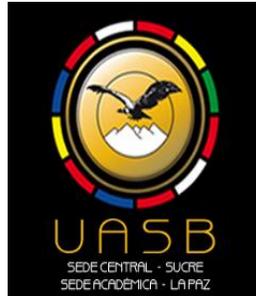


**UNIVERSIDAD ANDINA SIMON BOLIVAR
MAESTRIA EN COMUNICACIÓN Y DESARROLLO**



TESIS DE GRADO

**COMPORTAMIENTO MEDIÁTICO DEL PERIÓDICO
LA RAZÓN (1990 – 2003): ESTUDIO DE CASO
BASADO EN EL ANÁLISIS DEL DISCURSO**

**PRESENTADA PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN Y DESARROLLO**

Postulante: Iván Miranda Balcázar

Docente tutora: Msc. Lic. Norah Villena Almendras

**LA PAZ – BOLIVIA
2011**

A mi familia, nos queremos...

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Andina “Simón Bolívar” por su extraordinaria contribución a la formación de profesionales bolivianos y latinoamericanos.

A las autoridades universitarias y docentes que fueron parte de este proyecto.

A Erick Torrico Villanueva un entrañable amigo de vida.

A Norah Villena, mi reconocimiento y respeto por el seguimiento y culminación de este trabajo.

“Las ideas de la clase dominante son también las ideas dominantes en cada época, o, dicho de otro modo, la clase que es la fuerza material dominante en la sociedad es también la fuerza dominante espiritual. La clase que dispone de los medios de producción material, dispone, a la vez de los medios de producción intelectual; tanto así, que lo uno en lo otro, las ideas de aquellos a quienes les son negados los medios de producción intelectual están sometidas, por eso mismo, a las ideas de la clase dominante”.

Carlos Marx y Federico Engels en *La ideología alemana*.

RESUMEN

Esta investigación analizó el comportamiento mediático del periódico La Razón en el contexto de la naturaleza de clase del Estado inaugurado en 1985, su identidad orgánica con los sectores dominantes y hegemónicos en la sociedad boliviana, en un sistema político de democracia liberal-representativa y un escenario económico de mercado.

Adoptó al periódico La Razón de La Paz, como estudio de caso, para demostrar el retorno de la historia, la trayectoria inalterable en la mediación de un pensamiento hegemónico, construcción de sentido desde las columnas noticiosas y opinativas, dominación de una naturaleza empresarial que ha desarrollado relaciones capitalistas de producción.

Bajo esas condiciones teóricas y empíricas, la investigación se fundamentó en el método histórico y de estudio de caso, tiene un diseño no experimental – longitudinal y es de tipo descriptivo.

Los resultados permiten comprender la consustancialidad orgánica de La Razón con el modelo neoliberal mediante el *análisis del discurso* para interpretar los procesos sociales, la representatividad de los discursos de individuos o colectividades mediante la contrastación empírica en el *campo social* y en el *campo del poder*.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTOS.....	ii
RESUMEN.....	iii
INDICE GENERAL.....	iv
INTRODUCCION.....	x

INDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I. ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Formulación del problema.....	5
1.3. Justificación.....	5
1.4. Objetivos.....	6
1.4.1. Objetivo general.....	6
1.4.2. Objetivos específicos.....	7
1.5. Metodología.....	7
1.5.1. Método.....	7
1.5.2. Enfoque.....	8
1.5.3. Tipo de investigación.....	10
1.5.4. Diseño.....	10
1.5.5. Población.....	12
1.5.6. Técnicas de recolección de datos.....	12
CAPITULO II. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
PARTE I. FUNDAMENTO TEORICO.....	14
1. La teoría de la comunicación.....	14
2. El neoliberalismo.....	22
2.1. Fundamentos filosóficos.....	24
2.2. Dimensiones.....	26
3. Estado, poder y comunicación.....	28
3.1. Estado oligárquico.....	32
3.1.1. Fundamentos filosóficos.....	39

3.1.2. Dimensiones.....	40
4. Discurso y poder.....	46
4.1. Racionalidad y simbolismo.....	48
4.2. De la teoría de la comunicación al análisis del discurso.....	51
5. Análisis del discurso.....	55
5.1. Análisis del discurso y poder.....	61
6. Identidad institucional de los medios de comunicación.....	68
6.1. Filosofía institucional.....	71
6.2. Política comunicacional.....	72
6.3. Estrategia comunicacional.....	73
PARTE II. ASPECTOS PRACTICOS.....	78
1. Periodo oligárquico.....	84
1.1. Campo comunicacional.....	84
1.2. Campo económico.....	87
1.3. Campo político.....	87
1.4. Campo social.....	88
2. Periodo Neoliberal.....	90
Primer momento: Políticos y empresarios del MNR	
2.1. Campo comunicacional.....	94
2.2. Campo económico.....	95
2.3. Campo político.....	99
2.4. Campo social.....	100
3. Periodo Neoliberal	100
Segundo momento: Grupos Garafulic y Grupo Canelas (07.11.1995)	
3.1. Campo comunicacional.....	106
3.2. Campo económico.....	106
3.3. Campo político.....	107
3.4. Campo social.....	107

4. Periodo Neoliberal.....	108
Tercer momento: Grupo Garafulic (100 % de las acciones), monopolio y gran expansión mediática (10.02.1998)	
4.1. Campo comunicacional.....	119
4.2. Campo económico.....	123
4.3. Campo político.....	126
4.4. Campo social.....	126
La razón de la propiedad privada en la Masacre de Navidad	
5. Periodo Posneoliberal – Transnacional (23.10.2000).....	129
Primer momento: Grupo Garafulic y Grupo prisa	
5.1. Campo comunicacional.....	132
5.2. Campo económico.....	134
5.3. Campo político.....	135
5.4. Campo social.....	136
Segundo momento: Grupo Prisa - Transnacional (18.07.2003).....	138
CAPÍTULO III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	142
3.1. Conclusiones	143
3.1.1. Con relación al problema	143
3.1.2. Con relación a los objetivos	143
3.1.3. Con relación al campo teórico	144
3.2. Recomendaciones	147
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	149
ANEXOS.....	154

INDICE DE TABLAS

TABLA 1	
Cuadro de análisis del discurso.....	10
TABLA 2	
Periodización del trabajo.....	11
TABLA 3	
Trayectoria del neoliberalismo en Bolivia.....	24
TABLA 4	
Tipos de gobierno.....	32
TABLA 5	
Alcances de los tipos de gobierno.....	33
TABLA 6	
Periodización de los estados.....	37
Tabla 7	
Pactos de gobernabilidad 1985 – 2002.....	38
TABLA 8	
Naturaleza de clase del Estado.....	45
TABLA 9	
Cuadro de análisis del discurso.....	79
TABLA 10	
Identidad institucional: El discurso de principios.....	91
TABLA 11	
Accionistas Comunicaciones el País S.A.....	97
TABLA 12	
Identidad institucional.....	102
TABLA 13	
Composición de los accionistas.....	107
TABLA 14	
La extensión mediática.....	119
TABLA 15	
Las acciones empresariales.....	121

TABLA 16	
La expansión empresarial.....	121
TABLA 17	
Área de las telecomunicaciones.....	122
TABLA 18	
Identidad institucional: El discurso de principios.....	131
TABLA 19	
Las inversiones del Grupo Prisa y Grupo Garafulic.....	134
TABLA 20	
Ratificar la identidad institucional.....	137
TABLA 21	
Inversiones del grupo Prisa y los nuevos socios.....	140

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. El periodismo crítico desde la agenda mediática.....	4
Figura 2. El proceso de producción del discurso.....	16
Figura 3. El modelo de la Aguja Hipodérmica.....	20
Figura 4. Bases del neoliberalismo.....	23
Figura 5. Lo concreto y abstracto de la historia oficial.....	35
Figura 6. Manejo del lenguaje.....	51
Figura 7. Análisis del discurso.....	58
Figura 8. Interferencia y violencia simbólica.....	66
Figura 9. Monopolio del discurso del poder.....	70
Figura 10. Construcción de la identidad institucional de la comunicación.....	72
Figura 11. Objetividad y subjetividad del discurso.....	73
Figura 12. Mediación para la hegemonía y dominación.....	76
Figura 13. Consustancialidad orgánica.....	77
Figura 14. Declaración de principios de La Razón en su momento de creación.....	90
Figura 15. Avance de los pactos empresariales.....	101
Figura 16. Nueva composición de accionistas.....	109
Figura 17. Carta abierta al presidente Hugo Banzer Suárez.....	114

Figura 18. El escenario transnacional.....	130
Figura 19. Los alcances del acuerdo.....	133
Figura 20. La crisis empresarial.....	139
Figura 21. Primera edición.....	155
Figura 22. Segundo directorio.....	156
Figura 23. Editorial de la nueva etapa.....	157
Figura 24. La noticia de la noticia.....	159
Figura 25. Tercer directorio.....	159
Figura 26. Los nuevos cambios accionarios.....	160
Figura 27. Los momentos de La Razón posneoliberal transnacional.....	161
Figura 28. Lo acuerdos Garfulic y Polanco.....	162
Figura 29. Garafulic perdió ante Polanco.....	163

INTRODUCCIÓN

*La Razón*¹, representa en términos cualitativos y simbólicos, un comportamiento histórico parejo en el proceso comunicacional boliviano, desde la creación de la primera empresa periodística comercial en los últimos decenios del siglo XIX, luego el desarrollo de la prensa de la época liberal y de la “rosca minero – feudal”, hasta la formación mediática de grupos empresariales en este mundo global, unipolar y multipolar de los primeros años de este siglo. En síntesis es una trayectoria uniforme que condensa la concentración de los medios y el monopolio de la palabra en la superficie discursiva en calidad de géneros noticiosos u opinativos, en los momentos históricos de la oligarquía y en el proceso neoliberal inaugurado en 1985.

Marx dijo que cada *régimen de producción y las relaciones de producción y circulación* es el “espejo de su propio porvenir”². En el caso presente, los medios de comunicación en Bolivia corresponden a esas condiciones de producción material e intelectual, es decir, adscripción orgánica del complejo mediático al modelo neoliberal.

La Razón³ inició su circulación con una sociedad de empresarios ligados al régimen que inició en 1985 la era del neoliberalismo, luego siguió el mismo sendero una asociación de empresarios de medios de comunicación a la cabeza de los Garafulic-Canelas-Rivero⁴, después sólo los Garafulic, posteriormente los Garafulic y la transnacional Prisa de España y finalmente el monopolio el grupo Prisa de España. Los vínculos con los partidos políticos en cada uno de los cambios de directorio, la *comprehensión* de una forma de sociedad y Estado y la construcción de un sentido de desarrollo en la formación social boliviana, son parte de este estudio comunicacional.

Los momentos históricos son escenarios de conflictos, rupturas, crisis, enfrentamientos o pactos entre las sociedades y los Estados; entre las organizaciones de la sociedad civil y de la sociedad política, sea cual fuere el régimen político imperante, cuyas relaciones, sean antagónicas o

¹. El periódico La Razón (La Razón oligárquica, La Razón Neoliberal y posneoliberal – transnacional) constituye en este trabajo como un estudio de caso, cuyo comportamiento constituye un referente para explicar la naturaleza integral de los otros medios que han tenido la misma posición orgánica respecto al gobierno, su modelo y su ideología.

². Marx, Carlos. El Capital. Crítica de la Economía Política. Tomo I. Editorial de Ciencias Sociales. La Habana – Cuba 1973. p. X.

³. La descripción integral de cada momento de transición empresarial será expuesta en el desarrollo de la naturaleza empresarial de los medios de comunicación en Bolivia.

