ambos, medios de comunicación y la política desde un inicio han estado entrelazados. Se ha visto también, en base a algunos ejemplos específicos, como los poderes e intereses mediáticos, económicos y políticos en algunos casos se concentran alrededor de las mismas personas. Para entender mejor como se produce dicha concentración o entrecruzamiento de intereses, este capítulo se concentra en identificar, analizar y comprender las dinámicas de interacción entre los medios de comunicación privados y los actores políticos en base a la pregunta *¿Cómo se relacionan los medios de comunicación privados de Santa Cruz y los actores políticos en un clima de polarización política?* La segunda parte de la pregunta hace referencia al enfoque contextual de este análisis, clima de polarización vivido en Bolivia entre el 2004 y el 2009 (ver también capítulo 2). Mi análisis se concentra principalmente en la situación de los actores mediáticos en la ciudad de Santa Cruz.

Se ha dividido este análisis en tres periodos: En la primera parte se analizan los procesos anteriores al periodo de polarización política; las condiciones que dieron lugar a un acercamiento y en algunos casos a un entrecruzamiento (de intereses, poderes, actores) entre los medios de comunicación y la política. El segundo subtítulo se concentra en el periodo de polarización; como el contexto de polarización afectó las relaciones político-mediáticas previamente establecida resultando en medios de comunicación privados que adoptan una posición política opuesta al gobierno de Morales y dicho gobierno que como reacción articula una táctica de enfrentamiento a los medios. En la tercera parte se analiza la relación político-mediática durante el periodo del trabajo de campo (mayo-septiembre 2010), en el cual se distingue un reacomodo de poder con relación al periodo anterior: el gobierno de Morales ha acrecentado su influencia con relación a los medios de comunicación privados, al mismo tiempo, la posición de negociación de dichos medios parece haberse debilitado. Por último, se concluye que dentro de la relación político-mediática se percibe un

entrecruzamiento de intereses, poderes y actores, que dependiendo de la situación resulta en distintos tipos de negociación que pueden ir, como el título de este capítulo lo indica, desde una colisión de intereses o complicidad, hasta una divergencia total de los mismos: rivalidad. Entre los extremos rivalidad y complicidad se distinguen también momentos de negociación y/o presión entre actores de los dos grupos. Además se establece que hay una diferencia notable en el tipo de relación que mantienen medios y actores políticos en cada uno de los tres momentos. Estas dinámicas de interacción entre actores políticos y mediáticas han probado ser de determinantes influencia para la forma en que los medios de comunicación funcionan y la forma en que la noticia política es construida.

4.1 Reapertura democrática (1982-1999)

Conjuntamente con la reapertura democrática iniciada a partir de 1982, comenzó un proceso de privatización en el área de la comunicación. Al mismo tiempo, dentro de la política nuevas tendencias de *marketing* político emergen en las estrategias electorales y gubernamentales. Más que transmitir un paquete ideológico, como sucedía anteriormente, los candidatos en base a las nuevas tendencias se empiezan a concentrar en vender una imagen política, utilizando como plataforma los nuevos medios de comunicación privados (Mayorga 2003: 121). De esta manera los medios de comunicación se convierten en una plataforma política privilegiada (procesos electorales, agendas políticas y gubernamentales se llevan a cabo cada vez más en los medios de comunicación y especialmente en la televisión) y pasan por ende a ser un capital político valioso. Esta nueva plataforma política, los medios de comunicación, son al mismo tiempo empresas privadas con fines comerciales, lo que significa que (como toda empresa privada) con su producto/trabajo buscan mantener o acrecentar sus ganancias. Entonces, por un lado tenemos políticos tratando de conseguir triunfos electorales, por otro empresarios mediáticos tratando de hacer buenos negocios.

Marketing Político

Originalmente, el modelo político tradicional estaba estructurado de forma piramidal; primero estaban los líderes principales del partido, después los líderes intermedios (locales, regionales, sindicales) y finalmente los militantes de base. La comunicación

política funcionaba predominantemente *top down* en base a esta estructura (Mayorga 2003: 123). Después de la reapertura democrática el modelo tradicional fue cambiando por uno que encajaba con las tendencias internacionales de mercantilización y personificación de la política. Este nuevo modelo consistía en un solo líder político (la imagen del partido, seguido por una cúpula reducida de asesores políticos y económicos¹⁷ (Entrevista [1] Andia). Militantes del partido pertenecientes a los grupos intermedios perdieron importancia. De lo que se trataba era de “incrementar la ganancia” política en base a un producto, la imagen del candidato.

La creciente personalización en la política se hizo visible en las elecciones de 1989 y 1993 con la emergencia de candidatos como Gonzalo Sánchez de Lozada (Goni) y Max Fernández. En especial Sánchez de Lozada es un precursor de esta estrategia, él fue el primero en contratar una empresa extranjera para preparar el *marketing político* para su campaña electoral¹⁸ (Gómez Vela 2006: 170; Mayorga 2003: 125; Entrevista [1] Andia). Más adelante, en las elecciones del 2002 las estrategias de *marketing político* que acompañaron la candidatura de Sánchez de Lozada fueron seguidas de cerca en el documental *Our Brand is Crisis*. En él se muestra como los asesores mediáticos de Goni preparan su campaña electoral creando una imagen de crisis nacional que no respondía a la realidad vivida en esos momentos. La lógica consistía en crear un sentimiento de crisis transmitido a la población por los medios de comunicación, para el cual el candidato Sánchez de Lozada tendría las soluciones (Boynton 2005).

65

Colisión de intereses

En base a lo explicado, la relación entre los medios de comunicación privados y los actores políticos cambió; el rol de los medios de comunicación en el acontecer político se incrementó y como es de esperarse, actores políticos trataron eso de acrecentar su

¹⁷ Según Luis Andia (Entrevista [1]) tener operadores electorales en vez de líderes políticos era ventajoso; “los líderes políticos cuestionan, suben propuestas, critican internamente. En cambio los operadores electorales simplemente es un ejército de personas que hacen campaña bajo la promesa de que después pueden tener pega.”.

¹⁸ Goni, gana las elecciones, pero gracias a una coalición entre sus dos oponentes, no sube al gobierno. Sin embargo su campaña de *marketing político* continúa. Goni actúa como oposición desde los medios: “pasa a tener una estrategia de oposición muy interesante a través de los medios con una calculada aparición en los medios, en esa idea de hacer una especie de ser la contraparte del presidente. Si el presidente hablaba una vez al año el líder de la oposición también hablaba una vez” (Entrevista [1] Andia). Por otra parte Gonzalo Sánchez de Lozada tiene inversiones en el diario *La Razón*. Esta relación se hace evidente en *La Razón* que simpatizaban con el MNR de Goni partido en el momento en la oposición, se hizo evidente a partir de su cobertura de noticias que mostraron más duro crítico del gobierno en ese momento (Gómez Vela 2006: 171).

influencia o control sobre ellos. Como Exeni (2005: 95) explica “es evidente que los actores políticos tratan de influir de diversos modos en los *mass media* y compiten entre sí a fin de incluir en la agenda mediática los asuntos que consideran relevantes para sus fines”. En una misma línea; Luis Andia (Entrevista [1]) explica: “se empiezan a entablar relaciones de poder y económicas con los medios¹⁹”. Entonces al mismo tiempo que los medios privados proliferan, la nueva elite política trata de acrecentar su poder con relación a ellos, a través de por ejemplo inversiones en los medios (como accionistas o propietarios) y/o negociaciones en base a intereses mutuos (publicidad política por auspiciadores).

Un ejemplo de ello es el empresario y político Ivo Kuljis, ya nombrado anteriormente en el capítulo 2, quien además de ser un importante y poderoso empresario privado en distintas áreas de la economía, desde principios de los '90 prueba suerte como político (como candidato a la vice-presidencia por Conciencia de Patria (1993), Unidad Cívica Solidaridad (1997), Nueva Fuerza Republicana (2002) al mismo tiempo que crea su red privada de televisión *Red Uno*. Por otro lado el ejemplo de Raúl Garafulic ver cap. 2) con su estrecha vinculación a Banzer y su partido (ADN), muestran como un político (Banzer) puede influir los medios sin necesidad de comprarlos y por otro lado las ventajas que un empresario mediático puede extraer de este tipo de relación. Desviándonos un poco de la línea central, vale mencionar que más adelante, cuando el partido de Banzer se desintegró, Garafulic buscó relacionarse con otros partidos. En las elecciones del 2002, Garafulic utilizó una vez más su posición de propietario mediático para parcializar el pronóstico de los resultados electorales a favor del candidato de Nueva Fuerza Republicana (NFR), Manfred Reyes Villa (encuestas en poder de sus agencias mediáticas concedían a Reyes Villa 40% de los votos, mientras que en la práctica éste llegó al tercer lugar con sólo el 19% de los votos). El apoyo de Garafulic a NFR no era desinteresado. Al parecer, sus empresas mediáticas estaban pasando por dificultades financieras que Garafulic esperaba resolver con la ayuda Reyes Villa una vez que este subiera al poder. Sin embargo, Manfred nunca llegó a la presidencia y en consecuencia el imperio mediático de Garafulic se vio rodeado de deudas y pérdidas. Entonces Garafulic se vio obligado a entregar sus acciones a su principal socio, el conglomerado mediático español Prisa (Gómez Vela 2006:183-186).

¹⁹ “empiezan a haber inversiones en los medios. Es la época donde se da la explosión de medios en Bolivia, de tener dos canales, uno estatal y otro universitario, ninguno privado, pasamos a tener 15 canales privados. Entonces aparecen políticos invirtiendo en medios de comunicación.” (Andia, Primera entrevista).

Al mismo tiempo que políticos adquirirían esta forma de influencia sobre los medios, periodistas y otros actores mediáticos por otro lado, empezaban a involucrarse en los acontecer político, como en el caso del periodista paceño Carlos (compadre) Palenque²⁰ que se valió sus programas televisivos y radiales para iniciar una carrera política, o más tarde, el ex presidente Carlos Mesa, que pasó de ser uno de los periodistas más reconocidos (y copropietario de la red televisiva PAT) del país a ser candidato a la vicepresidencia por MNR y finalmente a ser presidente de la república.

En ese contexto la colisión de intereses, poderes y actores políticos y mediáticos hizo que la relación entre los medios de comunicación y la política fuese cada vez más complicada y conflictiva. La personalización de la política combinada con la tendencia al sensacionalismo y escándalo político en las noticias ver cap. 3) llevó repetidas veces a la caída de políticos y la pérdida de credibilidad en los medios de comunicación (Mayorga 2003: 127). Sobre el hecho de que Carlos Mesa se haya embarcado en una carrera política el periodista Pablo Ortiz (Entrevista) por ejemplo comenta: “a los medios los minó mucho el hecho de que Mesa haya sido presidente. Tenés un periodista que llega a ser presidente. A la segunda institución más creíble del país les diste por accidente la oportunidad de llegar a la presidencia. Y al final Mesa trato de usar los medios para levantarse en momentos graves. Ahí no solamente puso en duda la credibilidad de su partido de su proyecto político, sino de un medio, y eso se ve reflejado luego” [con luego Ortiz se refiere al periodo de crisis de credibilidad que les toca vivir a los medios de comunicación]. La relación entre medios privados y actores políticos se volvió tan estrecha y carente de transparencia que se produjeron una serie de escándalos en los que tanto medios como actores políticos se vieron involucrados (Archondo 2003: 276); Luis Andia (Entrevista [1]) ejemplifica: “salieron a la luz una serie de denuncias, se decía inclusive que habían listas del gobierno de periodistas importantísimos, hoy en día jefes de prensa de los periódicos más importantes de Bolivia, que estaban en una planilla donde indicaba que el gobierno les pagaba y que esa plata venía de esa oficina”.

²⁰ Carlos Palenque, empresario mediático, propietario de Sistema de Radio y Televisión Popular (RTP). Un cierre temporal de su canal de televisión causó tanto descontento entre sus espectadores, que Palenque decidió crear un partido político con el fin de asegurar la reapertura de su canal. Su partido creció rápidamente en popularidad sobretodo en El Alto y La Paz. A la ola de candidatos locales que adquirieron sus propias radios y canales de televisión, periodistas que adoptaron un determinado estilo de comunicación con fines popularidad política, se le llama en su honor el "*fenómeno palenque*" (Grebe 2010, Mayorga 2003: 126).

Aquí los medios caen en cuenta de su influencia en la política y la utilizan para sus propios beneficios. Consecuentemente, la crisis de los partidos tradicionales al inicio de este decenio fue amplificada y en parte generada por los medios, con en el afán de ganar no solo mas influencia política, sino también *rating*. Líderes opinión desempeñaron en este contexto un papel importante, eran ellos quienes escenificaban el posicionamiento, desplazamiento y remplazo de políticos. En el caso específico de Santa Cruz se nombra al ex jefe de prensa de la red televisiva UNITEL; José Pomacusi, “querido y temido por todo el mundo....ha inventado de lo que estamos hablando, esta forma de que los medios son los que posicionan a los actores políticos, definen los temas más importantes etc.” (Entrevista [1] Andia).

La situación se torna más compleja si se toma en cuenta que en muchos casos a esta estrecha relación entre intereses políticos y mediáticos se le suman intereses económicos. Se produce entonces una superposición de intereses alrededor de las mismas personas. Un ejemplo claro es el anteriormente mencionado caso Kuljis quien es al mismo tiempo propietario de importantes inversiones nacionales, una red nacional de televisión y además ha sido candidato político. Esta especie de triple concentración de intereses y poder, ha sido mencionada por una mayoría (8 de los 12) de los entrevistados, como uno de los problemas más críticos en la relación entre los medios y los actores políticos. Ellos afirman que al mismo tiempo que los medios han llegado a adquirir un papel tan determinante en el proceso político, son estos empresarios y políticos (que en muchos casos son las mismas personas) los que han adquirido medios de comunicación para utilizarlos como un instrumento para conseguir sus propios fines políticos o económicos, dejando la función principal de los medios, informar, en un plano relegado (Entrevistas: Andia [1]; Talavera [2] y Valverde).

Hablamos de medios de comunicación que por un lado determinan de gran manera la agenda política, y que por otro son propiedad de, o dependiente de inversiones de los políticos involucrados en este acontecer, o de empresarios interesados en que la política tome determinada dirección, o, en el peor de los casos, de ambos (que en este caso son la misma persona). Sin embargo, no todos los entrevistados le atribuyeron tal determinante rol a los medios de comunicación. En contraste con lo afirmado anteriormente, el periodista Pablo Ortiz (Entrevista) mantiene: “Yo dudo de la eficacia de los medios para poder sacar a alguien. Está comprobado que eso no existe. Hay lo que se llama el *agenda setting*, que es que los medios pueden decirle a la gente sobre

que pensar, pero no que pensar sobre eso²¹”. Aquí Ortiz nos recuerda que también se debe tomar en cuenta el libre albedrío del ciudadano, en el sentido de que, independientemente de cómo se ponga en escena una noticia política o las veces que se repita un spot publicitario político, al final el ciudadano, en su condición de lector, oyente o espectador forma su opinión pública en base a sus propias elecciones. Cuanto de la formación de esa opinión pública ocurre consiente y cuanto inconscientemente es una pregunta que vale la pena plantearse, pero que sobrepasa el propósito de esta tesis.

El papel protagónico e influencia de los medios se hace en todo caso claramente visible en determinados momentos políticos del periodo de crisis (2000-2005). Por ejemplo durante el gobierno de Mesa. A partir de enero de 2005, los medios de comunicación se embarcaron en una oposición agresiva contra la administración de Mesa, que contribuyó a su renuncia. El instrumento que utilizaron fue la nueva ley de hidrocarburos (nacionalización de los hidrocarburos). Entre otros *La Razón* y ATB mostraron claramente su oposición dando cobertura casi únicamente a los opositores de dicha ley y los defensores de las inversiones extranjeras. Al momento que la ley de hidrocarburos fue promulgada, Mesa fue sometido a presiones y ataques por algunos medios de comunicación, en especial *Red Uno* (grupo Kuljis-Santa Cruz) y UNITEL (grupo Monasterios-Santa Cruz), que se mantuvo con la misma intensidad hasta el momento de la renuncia de Mesa. Mesa presentó su renuncia el 10 de junio de 2005. Un día después, el diario *El Mundo*, (en el 2005) propiedad del ex-candidato a MNR Juan Carlos Durán, publicó una foto de Mesa en la primera página con el texto: Adiós, incapaz cínico (Gómez Vela 2006: 202-203).

En otros momentos, en línea con el argumento de Ortiz, se percibe que el poder de posesionar y desplazar a políticos atribuido a los medios no siempre resultó efectivo. Esto salta a la vista más adelante, con el ejemplo del mismo Evo Morales. En las elecciones generales del 2005, a pesar de una fuerte campaña política y mediática en su contra, Evo Morales ganó las elecciones con una mayoría histórica. Al respecto Andia (Entrevista [1]) menciona en una de nuestras entrevistas una pregunta que le planteó un reconocido empresario mediático y político: “...estábamos a cuatro meses del primer gobierno de Morales, y entonces ... me dice ¿porque los medios, que han sido capaces de sacar a dos presidentes (Sánchez de Lozada y Mesa), y que aquí (en Santa Cruz)

²¹“Y creer en eso es un error que terminan por cometer los políticos dominantes de ese momento.” (Ortiz).

hemos hecho ganar perder y de todo a alcaldes, porque no hemos podido sacar a Evo Morales?”. Es una buena pregunta. La respuesta nos lleva nuevamente a la estructura piramidal de los partidos tradicionales mencionada anteriormente. Mientras que los partidos habían adoptado una nueva estructura basada en *marketing político*, y por ende a la comunicación política vía los medios, el MAS de Morales mantuvo su sistema piramidal y orgánico (extraído de una tradición sindical), en el que la comunicación política se transmite de la escala superior de la pirámide a la inferior (Mayorga 2007:121-123). En parte gracias a esto, el MAS tuvo como llegar orgánicamente a sus bases y de esa forma hacer contrapeso a los medios (la otra parte estaba relacionada con el desencanto político resultado de las reformas neoliberales y democracia pactada del periodo anterior [ver también capítulo 2]). Dicha estructura facilitó que Morales suba al poder, a pesar del aparente empeño de los medios dominantes en evitarlo. El periodista Pablo Ortiz (Entrevista) coincide con ellos argumentando que el error que los políticos de los partidos tradicionales terminan por cometer es justamente fiarse de las tácticas del personalismo y el *marketing político*: “Los políticos se acostumbraron a hablar por televisión. Mientras que Evo hacía políticas de calle, Mesa hablaba en la tele a las 22:00 en *prime time*, para anunciar 39 decretos inútiles.” Sin embargo, a pesar de no haber podido “desplazar” a Evo del poder, o quizás justamente por eso, los medios de comunicación se involucraron activamente en el proceso de polarización que en esos momentos ya se vivía en el país. En el siguiente apartado repasaré la información sobre la relación medios-política en el periodo de máxima polarización.

70

4.2 Polarización de medios (2005-2009)

“...No hay materia prima más periodística que el conflicto: Partes enfrentadas, suspenso en el desenlace, la construcción de héroes y villanos, dramas humanos a borbotones. Nadie dudará que un periodista puesto a elegir entre el cielo y el infierno escogerá las llamas del segundo porque son intensamente noticiosas. Y el conflicto en sus momentos y aristas más violentos se parece mucho al infierno.”

(Rojas Ríos, 2007: 219)

No se puede delimitar exactamente con que hecho se inició el periodo de polarización porque fue causado por una por distintos factores en distintos momentos. Sin embargo, se han nombrado distintos momentos; uno de ellos: “Mesa en el programa del *cura*

Pérez en PAT dijo que los cruceños somos muy provincianos. Ahí comienza el tema de polarización regional, y eso deriva en una polarización ideológica; el indigenismo socialista contra el neoliberalismo cruceño, y por lo tanto se vuelve luego absoluto. Todos los *collas* son socialistas e indigenistas y todos los *cambas* son oligarcas, neoliberales y tontos. Se vuelven conceptos absolutos, casi religiosos, dogmáticos.” (Entrevista Ortiz). Este citado, a pesar de referirse a un momento anterior al gobierno de Morales, da clara cuenta de la particularidad de la situación investigada; un contexto de polarización política, además de regional, étnica y social, que desde un inicio es escenificado por y está entrelazado con el acontecer mediático. En línea con esto, según Exeni (2007: 52) explica, se perciben en este contexto de polarización política “tres clivajes entrecruzados que marcan tensiones irresueltas de la sociedad boliviana” y que en este periodo funcionan como “escenario de la acción mediática”. Por un lado está el tema político económico: la crisis general en que nuevos grupos emergen demandando reivindicación, al mismo tiempo que se produce un debilitamiento del modelo político y económico implantado por los partidos políticos tradicionales, lo cual despierta oposición en los grupos que se verían en desventaja tras la alteración del *status quo*. Por otro lado está el conflicto regional, y con él la demanda de autonomía. Y por último el tema étnico-cultural.

71

Polarización trasciende los medios. Si bien no existe una base de datos que den cuenta de la posición exacta de cada medio frente a este cuadro polarizado (Benavente 2009: 191), se percibe una tendencia en la que medios privados-comerciales se muestran (en algunas ocasiones más claramente que en otras) opositores al gobierno, o en las palabras de Exeni (2007: 52) “adoptan una postura de ‘atrincheramiento’ frente al gobierno de Morales, mientras que los medios estatales y algunos medios comunitarios son claros partidarios del mismo (los medios de comunicación confesionales parecen haberse mantenido relativamente al margen de este cuadro polarizado).

A continuación se tratarán primero los temas referentes a la relación político-mediática en el contexto de polarización, y segundo, lo que resulta de dicha relación en cuanto a escenificación del conflicto y contenido noticioso. Con relación al primer tema vale recalcar que si bien se trata de ilustrar que posición adoptan los actores políticos y que posición los mediáticos por separado, la estrecha conexión que se encuentra entre algunos de ellos (hasta el punto en que en muchos casos se trata de las mismas personas) dificulta que en esta explicación se tracen líneas divisorias claras. Por otro

lado, si las líneas de división fuesen claramente trazables, es menos probable que este sería un tema de investigación.

Relación político-mediática durante la polarización

“... *Permanentemente satanizaron la lucha social, permanentemente la condenaron con mentiras. Estamos sometidos por algunos periodistas y medios de comunicación a un terrorismo mediático, como si fuéramos animales, como si fuéramos salvajes.*”

(Evo Morales, discurso inaugural 22 de enero 2006)

Como se mencionó anteriormente, el periodo que antecedió a las elecciones del 2005 (primer triunfo electoral de Morales) se caracterizó por una por una clara parcialización de una mayoría de los medios de comunicación privados (con UNITEL a la cabeza de la crítica) en contra la campaña electoral de Morales. Como reacción el partido de Morales optó por un "veto" a Morales a participar en programas de debate que fueron organizadas por UNITEL (grupo Monasterios-Santa Cruz) y algunos otros canales. Esta medida fue escenificada por los mismos medios como prueba de la debilidad intelectual del candidato y su falta de preparación académica (Gómez Vela 2006: 213). Una de las entrevistas realizadas da algunas pautas respecto a la posición de los medios privados en este periodo electoral. Se explica en ella que la campaña mediática en contra de Morales fue parte de la estrategia electoral de su contrincante más importante, Tuto Quiroga de PODEMOS. El primer paso era, según la fuente, acabar con los partidos pequeños para que solo él y Evo compitieran, partiendo de la certeza de que él ganaría; “Porque entre Tuto y Evo el pueblo Boliviano obviamente iba a elegir Tuto: ‘inteligente, blanquito, sabe de estado’. En cambio Morales era un ‘radical, extremista, tira piedras, feo y cocalero’” (Entrevista [2] Andia). En este contexto habría surgido un acuerdo entre Tuto y las principales redes televisivas para que organizaran programas de debate dirigidos a los dos principales candidatos; Evo Morales y él. En base a esto nacieron los primeros programas de contenido, entrevistas y debate, con un formato polarizado (aun hoy existentes), como *El abogado del diablo*, *Día D*, *Que no me Pierda*²². Al final la estrategia de Tuto no resultó, no pudo derrotar a

72

²² “Los medios contrataron a consultores que les pongan nombre y escenario: *El abogado del diablo*, *El día D*. El del *día D* el escenario incluso trabajaba en la sugestividad de la confrontación, el escenario era todo camuflado,

Morales en televisión, como originalmente había planeado a causa del ‘veto’ mediático de Morales. Pero además, a causa de la ausencia de los candidatos principales los programas no tuvieron la popularidad esperada. Entonces hubo una redefinición de la estrategia mediática que apuntó a los candidatos a la vicepresidencia; María René Duchén (PODEMOS) y Álvaro García Linera (MAS), casualmente ambos con una trayectoria mediática²³. A pesar de que en base a las preguntas formuladas se esperaba que García Linera perdiera popularidad en estos programas (las preguntas claramente no le favorecían²⁴), este se desarrolló muy mediáticamente definiendo así definitivamente el éxito electoral de Morales (Entrevista [2] Andia). Si bien basándonos en esto se podría decir que esta supuesta estrategia mediática acordada entre la oposición y los canales de televisión privados no cumplió su propósito político, demarcó claramente la posición de los medios con relación al nuevo gobierno. Sin embargo en esto existe una ambigüedad que vale la pena mencionar; si bien los medios privados eran claros opositores del gobierno, se mantenían también estrechamente relacionados a él porque “al mismo tiempo el gobierno era el mayor auspiciante” (Entrevista Grebe).

Situación en Santa Cruz

Independientemente del grado en que cambios estructurales se hayan o no dado, el triunfo electoral de Morales simbolizó el inicio de un proceso de cambio profundo, y como era de esperarse, despertó resistencia en los grupos que se habían beneficiado del antiguo modelo. Dentro del empresariado mediático, la resistencia a lo que simbolizara el gobierno de Morales se tornó en todo caso evidente. En especial dentro del empresariado mediático situado en Santa Cruz que se alió fuertemente con el movimiento pro-autonomía, del cual Santa Cruz era la capital. Como Exeni (2007: 52) señala, se produjo un “atrincheramiento” de las empresas mediáticas privadas en el que “los *mass media*, en especial las redes de televisión de Santa Cruz de la Sierra, se han convertido en la ‘cabeza de la oposición. Al menos así los siente y denuncia el gobierno

como si se sugiriera que se está yendo a la batalla, el candidato tenía que mirarse al espejo, habían cajas y se sacaba la bandera nacional, o *wiphala*, que decía el candidato frente a estas cosas (Andia, entrevista dos).

²³ María René Duchén es una reconocida periodista y conductora de programas informativos, y García Linera fue conductor de un programa en PAT.

²⁴ “estaba Linera y estaba M. R. Duchén en *El Abogado del Diablo*. Tema #1 la familia. Claro, Duchén era madre, tenía un marido que la apoyaba incondicionalmente, una historia maravillosa. Linera, su mujer se había ido, el era sospechado de ser homosexual, alguien para que el término familia no existía. Entonces los temas que iban abordando eran a favor de ella y en contra de él en todo momento. Tema #2 violencia: M.R. Duchén, madre “no quiero violencia” y el, ex guerrillero había estado preso justamente a causa de la violencia.” (Andia entrevista dos).

de Morales”. El corresponsal del Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) en Santa Cruz, también afirma que existe un claro involucramiento de los medios de Santa Cruz en la política; “Evidentemente, el involucramiento político y el sensacionalismo dentro de los medios se da y es un problema grave para el que no hemos podido encontrar solución. Especialmente hablando de la situación de Santa Cruz, existe dentro del gremio un presión muy fuerte de intereses involucrados que obligan a la autocensura...justamente la oposición tiene sus intereses muy bien representados dentro de los medios de comunicación de Santa Cruz²⁵” (Entrevista Patzzi).

Es evidente que los intereses de los propietarios de medios (sea económicos y/o políticos), no convergían con la agenda política del gobierno de Morales. Consecuentemente, durante su primer periodo de gobierno, dicha divergencia se hizo visible en la posición activa opositora de los medios, desencadenando por lo menos dos efectos colaterales, el primero, una especie de satanización de los medios de comunicación en general por Morales y su gobierno que llevó a situaciones de violencia para trabajadores mediáticos (casi siempre periodistas de base, en la calle), y el segundo, una mayor exacerbación de la situación polarización. En esa línea, Fernando Mayora señala que era claro que los intereses de los medios de comunicación privados no coincidían con los cambios que estaba empeñando a realizar el gobierno de Morales, y que de acuerdo a eso, actuaron claramente como “opositores de opinión”, pero también como opositores políticos. Sobre todo la televisión llegó a posicionarse como líder de opinión, como actor político opositor. En el caso de Santa Cruz, la redes televisivas (UNITEL siempre es la más nombrada) funcionaron como instrumentos de movilización para por ejemplo, toda la campaña de la autonomía²⁶(Entrevista Mayorga).