⁴. GrupoGarafulic La Razón de La Paz, Grupo Canelas Los Tiempos de Cochabamba y Grupo Rivero El Deber de Santa Cruz.

concordadas, son canalizadas en calidad de opinión pública por los medios tradicionales (entre ellos la prensa) y desde la práctica política por el poder político y su naturaleza de clase.

En ese ámbito de realidad, la democracia como sistema político tiene en el complejo mediático, hoy mucho más desarrollado con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, uno de sus fundamentos principales de reproducción ideológica que supera de lejos en eficacia y construcción de sentido a las propias instituciones del poder formal de los estados.

La interacción, la interrelación y la interdependencia entre la política y los *media*⁵ son un asunto tan viejo como el mismo recorrido histórico de la humanidad. Con todo, merece una reflexión sobre la bipolaridad o la unicidad de estos campos prominentes de la política y la comunicación para comprender el estado de situación en cada contexto teórico y político.

La anatomía del *corpus* comunicacional y el campo político expresa intereses y relaciones de un conjunto de representaciones sociales y significaciones lingüísticas. El sociólogo francés Pierre Bourdieu dice que los medios “A través de las palabras producen ciertos efectos y ejercen una violencia simbólica. Por lo tanto, controlando el uso de las palabras pueden limitar los efectos de violencia simbólica que imponen *volens nolens* (queriendo, no queriendo). Se trata de una violencia que se lleva a cabo en y por el desconocimiento, que se ejerce tanto mejor cuanto menos se enteren de ello el ejecutor y la víctima”⁶.

Bourdieu⁷ considera que el campo del poder “es el espacio de las relaciones de fuerza entre los diferentes tipos de capital, o, con mayor precisión, entre los agentes que están suficientemente provistos de uno de los diferentes tipos de capital para estar en disposición de dominar el campo correspondiente y cuyas luchas se intensifican todas las veces que se pone en tela de juicio el valor relativo de los diferentes tipos de capital”⁸.

Para Bourdieu el discurso es un “campo”, es decir, “simultáneamente, un espacio de conflictos y competición, en analogía con un campo de batalla en el que los contendientes rivalizan por establecer un monopolio sobre el tipo específico de capital eficiente en él: la autoridad cultural en el campo artístico, la autoridad científica en el campo científico, la autoridad sacerdotal en el campo religioso, etc., así como el

⁵. La categoría *media* es igual a medios, a medios masivos de comunicación, por tanto a los medios tradicionales: la prensa, la radio, el cine y la televisión; a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación: la multimedia, el internet, satélite, monética, telemática, entre otros.

⁶ Bourdieu, Pierre. *Pensamiento y acción*. Libros del Zorzal, Buenos Aires – Argentina 2002. p. 62.

⁷. Aquí se entiende como “campo una red de relaciones objetivas entre posiciones objetivamente definidas —en su existencia y en las determinaciones que ellas imponen a sus ocupantes— por su situación (*situs*) actual y potencial en la estructura de la distribución de las especies de capital (o de poder) cuya posesión impone la obtención de los beneficios específicos puestos en juego en el campo, y, a la vez, por su relación objetiva con las otras posiciones (dominación o subordinación, etc.)”. Pierre Bourdieu. **El campo literario. Prerrequisitos críticos y principios de método***. *Criterios*, La Habana, n° 25-28, enero 1989-diciembre 1990, pp.3-4.

⁸. Bourdieu, Pierre. *Razones prácticas. Sobre una teoría de la acción*. Editorial Anagrama, Barcelona, 1997. p. 50.

poder de decretar la jerarquía y las 'tasas de conversión' entre diversas formas de autoridad en el campo del poder"⁹.

Uno de los resultados de esa experiencia es la dominación del *campo del poder* sobre el *campo social* mediante la expansión de los medios de comunicación e información, la concentración o monopolio de estos instrumentos de mediación por una estructura empresarial, cuya tendencia es capaz de institucionalizar discursos, de justificar decisiones estatales o empresariales o descalificar e invisibilizar a los adversarios que disputan espacios en el poder político.

La cuestión de las élites y las masas es una relación antagónica, conflicto que no formó en los tiempos de conflicto neoliberal parte de la agenda mediática ni política, aunque La Razón sospechó levemente la difícil situación del poder desde su perspectiva de discurso liberal en una carta pública dirigida al presidente Hugo Banzer con el título "*El tiempo apremia, Señor Presidente*"¹⁰, donde le dice "La crisis es tan profunda como innegable es el agobio que produce"

Es una etapa en la que se amalgaman lo comunicacional, lo político, lo económico y la reflexión de los procedimientos y estrategias utilizadas por los propietarios de los medios de comunicación para penetrar los mensajes y producir una forma de construcción de sentido¹¹, reproducir la ideología dominante y legitimar el orden social y político vigente. Lo esencial de la comunicación está más allá de la comunicación, está en las condiciones sociales de producción de sentido, que determinan cuán redituable son los discursos, a quienes se dirige y quienes la emiten, qué grado de aceptación tienen en el mercado lingüístico¹².

El primer capítulo explica el marco metodológico de construcción del objeto de estudio de la investigación y la propuesta concreta de conformidad con los lineamientos establecidos por la Universidad Andina "Simón Bolívar".

En el capítulo II se realiza una revisión crítica de las exposiciones de la teoría de la comunicación, tanto desde el punto de vista del marxismo ortodoxo, cuanto de las escuelas clásicas de la comunicación norteamericana y europea, es decir, los medios de comunicación, instrumentos

⁹ BORDIEU, Pierre; WACQUANT, Loic J.D. *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. Editorial Grijalbo, México, 1995. Página 24.

¹⁰ La Razón, 6 de agosto de 2000. No. de edición 3.690. p. 1

¹¹ Lo ideológico es el "sistema de relaciones de un discurso (o de un tipo de discurso) con sus condiciones de producción, cuando éstas ponen en juego mecanismos de base del funcionamiento de una sociedad" VERON. *La semiótica social* ... Página 134.

¹² BOURDIEU, Pierre. *Sociología y cultura*. Editorial Grijalbo, México, 1990.

de emisión ideológica y acción política y campo de poder en la construcción de hegemonía. En ese ámbito teórico, se encuentra la cuestión de los "ideólogos de la clase obrera" (Lenin), "los intelectuales orgánicos" (Gramsci), "Aparatos Ideológicos del Estado" (Althusser), las "tendencias del Estado en la creación de sus aparatos culturales" (Esteinou) o las ideas de máquinas programadoras de comportamiento, la posición ideologista e informacionista en el modelo funcionalista.

El siguiente se ocupa del *análisis del discurso* del medio de comunicación -*La Razón oligárquica, neoliberal, posneoliberal y transnacional*- en la realidad social y política boliviana y su comportamiento en relación al Estado Neoliberal y el agotamiento estructural de ese modelo, después de la crisis política de 2003.

El trabajo culmina con la enunciación de las conclusiones derivadas de la investigación.

CAPÍTULO I
ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.1. Planteamiento del problema

El recorrido histórico de los medios de comunicación es la continuación de la constitución de *complejos sociales de poder*. Han alcanzado en estos tiempos de globalización y vigencia de Estados neoliberales un poder de influencia y eficacia mucho mayores que en época alguna y han logrado insertarse en el tráfico mercantil de los intereses privados para utilizar el complejo mediático en estrategias de presión política (hegemonía y dominación) e ideológica (construcción del discurso para la homogeneidad cultural) en el contexto de un sistema político vigente en Bolivia desde 1982.

El periódico *La Razón* ha sido construido en el imaginario social como fiel expresión de sectores dominantes en cada momento histórico, tiempo político y contexto teórico, por tanto consustancial a la matriz global de libertad de mercado y democracia representativa. Esta reflexión se fundamenta porque este medio representa desde una perspectiva general al conjunto de las instituciones empresariales de comunicación, que participan de la creación material e intelectual de mensajes para la *reproducción de la conciencia social*²⁵ en función de sus visiones, valores, tradiciones, historia familiar, entre otras distinciones discursivas.

“Los periódicos pasaron de ser meros lugares de publicación de noticias a ser también portadores y guías de la opinión pública, medios de lucha de la política partidista. Lo que acarreó como consecuencia, lo que a la organización interna de la empresa periodística hace: la inserción de una nueva instancia entre la colección de noticias y su publicación: la redacción. Pero para el editor esto significaba que pasaba de ser un vendedor de noticias frescas a un comerciante de opinión pública”²⁶.

Por esas consideraciones teóricas y empíricas, este trabajo tiene como trayectoria temporal el período que abarca la creación de *LA RAZÓN* hasta la apropiación integral del periódico por la transnacional española *PRISA* en el contexto del Estado Neoliberal.

La posición crítica planteada aquí recupera la multilinealidad del discurso y el carácter polisémico de la palabra, los espacios recuperados por la comunicación, considerados aquí como espacios restringidos a la descripción y la explicación (*datos cuantitativos*) de los hechos sociales.

²⁵. Esteinou Madrid, Francisco Javier. Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía. Editorial Trillas. México 1992. p. 14.

²⁶. Habermas, Jürgen. Historia y crítica de la opinión pública. Editorial Gustavo Gilli, S.A. Barcelona 1981. p. 210.

Se pretende ingresar al ámbito de la *interpretación y comprensión* de los procesos (desde los *datos cualitativos*) tomando en consideración los *valores afectivos de los signos*²⁷, las creencias, valores y fines del sujeto hablante, con el análisis de la *construcción social de sentido* y la contextualización significativa de los hechos observados, que resulta desde el ámbito teórico el uso de la *técnica metodológica cualitativa*.

La deliberación sobre los medios requiere de una revisión crítica de las concepciones que se tienen de los mismos como aparatos/máquinas o lugares de mediación que otorgan determinados sentidos a los acontecimientos. Si bien sintetizan la “opinión pública” (mirada comunicacional), desde el análisis socio-político son constructores de sentidos y significación, y por tanto de realidad social en función a los proyectos de determinados grupos o clases, los cuales deben tomar en cuenta a los destinatarios en función de sus valores, creencias y representaciones para hacerlos cómplices del proyecto de dominación.

*“...en la etapa del desarrollo transnacional, los medios de comunicación ejercen una tarea cultural **dominante**, no en el simple sentido de instrumentos al servicio de la clase dominante, sino en que son las instituciones constructoras de la principal conciencia colectiva que relaciona a los individuos con la realidad”²⁸.*

Los medios constituyen referentes básicos de la relación entre los sectores hegemónicos y la sociedad civil a través de la mediación de las tendencias culturales más predominantes en su propósito esencial de crear las condiciones para la formación de una ideología orgánica en el tejido integral de la sociedad.

El trabajo ideológico legitima el orden social penetrando en la cotidianidad, previa negociación o conflicto, entre las fuerzas del campo social y político, de dominadores y dominados, de quienes poseen el monopolio de la palabra y aquellos que son pasivos destinatarios de procesos comunicacionales.

²⁷ Orti, Alfonso. *La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta semidirectiva y la discusión de grupo* en Ibañez, Jesús et. al. *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. 2da. Edición, Alianza editorial, Madrid, 1994. “Para ser explicados, los hechos sociales se registran, correlacionan, cuantifican y estructuran (mediante censos y/o encuestas estadísticas formalizadas). Para ser comprendidos, los discursos interpretan y analizan ... a partir de cualquier texto (por ejemplo: documentos históricos, declaraciones a los medios de comunicación social, textos literarios, etc.)”. p. 189.

²⁸. Esteinou Madrid, Francisco Javier. *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*. Editorial Trillas. México 1992. p. 46.