Durante periodo de mayor polarización (varias fuentes han coincidido en que esto fue entre mediados del 2007 y finales del 2008) hubieron medios en Santa Cruz que se declararon abiertamente “por los intereses de la región²⁷” (Entrevista Colanzi). La corresponsal del ONADEM en Santa Cruz en el periodo 2007-2008 me explica como en este periodo parecía difundirse más propaganda política que noticia en algunos medios; “yo hacía seguimiento igual a todos los periódicos y en el caso de *El Nuevo Día* ya

²⁵ “el dueño del periódico *El Nuevo Día* que es ex presidente del comité cívico, los Monasterios (ligados al MNR) que están muy bien representados por su canal, y como ellos hay muchos que tienen una influencia muy grande en el proceso informativo.” (Osman Patzzi).

²⁶ Debido a problemas con la grabación de esta entrevista, no he utilizado citados.

rayaban en la propaganda política más que en la información. Y era totalmente abierto eso”. Sobre una entrevista con el propietario del diario *El nuevo Día* me comenta: “me dijo muy francamente que él creía que los medios también cumplían una función social y que era de alguna forma orientar a la población sobre cuáles eran sus derechos; que él estaba con la autonomía, estaba con la región, estaba en contra del gobierno y que eso lo reflejaba su periódico”...“él creía ser más honesto que otros periódicos como *El Deber*, que pretendían imparcialidad, pero que él creía que pensaban como él.” (Entrevista Colanzi).

A propósito del Observatorio Nacional de Medios, también ellos fueron divididos por la polarización. En todo caso en Santa Cruz el ONADEM fue, e incluso hoy en día es, visto como partidario del gobierno²⁸, las advertencias que recibí de los entrevistados, de “tener cuidado” con la información proveniente del ONADEM dan cuenta ello. Lo cierto es que el periodo de mayor polarización, dicha percepción del ONADEM era aun más extrema. Al respecto Colanzi comenta “De hecho (2008) fue un año muy complicado, hasta el punto que el ONADEM era un nombre prohibido aquí en Santa Cruz”...“yo iba por ejemplo a la oficina de *El Mundo* a hablar con ... (propietario) y él me decía en mi cara: Usted sabe que yo a usted la aprecio pero es que qué le vamos a hacer, usted es *masista*; o si no lo mismo me decía el de *El Nuevo Día* ...” (Entrevista Colanzi).

75

Respuesta de Morales a los medios

“Los empresarios no deben ser los únicos que cuenten con medios; los pobres, los campesinos, también tienen derecho a contar con sus propios medios de comunicación. Hoy la única oposición son los grandes medios de comunicación, que defienden los intereses de un puñado de familias que vivieron de la política y concentraron el poder económico.”

(Evo Morales 2006, entrevista con página 12)

Desde su discurso de posesión en adelante (ver pág. 71) y justamente a causa de la oposición abierta de algunos medios privados, primero a su candidatura y después a su gobierno, Morales ha mantenido una relación muy tensa con los medios de comunicación privados. Así lo indica también Grebe (2008: 166): “el presidente Evo Morales se mostró muy crítico con relación a los medios de comunicación cuando

²⁸ A causa de su afiliación con la ONG UNIR del cual Ana María Romero, la ex defensora del pueblo, desde el 2009 senadora por el MAS, es la directora.

arremetió contra la red privada de televisión UNITEL, denunciando a sus propietarios como ‘terratenientes’ y representantes de una oligarquía opuesta a los revolucionarios cambios que implementa su gobierno”. Por otro lado, el jefe de redacción del diario *El Deber* señala que “en algún momento (Morales) dijo, que la mayoría de los medios privados son de la derecha, son opositores a su gobierno, luego involucró a los trabajadores de base, a los periodistas y demás y mantuvo una relación de tensión con ellos.”.

Debido a la relación estrecha de negociación que gobiernos anteriores mantuvieron con los medios, con Morales se da por primera vez que un presidente se expresa tan abiertamente en contra de los medios. También el periodista Ortiz afirma esto en nuestra entrevista; “Evo tiene un discurso en contra de los medios: ‘lo medios mienten, no son creíbles, etc.’, y se crea un factor antagónico con los medios, entonces tienes cierta propiedad (propietarios mediáticos) en contra del gobierno, pero además tienes a cada uno de los periodistas cabreados por lo que el señor presidente dice sobre ellos y lo que eso causa.” Cuando le pregunto a Ortiz qué es lo que causa, el me responde: “Que las agresiones en contra de los periodistas hayan crecido exponencialmente en todo ese periodo, se fueron de 4 o 5 por año, a más de 200 agresiones por año entonces, más allá de que tu jefe de prensa te diría hay que hacerlo mierda a Evo por este lado, sin necesidad de que te lo diga, tu aversión hacia la imagen de una persona se vuelca contra vos causa una acción de rechazo a esta persona y a lo que ha hecho esa persona ...y por eso llegó cierto momento en que a Evo se le tiraba mierda de todos lados”.

Dos puntos interesantes se pueden extraer de este citado; el primero es que se explica una relación inversa; aquí el discurso antagónico de Morales se explica como una causa que tienen como efecto es el ataque de los medios hacia Morales. Segundo y más importante, nos demuestra que no solo los propietarios de medios adoptan una posición opuesta al gobierno en base a sus propios intereses, sino que los trabajadores de base, los mismos periodistas, independientemente de la línea o agenda política del medio en el que trabajan, se sienten agredidos por el ataque del gobierno hacia los medios (y en consecuencia hacia ellos) pagándole al gobierno con la misma moneda. La pregunta quien agrede y quién reacciona a ello, parece una del tipo ‘huevo o gallina’ y añade muy poco a este debate, ya que la imagen que se ha percibido del problema no se asemeja ni en lo más remoto a una del tipo causal. Lo segundo sin embargo, es importante porque da cuenta de una posición de los medios opuesta al gobierno, pero no

solo en base a los intereses de los propietarios mediáticos, sino también como consecuencia de una estigmatización de los medios por el gobierno, que afecta especialmente a los trabajadores mediáticos de base, el periodista en las calles.

En este contexto, la situación de polarización entre medios de comunicación privados y el gobierno de Morales es clara y se cristaliza, especialmente en las redes televisivas con sede en Santa Cruz, en una exacerbación escenificada (por los mismos medios) del clima de polarización general vivido en el país. El instrumento del que se valen estos medios es con frecuencia el contenido y formato mediático.

Contenido y formato

“...La cosa está caliente en el país en muchos temas, ahí están los medios mentirosos tergiversando las noticias y creando más problemas ...”

(Ukamau y Ke 2008: Medios Mentirosos)

La influencia del un lado o del otro en este contexto de polarización mediática se ve claramente reflejada en la forma homogénea y selectiva en que se informaba sobre los acontecimientos relacionados al conflicto político vivido, y el escaso margen de análisis y deliberación que se ofrecía. Especialmente en la televisión se percibía durante este periodo una escenificación de la situación de polarización. Tanto en informativos como en programas de análisis y debate, se tendía a polarizar los temas, dejando opción a solo dos tipos información, la que está de lado, y la que está en contra. Un análisis de material televisivo de dos de los canales de televisión con mayor popularidad en Santa Cruz, muestra un favorecimiento predominante de la región, y contrario al gobierno en casi todos los temas políticos tocados. Por ejemplo durante el referéndum autonómico (mayo del 2008) iniciado por la oposición (agrupados en la *media luna*) (ver cap. 2) ambas redes televisivas transmitían noticias sobre la victoria por el sí al referéndum como si se tratase de un triunfo propio del medio, repitiendo una y otra vez que se había llegado al sí porque Santa Cruz así lo quería, que era una fiesta regional, de verdadera democracia (como insinuando que la otra democracia, la que dio lugar al triunfo electoral de Morales no era verdadera), enmarcando las noticias referentes al referéndum autonómico dentro de un cuadro del tipo “nosotros vs. ellos”. Otro ejemplo es la cobertura de la masacre de Pando.

Caso Pando

En el capítulo introductorio de esta tesis se hace referencia a la masacre que tuvo lugar en el departamento amazónico de Pando en septiembre del 2008. La violencia ocurrida en Pando tuvo un número oficial de 13 muertos, el número exacto de desaparecidos (que intentaron cruzar el río Tahuamanu) aún se desconoce. La cobertura mediática de este suceso violento fue caracterizada por la difusión de dos versiones contrarias. La primera versión correspondiente a los medios estatales, hablaba de una masacre de campesinos inocentes y desarmados que en una marcha pacífica en demanda de sus derecho de acceso a tierras, murieron a sangre fría en manos de los violentos cívicos pandinos, encabezados por el prefecto Leopoldo Fernández y los líderes cívicos del departamento que actuaban impulsados por un terrorismo separatista (canal 7, 15 sept. 2008). La segunda versión, difundida por una mayoría de los medios televisivos y escritos privados que habla no de una masacre sino de un enfrentamiento que se produjo entre campesinos *masistas* armados que trataron de ingresar violentamente al municipio Porvenir en Pando, que iniciaron el fuego matando al cívico Pedro Oshiro, lo que desencadenó en violencia defensiva de parte de los lugareños y tuvo como resultado la muerte de los campesinos (PAT, UNITEL, *Red Uno* 12-15 sept. 2008).

78

Se produjo una manipulación mediática en la que cada versión defendía a sus propias víctimas.²⁹ A principios del 2010 Cesar Brie y Javier Horacio Álvarez (ambos ligados a cine y teatro independiente en Bolivia) presentaron el documental *Tahuamanu* sobre los sucedido en Pando. Se muestra en este documental un análisis en base a testimonios de sobrevivientes, revisiones de documentos de autopsias realizadas, etc. El documental concluye argumentando que en efecto se trató de una masacre y no de un enfrentamiento³⁰, pero que los campesinos fueron movilizados por elementos del gobierno³¹. A causa de la crítica impartida a los actores involucrados en la violencia de Pando, los autores de este documental enfrentaron acusaciones falsas, tergiversación de la información referente al documental por los medios ('una masacre mediática' como

²⁹ En el análisis de la prensa escrita cruceña, se vio en el caso de *El Deber* un análisis más balanceado de lo sucedido en Pando que en base a testimonios de ambos lados concluye: "no está claro quién disparó primero" (*El Deber* 12 sept. 2008) "Hubo enfrentamiento y masacre en Porvenir" (*El Deber* 21 sept. 2008).

³⁰ En él se descarta la versión de los medios privados de que la violencia por parte de los cívicos haya sido una reacción (antes de que cayera el primero muerto, el cívico Oshiro, se constató que ya habían heridos graves de balas entre los campesinos). Además se muestra evidencia de autopsias que fueron mal realizadas u ocultaron deliberadamente la verdad sobre la forma en que las víctimas murieron. También se denuncia el silencio y la falta de asistencia del gobierno a las víctimas de la masacre (Brie y Alvarez 2010).

³¹ En el documental *¿Qué Pasó?* de Carlos Valverde se pone más énfasis en el rol que tuvo el gobierno, personas ligadas a él, en la organización y movilización de los campesinos que marcharon a Pando.

ellos mismos la llaman], e incluso agresiones físicas y amenazas de muerte (Brie, Argentino de origen, ha dejado el país a causa de la presión).

Volviendo al tema del formato y contenido noticioso en este periodo, se argumenta que tomando en cuenta los formatos de los programas, un análisis imparcial de la situación no era el objetivo de los programas. Se trataba más de montar un show en el que 1) solo había espacio para defender un polo o el otro, 2) en el que las cosas giraban alrededor del conductor del programa (que muchas veces es al mismo tiempo líder de opinión). A causa de esto muchos analistas prefirieron ya no participar en dichos programas, resultando en que las personas invitadas a analizar o dar opiniones eran las que prestaban a ese juego. En consecuencia, la opinión pública que se formaba en base a dichos programas era parcial e incompleta (Entrevista Mayorga). También Claudia Benavente (2009: 182) explica sobre la programación televisiva en este periodo que en muchos de los programas se preparaba un debate relacionado con un tema específico, al que con regularidad asistían solo representantes de la oposición, mientras que representantes de del gobierno, el otro polo, permanecían ausentes, y viceversa en el canal estatal. Para remediar esta ausencia los presentadores mismos ilustraban el punto de vista del polo ausente, para después dar la oportunidad al invitado opositor a combatirlo. En esta misma línea También Ortiz (Entrevista) señala “la escenificación de la confrontación regional y de la polarización tuvo lugar en los medios”.

79

“Él un medio no es el otro”

Sin embargo, incluso dentro de los medios privados de Santa Cruz, no todos han optado por involucrarse políticamente de la misma forma, ni han adoptado el mismo grado de oposición al gobierno. Algunos de los entrevistados mantienen que el grado en que un medio adoptó una posición política dependió de las características internas propias del medio. Por ejemplo el jefe de redacción de *El Deber* mantiene: “hay medios privados cuya propiedad está en manos de poderes económicos, hay medios privados que incluso pertenecen a propietarios vinculados a actividad partidaria, como hubo hasta hace años atrás, y hay medios privados que tienen como interés básico simplemente hacer periodismo.” (Entrevista Aré). A lo que este citado se refiere es a la diferencia entre medios que están ligados a otras inversiones o económicas o políticas por parte de sus propietarios, como en Santa Cruz es el caso de las redes televisivas en general y los

diarios *El Mundo* y *El Día*, y medios que son propiedad de estructuras patriarcales con tradición periodística como es el caso del diario *El Deber*. Hay que considerar aquí que se trata del testimonio de un feje de redacción defendiendo la posición de su propio medio. No sé si podría coincidir con que el único interés de *El Deber* es hacer periodismo, pero (como señalado en el capítulo 3) en base a mi propio análisis de los medios en Santa Cruz he podido en todo caso constatar una diferencia entre la información difundida por *El Deber* y los otros medios en términos de pluralidad de fuentes (aunque aun se percibe una tendencia a recurrir a fuentes oficiales) y nivel de profundización de un determinado tema. Se podría decir entonces que los medios que son parte de concentraciones mediáticas propiedad de familias con tradición periodística, parecen haber adoptado una posición un poco más apolítica (ver también cap. 3) en todo caso en cuanto a las noticias (las páginas editoriales y las columnas de opinión si mostraban una posición política abierta). También hay que nombrar aquí medios escritos independientes más pequeños (semanarios, quincenarios, revistas, etc.), sobre los cuales se puede decir muy poco ya que se carece de un análisis de contenido específico de estos medios.

80

Sin embargo, mantener esta posición en un periodo de polarización no siempre le resultó fácil. A pesar de que según algunos entrevistados la diferencia de formato y contenido variaba mínimamente entre *El Deber* y otros diarios³², ese mínimo de “neutralidad” fue percibido por algunos grupos en Santa Cruz como una traición a la región. Al respecto Pablo Ortiz (Entrevista) señala “informativamente él (el propietario) no se mete. Información es información y opinión es opinión. Eso nos costó primero pintadas (grafitis) contra él (propietario), luego contra el periódico, y luego una cadena de mails que sugería no poner publicidad en el deber. O sea, hubo una campaña contra el deber. Luego, varios de los periodistas del deber salimos en unas listas de los traidores a Santa Cruz”. En efecto, a causa de que sus noticias no expresaban un apoyo explícito a los dirigentes regionales y a la ‘lucha de la región’, el nombre del periodista Pablo Ortiz, junto con los de otros periodistas (en su mayoría de *El Deber*), intelectuales, artistas y políticos figuró en una lista de ‘traidores a Santa Cruz’: “Pusieron precio a sus principios, vendieron a su pueblo, a sus familias, a sus amigos y

³² Por ejemplo Patzzi mantiene: “El Deber es efectivamente en un periódico muy bien establecido y con mucho poder en Santa Cruz, puede darse libertades que paradójicamente no se da. En casos muy polémicos en los que El Deber podría darse la libertad de adoptar una posición crítica fuerte, ha tenido enfoques muy tibios, no ha enfrentado la situación en base al poder que tiene” (Entrevista Patzzi).

a su gente (...) démosles muerte civil, castigemos con la sanción social a todos los ex cruceños que tuvieron la osadía de desconocer su sangre... Que empresas, instituciones, clubes, fraternidades, restaurantes, hoteles y personas comunes cerremos las puertas de par en par para evitar el ingreso de los traidores..." (citado de carta anónima que circulaba por internet, Bolpress noviembre 2007).

Por otro lado no todas las redes televisivas mostraron el mismo nivel de oposición al gobierno. También hubo casos que fueron más moderados en su crítica. La red televisiva ATB por ejemplo se habría mostrado menos crítica hacia el gobierno de Morales. Esta posición más moderada tendría que ver con el carácter interno de la empresa española PRISA, de la cual ATB es parte, que habría tratado de reflejar imparcialidad en el cuadro de polarización vivido en el país³³. Según Andia ATB adoptó una postura menos enfrentada porque le interesaba el *rating* que pudiese conseguir con ello³⁴. Al otro lado se encontraban las otras dos redes televisivas más grandes que eran UNITEL y *Red Uno*, que como no daban cobertura a los candidatos del MAS, siempre quedaba un vacío en sus programas políticos.

En base a este recuento se ha mostrado como los medios de comunicación privados, adoptaron en el periodo de polarización una posición política primero, y segundo, contraría al gobierno. Como consecuencia se ha mostrado un cuadro polarizado entre los medios de comunicación y el gobierno de Morales, en el que existe un cierto balance de poder; ambos oponentes gozan de un grado comparable de poder. En base a lo observado durante el trabajo de campo, se explica a continuación cómo este balance polarizado de poder parece haberse alterado.

³³ Este es el único medio televisivo que habría dado cobertura al vicepresidente Álvaro García Linera (Morales nunca dio entrevistas a canales nacionales).

³⁴ "En Santa Cruz, el presidente y el vice no vinieron. No podían venir porque les tiraban piedras y eso mediáticamente era maravilloso, pero desgastaba a los candidatos del gobierno. Entonces lo que hicieron es esto: las salidas que tuvieron en Santa Cruz por medios estatales fueron por ATB. Y con un *rating* brutal, y de temas claves para Santa Cruz. Y hablaba con absoluta comodidad, nada raro sería que estuviera grabado pero eso no te lo puedo decir con seguridad. De hecho cuando habían entrevistas aquí en Santa Cruz habían unos choques tremendos fuera de los canales; grupos pro y contra gobierno eran interceptados con gran rapidez y se dirigían al canal a arrojar piedras y demás" (Entrevista [2] Andia).

4.3 Reacomodo (2009-2010)

Durante el periodo de trabajo de campo se observó que, a pesar de que la polarización aun se percibe, el enfrentamiento entre ambos partidos parece ser menos balanceado. El gobierno ha concentrado su poder. Después de las últimas elecciones ha adquirido la mayoría absoluta tanto en la cámara de diputados como en el senado, y la oposición (y en consecuencia los medios opositores al gobierno) ha quedado fragmentada y debilitada. Esto contrasta con el periodo anterior y tiene que ver con un número de factores relacionados con la violencia de septiembre y octubre 2008 y el contundente triunfo de Morales en las elecciones de enero 2009 (ver capítulo 2). Este reacomodo de poder se refleja también en la relación del gobierno con los medios de comunicación. El cuadro en el que los medios privados mantuvieron una postura de fuerte oposición ha sido desplazado. Un análisis de contenido en Santa Cruz demuestra que el tono y grado de confrontación de los medios frente al gobierno de Morales ha cambiado. Si bien aún hay programas y columnas de opinión bastante críticas, predomina la moderación informativa (aunque la tendencia a la superficialidad y homogeneidad de contenido informativo continua) (observaciones propias).

82

En este contexto el presidente de la Asociación Nacional de Periodistas reconoce que si bien una gran mayoría de los medios de comunicación privados en el periodo de mayor polarización política habían cumplido el papel de opositor político, hoy en día el tono opositor de muchos de ellos ha cambiado, que se está dando un reacomodo en el que los propietarios están tratando de no perder su posición de negociación frente el gobierno (Entrevista Grebe). En la misma línea Mayorga sostiene en una entrevista que hay tener en cuenta que los medios de comunicación privados (con algunas excepciones como el deber, los tiempos y algunos mas) son propiedad de grandes empresarios con inversiones muy importantes en distintos rubros y niveles de la economía y que lo que está pasando ahora es que estos señores se han dado cuenta de que esta habiendo un reacomodo de poder en el país y que, si es que ellos no quieren atentar contra sus propias ganancias, tendrán que participar en el reacomodo.

Este reacomodo significa en algunos casos, como por ejemplo en la *Red Uno* (Grupo Kuljis), bajar en tono de confrontación con el gobierno, se presume, para evitar

problemas con el gobierno en las otras empresas a las que Kuljis de alguna forma está relacionado. No nos olvidemos que su red televisiva representa solo una fracción de sus inversiones. En este contexto la periodista Maggy Talavera (Entrevista [2]) afirma: “La mayoría de propietarios de los medios tienen otros negocios, el medio de comunicación es apenas uno más de sus tantos negocios, y los otros a veces son los que mueven más plata: Bancos, propiedades agrícolas, empresas exportadoras, estaciones de servicio, minería. Entonces, ellos pueden perder sus negocios si no le hacen caso al gobierno en relación a como manejan sus medios.”. Las personas entrevistadas reconocen que si bien los gobiernos anteriores también trataron de controlar a los medios, esto se daba sobre una base de negociación entre políticos y los poderes empresariales que compartían los mismos intereses. Volviendo al título de este capítulo y de esta tesis (“entre rivalidad y complicidad”), y apoyándonos una vez más en Exeni (ver capítulo 1) se daban situaciones de negociación o de colusión de intereses que sugerían en muchos casos una relación de complicidad, mientras que en la situación actual el espacio de negociación se ha reducido a causa de la concentración de poder en el gobierno, resultando en una situación que parece más presión del gobierno hacia los medios. El gobierno de Morales parece no estar dispuesto a negociar con los medios, y la concentración de poder de la que goza en este momento hace que la negociación se convierta en algo innecesario. A continuación los cambios que en base a esta nueva situación se han observado o han sido nombrados por mis entrevistados.

83

Debilitamiento y fragmentación de la oposición

En el caso específico de Santa Cruz, la moderación de los medios también puede atribuirse a que la oposición política y regional se encuentra debilitada y fragmentada: “...la oposición regional están completamente fragmentada.” (Entrevista Valverde), respaldado por varios en esa afirmación (Entrevista: Mayorga, Grebe y Talavera). En adición Talavera (Entrevista [2]) explica: “Rubén³⁵ no tiene a nivel departamental una fortaleza compacta, está muy fragmentada. Tiene una mayoría pero no es que todos los opositores de Evo están del lado de Costas. Ellos tienen sus propias disputas. Eso se refleja en los medios. La *Red Uno* (Grupo Kuljis-Santa Cruz) no es lo mismo que la red UNITEL (Grupo Monasterios-Santa Cruz). La *Red Uno* ya prácticamente ha negociado con el gobierno y vos lo notas en *Que no me pierda* y en el informativo. Ahí los

³⁵ Rubén Costas Gobernador de Santa Cruz.

masistas pasean como si fueran su casa, no lo vas a ver (a Costas) en estos medios”. Donde en el periodo anterior los medios en Santa Cruz representaban casi en su totalidad una posición contraria al gobierno, hoy en día parecen haberse repartido entre el gobierno nacional y la gobernación departamental. Por otro lado el periodista Ortiz explica que ahora que la oposición se ha debilitado, sería artificial mantener la polarización mediática. En efecto, las noticias durante mi trabajo de campo reflejaban una oposición insegura y dispersa sin una línea o agenda clara.

Inversión del gobierno en los medios

A diferencia de gobiernos anteriores³⁶ y posiblemente motivado por la situación enfrentada que se dio entre su gobierno y la mayoría de los medios de comunicación en el país, el gobierno de Morales ha tratado de hacer contrapeso al poder de los medios de comunicación privados invirtiendo fuertemente en medios estatales: Por un lado se ha invertido en rescatar el canal estatal, por otro se ha invertido en medios alternativos como una red de radios comunitarias, la radio estatal *Patria Nueva*, y el periódico *Cambio* (Entrevistas: Mayorga, Aré, Andía, Grebe y Valverde). Como en ningún otro gobierno ha habido un ejercicio activo de estos medios de la propaganda gubernamental (Entrevista Aré). Por otro lado en algunas de las entrevistas realizadas se insinuó que personas afines al gobierno han comprado medios de comunicación privados que ahora están en servicio del gobierno. Sin embargo, a pesar de los rumores no parece haber un cuadro claro de cuál es la incidencia concreta del gobierno de Morales en los medios de comunicación privado establecidos.

84

Procesos judiciales

Por otro lado en este gobierno también se han dado casos de procesos judiciales que el gobierno ha iniciado en contra medios de comunicación, o en los que actores mediáticos (contrarios al gobierno) han resultado involucrados. El diario paceño *La Prensa* encara por ejemplo un proceso judicial. También han habido citaciones a periodistas, a declarar en el por su presunto involucramiento en el caso de terrorismo Rosza; “han llamado a un conocido director de un programa de televisión y una revista (Pomacusi) y un

³⁶“Los partidos políticos de turno encontraban formas de tener el apoyo de los medios privados, o por último tenían sus propios medios, por tanto el canal estatal no servía para nada.” (Entrevista [2] Andía).

radialista (Mendivil), estas son acciones de aparente amedrentamiento” (Entrevista Are). Es de esperarse que si un periodista o actor mediático cualquiera se ve involucrado en un delito judicial sea, como cualquier otro ciudadano, obligado a rendir declaración y cuando necesario juzgado. El punto aquí sin embargo, es que en la declaración el juez cuestiona además el trabajo periodístico de Pomacusi. Este hecho fue percibido por algunos de mis entrevistados como un abuso de poder: “...a Pomacusi, el fiscal le preguntó sobre titulares de su revista, y eso si ya es una violación a la libertad de prensa y demás. O sea si tenés objeciones contra la revista denúnciala frente a una comisión de ética, pero no abuses de tu poder para llevarlo a declarar y hacerle preguntas sobre la revista.” (Entrevista Ortiz). Por otro lado el presidente de la Asociación Nacional de Periodistas explica que la forma en que Pomacusi fue tratado en dicho proceso es de hecho desagradable³⁷, sin embargo agrega, “tampoco debemos olvidar el rol que ha desempeñado el señor Pomacusi como líder de opinión dentro de los medios” (Entrevista Grebe) refiriéndose al rol de Pomacusi en la red televisiva UNITEL. Pomacusi fue jefe de prensa de UNITEL en el periodo de polarización, periodo en el cual esta red televisiva se caracterizó por mostrar el grado de oposición al gobierno más extrema.

El caso Carlos Valverde

Como dije anteriormente, se está dando un reacomodo de poder en la relación medios-gobierno, en él, la relación entre los propietarios de medios y el gobierno juega un papel prominente. El caso del analista y conductor de programas Cruceño Carlos Valverde es descrito por varios de mis entrevistados para explicarme lo que está pasando entre algunos propietarios mediáticos y el gobierno. Por segunda vez (antes ya había sido retirado de PAT) el programa de Valverde, *Sin letra chica* dejó a principios de este año la red televisiva *Cadena A* “Carlos Valverde, que empezó a ser televisado en PAT, después en el canal *Cadena A*, pero a causa de presiones del gobierno hacia dicho canal fue limitado en su libertad de producción, por lo que dejó este canal y actualmente presenta su programa en el canal de cable *Activa TV*, que es de la cooperativa COTAS” (Entrevista [2] Talavera). Se trata de un programa crítico de noticias de coyuntura y

³⁷ “El señor Pomacusi llega a La Paz con sus propios medios y es tratado de manera burda, después de la audiencia con el Fiscal Sosa, Pomacusi informa que su proceso se había postergado hasta nuevo aviso. El conflicto con Pomacusi parece estar relacionado con el actual ministro de gobierno” (Entrevista Grebe).

opinión que conoce índices muy altos de popularidad a nivel nacional, que se caracteriza por difundir evidencias de irregularidades en procesos políticos y sociales, con énfasis en irregularidades del gobierno. Al respecto el jefe de redacción de *El Deber* señala: “Carlos Valverde y otros periodistas que ejercían un rol crítico en medios importantes, que han sido sacados del aire, están en estos momentos en medios marginales, no gravitantes. Carlos Valverde lo ha denunciado”(Entrevista Aré). *Cadena A* habría sido entonces presionada por el gobierno para imponer limitaciones al programa de Valverde.