Pese al avance de las reflexiones en la comunicación, aún está vivo en los teóricos (estudiosos de la comunicación) y practicantes (periodistas en ejercicio) de esta disciplina el sentimiento teórico de que los medios deben ajustarse a las herramientas en crisis como la “objetividad”, la “neutralidad”, la “independencia”, “la imparcialidad”²⁹, conceptos repetidos y evocados por la sociedad y muy bien aprovechados por los operadores del complejo mediático. En su lugar, la noción de un periodismo coherente con la realidad contemporánea se desarrolla desde una perspectiva de multitudes, de base amplia y situacional³⁰.

La adopción de la objetividad metodológica como herramienta para explicar los fenómenos comunicacionales sí es posible y necesaria frente a la vieja idea weberiana de apartar el trabajo del periodista “*libre de valores*”³¹ y compromiso con el hecho. Por esas consideraciones, el periodismo de multitudes expresa la intencionalidad social desde la diversidad de las fuentes, el periodismo de base amplia implica reconocer actores, sujetos y escenarios comunicacionales y el periodismo situacional permite trascender la unilinealidad de las declaraciones por el reconocimiento de los hechos y acontecimientos como procesos (figura1). En esta dimensión está la distinción entre la investigación cuantitativa y la investigación cualitativa.

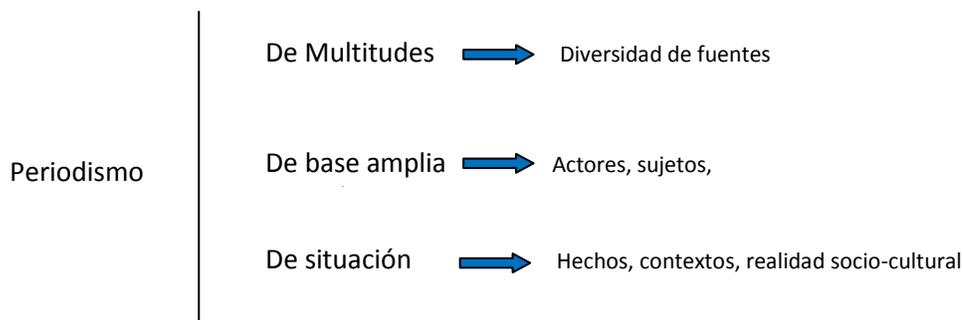


Figura 1. El periodismo crítico desde la agenda mediática³²

Elaboración propia

²⁹. Miranda Balcázar, Iván. Urgencias periodísticas. Texto universitario del Centro de Noticias e Investigaciones. La Paz – Bolivia 1995.

³⁰. Propuesta empírica y teórica del autor de este trabajo de investigación.

³¹. Borón, Atilio. La filosofía política clásica y la biblioteca de Borges. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Buenos Aires – Argentina 2000. p. 5.

³². El periodismo crítico desde el campo político o cualquier área de la agenda mediática tiene el propósito de superar la concepción clásica de esta actividad que se condensa en la imparcialidad, neutralidad, objetividad, entre otras líneas teóricas que caracterizó a ese periodismo

El campo de las ciencias sociales tiene la virtud de superar la práctica de los números, las estadísticas y otros datos matemáticos. La distinción se fundamenta en la capacidad de construir y reconstruir los procesos sociales, analizar la historia y reconocer la trayectoria de la memoria colectiva desde el campo comunicacional.

El periódico **La Razón**, en cada uno de los momentos de su recorrido, fue consustancial y orgánico con el modelo neoliberal y por tanto, es también parte del cambio cualitativo del Estado y sus instituciones, es decir, participó del vaciamiento ideológico del Estado precedente y fue tributario a la formación de la nueva institucionalidad política. Propuesta que se sintetiza en la reconstrucción de un hecho histórico desde la perspectiva cualitativa para explicar el cambio crucial que encaró la sociedad boliviana como efecto del nuevo escenario político e ideológico en Bolivia.

En el escenario del Estado Neoliberal que tiene como referencia la organización política, económica y jurídica desde el horizonte de libertad de mercado y la democracia representativa, el periódico La Razón fue consustancial y orgánico al modelo neoliberal mediante la legitimación del discurso ideológico en la sociedad civil para la formación hegemónica y dominación en la relación histórica entre el campo del poder y el campo social. Problema que merecerá la validación teórica y empírica en el contexto de una realidad compleja, integral y transversal desde la disciplina de la comunicación.

El análisis del discurso expuesto en el propio objeto de estudio, La Razón, y los alcances interpretativos de su contenido, permitirán una verificación práctica sobre la identidad orgánica y adhesión institucional de este medio con el modelo político, económico, social y jurídico instaurado en Bolivia el 29 de agosto de 1985 mediante el Decreto Supremo No. 21060.

1.2. Formulación del problema

¿Cuál es el comportamiento mediático del periódico La Razón, durante el periodo de 1990 a 2003?

1.3. Justificación

Este tema se eligió porque el objeto de estudio es de la más alta relevancia teórica y empírica para la investigación desde el campo comunicacional, debido a que la trayectoria política-histórica y

periodística está centrada en el proceso de transición del Estado Nacional Revolucionario al Estado Neoliberal, el agotamiento de éste y la sustitución por el Estado Plurinacional de Bolivia, periodo en el cual se produjeron acontecimientos de trascendencia política y comunicacional. Unos medios de difusión – de reciente creación para su tiempo - se alinearon al modelo y otros del pasado terminaron por desaparecer del escenario periodístico, porque no comprendieron el nuevo sentido de la circulación de las noticias y opiniones.

Esta tesis aspira validar la idea de que en un momento político de Bolivia hubo un dominio neto de una élite de partidos políticos, apoyados al mismo tiempo por una clase de intelectuales patrocinados por los medios, en este caso específico La Razón, cuya naturaleza empresarial fue consecuente con la línea política e ideológica del flamante modelo estatal.

Ese tejido ideológico y discursivo tuvo episodios marcados como las rebeliones internas de los periodistas de La Razón³³ y las censuras y despidos que asumió el medio para mantener firme su proyecto comunicacional. Impuso en la sociedad su circulación, fue referente noticioso y de opinión, logró una gran estabilidad como empresa. El periódico creado por notables empresarios privados, ex altos funcionarios y militantes del Movimiento Nacionalista Revolucionario, construyó un imperio influyente durante ese periodo frente a otros en decadencia.

La justificación metodológica se fundamenta en la comprensión de la dimensión epistemológica (paradigmas de conocimiento científico), las distintas corrientes teóricas vigentes en el campo de las ciencias sociales, el campo metódico y técnico, la operacionalización de variables, los criterios de análisis de las variables.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

³³. Jorge Canelas, primer director del medio, dijo en una conferencia en la maestría de Comunicación y Desarrollo en la Universidad Andina “Simón Bolívar” que hizo “un periódico de derecha con periodistas de izquierda” y que la línea editorial era de plena identidad con el nuevo Estado, con los políticos de esa dirección ideológica y por tanto, su actitud como de cualquier medio de un país desarrollado tiene que ver con la adscripción a un partido o líder político. En una de las elecciones municipales se alineó con el candidato de Acción Democrática Nacional, Ronald MacLean y estaba prohibido difundir noticias en su contra. Un análisis más amplio de estos hechos se encuentra en la parte descriptiva de esta tesis.

- Establecer el comportamiento mediático del periódico La Razón, durante el periodo de 1990 a 2003 mediante el análisis del discurso.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar el comportamiento mediático del periódico La Razón, durante el periodo oligárquico.
- Identificar el comportamiento mediático del periódico La Razón, durante el periodo neoliberal.
- Determinar el comportamiento mediático del periódico La Razón, durante el periodo posneoliberal- transnacional.

1.5. Metodología

La investigación corresponde a un diseño no experimental, estos son "estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural " (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p.205). En este caso, se estudió el comportamiento mediático del periódico La Razón, sin manipulación alguna.

1.5.1. Método

La investigación se basó en los siguientes métodos:

Método histórico:

La investigación se realizó en base al método histórico que consiste en examinar el pasado con el propósito de describir los hechos relevantes e interpretarlos. Por tanto, un tipo de investigación descriptiva estudia la conexión entre hechos que han ocurrido en el pasado en lugar de la relación entre variables en el presente. La fuente de información son o en ocasiones pueden ser personas" (Bisquerra, 2000, p.144).

En la investigación se estudió el comportamiento mediático del periódico La Razón, en el periodo de 1999 a 2003, utilizándose como fuente de información los documentos expuestos

en calidad de editoriales, las declaraciones de principios o la composición accionaria de los empresarios.

Método estudio de caso:

La presente investigación, también se llevó a cabo a partir del método de estudio de caso que consiste en el estudio a profundidad de un caso. "los estudios de caso no están limitados a personas... pueden aplicarse en instituciones" (Salkind, 1998, p. 211). El trabajo abordó en profundidad al matutino La Razón editado en la ciudad de La Paz y difundido en todo el país.

1.5.2. Enfoque

Este trabajo tiene como centro de atención la *investigación cualitativa* porque permite el análisis de los hechos para extraer inferencias descriptivas validas sobre la vida social, política, cultural y en este caso comunicacional.

La distinción entre investigación cuantitativa e investigación cualitativa es de "estilo y de técnicas específicas. Los dos tipos de investigación participan de la misma lógica subyacente, que suele explicarse y formalizarse claramente al analizar métodos cuantitativos", sostienen King, Keohane y Verba en su trabajo *El diseño de la investigación social. La inferencia científica en los estudios cualitativos*³⁴.

"La investigación cualitativa abarca una amplia gama de enfoques, pero, por definición, ninguno de ellos se basa en medidas numéricas. Este tipo de trabajo se centra generalmente en un caso o en un reducido número de ellos; se sirve de entrevistas en profundidad o de análisis detallados de materiales históricos; utiliza en método discursivo e intenta estudiar de forma global o exhaustiva un acontecimiento o unidad"³⁵.

Por tanto, este trabajo pretende una *interpretación y comprensión* (de hechos históricos, documentos y vivencia propia) de los procesos (desde los *datos cualitativos*) tomando en consideración las creencias, valores y fines mediante el análisis de la *construcción social de*

³⁴. King, Gary, Keohane, Robert y Verba, Sidney. *El diseño de la investigación social. La inferencia científica en los estudios cualitativos*. Alianza Editorial. México 2000. p. 14.

³⁵. King y otros. Op.cit. p.14

sentido y la contextualización significativa de los acontecimientos observados, que resulta desde el ámbito teórico el uso de la *técnica metodológica cualitativa*.

La formalización de la investigación, en el marco del análisis del discurso, se realiza bajo los siguientes lineamientos:

- a) Revisión crítica de las hipótesis en la teoría de la comunicación y la explicación de los medios de comunicación y la prensa en su rol mediador de mensajes y emisor de ideología y estudio de los antecedentes históricos.
- b) Definición del contexto comunicacional, cruzado por dimensiones y variables sociológicas y políticas: el campo social y el campo del poder, las prácticas discursivas de los actores.
- c) Selección de los materiales de prensa en función a las dimensiones anteriores.
- d) Interpretación de los discursos en términos de comunicación y comprensión profunda de los mismos situándolos en contextos sociales y políticos que constituyen los escenarios de producción y circulación de sentido, con el objetivo de develar su riqueza simbólica.
- e) *Análisis discursivo* que se opera desde el sentido de las significaciones sociales de los *enunciados*:
 - *Nivel crítico*: Contenido manifiesto, características y atributos “objetivos” predominantes.
 - *Nivel simbólico*: contenido latente, estereotipos y proyecciones arquetípicas.
 - *Nivel ideológico*: articulación y función de la política comunicacional en la formación de los contenidos simbólicos.

Estos niveles están enlazados en su propósito final de construir sentido en la sociedad mediante la concentración de medios en el campo social y en el campo del poder.

1.5.3. Tipo de investigación

Descriptiva- propositiva

La investigación es de tipo descriptiva, esta "busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice" (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p.103). Bajo esas consideraciones, en la investigación se describió las características de la variable uno de investigación, es decir, el comportamiento mediático, de la unidad de análisis, el periódico La Razón.

La variable de investigación identificada es el comportamiento mediático (tabla 1) que se define como la manera de proceder que tiene un medio de comunicación para exponer desde el campo de la comunicación su posición en relación a los fenómenos políticos, sociales, económicos, jurídicos, entre otras dimensiones, con el fin de construir sentido, crear opinión pública o generar estados de ánimo en la sociedad y sus instituciones de acuerdo a sus convicciones, su identidad ideológica o los paradigmas que fundamenta su posición empresarial (Miranda. I. 2012).

TABLA 1

Cuadro de análisis del discurso

Período	Años	Composición empresarial	Criterios de análisis
			Naturaleza de clase del Estado Campo comunicacional Económico Político Social

1.5.4. Diseño

La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables

independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos (Kerlinger³⁶ 1979, 116).

La investigación no experimental es investigación sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido. Las inferencias sobre las relaciones entre variables se realizan sin intervención o influencia directa y dichas relaciones se observan tal y como se han dado en su contexto natural.

El diseño no experimental longitudinal es recomendable para el tratamiento de problemas de investigación que involucran tendencias, cambios o desarrollos a través del tiempo, o bien, en los casos en que se busque demostrar la secuencia temporal de los fenómenos estudiados en la investigación.

TABLA 2

Periodización del trabajo³⁷

Medios	Período	Años	Distinción
El Comercio ³⁸	Oligarquía conservadora o de la plata	1878 ³⁹	Primer periódico comercial ⁴⁰ que reemplazó a los periódicos subvencionados por el Estado, los gobiernos o jefes políticos.
La Razón ⁴¹	Oligarquía Liberal y Oligarquía de la Rosca Minero Feudal	1917 – 1952	Expresión de los llamados “Barones del Estaño” o la “rosca minero – feudal”, como fue bautizado en ese tiempo.

³⁶. Kerlinger, Fred. (1979). *Enfoque conceptual de la investigación del comportamiento*. México, D.F.: Nueva Editorial Interamericana. Capítulo número 8 (‘Investigación experimental y no experimental’). p. 116.

³⁷. Esta tabla condensa los momentos más representativos de la prensa oligárquica en la trayectoria económica, política e histórica de Bolivia. Se ha construido para contextualizar la relación orgánica de la naturaleza de clase del Estado con los sectores hegemónicos y de dominación en el país.

³⁸. El Comercio de La Paz de Ayacucho fue fundado el 13 de enero de 1878 por el periodista César Sevilla. Referencia que se encuentra en Historia del Periodismo Boliviano de Eduardo Ocampo Moscoso. Empresa Editora “Urquiza” S.A. La Paz – Bolivia 1978.

³⁹. No fue posible establecer con precisión el año del cierre de este periódico, debido a que fueron editados otros con el mismo logotipo y las mismas características de propiedad.

⁴⁰. Carlos Montenegro dijo acerca de El Comercio que es “El primer gran diario boliviano”. “Era evidentemente de aspecto y dimensiones excepcionales para los ojos de la época”. “Este periodismo, económicamente afianzado, es el que diseña los términos en que habrá de consumarse el devenir nacional de la etapa de la comedia. Es casi un libreto de ésta”. Nacionalismo y Coloniaje. La Paz 1943. p. 195.

⁴¹. La Razón de la Oligarquía Liberal y Oligarquía de la Rosca Minero Feudal se incorpora en el trabajo para significar que el nombre de este periódico representa la naturaleza empresarial que tiene dominio, hegemonía y poder en la trayectoria histórica de Bolivia.

La Razón	Oligarquía Neoliberal	1990 – 2000	Identidad orgánica con el modelo neoliberal inaugurado en 1985 mediante el D.S. 21060.
La Razón	Oligarquía posneoliberal y transnacional	2000 - 2003	Extensión empresarial con la transnacional, Grupo Prisa de España, una de las más grandes de la comunicación del mundo iberoamericano.

1.5.5. Población

El periódico La Razón se constituyó en la población o unidad de análisis de la investigación.

1.5.6. Técnica de recolección de datos

Para la recolección de datos de la variable de investigación, el comportamiento mediático, se utilizó el análisis del discurso. “Lo que interesa al análisis del discurso es la descripción de la configuración compleja de condiciones que determinan el funcionamiento de un sistema de relaciones sociales en una situación dada. La caracterización de esas condiciones, no como condiciones “objetivas”, simplemente, sino como condiciones de producción del sentido, es lo que abre el camino a la aprehensión del orden simbólico como matriz fundamental del comportamiento social, y de las estructuraciones de los imaginario como red compleja de representaciones engendradas en el seno mismo de las prácticas sociales⁴² (Sigal, S. y Verón, E. 2003. 3).

⁴². Silvia Sigal y Eliseo Verón (2003). Perón o muerte. “Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista”. Argentina.

CAPÍTULO II.
DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

PARTE I. FUNDAMENTO TEORICO

6. La teoría de la comunicación

Este capítulo se ocupará del marco teórico⁴³ desde la perspectiva de la comunicación, como disciplina científica, los *media* en el escenario ideológico y político del Estado y la cuestión del análisis del discurso. La explicación surge de una revisión crítica de algunas exposiciones dentro de la teoría de la comunicación, tanto desde el punto de vista del marxismo ortodoxo, cuanto de las escuelas clásicas de la comunicación norteamericana. En ese ámbito teórico, se encuentra, la cuestión de los "ideólogos de la clase obrera" (Lenin), "los intelectuales orgánicos" (Gramsci), "Aparatos Ideológicos del Estado" (Althusser), "la industria cultural" (Escuela de Frankfurt), las "tendencias del Estado en la creación de sus aparatos culturales" (Esteinou) o las ideas de máquinas programadoras de comportamiento, la posición ideologista e informacionista en el modelo funcionalista.

La prensa, la radio, el cine, la televisión, la multimedia, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y en general, constituyen los aparatos ideológicos de información, instrumentos utilizados para construir y reproducir ideología. ***"La ideología es el sistema de ideas, de representaciones que domina el espíritu de un hombre o de un grupo social"***, en un contexto, momento o situación, cuyas dimensiones, según Teun A. van Dick son:

- a) **Discurso:** los que se centran en el discurso mismo o en la estructura,
- b) **Cognición:** los que consideran el discurso como comunicación en el ámbito de la "cognición", y
- c) **Sociedad:** aquellos que se centran en la estructura socio-cultural.

Bajo esos parámetros los medios de comunicación en Bolivia se desenvuelven en el marco de las relaciones capitalistas de producción, son emisores y reproductores de las ideas predominantes⁴⁴, propietarios privados y empresarios que poseen por ejemplo las cadenas de radio,

⁴³. "El marco teórico es, en realidad, la base de inteligibilidad del problema de estudio, pues a partir de él queda definida la lógica desde la cual el investigador efectúa su acercamiento al objeto de análisis seleccionado y, asimismo, la posibilidad de que formule una propuesta interpretativa", explica Erick Torrico en su libro *La tesis en comunicación*. Elementos para elaborarla (segunda edición). Editorial Artes Gráficas Latina. La Paz – Bolivia 1997. p. 104.

⁴⁴ Como manifiesta Marx "las ideas de la clase dominante son también las ideas dominantes en cada época, o, dicho de otro modo, la clase que es la fuerza material dominante en la sociedad es también la fuerza dominante espiritual. La clase que dispone de los medios de producción material, dispone, a la vez de los medios de producción intelectual; tanto así, que lo uno en lo otro, las ideas de aquellos a quienes les son

prensa, televisión, aglutinadas en unas cuantas redes monopólicas. En este sentido manifiesta Taufic que “en tanto instrumentos, los medios de comunicación no jugarán otro rol que el que quieran asignarles sus dueños”⁴⁵, aunque en un esfuerzo por reducir el tono directo de esa opción, es posible que haya medios que mediante formas encubiertas muestren aparentes pluralidades en la emisión de sus mensajes.

En consecuencia, la acción transformadora sobre los medios de comunicación consiste en que las clases dominadas se apropien de ellos y le den un contenido revolucionario. El supuesto en que se asienta esta consideración es que el capitalismo ha congelado las potencialidades liberadoras de los medios y lo único que se debe hacer es liberar dichos medios. Algo semejante ocurre con el Estado: cuando los trabajadores toman el poder, el Estado se llena de contenido revolucionario. A este argumento mecanicista e instrumentalista Baudrillard denomina “mística de la predestinación socialista de los media, inversa pero complementaria del mito orwelliano de su manipulación terrorista por el poder. Hasta Dios está de parte del socialismo: al menos, eso dicen los cristianos⁴⁶”.

A pesar de que se han desarrollado modelos de interpretación de la comunicación cada vez más depurados y sofisticados, vinculados a las ciencias políticas, a las matemáticas, a la sociología, a la lingüística y a la psicología⁴⁷, para analizar el fundamento de la comunicación, sin embargo, hay que salir de la comunicación, ir a las condiciones sociales de producción del lenguaje, al entorno de las relaciones de poder, a la construcción de legitimidad del lenguaje y en suma a su significación como factor fundamental de producción y reproducción de la sociedad.

En ese contexto, el análisis del discurso es un método de las ciencias sociales, su objetivo es analizar la impronta y el significado contextual de los mensajes, es un conjunto de estrategias de interpretación, es de alta producción de información documental en todo tipo de entornos y es un suceso social de la comunicación en su sentido amplio, profundo, complejo, integral y transversal.

negados los medios de producción intelectual están sometidas, por eso mismo, a las ideas de la clase dominante” MARX, Carlos. *La ideología alemana*. Edit. Pueblos Unidos, Montevideo, 1959. p. 49.

⁴⁵ Taufic, Camilo. *Periodismo y lucha de clases. La información como forma del poder político*. Editorial Nueva Imagen, México, 1977. p. 34.

⁴⁶ Baudrillard, Jean. *Crítica de la economía política del signo*. 7ma. Edición en español, Siglo XXI Editores, México, 1987. Página 206.

⁴⁷ “La disciplina específica de Lasswell es la ciencia política. El modelo de Shannon corresponde a la teoría matemática de la comunicación. La sociología de la comunicación de masas está representada por el modelo de Schramm. El modelo de Jackobson es un modelo de matriz lingüística”. Rodrigo A., Miquel. *Los modelos de la comunicación*. Editorial Tecnos, Madrid, 1989. p. 13.

Los elementos teóricos que configuran este campo de conocimiento son las definiciones, antecedentes, funciones, la interdisciplinariedad y el objeto de estudio. El análisis del discurso puede complementar el procesamiento de la información y del análisis de contenido tradicional para representar estadios del conocimiento y la experiencia de los productores de los textos de corte semántico (Ver figura 2).