El mismo Carlos Valverde (Entrevista) señala: “A mi programa el gobierno ha tratado de limitarlo por medio de los dueños de *Cadena A*. Entonces a tiempo de renovar mi contrato, los dueños de *Cadena A* me presentaron ciertas cláusulas que me obligaban a por ejemplo asegurarles que lo que yo decía en mi programa era comprobado al 100% y dar cuenta de mis fuentes si fuese necesario. Yo de hecho no acepté porque consideré que así ya no iba a ser libre de hacer periodismo como el periodismo tiene que ser³⁸”. Lo que se ha dado según Ronald Grebe es “una amenaza de mandar auditorias a las minas de los propietarios si es que Valverde no limitaba el tono crítico de su programa”.

Evidentemente, a mi pregunta por qué *Cadena A* accedió a la presión del gobierno Valverde responde: “estos señores (de *Cadena A*) tienen grandes inversiones mineras en el occidente del país y, como son los negocios en Bolivia, en una de esas auditorias nadie se salva tan fácilmente, basta que le observen algo que no fue cumplido como para que puedan intervenir la empresa. Y así también ha debido pasar con otros canales en los que también el tono ha cambiado en los últimos tiempos, como es el caso de por ejemplo *Red Uno* que ha bajado el nivel de crítica.” (Entrevista Valverde).

Valverde reconoce que nunca hubieron amenazas directas del gobierno a su persona “Ellos a mí nunca me han amenazado ni presionado directamente, eso sí que no puedo decir”. Sin embargo hubo otras medidas; “la gente del gobierno tiene prohibido asistir a mi programa, los he invitado muchas veces pero nunca han asistido.” ...“Una forma de presión indirecta que sí he experimentado es el hecho de que mi programa hace mucho que no recibe publicidad del gobierno, algo a lo que tengo derecho por ley. Como usted

³⁸ “Ellos finalmente me dieron a conocer haber sido presionados para que controlen mi programa y yo con mi programa no he querido ser un problema para nadie, entonces por elección propia decidí no perjudicarlos y no seguir ; lo hice de buena manera, no me he ido del canal con peleas” (Carlos Valverde).

sabe una gran parte de la publicidad que financia los medios de comunicación en Bolivia viene del gobierno. El gobierno es el mayor expositor de publicidad y esa publicidad, de acuerdo a la ley, debería ser repartida a los distintos medios y programas porcentualmente en base a *rating*, pero mi programa a pesar de gozar de una gran popularidad, hace muchísimo tiempo que no ve el porcentaje de publicidad del gobierno que le corresponde. Esto perjudica muchísimo a mi programa” (Entrevista Valverde).

Independientemente de si su programa es bueno o malo, más o menos crítico al gobierno o a la oposición, el hecho de que *Sin letra chica* haya sido sacado del aire a causa de presiones del gobierno da una clara señal, uno del grado de influencia que el gobierno ha logrado adquirir con relación a algunos medios de comunicación privados, y dos, la vulnerable situación de medios como piezas (secundarias importancia) de grandes *holdings* empresariales. Esto también se refleja en el siguiente citado “Yo hago mi programa, y lo que haga con mi programa depende de mí y es mi responsabilidad, pero yo no soy dueño de canal, los dueños de canales son ellos, y ellos toman decisiones en base a sus propios intereses.” (Entrevista Valverde).

Reformas legislativas

El 10 de junio del 2010 el gobierno de Morales promulgó una nueva ley del *Órgano Electoral* que incluye algunos artículos relacionados a la regulación parcial de medios³⁹. En base a ellos se pretende regular y fiscalizar la propaganda política en los medios. Dicha ley, es percibida por los medios (tanto en las noticias analizadas como en las entrevistas realizadas con personas relacionadas a los medios) como un instrumento más de control del gobierno, que atenta contra la libertad de prensa establecida; “Están prohibiendo bajo amenaza de cerrar tu medio y de establecer una multa para vos como periodista si haces por ejemplo programas de opinión, entrevistas! No vas a poder

³⁹ Art.24-10.- Regulación y fiscalización de la propaganda electoral en medios de comunicación, y de la elaboración y difusión de estudios de opinión con efecto electoral;

Art. 24-28.- Regular y fiscalizar la contratación y uso de medios de comunicación masiva en la difusión de propaganda electoral en los procesos electorales, referendos y revocatorias de mandato.

Art. 24-30.- Monitorear la información, la propaganda electoral y los estudios de opinión con efecto electoral difundidos en medios de comunicación masiva de alcance nacional, durante los procesos electorales, referendos y revocatorias de mandato, desde su convocatoria hasta la publicación oficial de resultados.

Art. 27-14.- Definir sistemas y ejecutar el monitoreo de la propaganda electoral difundida en medios de comunicación de alcance nacional en procesos electorales, referendos y revocatorias de mandato.

Art. 29-7.- Fiscalizar el cumplimiento de la normativa vigente y los reglamentos en la contratación de medios de comunicación por parte de organizaciones políticas en procesos electorales, referendos y revocatorias de mandato.

convocar a ningún candidato porque puedes ser acusada de estar favoreciendo a uno de los bandos, es terrible!” (Entrevista [2] Talavera). Otro punto de preocupación parece ser la regulación (que en las noticias sobre la ley se traduce como limitación) de publicidad política en los medios. Se trata de una cuestión de limitación de publicidad política que seguramente representa sumas considerables que los medios privados estarían perdiendo. Al respecto el periodista Ortiz (Entrevista) señala que con la nueva ley se está limitando las ganancias de la publicidad política en tiempo de elecciones y que esto, basándose uno en la lógica ‘menos fondos menos autonomía’, pueden influir negativamente en la autonomía de un medio: “Esto de la ley del régimen electoral, es mucho mas jodido porque está destinado a dos cosas: a limitarte tu modelo de negocio, (con tantas elecciones en Bolivia uno de los modelos de negocios son las elecciones, o sea la plata que te entra por la campaña electoral), y, segundo, tu libertad de informar el día de las elecciones” ... “en realidad es una ley des-económica y que no toma en cuenta para nada de que estamos en otros momentos y q por ahí un *twitter* o un *facebook* te va a informar lo que el canal de televisión no puede informar, o sea, no hay forma de coartar eso”. Por otro lado ejemplos como el del caso Garafulic o Kuljis mencionados anteriormente nos enseñan que el nivel de riqueza de un medio no es una garantía para la autonomía del mismo⁴⁰.

Si esta ley es tan determinante para el futuro de los medios en Bolivia pregunto al representante de la Asociación de Periodistas por qué éstos no se organizaron para oponerse a dicha ley antes de que fuese promulgada. Él me explica que se ha tratado pero que el problema que enfrentan ellos como medios es que (al igual que la oposición) están fragmentados, y esto dificulta acción conjunta en contra de la ley (probablemente porque algunos medios no están del todo en desacuerdo con dicha ley) (Entrevista Grebe). En sí, leyes regulatorias de medios no son algo poco convencional, y estas no parecen mostrar en su contenido diferencias características alarmantes. Mucho dependerá de cómo se interprete esta ley que aun no ha sido implementada. Precisamente este es el punto de preocupación. Semanas después de la promulgación de esta ley se nombraron nuevos jueces que inmediatamente después de su nombramiento

⁴⁰ Joseph Pulitzer argumenta que un diario necesita de muchos lectores para así poder tener muchos anuncios publicitarios, porque de esa manera se tendrá suficiente dinero en el medio para garantizar la autonomía. Ignacio Ramonet, director del *Le Monde Diplomatique* argumenta por otro lado que un medio no puede basar su autonomía en la cantidad de dinero que hace, porque llegará un momento en que el dinero se vuelve contra el medio; de lo que se trata, argumenta Ramonet, es de garantizar la autonomía de los periodistas que trabajan en el medio. Solo así se garantizará la independencia de un medio (Gómez Vela 2010: 44).

fueron acusados por los medios por su presunta afiliación al partido de gobierno. En caso de que la interpretación de las leyes fuese en efecto politizada, es muy posible que los medios enfrenten limitaciones por parte del gobierno.

En base a mis propias observaciones, coincido con algunos de los entrevistados en reconocer que es muy probable que el gobierno esté tratando de controlar a sus ‘rebeldes enfrentados’, los medios de comunicación privados. Sin embargo, tomando en cuenta lo descrito durante el periodo de polarización e incluso en el periodo previo a ello, las libertades concedidas a los medios acorde con el principio de autorregulación, parecen haber llegado demasiado lejos. En este contexto, José Luis Exeni (Entrevista) señala que los medios de comunicación en Bolivia han llegado a un nivel de hegemonía de información e impunidad sin límites. A mi pregunta, cual es la solución? El responde: “Regulación desde afuera”, no precisamente desde el gobierno, sino desde órganos de control social, desde la ciudadanía misma, además de la regulación de propiedad mediática, que sería crucial en este sentido. Regulación de propiedad mediática? A lo que Exeni se refiere es a que se cree un mecanismo que limite la colisión o entrecruzamiento de intereses económicos y políticos con los medios de comunicación, en otras palabras, que los dueños de medios sean solo dueños de medios y nada más. También Rafael Achonado mantiene en base a su investigación en el caso Garafulic (ver capítulo 3) que se debería de crear una ley que prohíba que un propietario de medios de comunicación tenga o esté asociado a otros negocios (Archondo 2003: 313). Obviando dificultades de implementación, esta propuesta parecería una alternativa para poder prevenir o menguar concentraciones de intereses y poderes relacionados con los medios de comunicación, sin embargo, cuando sugiero esta posibilidad a algunos de mis entrevistados, me doy cuenta de la gran polémica que recae sobre regulación externa de los medios de comunicación.

La polémica de regulación desde afuera

Regulación externa implica para los medios de comunicación que la autorregulación basada en los principios de libertad de expresión regulada por la ética periodística y legislación de imprenta sería complementada (o parcialmente remplazada) por una regulación externa (por ejemplo desde la sociedad civil como sugiere Exeni) que funcionaría como un especie de árbitro, evaluando el trabajo mediático e interviniendo en momentos de faltas; o como Archondo sugiere, una regulación legislativa que desde un inicio prohíba el involucramiento de intereses externos con los medios de

comunicación. Los entrevistados relacionados con los medios expresan un profundo desacuerdo con este modelo de regulación, especialmente si se toma en cuenta la coyuntura política Boliviana. Ellos argumentan que dentro del contexto político nacional, y en especial el coyuntural, la regulación externa, además de inconstitucional (autorregulación de medios está demarcada en la nueva constitución), corre el riesgo de convertirse en un instrumento político de presión del gobierno de turno hacia los medios. Por ejemplo Ortiz argumenta: “la autorregulación esta constitucionalizada, la CPE (Constitución Política del Estado) dice que los medios debemos autorregularnos, sería anticonstitucional prohibir la autorregulación.” ...“Uno de los problemas de la regulación externa, es que puede servir a la fuerza política mayoritaria de turno, como en la época de la dictadura donde el gobierno de turno metía y sacaba al medio que le daba la gana, como un instrumento político⁴¹.” (Entrevista Ortiz).

Ante la negativa hacia regulación desde afuera por parte de mis entrevistados, les pregunto cómo se puede entonces solucionar los problemas del abuso de poder y manipulación de información denunciados por ellos mismo. Las alternativas a la regulación externa que se proponen son renovar la obsoleta ley de imprenta, la alternativa de un defensor del lector⁴² y concientizar al ciudadano de sus derechos. En efecto, también la literatura relacionada con el tema reconoce que la ley de imprenta boliviana necesita ser renovada; Cajías (1995: 92) por ejemplo señala que la ley actual de imprenta es obsoleta y que además incluye artículos que nos se acatan ni se cumplen, especialmente en lo referente a medios de comunicación privados, censura y la profesionalización de periodistas. La pregunta es ¿de qué manera se debe modernizar una ley de imprenta, que regule mejor el poder de los medios pero que al mismo tiempo no incluye términos de regulación externa? Por otro lado, ¿que garantiza el buen funcionamiento de un defensor del lector, cuando este está sujeto a la constitución del medio al que pertenece? Son preguntas esenciales para resolver la situación en la que se encuentran los medios en el contexto actual. En este contexto, el Observatorio Nacional

⁴¹ II. La información y las opiniones emitidas a través de los medios de comunicación social deben respetar los principios de veracidad y responsabilidad. Estos principios se ejercerán mediante las normas de ética y de autorregulación de las organizaciones de periodistas y medios de comunicación y su ley. (cap. 7, art. 106 Comunicación Social, Constitución Política del Estado).

⁴² El jefe de redacción de El Deber sobre el defensor del lector: “La experiencia del defensor del lector ... nos ha ayudado a que exista conciencia interna, somos uno de los pocos periódicos que con insistencia responde a los reclamos. Y además que la rectificación y el derecho a réplica esta constitucionalizado, ya no podemos evitar responder o aclarar ante cualquier error que podamos cometer” (Entrevista Aré).

de Medios parece ser una iniciativa más que reguladora, evaluadora que avanza en dirección de un seguimiento sistemático y evaluatorio de la situación mediática, pero que, como se ha señalado anteriormente, dentro del contexto polarizado carece de legitimidad (se asocia con el partido del gobierno) entre los medios. En todo caso, el gobierno de Morales en base a las leyes recientemente aprobadas, sí parece tener planes de regular los medios desde afuera, desde su gobierno.

Conclusión

Con el propósito de dar respuesta a la pregunta *¿Cómo se relacionan los medios de comunicación privados de Santa Cruz y los actores políticos en un clima de polarización política?*, se ha presentado en éste capítulo un conjunto de datos que dan cuenta de las complejidades y dinámicas que caracterizan a esta relación. En base a tres momentos/periodos analizados, se ha mostrado una relación medios-política de poder, estrecha y tensionada. Se han ilustrado, comparado y contrastado distintos puntos de vista y experiencias.

En el primer periodo se ha visto una emergencia simultanea de tendencias de privatización de medios y de *marketing político* en base a la cual los medios de comunicación se convierten en una plataforma política, al mismo tiempo que sus propietarios intentan incrementar sus ganancias; por otro lado periodistas y otros actores mediáticos intentando incursionar en la arena política (ver también cap. 1). En este contexto, la relación medios de comunicación- actores políticos se tornó cada vez más difusa y conflictiva, resultando esto en una colisión o entrecruzamiento de intereses, poderes y actores que tuvieron como consecuencia una crisis de credibilidad hacia los medios de comunicación.

Posteriormente durante el periodo de polarización, el posicionamiento político de los medios de comunicación, en especial de aquellos situados en la ciudad de Santa Cruz, se hizo más evidente y desembocó en una exacerbación del clima polarizado ya existente. Finalmente, en el tercer periodo se nota una alteración en el balance polarizado entre los medios de comunicación y el gobierno de Morales, que responde a un reacomodo de poder.

El cuadro observado entre mayo y septiembre del 2010, muestra un gobierno desequilibradamente poderoso con relación a la débil y fragmentada oposición.

También los medios de comunicación privados, anteriormente claros oponentes del gobierno de Morales enfrentan una fase de debilitamiento y fragmentación, que se refleja en una postura moderada con relación al gobierno de Morales. En base a este reacomodo, se han establecido los nuevos parámetros de negociación y/o presión desde el gobierno de Morales (hacia los debilitados medios de comunicación), con el propósito de regular, limitar, quizá controlar estos medios de comunicación privados, que mostraron tanta resistencia a su gobierno en el periodo anterior. En ese contexto se han descrito casos de presiones hacia actores mediáticos específicos, emprendimientos mediáticos gubernamentales, y ejemplos de procesos judiciales y medidas legislativas que lo demuestran.

Se ha constatado que los medios de comunicación privados en Bolivia han transgredido su función de canales de información atribuido a ellos en los tratados internacionales mencionados en el capítulo teórico (ver cap. 1), para convertirse en actores políticos, al mismo tiempo que actores políticos han encontrado maneras de acrecentar su influencia dentro de los medios de comunicación. El contexto de polarización política parece agudizar los términos de interacción de estos actores, causando que se perciba un posicionamiento político más claro por parte de los medios, al mismo tiempo que este posicionamiento político de los medios exacerba la polarización política aun mas. Volviendo a la pregunta que guió este capítulo se mantuvo que la relación medios-política es multidimensional, difusa y dinámica. Retomando el enfoque constructivista discutido en el capítulo teórico, se ha constatado que la relación medios-política, no se da en forma causal y lineal, sino que es más bien inherente a una serie de factores y dinámicas (internos y externos) que tienen que ver con: los intereses de los actores involucrados, quienes y como perciben la situación, además de con su propio posicionamiento contextual (regional, político, social). Esto hace que al construir la noticia política, existan distintos intereses y distintas intenciones apuntando hacia un mismo fin (crear la noticia de acuerdo a cierta agenda), que al momento de relacionarse entran en un tira y afloja, que finalmente resulta en algo no siempre calculado.

Por último se ha determinado que de acuerdo al equilibrio de poder entre actores mediáticos y políticos, la base de su relación cambia; negocia, se colisiona o se tensiona, lo cual coincide con las tendencias establecidas por Exeni en el capítulo teórico. En este contexto, concluyo argumentando que la estrecha y difusa relación entre

los medios de comunicación y los actores políticos en Bolivia resulta en una peligrosa concentración de poder que tiende a socavar la función informativa de los medios de comunicación y cuando conveniente a exacerbar las situaciones de confrontación y conflicto. Por otro lado, la relación que el gobierno de Morales mantiene con los medios ha demostrado que un cambio de ideología política es insuficiente para cambiar las estructuras que entrelazan medios y política (es más, también este gobierno ha probado hacer uso conveniente de dichas estructuras). Con relación a esto, una reestructuración del sistema de autorregulación se torna inevitable, pero al mismo tiempo peligrosa si se toma en cuenta el nivel de politización existente en Bolivia. Este tema requiere una profunda reflexión, en la cual incurriremos a continuación en el capítulo de conclusiones y recomendaciones.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

“El MAS anuncia la muerte de la Ley de Imprenta: La diputada del Movimiento Al Socialismo (MAS), Marianela Paco, dijo que la norma vigente es ‘obsoleta’ y que el Estado ‘debe intervenir en la autorregulación’ del sector” (El Deber: 26 septiembre 2010).

“Periodistas anuncian referendo para modificar ley antirracismo: Los trabajadores de la prensa recolectan firmas para lograr que la ciudadanía decida si los artículos 16 y 23 de la ley antirracismo son modificados, anulados o se mantienen. La huelga de hambre continúa.” (El Deber: 6 octubre 2010).

“Director de EL DEBER inicia histórica huelga: a las 8:30 de ayer, Pedro Rivero Jordán, director ejecutivo del Diario Mayor, se integró al piquete de trabajadores de la prensa que ayunan contra los artículos 16 y 23 de la Ley contra el Racismo” (El Deber 11 octubre 2010).

95

El 8 de octubre del 2010, el gobierno de Morales aprobó la nueva ley antirracismo. En ella se incluyen dos artículos para la regulación y sanción de declaraciones racistas o discriminatorias en los medios de comunicación⁴³. La ley ha despertado una fuerte resistencia en los medios de comunicación. Ellos la categorizan como ley mordaza, un instrumento [más] del gobierno de Morales para limitar la libertad de expresión y de prensa. Como reacción, el 7 de octubre una gran mayoría de los medios escritos en

⁴³ Artículo 16

“El medio de comunicación que autorizare y publicare ideas racistas y discriminatorias será pasible de sanciones económicas y de suspensión de licencia de funcionamiento, sujeto a reglamentación”.

Artículo 23

Se incorpora en el Título VIII del Libro Segundo del Código Penal, el “Capítulo V” denominado: “Delitos contra la Dignidad del Ser Humano”, el mismo que comprenderá las siguientes disposiciones:

Artículo 281 bis.- (Racismo).

I. La persona que arbitrariamente e ilegalmente, restrinja, anule, menoscabe o impida el ejercicio de derechos individuales o colectivos por motivos de raza, origen nacional o étnico, color, ascendencia, pertenencia a naciones y pueblos indígena originario campesinos o el pueblo afroboliviano o uso de su vestimenta o idioma propio, será sancionado con pena privativa de libertad de tres a siete años.

II. La sanción será agravada en un tercio el mínimo y en una mitad el máximo cuando:

a) El hecho sea cometido por una servidora o un servidor público.
b) El hecho sea cometido por un particular en la prestación de un servicio público.
c) El hecho sea cometido con violencia.” (Gobernabilidad.org 2010).

Bolivia publicaron su primera página en blanco (ver anexo 2), anunciaron una campaña de recolección de firmas para exigir un referendo sobre dichos artículos, en Santa Cruz iniciaron una huelga de hambre de la que participó también el co-propietario del diario más importante de la ciudad *El Deber*. Este suceso ilustra una relación de tensión y conflicto entre el Gobierno de Morales y los medios de comunicación. Después de un periodo de confrontación abierta entre el 2004 y el 2009, y el periodo de pacificación (o impase) que siguió en el 2009, hoy, a finales del 2010, se retoma el posicionamiento antagónico y conflictivo entre estos dos grupos. Los medios de comunicación se oponen a una regulación externa como la que propone la ley, alegando que esta transgrede derechos constitucionales e internacionales de prensa y de expresión. El gobierno por otro lado, pretende crear mecanismos que regulen el nivel de 'libertad sin límites' de la que goza el sector mediático.

En base a la pregunta: *¿Cuál es la relación entre la polarización política en Bolivia en el periodo 2004-2009 y los medios de comunicación privados de Santa Cruz de la Sierra?* esta investigación ha estudiado las dinámicas mediante las cuales se desenvuelven los medios de comunicación privados en un momento/proceso de polarización y conflicto político.

En el primer capítulo se presentó un debate conceptual y teórico. Se abordaron pautas generales sobre las características y funciones de los medios de comunicación, y las tendencias de interacción medios *vis a vis* actores políticos. Se utilizaron estudios teóricos basados en la situación político mediática en Bolivia (pero que también son generalizados hacia contextos más amplios). En base a ellos se determinó que los medios de comunicación gradualmente han adquirido un rol predominante en los procesos políticos. Se ha producido un acercamiento y/o imbricación entre las funciones e intereses de los medios de comunicación y actores políticos. La tendencia de privatización y concentración de medios juega un papel importante en la medida en que fortifican la posición de los propietarios mediáticos (concentración de poder). Se ha establecido que bajo determinadas condiciones, los propietarios de medios privados pueden ejercer influencia sobre sus propios medios, y por ende en la relación político mediática, para favorecer sus propios intereses. Esto está sin embargo sujeto a las características internas de cada medio, como por ejemplo a su nivel de institucionalización. De acuerdo a estos nuevos parámetros en la relación medios de

comunicación y política, se utilizan distintas tácticas de interacción, que resultan en situaciones de complicidad, negociación o rivalidad entre los dos grupos.

En el segundo capítulo se han repasado los antecedentes político históricos que fueron antesala a la situación de polarización política vivida en Bolivia entre el 2004 y el 2009, situación que se ha tomado como contexto para esta investigación. Primeramente se describió el periodo de reapertura democrática y reestructuración neoliberal, desde principios de los '80 hasta finales de los '90. Dos aspectos fueron característicos de este periodo: una liberalización en todas las esferas de la economía por un lado, y por otro una democracia basada en la desarticulación de demandas políticas y en pactos políticos entre los partidos establecidos (democracia pactada). Posteriormente, entre abril del 2000 y diciembre del 2005, Bolivia atraviesa un periodo de crisis e inestabilidad, resultado del deficiente funcionamiento del sistema político en el periodo anterior. Las demandas políticas se trasladan a las calles, nuevos grupos emergen, las elites tradicionales ofrecen resistencia, las diferencias económicas, políticas, sociales, regionales y étnicas se enraízan aun más. En diciembre del 2005 Evo Morales sube al poder. Se ha mostrado como en este periodo se ha producido un proceso de ampliación democrática y al mismo tiempo una profundización de la polarización política. Entre 2006 y 2009 enfrentamientos y violencia fruto de la polarización general vivida en el país llegan a un cenit en septiembre del 2008, con la masacre de Pando. Finalmente se hizo referencia a la situación de cuidadoso acercamiento y pacificación entre el gobierno de Morales y los actores de la oposición (observada durante el periodo de trabajo de campo entre mayo y septiembre del 2010) aparente fruto de la consolidación del poder político del gobierno de Morales y el consecuente debilitamiento de los partidos de oposición.

En el tercer capítulo, se abordaron el origen, desarrollo y características principales de los medios de comunicación en Bolivia, con especial énfasis en el proceso de privatización, proliferación y concentración de medios privados y en la situación de los medios privados en Santa Cruz de la Sierra. Se ha determinado el origen predominantemente ideológico y político de los medios de comunicación en Bolivia. Siguiendo un proceso de reapertura democrática y tendencias de privatización y comercialización, surge un nuevo tipo de medio de comunicación, en el que el entretenimiento, superficialidad y homogeneidad de información y sensacionalismo en la noticia, se tornan cada vez mas predominantes. A esto se suma un proceso de

concentración de medios, en base al cual la mayoría de los medios Bolivianos han llegado a formar parte de grandes consorcios mediáticos y financieros, nacionales e internacionales. Se ha repasado una serie de implicaciones de estos procesos: 1) el recrudescimiento de la competencia mediática, como se mostró en base a los ejemplos de los grupos mediáticos Garafulic y Canelas (más tarde Grupo Líder: Rivero-Canelas); 2) la colisión de inversiones y por ende de intereses mediáticos con otras áreas de la economía (concentración diagonal de medios), que convierten a los medios de comunicación en entes vulnerables a censura y/o influencia de las agendas de sus propietarios o inversionistas. Por último se ha constatado que existe una diferencia esencial entre medios de comunicación puramente periodísticos (medios de los que los propietarios no tienen inversiones en otras áreas de la economía, ni una carrera política) como en el caso del diario *El Deber* de Santa Cruz, y los medios ligados a otras inversiones (sea económicas o políticas) como el diario *La Razón* de La Paz. El primero está interesado en invertir en la calidad de su medio para acrecentar sus ganancias, mientras que el segundo tiende a utilizar sus medios para acrecentar sus ganancias diagonales. Esta diferencia se refleja también en el grado de autonomía interna del medio. Mientras que el primero tiende a promover la autonomía interna de su medio, el segundo tiende a subordinar la autonomía interna de su medio en base a sus propios intereses.

El cuarto y último capítulo une los tres elementos de investigación: los medios de comunicación privados, los actores políticos y el contexto de polarización en un mismo análisis. Este análisis refleja una relación medios-política de poder, multidimensional, estrecha y en algunas situaciones tensionada. Se ha mostrado como en base a las tendencias de personalización política y *marketing* político, que se introdujeron en Bolivia en línea con la reapertura democrática y la reestructuración neoliberal de los '80 y '90, se ha introducido a los medios de comunicación como plataformas políticas. De esa manera, gran parte de las campañas electorales y gubernamentales acontecía en los medios de comunicación, en especial en la televisión. Las estrategias electorales del ex presidente Gonzalo Sánchez de Lozada (traídas desde los Estados Unidos) en este periodo, muestran por ejemplo como las campañas políticas se concentran en crear una imagen de un candidato que es transmitida por los medios. Al mismo tiempo se inició en este periodo el proceso de proliferación y concentración de medios de comunicación privados.

Se produce así un acercamiento entre los candidatos (sus expertos en comunicación) y los propietarios de medios de comunicación. En este contexto por un lado, los medios de comunicación, consientes de su nuevo rol, intentan influenciar los procesos políticos. Se involucran por ejemplo en campañas de promoción, protección o de desprestigio de ciertos actores políticos en base a sus propios intereses, como se ha mostrado con el caso Garafulic y su involucramiento con el ex presidente Hugo Banzer. O utilizan su posición mediática para catapultarse a una carrera política, como en el caso de Carlos (compadre) Palenque. Por otro lado los actores políticos tratan de adquirir control sobre los medios, apoyándose en instrumentos de negociación (como las inversiones de los propietarios mediáticos), o adquiriendo sus propios medios de comunicación, como en el caso del empresario y político Ivo Kuljis, propietario de la red televisiva *Red Uno*.

Se ha demostrado además que, en situaciones de cambio político que afecten posiciones establecidas, tanto de los inversores mediáticos, como de los actores políticos, ocasionan un acercamiento (complicidad o colusión) entre los dos grupos con el objetivo de redirigir o truncar dichos procesos de cambio. El ejemplo de la campaña política de Tuto Quiroga el 2005 contra Evo Morales, desplazada predominantemente desde los medios de comunicación (en especial *Red Uno* y UNITEL, ambas redes televisivas provenientes de Santa Cruz) ilustra esta situación claramente. De la misma forma, los medios de comunicación rivalizan a los actores políticos que tratan de implementar reformas desventajosas para ellos, como la oposición entre los medios de comunicación privados y el gobierno de Morales claramente lo muestran.