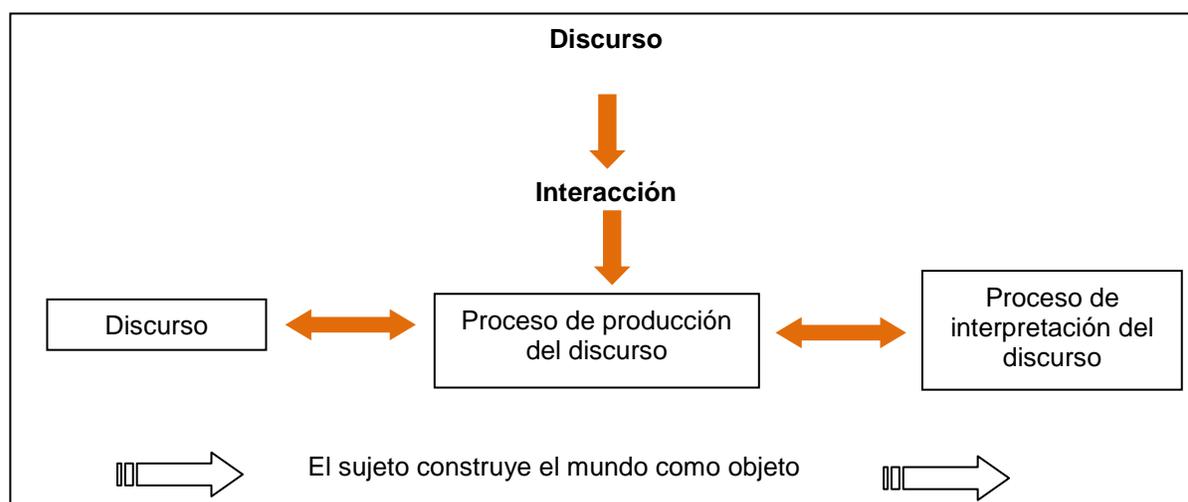


Figura 2. El proceso de producción del discurso

En base a los autores especializados en este campo de conocimiento

Van Dijk define el discurso como: "un suceso de comunicación (...), las personas utilizan el lenguaje para comunicar ideas o creencias y lo hacen como sucesos sociales más complejos⁴⁸".

Para entrar a estos ámbitos hay que analizar los supuestos básicos de la teoría de la comunicación:

- a) Que tanto el emisor como el receptor manejan el mismo código⁴⁹ y que
- b) La circulación de los discursos sociales sea unilineal.

⁴⁸. Silva O. El análisis del discurso según Van Dijk y los estudios de la comunicación. *Razón y Palabra* 2002;(26). Disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n26/osilva.html>

⁴⁹ La dominación del código como núcleo de la teoría de la comunicación ha conducido a luchar contra el "terrorismo del código" instaurado por la comunicación.

La crítica al manejo de un mismo código en la comunicación es una posición que cuestiona al fondo mismo de la teoría de la comunicación (Baudrillard), aunque otros autores expresan que dicha teoría se ha depurado a tal grado que se plantea transitar de la pluridisciplinariedad⁵⁰ e interdisciplinariedad⁵¹ a la transdisciplinariedad⁵² (Moragas: 1981), tal teoría se ha desarrollado desde la explicación de los modelos como el propuesto por Lasswell⁵³, denominado en su momento paradigmático como el modelo de los “efectos” o la “aguja hipodérmica”.

Luego Shannon⁵⁴ contribuyó con el “ruido” y desarrolló la matematización para conseguir el salto hacia la ciencia nomotética⁵⁵; de Schramm⁵⁶ la “retroalimentación” por inferencia deductiva y su aporte a la investigación de la comunicación de masas, de Jakobson⁵⁷ el trabajo sobre las funciones del lenguaje y de Maletzke⁵⁸, la comunicación de masas y sus efectos a nivel mundial. Al realizar una crítica profunda a la teoría de los massmedia en el sentido de que los medios de comunicación son antimedidores, intransitivos que rompen el intercambio, la reciprocidad de la palabra y su respuesta⁵⁹, se observa que la retroalimentación de emisor a receptor y viceversa es una simulación, porque en la comunicación uno elige el código y el otro debe someterse a él o abstenerse de

⁵⁰ Pluridisciplinariedad: el objeto es compartido por otras ciencias.

⁵¹ Interdisciplinariedad: el método es compartido por las disciplinas.

⁵² Transdisciplinariedad: los resultados son compartidos por las diversas ciencias.

⁵³ Lasswell, H.D. *Estructura y función de la comunicación en la sociedad* en M. de Moragas. Sociología de la comunicación de masas, II, Estructura, funciones y efectos. Gustavo Gili, Barcelona, 1985. Páginas 50 - 68.

⁵⁴ Shannon, C.E. *Teoría matemática de la comunicación* en C.E. Shannon y W. Weaver. *Teoría matemática de la comunicación*. Forja, Madrid, 1981. Páginas 43 – 150.

⁵⁵ En la concepción de Piaget una ciencia es nomotética en la medida en que llega a establecer leyes, es decir encontrar “relaciones cuantitativas matemáticas relativamente constantes y expresables en forma de funciones matemáticas, pero también en el sentido de hechos generales o de relaciones ordinales, de análisis estructurales, etc., traduciéndose por medio del lenguaje ordinario o de un lenguaje menos formalizado (lógico, etc)” Piaget 1979: 46)

⁵⁶ Schramm, W. (ed.). *Procesos y efectos de la comunicación de masas*. Universidad de Illinois. Traducido al español por CIESPAL, Quito.

⁵⁷ Jakobson, R. *Ensayos de lingüística general*. Seix Barral, Barcelona, 1975.

⁵⁸ Maletzke, G. *Psicología de la comunicación social*. Ciespal, Quito, 1976.

⁵⁹ “Toda la arquitectura actual de los media se funda sobre esta última definición: son lo que veda para siempre la respuesta, lo que hace imposible todo proceso de intercambio (como no sea bajo formas de simulación de respuesta, estas mismas integradas al proceso de emisión, lo cual no cambia en nada la unilateralidad de la comunicación)” Baudrillard, Jean. *Crítica de la economía política del signo*. Página 202.

participar, situación que establece jerarquías de poder que no permite el diálogo ni la unidad sino artificialmente a través de una mediación, el mensaje⁶⁰.

La separación estructural y también la aparente unidad es posible por la presencia del código: “Es la instancia del código la que garantiza esta univocidad, y con ello las posiciones respectivas de codificador y de decodificador. Todo se relaciona: la fórmula tiene una coherencia formal que se asegura como único esquema de la comunicación posible.”⁶¹. El poder del código es de tal naturaleza que funda lo que Baudrillard llama “dominación por el terrorismo del código” puesto que la comunicación no puede moverse en el ámbito de la multivocidad, y el nivel de científicidad de la teoría de la comunicación que está basado en este distorsionado y anulado intercambio; por tanto, la univocidad se constituye en la única fórmula de la comunicación posible.

La producción de discursos⁶² ataca el “terrorismo lingüístico” instaurado por el código (Baudrillard), se anula el monopolio del emisor, y se supera el intercambio y el feedback simulado de la comunicación. Esta crítica –aclara el autor- no significa negar el lenguaje como material significativo sino poner al descubierto la lógica del intercambio simulado en la comunicación. El ejemplo de esta producción sería el graffiti, la palabra en las calles que permite dialogar con diferentes códigos, donde el intercambio de mensajes es libre, donde las preguntas generan no sólo respuestas, sino también otras preguntas, y ninguna de ellas es simulada y hay tantas respuestas cuantos lectores del mensaje.

Desde otra posición teórica y metodológica, la sociología norteamericana, también asumía la fuerza de los medios de comunicación⁶³, “fuerza demoníaca y máquina infernal”, que eliminaba cualquier resistencia en la cotidianidad y en la configuración de una sociedad que se suponía desorganizada, gelatinosa, con escasez de relaciones interpersonales, sin reivindicaciones ni pretensiones:

⁶⁰ El manejo de distintos códigos no se restringe al lenguaje sino a pautas de comportamientos y valores socioculturales.

⁶¹ Baudrillard. Op. cit. Página 216.

⁶² La producción del discurso es el tipo de actividad por la que el sujeto transforma su cotidianidad o proyectos de vida no explícitos en hechos lingüísticos y prácticas no lingüísticas.

⁶³ Esta es la idea central en “la teoría de la aguja hipodérmica”, la “teoría de la bala mágica” y otras que sostenían la gran capacidad de los medios para determinar el comportamiento de las personas, crear símbolos, manipular conductas y construir lo que Eco denomina “zombis”: muertos – vivos que obedecen la voz de su amo.

“Desde la cuna hasta la tumba, desde que se levanta hasta que se acuesta, el individuo de hoy se halla rodeado por una interminable red de signos, mediante los cuales procuran los demás adelantar sus propios objetivos. Se le indica lo que ha de creer, lo que debe aprobar o desaprobar, lo que debe hacer o evitar. Si no se pone en guardia, se transforma en un verdadero robot manipulado por signos, pasivo en sus creencias, sus valoraciones, sus actividades. Por medio de la sugestión posthipnótica puede lograrse que un individuo realice las acciones que se le sugieren, sin tomar conciencia de dónde provienen las órdenes y en la convicción de actuar con plena independencia. El desarrollo de la radio, la prensa y el cine permite la enorme extensión de una influencia que en lo esencial no difiere de la hipnosis. Las grandes masas repiten cada semana lo que ha sido ya digerido para su creencia, compran cosas porque se les ha mostrado que una linda chica o un ‘hombre de ciencia’ usan tales artículos, cumplen mecánicamente ciertas acciones porque se les ha asegurado la necesidad de realizarlas. La conducta se torna así estereotipada, monótona, compulsiva y patológica.”⁶⁴

La hipótesis de la Agenda Setting considera que “como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido. El público además tiende a asignar a lo que incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los massmedia a los acontecimientos, a los problemas, a las personas⁶⁵” (Shaw, 1979, 96).

En la década de los setenta, Rivadeneira, R. se preguntaba: “¿qué hacen los medios con la sociedad?”, bajo la visión apocalíptica de la potencialidad de los medios masivos de comunicación⁶⁶, podrían hacer lo que quisieran con el receptor. Al respecto es aleccionador el ejemplo de Orwell sobre el terror que pueden sembrar los medios de comunicación en manos de determinadas personas, así sea con hechos imaginados por el locutor. Para Taufic, los medios masivos de comunicación, por ser omnipresentes en la vida social, podían tener un rol liberador o sujetador, de acuerdo con lo que decidan sus dueños, “y así podrán ser instrumentos de cultura o instrumentos de

⁶⁴ Citado en Rodrigo, Miquel. *Los modelos de la comunicación*. Editorial Tecnos, Madrid, 1989. Páginas 31-32.

⁶⁵ Wolf. Mauro. *La investigación de la comunicación de masas*. Editorial PAIDÓS. España 2000. p. 163.

⁶⁶ Rivadeneira, Raúl. *Comunicación y cultura en Ciencia y cultura*. Revista N° 2, diciembre de 1997, UCB. Página 104.

incultura; medios de dominio o medios de liberación; elementos para unir a un pueblo o para desorganizarlo; para enaltecerlo o para hundirlo”⁶⁷.

El supuesto en que se fundamentaba la creencia en la omni/prepotencia de los medios y la impotencia del receptor remitía a los postulados centrales del behaviorismo, la explicación de la conducta en el modelo estímulo–respuesta del aprendizaje y la decisiva importancia de los instintos en dicho mecanismo. Sobre esta base teórica Lasswell elaboró su modelo hipodérmico (ver figura 3): ¿quién dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto?⁶⁸, en respuesta a las exigencias de la propaganda política adecuadas al contexto histórico en el que le tocó actuar a este teórico como el primer responsable de la política comunicacional del Estado norteamericano durante la Segunda Guerra Mundial.

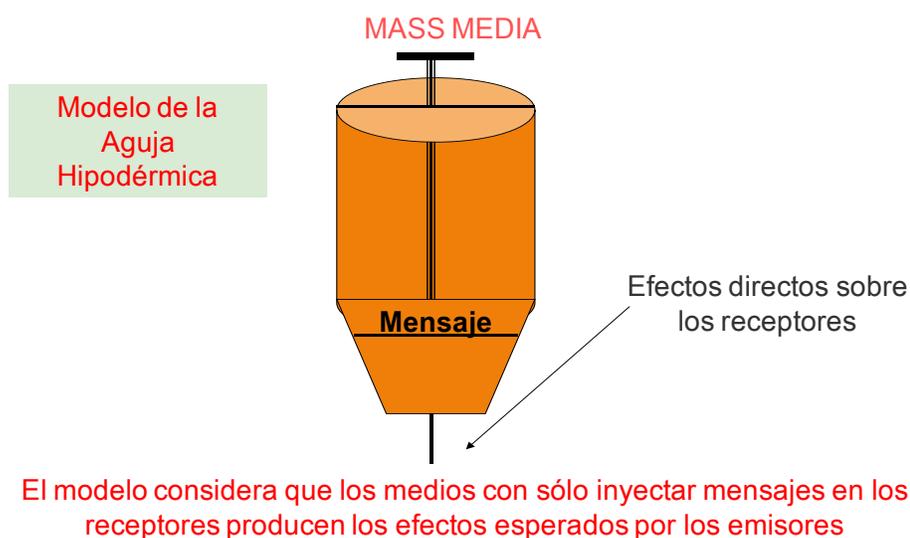


Figura 3. El modelo de la Aguja Hipodérmica

En base a la teoría de Harold Lasswell (1955). Estructura y función de la comunicación en la sociedad.

Vinculada a esta concepción sobre los efectos de los medios (psicológico-conductista), aunque desplazándose hacia otro ámbito, el del mensaje en la comprensión del estructuralismo, está la concepción ideologista⁶⁹.

⁶⁷ Taufic, Camilo. *Periodismo y lucha de clases. La información como forma del poder político*. 4ta. Edición, Editorial Nueva Imagen, México, 1977.

⁶⁸ Lasswell, H.D. *Estructura y función de la comunicación en la sociedad* en M. de Moragas. *Sociología de la comunicación de masas, II, Estructura, funciones y efectos*. Gustavo Gili, Barcelona, 1985.

⁶⁹ Martín Barbero, Jesús. *Comunicación masiva: discurso y poder*. Edit. Época, Quito, 1978.

Los investigadores latinoamericanos de la comunicación consideraron en la década de los '60 que los medios tenían la capacidad de crear símbolos, valores y normas para manipular conductas, no sólo porque utilizaron tecnologías y técnicas desarrolladas para la comunicación de su tiempo, sino porque la clase dominante construyó mensajes dirigidos a conseguir efectos de dominación y control. La implicación decisiva del examen teórico en la práctica política fue la moralización de los medios: éstos son revolucionarios y beneficiosos para la sociedad en manos del proletariado, conservadores y malos si están controlados por los capitalistas⁷⁰.

En la crisis que sufrió la izquierda a partir de la década de los '80, y una vez que se observa que la denuncia de manipulación ideológica no conduce sino a la instrumentalización de los medios y no permite visualizar otros ámbitos de la comunicación, como el espesor histórico, la materialidad cultural y el tensionamiento político entre fuerzas dominantes y dominadas, se plantea un nuevo escenario: el de la cientificidad, traducida en la teoría de la información, que remite el análisis de la comunicación en términos técnicos de información, la separación del mensaje (análisis de contenido) y del receptor (adopción de un sentido de realidad), dejando de lado las relaciones de poder y los conflictos que genera el proceso de selección, producción y circulación de determinada información para determinados grupos sociales en un escenario específico.

Un escenario que se configura en torno a la globalización, una de cuyas consecuencias es que las problemáticas locales no pueden ser comprendidas sino en torno a procesos globales⁷¹; también se sitúa en el ámbito discursivo-ideológico, respecto de los enunciados nucleares de actores sociales y políticos que producen determinados contenidos y significados discursivos portadores de proyectos y resistencias, que tienen el efecto de justificar y legitimar estrategias nacionales, por lo que esta dimensión es examinada en el marco del *análisis del discurso político*.

⁷⁰ Martín B., Jesús. *De los medios a las mediaciones*. "Tanto el dispositivo del *efecto*, en la versión psicológico-conductista, como el del *mensaje* o el texto en la semiótico-estructuralista, terminaban por referir el sentido de los procesos a la inmanencia de lo comunicativo. Pero en hueco. Y al llenar ese hueco con 'lo ideológico' nos quedamos con el recorte – con el comunicacionismo- y sin especificidad". Página 221.

⁷¹ "Existen razones socioeconómicas por las cuales lo global no puede prescindir de lo local, ni lo local o nacional puede expandirse, o aun sobrevivir, desconectado de los movimientos globalizadores" GARCIA C. *La globalización imaginada*. Editorial Paidós, México, 2000. Página 52.

7. El neoliberalismo

El modelo neoliberal⁷² tiene como objetivos fundamentales la reforma política, social e ideológica a partir de la transformación económica. El reordenamiento de la sociedad y el Estado implica la readecuación de la función de las fuerzas sociales y políticas en relación con el nuevo contexto caracterizado por la ruptura con las dominantes matrices del Estado Nacional Revolucionario de 1952. Este proyecto, naturalmente, se desarrolla en un contexto comunicacional altamente homogeneizado, la prensa es simplemente una instancia de mediación entre Estado y sociedad civil, es un *lugar desde donde se otorga sentido al proceso de comunicación*, en este caso la opinión pública, entendida como la cristalización de la publicidad burguesa y categoría central en el análisis político del Estado burgués de derecho.

América Latina es el campo de experimentación. “Chile bajo la dictadura de Pinochet: aquel régimen tiene el mérito de haber sido el verdadero pionero del ciclo neoliberal en la historia contemporánea. El Chile de Pinochet comenzó sus programas de forma drástica y decidida: desregulación, desempleo masivo, represión sindical, redistribución de la renta en favor de los ricos, privatización de los bienes públicos. Todo esto comenzó casi una década antes que el experimento thatcheriano”, según Anderson, P.

“Si Chile fue, en este sentido, una experiencia piloto para el nuevo neoliberalismo en los países avanzados de Occidente, América Latina también proporcionó la experiencia piloto para el neoliberalismo del Este pos soviético. Aquí me refiero a Bolivia, donde en 1985 Jeffrey Sachs perfeccionó su tratamiento de shock, aplicado más tarde en Polonia y Rusia, pero preparado originariamente para el gobierno de Banzer, y después aplicado imperturbablemente por Víctor Paz Estenssoro, sorprendentemente cuando fue electo presidente en lugar de Banzer”, explica Anderson.

Consecuentemente, todo lo sucedido en Bolivia después de 1985 (ver figura 4) tiene que ver con el contexto internacional, en cuyo escenario la dimensión teórica y empírica del modelo predominante era inevitable, a cuya realidad se agrega la finalización de la guerra fría,

⁷². Anderson Perry. El neoliberalismo. “El neoliberalismo nació después de la Segunda Guerra Mundial...fue una reacción teórica y política contra el Estado intervencionista y de Bienestar...Se trata de un ataque apasionado contra cualquier limitación de los mecanismos del mercado por parte del Estado, denunciada como una amenaza letal a la libertad, no solamente económica sino también política...era preparar las bases de otro tipo de capitalismo, duro y libre de reglas, para el futuro. Desafiando el consenso oficial de la época ellos argumentaban que la desigualdad era un valor positivo en realidad imprescindible en sí mismo, que mucho precisaban las sociedades occidentales...estaban localizadas en el poder excesivo y nefasto de los sindicatos y, de manera más general, del movimiento obrero, que había socavado las bases de la acumulación privada con sus presiones reivindicativas sobre los salarios y con su presión parasitaria para que el Estado aumentase cada vez más los gastos sociales”.

la confrontación este-oeste, el antagonismo entre socialismo y capitalismo. Los hechos emblemáticos son la caída del Muro de Berlín y la destrucción del socialismo real de la URSS.

En Latinoamérica se restablece paulatinamente el sistema político democrático, después de años de dictaduras militares. Sangrientos regímenes se instalaron en la región bajo el pretexto de combatir la expansión del comunismo. En Bolivia se restableció las libertades constitucionales el 10 de octubre de 1982 en medio de una euforia social que luego terminó en la otra orilla del sistema, la adopción del neoliberalismo para enfrentar una crisis económica sin precedentes.

La siguiente figura condensa los lineamientos generales del modelo neoliberal:

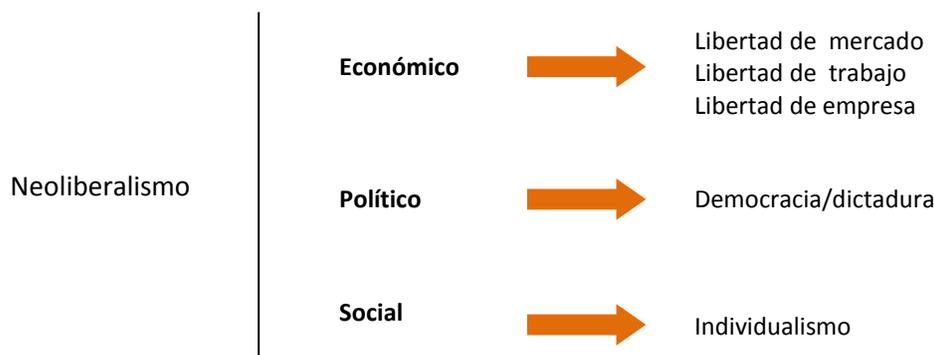


Figura 4. Bases del neoliberalismo

Hecho sobre los aportes de Perry Anderson (1990). El neoliberalismo.

La clase dominante se articula en función al modelo neoliberal para construir su hegemonía, es decir quiere convertir su cultura, su visión de vida e interpretar el mundo a partir de su punto referencial como algo común para el conjunto de las otras clases⁷³. Esta labor es facilitada a través de la monopolio de la palabra concentrado en el complejo mediático, cuyo contenido es la disposición de “todas las fuerzas de un mundo de relaciones de fuerza que él [el discurso neoliberal] contribuye a hacer tal y como es, todo orientando las opciones económicas de los que dominan las

⁷³ “Una visión es nuestra percepción de cómo funciona el mundo (...) Las visiones sociales son importantes de diversas maneras. La más obvia es que las políticas basadas en cierta visión del mundo tienen consecuencias que se difunden por la sociedad y reverberan a través de los años, o aun a través de las generaciones y los siglos. Las visiones guían el curso del pensamiento y de la acción”. SOWELL, Thomas. *Conflicto de visiones*. Editorial Gedisa, Buenos Aires, 1990. Páginas 16 y 18.

relaciones económicas y sumando así su propia fuerza, propiamente simbólica, a esas relaciones de fuerza”⁷⁴.

Con estos argumentos, se propone el estudio de la realidad comunicacional boliviana, la comprensión sobre los media como aparatos de hegemonía en esta sociedad moderna y al Estado capitalista en su fase transnacional, en los siguientes momentos históricos (ver tabla 3).

TABLA 3

Trayectoria del neoliberalismo en Bolivia

1985 – 1993	1993 – 2000	2001 - 2003
Ascenso del Estado Neoliberal	Desarrollo del Estado Neoliberal – transnacional	Agotamiento del Estado Neoliberal – Transnacional.

Este trabajo es crítico a la visión neoliberal, modelo estructural que sustenta las siguientes premisas:

- a) Hacer que el orden neoliberal tenga sentido para los agentes económicos, sociales y políticos; y,
- b) Lograr que la institucionalidad sea subjetivamente plausible⁷⁵ y sea internalizado por los agentes sociales.

7.1. Fundamentos filosóficos

El neoliberalismo es un paradigma que se desarrolló con éxito en el escenario de la globalización donde la centralidad se encuentra en el mercado, el individualismo, los derechos inalienables de la propiedad, la desigualdad como valor, la competencia meritocrática y el Estado es sólo una instancia estratégica de regulación a distancia.

⁷⁴ Por estas características Bourdieu llama al discurso neoliberal “discurso fuerte” que tiene el objetivo de cuestionar, debilitar y eliminar, si es posible, todas las estructuras colectivas que obstaculizan la lógica del mercado puro: sindicatos, nación, asociaciones colectivas, familia. BOURDIEU, Pierre. *La esencia del neoliberalismo*. Artículo aparecido en el Monde Diplomatique, mars 98.

⁷⁵ “La legitimación ‘explica’ el orden institucional atribuyendo validez cognoscitiva a sus significados objetivados. La legitimación justifica el orden institucional adjudicando dignidad normativa a sus imperativos prácticos” Berger y Luckmann. *La construcción social de la realidad*. 4ta. Edición, Amorrortu editores, Buenos Aires, 1976. p. 122.

El neoliberalismo es una variante del liberalismo clásico del siglo XVIII cuando el imperialismo inglés, entre otros, usó la ideología de la competencia y "libre comercio" para justificar sus propios colonialismos. El nuevo proyecto es integral y global, porque tiene su filosofía, su política institucional y su estrategia en las dimensiones política, ideológica, económica, jurídica, social, entre otras.

El neoliberalismo es parecido a su antecesor, una especie de máquina trituradora, construido por los principios de libre mercado, reducción del rol estatal en asuntos económicos, *capitalizar* las empresas estatales, aumentar las ganancias de la empresa privada y construir un campo de conocimiento único capaz de dirigir política y económicamente el destino planetario.

“Lo que llamamos comúnmente neoliberalismo no es una mera doctrina económica, es en su conjunto, una constelación estratégica para la renovación del modo de producción capitalista en el mundo. En cuanto estrategia de reorganización global toca con todo el orden social capitalista, desde la familia y la reproducción, pasando por el Estado hasta la forma y el ritmo de circulación de las mercancías”, escribe Fernando Rojas en la revista Colombiana Solidaridad (Número 164, mayo 1991).

En lo ideológico, el nuevo modelo se basa en el endiosamiento del mercado y la libre competencia. Quien se integra al mercado existe, quien cuestiona sus reglas por poco merece ser eliminado. Para consolidarlo, es fundamental el fraccionamiento de los sectores populares, debilitarlos, impedir que se acerquen entre sí y planteen alternativas, sostiene Eduardo Tamayo en su artículo sobre neoliberalismo, democracia y comunicación.

Frei Betto escribe: “Esta estrategia se basa en la puesta en marcha de ciertos mecanismos que constituyen una verdadera política de desorientación social que actúa fundamentalmente en tres niveles:

- a) La atomización de la sociedad en grupos con escasa capacidad de poder
- b) La orientación de esos grupos hacia fines exclusivos y parciales que no susciten adhesión
- c) La anulación de su capacidad negociadora para celebrar pactos”.

2.2. Dimensiones

A continuación se describen los campos comunicacional, político, económico y social, los mismos que permitirán una pertinente comprensión de los lineamientos que caracterizan a esta etapa del neoliberalismo, motivo de la investigación desde la perspectiva del *análisis del discurso*, caso periódico La Razón.

a) Comunicacional

En el campo comunicacional, los países más poderosos promueven los postulados de la comunicación bajo el férreo principio del libre flujo de ideas y de información y una refinada autocensura mediática para contener la difusión de los hechos que ponen en riesgo la concepción estructural del modelo aplicado en las décadas de los 80 y 90.

La monopolización de la palabra, en términos de construcción social⁷⁶ conduce a una situación donde los agentes individuales e institucionales sólo tienen la posibilidad de seleccionar opciones de sentido para ordenar-reordenar, nombrar e interpretar la realidad - semiosis social⁷⁷- inducidos cada vez con mayor fuerza por lo que dicen los medios de comunicación, una de cuyas facetas es la manera en que es construida y utilizada la "opinión pública"⁷⁸, de un "universo simbólico" y de un escenario social donde predominan los valores y principios neoliberales, por la narración de los medios de comunicación⁷⁹.

⁷⁶ "La sociedad se entiende en términos de un continuo proceso dialéctico compuesto de tres momentos: externalización, objetivación e internalización" Berger, Peter L.; Luckmann, Thomas. *La construcción social de la realidad*. Amorrortu editores, Buenos Aires, 1976. Página 164.

⁷⁷ La semiosis social es el proceso de construcción, reconstrucción y/o reinterpretación del sentido. Veron, Eliseo. *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Editorial Gedisa, España, 1996.

⁷⁸ El análisis que hace Bourdieu de las funciones y el funcionamiento de la opinión pública está referido a los supuestos que utilizan, de cuyo resultado manifiesta que "la opinión pública, en la acepción que aceptan implícitamente los que realizan los sondeos de opinión o los que utilizan los resultados, no existe". Bourdieu, Pierre. *La opinión pública no existe en Sociología y cultura*. Editorial Grijalbo, México, 1990. Página 250.

⁷⁹ *Narrador* (gnarus) significa *el que sabe*, de ahí que se producen transformaciones dialécticas entre lo verdadero y lo falso de las narraciones y sus efectos. Faye se pregunta: "Si todo relato de la historia, verdadero o no, puede llegar a ser activo hasta el extremo de 'cambiar el rostro' de la misma historia; si el relato 'falso' lleva también consigo el poder material de ejercer un efecto en tanto que relato ¿cómo salir entonces de la 'supuesta narración?', ¿qué es la narración 'verdadera'?. Faye, Jean Pierre. *Los lenguajes totalitarios. La razón crítica de la economía narrativa*. Editorial Taurus, Madrid, 1974. Página 29. Como indica Roa "la memoria-sentido, memoria-juicio dueña de una robusta imaginación [es] capaz de engendrar por sí misma los acontecimientos". Roa Bastos, Augusto. *Yo el Supremo*. Cuarta Edición, Siglo XXI Editores, Argentina, 1976. Página 11.

b) Económica

Este proceso se basa en la liberalización de las fuerzas del mercado, asumiendo que el sistema de libre competencia puede regularse a sí mismo; con la condición de que no se entrometa ninguna instancia extraeconómica en el tráfico cambiario, asegura que es capaz de funcionar de acuerdo con el bienestar de todos y con la justicia según la medida del rendimiento individual.

c) Política

En el campo ideológico, el proyecto pretende lograr la "reforma intelectual y moral"⁸⁰ que implica el reordenamiento de la propiedad empresarial de los medios de comunicación y su misión en la legitimación del modelo por el propio interés de clase y su poder político.

La construcción de realidades es una característica propia del discurso político, ya que su función no es la de enunciar certidumbres (como lo es del discurso científico), sino el de representar lo que supuestamente es la realidad. Esta característica se denomina teatralidad, porque el político sustituye a la comunidad, consecuentemente la realidad se convierte en representación de simulacros y ficción creada por un discurso de ficción, que en términos de Deleuze, el político ficciona la "historia a partir de una realidad política que la hace verdadera, se 'ficciona' una política que no existe todavía a partir de una realidad histórica"⁸¹. Esta invención de la realidad, propia de la política no es en sí misma positiva ni negativa ya que trata de producir lo nuevo como sentido.

Como los propietarios de dichos medios tienen de su lado las instituciones y los mecanismos de formación de precios de la palabra y de los discursos en el mercado lingüístico, deciden qué discursos son legítimos y cuáles no lo son, institucionalizando determinado orden discursivo. Los empresarios de los medios de comunicación están desarrollando cada vez mayor poder para establecer la división entre lo *normal* (libertad de mercado e individualismo) y lo *patológico* (visión estatista), entre las prácticas *integradoras* (consenso, democracia representativa) y las *apocalípticas* (posición crítica y/o subversiva).

⁸⁰ PORTELLI, Hugues. *Gramsci y el bloque histórico*. Edit. Siglo XXI-México. Página 36.

⁸¹ DELEUZE, Gilles. *Foucault*. Editorial Paidós, México, 1987. Página 14.

Sobre el sistema político, Anderson dice que “debemos recordar que la democracia en sí misma –como explicaba incansablemente Hayek - jamás había sido un valor central del neoliberalismo”, por esas razones el proyecto se aplica sin problemas en Chile de Pinochet.

En la misma orientación, los adversarios al modelo neoliberal, son invisibilizados o simplemente anulados de la agenda mediática. Existe plena supremacía de fuentes directamente comprometidas con la gestión del modelo.

d) Social

El Estado de bienestar es el enemigo principal. La participación decisiva de la iniciativa privada, la economía de mercado, la desarticulación del movimiento sindical y la participación individual, constituyen los argumentos centrales para el desarrollo de las sociedades.

8. Estado, poder y comunicación

El Estado impone la fuerza y construye el consenso utilizando para ello los aparatos de coerción estatal; el ejército, la policía y el sistema jurídico, por una parte; y a los intelectuales, entre ellos la prensa, por otra. Estos recursos forman "el campo del Estado" que reproduce las condiciones sociales previas y la naturaleza del poder de clase. Esta unidad orgánica constituye, en términos analíticos, la categoría gramsciana de "bloque histórico de poder", considerada bajo dos perspectivas:

- a) Como relación entre estructura y superestructura cuya vinculación orgánica la cumplen los denominados "intelectuales orgánicos" o "funcionarios de la superestructura".
- b) Como el punto de referencia de las formas en que la ideología "logra difundirse entre toda la sociedad y determina no sólo objetivos económicos y políticos unificados, sino también una unidad intelectual y moral"⁸².

La primera relación debe ser analizada como unidad sin buscar la primacía de uno u otro elemento, a partir de la estructura social, las clases⁸³ y la superestructura ideológico-política. El

⁸² Mouffe, Chantal. *Hegemonía e ideología en Gramsci*. Arte sociedad e ideología N°5, México 1978.

⁸³ La clase “es una categoría histórica; es decir, está derivada de la observación del proceso social a lo largo del tiempo (...) las clases no existen como entidades separadas, que miran derredor, encuentran una clase enemiga y empiezan luego a luchar. Por el contrario, las gentes se encuentran en una sociedad estructurada en modos determinados, experimentan la explotación, identifican puntos de interés antagónico, comienzan a luchar por estas cuestiones y en el proceso de lucha se descubren como clase, y

segundo elemento hace referencia a la construcción de un sistema hegemónico dirigido por una clase fundamental. Este es un aspecto importante, por cuanto, la clase que pretende imponer su visión del mundo, es "un grupo social que puede y debe ser dirigente aún antes de la conquista del poder gubernamental (esta es una de las condiciones esenciales para la toma del poder mismo); enseguida cuando ya ejerce el poder y aunque lo tenga fuertemente asido en su mano, se ha convertido en dominante, pero debe continuar siendo también dirigente"⁸⁴.

Este proceso es parte de la "lucha por la hegemonía", que se produce en la sociedad civil a través de las instituciones denominadas privadas: "los más importantes de estos organismos son los partidos políticos y los sindicatos; pero aparecen al mismo tiempo bajo una multitud de formas ideológico-culturales (periódicos, revistas, literatura, congregaciones religiosas, asociaciones de muy variadas especies)"⁸⁵. Uno de los organismos privados es la prensa que cumple el influyente papel en la difusión ideológica de los valores de la clase fundamental del bloque histórico en el poder.

Dicha programación está caracterizada en el orden social y político, por la democracia liberal; y en el orden económico, por el código del mercado; en cuyo contexto circula *un discurso*, una realidad ficcionada (Deleuze) y creada por el paradigma del mercado, que en el imaginario social aparece como *el discurso de la sociedad*, pues los medios de comunicación han alimentado tales visiones incluso en la cotidianidad. El discurso del neoliberalismo carente de una visión totalizadora y potencial, ha quedado reducido a la practicidad, donde lo real apenas es un dato. "En vez de explorar las potencialidades de lo real, acepta la construcción social de la realidad de los discursos dominantes y busca orientarse teleológicamente, minimizando o excluyendo la dimensión valórica y ética. Tiende a reducir el conocimiento a lo instrumental, o disminuir la incertidumbre excluyendo posibilidades de transformación y tratando de aumentar la previsibilidad. La aceptación de la realidad de dicha posición, frecuentemente se convierte en la aceptación de las redes fácticas de poder"⁸⁶.

La probabilidad de tener poder para "controlar" sociedades y naciones –sostiene Altschull- es posible a partir del control de los medios noticiosos, la fuente primaria de información sobre los

llegan a conocer este descubrimiento como conciencia de clase". Thompson, Edward P. *Tradición, revuelta y conciencia de clase*. Edit. Crítica, Barcelona, 1987. pp. 34-37.

⁸⁴ Carta a Tatiana del 7 de septiembre de 1931, citado por Jaques Texier en: *Gramsci teórico de las superestructuras. Acerca del concepto de sociedad civil*. Edic. Cultura Popular-México 1975. p. 50.

⁸⁵ Texier Op. Cit. p. 48

⁸⁶ Vergara, Jorge. *La epistemología de las ciencias sociales en América Latina*. En revista Persona y Sociedad. Vol. VIII. Nº 1-2 1994. Santiago de Chile, p. 15.

asuntos públicos⁸⁷, pues, sirve para mostrar la relación intrínseca entre la prensa y las cuestiones del poder, pues "siempre se ha reconocido que quien pueda controlar el flujo de la información está en posición de ejercer el poder sobre los receptores de las 'noticias'⁸⁸".

Al referirse al Estado, Marx habla de "la violencia organizada y concentrada de la sociedad" (Marx, K. *El Capital*. Tomo I), es decir la expresión de "capacidad de una clase para imponer sus intereses y objetivos políticos a las otras clases y, por eso, se asienta directamente en la violencia que es la fuerza de la clase dominante para imponerse a las otras clases antagónicas⁸⁹". Esta percepción del Estado no significa que exista sólo en tanto fuerza represiva o dictadura, sino también como organización de los órganos y aparatos del poder estatal⁹⁰.

Gramsci complementa la concepción marxista, superando la perspectiva instrumentalista del Estado, al considerar que "el Estado ya no puede ser comprendido solamente como sociedad política, o dictadura, o aparato coercitivo", sino en función de dos momentos orgánicamente relacionados: "La función hegemónica que un grupo dominante ejerce en toda la sociedad" y la "función de 'dominio directo' o de comando que se expresa en el Estado y en el gobierno jurídico"⁹¹; es decir, dictadura y dirección que en síntesis se expresa en "Estado igual a sociedad política más sociedad civil, vale decir, hegemonía revestida de coerción."⁹²

La prensa, como institución esencial que emerge paralelamente con el proceso de constitución de la sociedad burguesa y el Estado burgués de derecho, forma parte de la articulación del ámbito denominado por Habermas "publicidad burguesa".

Sin embargo, la prensa en el proceso de constitución del Estado de derecho liberal cumple un papel fundamental en el tráfico de noticias y de mercancías, ampliándose su función del momento económico a un nuevo momento al convertirse en prensa de opinión: "Los periódicos pasaron de

⁸⁷ Altschull, Herbert. *De Milton a McLuhan*. Publigráficos, S.A., México, 1995. p. 366.

⁸⁸ Altschull Op. cit. p. 408

⁸⁹ Qhananchiri. *Las condiciones de la revolución socialista en Bolivia*. Ediciones Ofensiva Roja, La Paz, 1988. p. 198.

⁹⁰ Poulantzas, Nicos. *Poder político y clases sociales en el Estado capitalista*. Edit. Siglo XXI, México. p. 142.

⁹¹ Gramsci, Antonio. *Los intelectuales y la organización de la cultura*. Nueva visión-Buenos Aires, 1972. p. 16.

⁹² Gramsci, Antonio. *Notas sobre Maquiavelo, sobre la política y sobre el Estado moderno*. Editorial Lautaro-Buenos Aires, 1962. p.165.

ser meros lugares de publicación de noticias a ser también portadores y guías de la opinión pública."⁹³

Desde la concepción instrumentalista de Althusser se concebía a los medios de comunicación como "Aparatos Ideológicos del Estado", según la cual la clase dominante imponía su visión del mundo, su discurso y determinados valores socio-culturales a las clases dominadas, y éstas sufrían esta imposición sin posibilidad de dar respuesta o resistir; aparatos omnipotentes con suficiente poder como para manipular conciencias, determinar comportamientos, imponer símbolos y mitos, reducir al mínimo la individualidad, eliminar voluntades y en consecuencia formar una sociedad conservadora, conformista y pasiva, adecuada para reproducir las relaciones capitalistas.

Althusser manifiesta que la reproducción de la sociedad capitalista se asegura "por el ejercicio del poder del Estado en los aparatos del Estado, en el aparato (represivo) del Estado, por una parte y en los Aparatos Ideológicos del Estado, por otra"⁹⁴. Todos los aparatos del Estado funcionan mediante la represión y la ideología, aunque en cada uno de ellos tienen preponderancia la represión o la ideología. Esta distinción de los aparatos del Estado conduce a plantear que las relaciones de dominación e incluso el poder del Estado se sustentan no solamente en la fuerza y la represión sino también en la ideología, es decir en un grupo de ideas que enmascaran la vida real, "el aspecto material de la existencia, las fuerzas productivas y sus transformaciones"⁹⁵.

Los que dominan el campo de poder de la comunicación tienden a monopolizar los recursos que produce y proporciona el Estado: este campo político constituye la síntesis, la forma terminal de la construcción de hegemonía, trabajo de legitimación y construcción de sentido de la realidad social por parte de los propietarios de medios de comunicación. Si el Estado monopoliza la coerción (ejército, policía, campo jurídico) y promueve el ámbito simbólico (sistema escolar, ritual burocrático); los propietarios–empresarios–periodistas de medios de comunicación monopolizan la mediación

⁹³ Idem. p. 210.

⁹⁴ Althusser, Louis. *La filosofía como arma de la revolución*. Cuadernos de Pasado y Presente, Córdoba, 1974. p. 113.

⁹⁵ Naess, Arne. *Historia del término ideología desde Detutt de Tracy hasta Karl Marx*. En HOROWITZ, Irving. *Historia y elementos de la sociología del conocimiento*. Edit. Universitaria de Buenos Aires, 3ra. Edición, Tomo I, p. 37.

discursiva, bajo supuestos de que se encuentran por encima y al margen de los conflictos sociales y los intereses económico–partidarios⁹⁶.

El problema de la dominación de una clase por otra, de la violencia simbólica ejercida por determinados grupos, la censura explícita o eufemización de los contenidos (que es una forma de censura virtual), ha conducido a la creación de un grupo especializado de técnicos, periodistas y opinadores que han encerrado lo político en los estrechos marcos de la realización de encuestas, sondeos, entrevistas entre tecnócratas que se disputan espacios en los *media*. Paradójicamente, a pesar de que se multiplican los “espacios de participación ciudadana”, en torno a las leyes de participación, descentralización, autonómicas y municipalización de la gestión pública, el ciudadano no decide y sus opiniones son apenas el reflejo de lo que manifiestan los grupos de poder en disputa⁹⁷.

8.1. Estado oligárquico

El Estado como campo de poder deviene de las formas de gobierno desde las propuestas más legendarias hasta las recientes nociones sobre esta categoría⁹⁸ de amplia capacidad explicativa de los fenómenos políticos. Ya Aristóteles reflexionó sobre los tres tipos básicos de gobierno (tabla 4):

⁹⁶ “Garafulic Gutiérrez planteó normar la participación de trabajadores y propietarios de medios de comunicación en los comicios para evitar que los utilicen como “trampolín” hacia los cargos públicos. El considera que la gente de prensa tiene ventaja en relación al resto de los candidatos, precisamente por su acceso a los medios y la imagen que tienen ante los ojos de la opinión pública”. LA RAZON. 9 de mayo de 1999. Esta opinión, a propósito de la participación de periodistas y comunicadores en política, refleja la supuesta posición de guardianes del orden democrático de los medios de comunicación. Pero si “la prensa tiene ventaja”, entonces los empresarios reconocen explícitamente que ella ejerce un rol fundamental en la dinámica del campo político y por tanto sus titulares tienen acceso a los excedentes del capital económico, cultural político y social, y sus posibilidades de intervenir en la configuración de los poderes públicos son mayores.

⁹⁷ La ola participativa en Latinoamérica y la despolitización de los sujetos está conduciendo a la pérdida de legitimidad de las instancias “participativas” formales que carecen de correlato concreto de acción y decisión para los sujetos sociales. Es aleccionadora la opinión que se generaliza en la región: “yo participo, tú participas, nosotros participamos ... ellos [los políticos, los técnicos, el gobierno] deciden”

⁹⁸ “A partir de la teoría o de las categorías de alto nivel de abstracción no es posible realizar la operacionalización directamente, sino en la medida en que los conceptos remiten a fórmulas – matrices y en consecuencia describen hechos observables. Si no se cuenta con definiciones operacionales eso significa que la teoría o los supuestos abstractos organizados en una estructura lógica aún no están suficientemente “preparados” o sistematizados en proposiciones que relacionan variables, susceptibles de operacionalización”, agrega Gualberto Torrico en su trabajo Matrices de operacionalización. Artes Gráficas Latina. La Paz – Bolivia 2002. p. 35.

TABLA 4
Tipos de gobierno

Gobiernos puros	Gobiernos impuros
Monarquía	Tiranía
Aristocracia	Oligarquía
República – democracia	Demagogia

“La constitución es la que determina con relación al Estado la organización regular de todas las magistraturas, sobre todo de la soberanía, y el soberano de la ciudad es en todas partes el gobierno; el gobierno es, pues, la constitución misma. Me explicaré: en las democracias por ejemplo, es el pueblo el soberano: en las oligarquías, por el contrario, lo es la minoría compuesta de los ricos; y así se dice que las constituciones de la democracia y de la oligarquía son esencialmente diferentes; y las mismas distinciones podemos hacer respecto de todas las demás”⁹⁹.

La explicación más amplia de la división de los gobiernos (tabla 5), según Aristóteles¹⁰⁰ es la siguiente:

TABLA 5
Alcances de los tipos de gobierno

Gobierno puros	Alcances	Gobiernos impuros	Alcances
Monárquico	Poder de uno solo	Tiranía	Interés personal
Aristocrático	Poder en una casta social	Oligarquía	Interés de los ricos
Democrático	Poder del pueblo	Demagogia	Interés de los pobres

A su vez, Maquiavelo dijo que “Todos los estados, todas las dominaciones que han tenido y tienen imperio sobre los hombres, han sido y son o repúblicas o principados. Los principados son o hereditarios, en una dinastía que reina desde largo largo tiempo, o nuevos; éstos, o completamente nuevos como lo fue Milán bajo Francisco Sforza, o Estados anexionados al hereditario del príncipe que los toma, como es el reino de Nápoles para el rey de España. Los Estados así adquiridos viven

⁹⁹. Aristóteles. La política. Colección autores clásicos (quinta edición). Editorial Universo S.A. Lima – Perú 1977. p. 77.

¹⁰⁰. Idem. p. 80.

bajo un príncipe o gozan de libertad. Y se adquieren o con ajenas armas o con las propias, por valor o por ingenio