En base a esta lógica de interacción, se ha mostrado que en el contexto de polarización política y regional vivido en el periodo 2004-2009, una mayoría de los medios de comunicación privados de Santa Cruz, que mantenían relaciones estrechas con los partidos políticos de oposición, se posicionaron en contra del gobierno de Morales (y a favor de las demandas políticas y regionales de los partidos de la oposición). Este posicionamiento político se hizo visible en el formato y contenido informativo de dichos medios. De esta forma los medios de comunicación privados en su mayoría contribuyeron a la exacerbación de la polarización política vivida en el país en este periodo.

En ese contexto y volviendo a la pregunta de investigación, la relación entre el contexto de polarización política y los medios de comunicación privados de Santa Cruz se reflejan en este posicionamiento político claro [en algunos casos militante] de los medios en contra del gobierno de Morales. Antes del periodo de polarización ya se percibe una relación estrecha entre actores políticos y los medios de comunicación (en algunos casos incluso se trata de las mismas personas): por ejemplo en las campañas electorales y gubernamentales, que como dicho anteriormente se escenifican en los medios, o en las inversiones de políticos en los medios o de propietarios mediáticos en la política. Sin embargo es durante el periodo de polarización que los medios reflejan su posición política tan claramente construyendo el formato de sus informativos, programas de análisis y debate y de sus diarios en torno a un “blanco o negro” que no daba espacio a moderación política o un análisis equilibrado de los acontecimientos políticos. De la misma forma sus contenidos informativos reflejaban una realidad que favorecía la agenda política del medio. En Santa Cruz esto casi siempre resultada en el favorecimiento y casi victimización de la causa autonómica departamental (campaña impulsada por los departamentos de la *media luna*) frente a un gobierno opresor, antidemocrático y violento.

100

Por otro lado, el gobierno de Morales ha reaccionado al persistente ataque de los medios de comunicación con una campaña negativa de desprestigio a los medios de comunicación en general. Morales llama a los medios mentirosos, los califica de ser voceros de la derecha oligarca. Consecuencia de ellos han sido ocasionando agresiones especialmente a los periodistas de base (periodistas en las calles) por simpatizantes del gobierno. A causa de esta estigmatización de los medios en general, el gobierno de Morales ha despertado resistencia no solo dentro del círculo de propietarios de medios. También periodistas críticos a la oposición se han mostrado hostiles al gobierno como reacción a la posición generalizadora y negativa del gobierno de Morales. Esta situación da cuenta de una interacción de rivalidad y enfrentamiento entre el gobierno de Morales y los medios.

Esta investigación muestra que a partir de los procesos de privatización y concentración de medios y la conjunta mercantilización y personalización de la política iniciada en la segunda mitad de los '80 y exacerbada en los '90, la línea divisoria entre los actores políticos y mediáticos se ha tornado difusa, conflictiva y tensionada. Los medios de comunicación privados de Santa Cruz han transgredido su rol de canales de

información y compiten con los actores políticos de acuerdo a sus propias agendas. Al mismo tiempo los actores políticos han acrecentado su influencia dentro de los medios de comunicación.

A pesar de que, como se muestra en la última parte del capítulo 4, se ha producido un reacomodo de poder (un gobierno con mayoría en ambas cámaras y la asamblea frente a partidos de oposición y medios privados debilitados y fragmentados) las condiciones de estrecha interacción y colusión de actores e intereses entre medios y política continua. Claro ejemplo de ello son las estrategias aplicadas por el gobierno de Morales para ejercer más control sobre los medios. Los instrumentos que el gobierno de Morales utiliza para tratar de acrecentar su control sobre los medios de comunicación privados, muestra que un cambio de ideología política en el gobierno es insuficiente para cambiar las estructuras que entrelazan medios y política (es más, también este gobierno ha probado hacer uso conveniente de dichas estructuras).

He concluido la mayoría de las entrevistas preguntando que creían mis entrevistados que sucedería con la situación de los medios en el futuro. En distintos matices, todas las respuestas fueron negativas. Se habla de una creciente presión del gobierno y limitación de las libertades de prensa y de expresión: “Yo creo que el gobierno va a tratar de limitar las libertades de los medios aun mas, y que los medios cada vez van a tener menos instrumentos de que valerse para poder defender sus derechos. Los propietarios mediáticos como siempre van a seguir dando prioridad a su ganancia económica por encima de su deber publico de informar a la población.” (Valverde 2010); “Vivimos en un país libre! Tanto que yo puedo seguir haciendo mi periódico porque es chiquitito, UNITEL puede seguir haciendo su informativo pero, en los hechos esta libertad está muy condicionada y las perspectivas que hay en base al ordenamiento legal es que se van a cerrar cada vez más los caminos.” (Talavera 2010, Segunda entrevista). En esta dirección pareciera también apuntar la nueva ley antirracismo anteriormente nombrada.

Como sucede a menudo con investigaciones, después de este arduo periodo, el investigador termina con más preguntas de las que había empezado. A causa del corto tiempo del que disponía para realizar la investigación, he tenido que elegir entre concentrarme en la relación medios-política en sí, y en análisis de contenido y discurso de material mediático. Partiendo de mi pregunta de investigación me he decidido por la

primera opción, descartando la posibilidad de un análisis sistemático de contenido. Para investigaciones posteriores, un análisis combinado de ambos aspectos, tanto de la relación entre actores políticos y mediáticos, como del contenido mediático, pueden ilustrar más concretamente la otra parte de la historia: la forma en que la interacción entre los medios y a política se relaciona con la opinión pública. De esta forma se profundizan y sustentan los supuestos que se han presentado en esta investigación.

Uno de los aspectos que más se ha nombrado en esta tesis es el rol de los propietarios mediáticos y de sus intereses a la hora de informar. En el capítulo cuatro se han analizado las ventajas y desventajas de dos opciones de regulación: la autorregulación (como determinada en base a la ley de imprenta y la nueva constitución política del estado) y la regulación externa (como la que resultará de las leyes recientemente aprobadas). En esta investigación, la autorregulación de medios en Bolivia, ha demostrado ser insuficiente para garantizar el cumplimiento de la función primordial de los medios de comunicación: ser canales de información para los ciudadanos, que contribuyen a la transparencia democrática. Por otro lado, mientras el principio de autorregulación se defiende por los mismos medios de comunicación, se ha constatado que este no siempre garantiza la autonomía interna de un medio para con sus trabajadores de prensa. Hablamos entonces de autorregulación para la prensa? O autorregulación para los inversores privados mediáticos (al mismo tiempo, empresarios, políticos, banqueros, industriales, terratenientes)? En ese sentido, crear órganos externos que regulen y/o evalúen la función e influencia de los medios de comunicación parece una alternativa necesaria.

Por otro lado la regulación interna que se ha implementado por el gobierno de Morales (como las reformas legislativas recientemente aprobadas), han probado ser o sensibles a la coyuntura de politización, o iniciativas independientes como la del ONADEM, han sido percibidas por los medios de comunicación como politizadas, afectando así su legitimidad.

En este contexto, es necesario realizar investigaciones que visibilicen maneras de llegar a una combinación entre instrumentos de autorregulación (que promuevan la autonomía no de los medios privados como inversiones sino de los periodistas), y regulación externa, que ofrezca instrumentos de fiscalización y evaluación hacia los

medios, que promueva medios de comunicación resistentes a influencias externas (sean políticas o económicas) no relacionadas al propósito de informar.

El tema de regulación de propiedad sugerido por Exeni (ver capítulo 4) puede ser una alternativa para reducir la sensibilidad a influencias desde las agendas de los propietarios mediáticos. Exeni sugiere crear mecanismos para impedir que propietarios mediáticos tengan inversiones (económicas o políticas) en otras áreas. Sin embargo, también aquí más investigación será necesaria para encontrar maneras de que tal regulación pueda ser implementada. ¿Cómo regular o limitar inversiones privadas en un sistema regido por la libertad de inversión? O ¿tendríamos que referirnos a transparencia en las inversiones mediáticas, en vez de limitación? Pero también en este caso, ¿cómo garantizar transparencia sin politizarla? Estas son preguntas que precisan ser respondidas en una mayor y más profunda investigación.

BIBLIOGRAFÍA

Libros y artículos

- Archondo Quiroga, Rafael (2003): *Incestos y Blindajes: Radiografía del Campo Político-Periodístico*. La Paz: Plural Editores.
- Assies, Willem (2006): “La ‘Media Luna’ sobre Bolivia: Nación, Región, Etnia y Clase Social” En: *América Latina Hoy*. 43 p.p. 87-105.
- Assies, Willem (2004): “Bolivia: A Gasified Democracy” En: *European Review of Latin American and Caribbean Studies*. 76 p.p. 25-43.
- Ayala Osorio, Germán et Al (2006): *De la Democracia Radical al Unanimismo Ideológico: Medios de Comunicación y Seguridad Democrática*. Cali: Universidad Autónoma de Occidente.
- Barragán, Rossana (2008): “Oppressed or Privileged Regions? Some Historical Reflections on the Use of State Resources” En: *Unresolved Tensions Bolivia Past and Present*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.
- Benavente Parada, Claudia (2009): “Crisis del Periodismo Boliviano: Entre Turbulencias y Latidos del Corazón” En: *Contrapuntos al Debate Constituyente: Ciudadanía y Estado de Derecho*. La Paz: Prisma / Plural Editores.
- Bonilla, Juan (2007): “Lo Público en los Medios. Reflexiones sobre Comunicación, democracia y ciudadanía.” En: *Aportes de la Comunidad y la Cultura*. 13 (5).
- Borreguero Gómez, Raquel (2007): *Comunicación y Poder: Relaciones en un Mundo Globalizado*. Madrid: Editorial Universitas.
- Bryman, Alan (2008): *Social Research Methods*. New York: Oxford University Press.
- Cajías, Lupe (1995): *Poder y Comunicación, Comunicación y Poder*. La Paz: Fundación Milenio.
- Crabtree, John (2009): “Bolivia: playing by New Rules” En: *Reclaiming Latin America: Experiments in Radical Social Democracy*. London/New York: Zed Books p.p. 91-120.
- Eaton, Kent (2008): “Backlash in Bolivia: Regional Autonomy as a Reaction Against Indigenous Mobilization” In: *Politics & Society*. 35 (71).
- Exeni R., José Luis (2007): “A Propósito de la (Re)acción Mediática en Bolivia: Comunicación y Democracia en tiempos de Cambio” En: *Aportes de la Comunidad y la Cultura*. 13 (49).
- Exeni R., José Luis (2005): *MediaMorfosis: Comunicación Política e in/gobernabilidad en Democracia*. La Paz: Ediciones Fado, Plural Ediciones.
- Gobernabilidad Democrática en Bolivia, del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo:

URL: <http://www.gobernabilidad.org.bo/noticias/2-noticias/540-ley-contra-el-racismo-y-toda-forma-de-discriminacion-promulgada> (22-10-10).

Gómez Vela, Andrés (2010): *No Levantarás Falsos Testimonios: Ética para hacer un Buen Periodismo y Defenderse de Malos Propietarios*. La Paz: FES/ Editorial Gente Común.

Gómez Vela, Andrés (2006): *Mediopoder: Libertad de expresión y derecho a la comunicación en la democracia de la Sociedad de la Información*. La Paz: Editorial Gente Común.

Gray Molina, George (2008): "State-Society and Relations in Bolivia: The Strength of Weakness" En: *Unresolved Tensions Bolivia Past and Present*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.

Grebe, Ronald (2008): "Medios de Comunicación en Bolivia: Situación y Perspectiva" En: *Los Actores Políticos en la Transición Boliviana*. La Paz: Instituto Prisma p.p. 139-170.

Grebe, Ronald (2006): *Política, Ética y Comunicación*. La Paz: PUND/Instituto PRISMA.

Hallin, Daniel (2002): "Political Clientelism and the Media: Southern Europe and Latin America in Comparative Perspective" in: *Media, Culture & Society*. 24 (2) p.p. 175-195.

Hochstetler y Friedman (2008): "Globalization, Social Mobilization and Partisan Politics in Latin America" Presentado en: *Annual Convention of the Midwest Political Science Association*. p.p. 1-39

Latin American Network Information Center (LANIC) (2009):

URL: <http://lanic.utexas.edu/> (28-11-09)

Lehouq, Fabrice (2008): "Bolivia's Constitutional Breakdown" In: *Journal of Democracy*. 19 (4) p.p. 110-124.

Lievesley, Geraldine and Steven Ludlam (2009): Introduction: 'a pink tide'? En: *Reclaiming Latin America: Experiments in Radical Social Democracy*. Londres/New York: Zed Books.

Louw, Eric (2007): *The Media and Political Process*. London: Sage

Mayorga Ugarte, Fernando (2009): *Antinomías: El Azaroso Camino de la Reforma Política*. Cochabamba: CESU-UMSS.

Mayorga Ugarte, Fernando (2009): "Comunicación y Democracia en Bolivia: *Mass Media* en medio de la Polarización" En: *Política y Comunicación en Iberoamérica*. Montevideo: Trilce.

Mayorga Ugarte, Fernando (2007): *Encrucijadas: Ensayos sobre Democracia y Reforma Estatal en Bolivia* Cochabamba: CESU-UMSS.

- Mayorga Ugarte, Fernando (2006): "Referendum y Asamblea Constituyente: Autonomías Departamentales en Bolivia. In: *Colombia International*. 64 (7) p.p. 50-67.
- Mayorga Ugarte, Fernando (2003): *Avatares: Ensayos Sobre la Política y Sociedad Boliviana*. Cochabamba: CESU-UMSS.
- Nato, Alejandro y Cesar Rojas Ríos (2008): *Geografía del Conflicto: Claves para Decodificar la Confrontación Social y Política*. La Paz: UNIR/ Plural Editores.
- Norden, Deborah (1998): "Party Relations and Democracy in Latin America" In: *The Journal of Politics*. 4 (4) p.p. 423-443.
- Otaquí, Delina (2004): "Los Medios se Olvidaron del ciudadano" En: *Antimanual del Periodista Boliviano*. La Paz: FES-ILDIS p.p. 47-54.
- Observatorio Nacional de Medios (2009): *Medios a la Vista*. La Paz: Fundación UNIR.
- Organización de las Naciones Unidas (2008): "Declaración Universal de Derechos Humanos.
URL: <http://www.un.org/es/documents/udhr/index.shtml> (Consultada: 23 de febrero, 2010)
- Paz, Martha (2009): "Cobertura Periodística a la Asamblea Constituyente" *Aportes de la Comunicación y la Cultura*. 14 (14) p.p. 45-60
- Putnam, Robert (1971): "Studying Elite Political Culture: The case of Ideology" In: *American Political Science Review*. 65 (3) p.p. 651-681.
- Rodríguez-Gravito, César, Patrick Barrett y Daniel Chavez (2008): "Utopia Reborn? Introduction to the study of the new Latin American Left." En: *The New Latin American Left: Utopia Reborn*. Londres: Pluto Press.
- Rojas Ríos, César (2008): *Democracia de Alta Tensión: Conflictividad y Cambio Social en la Bolivia del Siglo XXI*. La Paz: Plural Editores.
- Rojas Ríos, César y Raúl Peñaranda (2003): *Prensa & Poder en Bolivia*. La Paz: Fundación Konrad Adenauer.
- Scheufele, A. Dietram and David Tewksbury (2007): "Framing, Agenda Setting and Priming: the Evolution of Three Media Effects Models" In: *Journal of Communication*. 57
- Severin, Werner and James Tankard (2005): *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. New York: Longman.
- Tapia, Luis (2008): "Bolivia: the Left and the Social Movements" En: *The New Latin American Left: Utopia Reborn*. Londres: Pluto Press.
- Torrice Villanueva (2008): "The Media in Bolivia: the Market-driven economy, 'shock therapy' and the Democracy that Ended" En: *The Media in Latin America*. Berkshire: Open University Press p.p. 29-45.

UNASUR (noviembre 2008): “Informe de la Comisión Unasur sobre los Sucesos en Pando: Hacia un Alba de Justicia Para Pando.”
URL: <http://www.cedib.org/bp/Infunasur.pdf> (Consultado: 21 de octubre, 2010).

Valverde, Carlos (2009): *¿Qué Pasó? El Libro del Documental*. Santa Cruz de la Sierra: Editorial El País.

Weisbrot, Mark en Luis Sandoval (2008): “The Distribution of Bolivia’s Most Important Natural Resources and the Autonomy Conflicts” En: *Center for Economic and Policy Research*. p.p. 1-16.

Artículos de Diarios (En orden cronológico)

“Bolivia vivió un 11 de septiembre negro por la muerte de al menos ocho personas en Pando. Se teme que la cifra de fallecidos suba a 20, mientras que heridos son 30. Fue por choques entre civiles.” En *El Deber*, 12 de septiembre, 2008.

“Al menos 8 muertos en enfrentamientos en Pando” En: *El Deber*, 12 de septiembre, 2008.

“Hubo enfrentamiento y masacre en el porvenir”. En: *El Deber*, 21 de septiembre, 2008.

“Periodistas anuncian referendo para modificar ley antirracismo” En: *El Deber*, 6 de Octubre 2010.

“Prensa Unida: No hay democracia sin libertad de expresión” En: *Los tiempos*, 7 de Octubre, 2010.

“Director de *El Deber* inicia histórica huelga” En: *El Deber*, 11 de octubre, 2010.

“Periodistas exigen tribunal de imprenta: Protesta. Para el Presidente (a.i) hay un falso debate por la ley” En: *El Deber*, 14 de Octubre, 2010.

Peña, Christian y Lillo H., “Más autocontrol dentro de los medios: los directores y jefes de algunos medios impresos y televisivos dicen que los filtros de calidad se han incrementado. El dueño de Cristo Viene, la Red decidió cambiar su contenido”. En: *El Deber*, 14 de Octubre 2010.

Ugarte Aguilera, Henry, “El Gobierno apunta a la reglamentación: el ejecutivo invitó a por lo menos 20 instituciones para reglamentar el artículo 16 de la ley antirracismo. Los trabajadores de la prensa proponen un proyecto de ley alterno”. En: *El Deber*, 17 de Octubre 2010.

Leyes, códigos

Constitución Política del Estado, *Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia*
URL: <http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/verGratis/36208>
(Consultada: 21-11-2010).

Ley de Imprenta, Publicada por *Los Tiempos*, 7 de octubre 2010.
URL: http://www.lostiempos.com/media_pdf/2010/10/05/178909_pdf.pdf
(Consultada: 10-11-2010).

Ley del Órgano Electoral Plurinacional, *Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia*.

URL: <http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/view/78886> (Consultada: 21-11-2010).

Ley Contra el Racismo y toda Forma de Discriminación, *Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia*.

URL: <http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/verGratis/138670> (Consultada: 23-10-2010).

Código de Ética de la Asociación Nacional de Prensa, *Inter Press Service*.

URL: http://ipsnoticias.net/etica_bol.asp (Consultada: 26-11-2010).

Documentales

Tahuamanu (2010), Dirección: Cesar Brie y Javier Horacio Alvarez.

¿Qué Pasó? (2009), Dirección: Carlos Valverde.

Our Brand is Crisis (2005), Dirección: Rachel Boynton.

ANEXOS

112

ANEXO 1 Entrevistados

Entrevistado	Ocupación	Afiliación	Lugar	Nro. de entrevistas
Maggy Talavera	Periodista	Ex jefe de prensa del diario El Deber, Directora del Semanario Uno	Santa Cruz	2
Ingrid Steinbach	Comunicóloga	Directora del a carrera de comunicación social del la Universidad privada de Santa Cruz	Santa Cruz	1
Osman Patzzi	Periodista/ comunicólogo	Secretario General de la Confederación Sindical de Trabajadores de la Prensa, director del Observatorio de Medios Nacional, Santa Cruz ONADEM, Ex jefe de redacción del diario El Deber y del periódico el Norte. Escribe actualmente en el Amarillo.	Santa Cruz	1
Luis Andia	Político	Ha sido asesor político de candidatos políticos en diferentes niveles, y actualmente es director de la facultad de postgrado en ciencias políticas de la universidad autónoma Gabriel René Moreno	Santa Cruz	2
Liliana Colanzi	Comunicóloga	Comunicóloga y escritora, fue corresponsal del ONADEM Santa Cruz en el periodo 2007-2008	Santa Cruz	1
Carlos Valverde	Analista/ conductor de programas	Analista político y Conductor del programa televisivo <i>Sin letra chica</i>	Santa Cruz	1
Fernando Mayorga	Sociólogo/	Lic. en sociología, doctor en	Cochabamba	1

	Político	ciencias políticas, director del centro de estudios superiores de la Universidad Mayor de San Simon CESU, miembro del directorio de la fundación PIEB (Programa de Investigación Estratégica en Bolivia), y autor de varios volúmenes sobre el periodo analizado.		
José Luis Exeni	Comunicólogo	Doctor en ciencia política, consultor de la oficina regional de comunicación para América Latina de la UNESCO, Ex presidente de la corte electoral, autor de <i>Mediamorfosis</i> sobre la relación medios de comunicación y política.	La Paz	1
Ronald Grebe	Comunicólogo	Presidente de la Asociación Nacional de Periodistas (ANP*), Responsable de estudios sobre la comunicación del instituto de investigación PRISMA	La Paz	1
Marco Dipp	Periodista	Jefe de redacción del diario Correo del Sur, presidente de la Asociación Nacional de Prensa (ANP)	Sucre	1
Gonzalo Canelas	Ingeniero Agrónomo	Director Ejecutivo de los periódicos: Correo del Sur, Los Tiempos	Sucre	1
Tuffi Are	Periodista	Jefe de redacción del diario El Deber	Santa Cruz	1
Pablo Ortiz	Periodista	Redactor de la sección Nacional del diario El Deber	Santa Cruz	1

*Como se notará en el tablero, existen en Bolivia dos ANP's, la asociación nacional de prensa y la asociación nacional de periodistas. A pesar de que sus nombres parecen estar tan estrechamente relacionados, hay una diferencia esencial entre estas dos organizaciones. La Asociación Nacional de Prensa agrupa a los medios de comunicación en general y representa primordialmente los intereses de los medios y de sus propietarios como empresas de comunicación, mientras que la Asociación Nacional de Periodistas, representa los intereses de los periodistas en general (no como gremio, porque para ello existen sindicatos específicos, como la confederación Sindical de trabajadores de la prensa).

Porque?

Vale aclarar que uno de los factores que más determinantes para el número de personas que entrevisté y quienes fueron estas personas han sido suerte y disposición de los entrevistados para contribuir con la investigación. No todas las personas que había planeado entrevistar estuvieron dispuestos a colaborar, y de la misma forma, no había planeado entrevistar todas las personas que figuran en esta lista. Sin embargo algunas de las entrevistas si han sido planeadas en base a ciertas lógicas que vale la pena explicar.

Maggy Talavera: He entrevistado a Maggy Talavera porque pertenecía a un medio escrito que no está dentro de los medios que en Santa Cruz mas se ven a diario. Tampoco se trata de un medio marginal, más bien uno alternativo. El Semanario Uno, por el mismo hecho de contar con una semana para preparar un artículo periodístico presenta un análisis más profundo de los temas, que un diario y aun más aun que la televisión. La intención era entonces ver como una persona del gremio, una periodista, con una trayectoria reconocida en el país (Maggy Talavera fue anteriormente jefa de redacción del diario El Deber), pero perteneciente a un medio alternativo, percibía el problema que yo planteaba.

Osman Patzzi y Liliana Colanzi: En el tiempo preparatorio al trabajo de campo, el informe del ONADEM sobre los medios en Bolivia 2005-2008 *Medios a la Vista*, había sido de gran utilidad para entender los síntomas que caracterizaban a los medios de comunicación en esos momentos. Por esta razón, y por ser el ONADEM la única organización exclusivamente creada para evaluar los medios en Bolivia, era interesante entrevistarlos. Sin embargo, una vez en Bolivia fui advertida por algunas de las personas que entrevistaba que información proveniente del ONADEM podría estar parcializada, ya que según estas personas la organización respondía a los intereses del gobierno. Tomando en cuenta esta advertencia decidí entrevistar tanto al actual presidente del Observatorio en Santa Cruz, Osman Patzzi, como a la ex presidenta de dicha organización, Liliana Colanzi, que actualmente ya no está ligada a la misma. De esta forma, al mismo tiempo que acrecentaba mi banco de datos sobre los medios en Santa Cruz, trataba de detectar el grado en que esa sospecha de parcialidad sería verídica. Al final, ambas entrevistas me llevaron a concluir que la percepción del ONADEM Santa Cruz como parcializado hacia el gobierno parece ser un producto más del clima de polarización. Y a pesar de que se podría decir que el grado de polarización

ha disminuido, las percepciones de “el un grupo” sobre “el otro” por así decirlo, parecen mantenerse intactas.

Ronald Grebbe (ANP) y Marco Dipp (ANP): Como indicado anteriormente, la Asociación Nacional de Periodistas (ANP) y la Asociación Nacional de Prensa (ANP) son organizaciones completamente diferentes, pero al mismo tiempo, se encuentran juntas al lado opuesto del ONADEM. Si se trata de explicar de manera concisa las diferencias entre las tres organizaciones, se puede decir que la ANPer parte del la idea del periodista como *watchdog* de la sociedad, para lo cual el principio de autorregulación es suficiente (regulación desde afuera atentaría contra el principio de libertad de prensa, y es por ello impensable). La ANPren, por otro lado comparte este punto de vista, pero parece tener una posición más pragmática: si la regulación desde afuera es impuesta por ley, habrá que cumplirla para poder seguir funcionando. Finalmente el ONADEM se basa en sus evaluaciones para afirmar que autorregulación es insuficiente y que de ese modo regulación desde la sociedad (que no es lo mismo regulación desde el gobierno) sería necesaria. Viendo que estos tres enfoques difieren tanto, lo que intentaba entrevistando a los tres es, poner la organización representante de la prensa (propietarios, editores, etc.), la que representa a los periodistas, y la que “en nombre de la sociedad” evalúa los medios, lado a lado y así comparar y contrastar sus puntos de vista respecto a la situación de los medios con relación a la polarización y a la política en general.

Luis Andia y Fernando Mayorga: La intención de entrevistar politólogos fue abordar la situación mediática en Bolivia y en particular en Santa Cruz desde el análisis político. Con su ayuda quería entender mejor esa parte difusa de la interrelación entre medios y políticos. Luis Andia además de ser catedrático en política Boliviana y dirigir el centro de postgrado de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno de Santa Cruz, ha trabajado como asesor con distintos políticos (de diferentes partidos) a nivel nacional y local. Fernando Mayorga, por otro lado, dirige el centro de estudios superiores de la Universidad Mayor de San Simón CESU y ha escrito varios libros y ensayos sobre los procesos políticos de los últimos años, en los cuales también ha dedicado atención al rol de los medios de comunicación en dichos procesos.

Carlos Valverde: Entrevisté a este analista y conductor de programas de crítica porque cuando tocaba el tema control del gobierno sobre los medios, Valverde era

ejemplo concreto que se mencionaba. Había empezado con su programa televisivo en una de las redes de televisión más importantes, para después, sin que su programa disminuyera en popularidad, ser relegado a un canal de televisión accesible solo por cable. Con su testimonio quería entender mejor la posición de *target* por así decirlo, por ser el un actor mediático específico que experimenta presión desde el gobierno por el tono crítico de sus programas.

Tuffi Are y Pablo Ortiz: El Deber es claramente el diario cruceño con mayor tiraje, además de en Santa Cruz, en todo Bolivia. Tomando en cuenta esto, como el medio escrito más grande de la ciudad (y del país) piensa sobre la relación entre la política y los medios, la situación de polarización y los medios y los conceptos (auto), autonomía e información, contribuyó con el punto de vista desde adentro (dentro de un medio). Además, entrevistar a dos trabajadores del mismo medio que se encuentran en distintos niveles, me dejó ver algo de la estructura interna de este medio en específico.

Gonzalo Canelas y Marco Dipp: La conversación que tuve con Marco Dipp y Gonzalo Canelas (simultáneamente) no fue planeada (y por lo tanto tampoco estructurada ni grabada). Canelas, co-propietario del grupo Canelas y Marco Dipp jefe de redacción del diario Sucrense *El correo del Sur* se encontraban camino a una convención de medios cuando nos entrevistamos. De la interacción entre ambos se percibía que sus roles estaban claramente separados, Canelas se encargaba de los negocios relacionados a sus empresas mediáticas y únicamente Dipp se expresaba sobre la situación de los medios de comunicación en cuanto a libertad de prensa y politicismo.

ANEXO 2 “Prensa Unida” Protesta contra la nueva ley



Acción de protesta de los medios de comunicación escritos de Bolivia contra los artículos 16 y 23 de la nueva ley antirracismo (Los tiempos, 7 de octubre, 2010)

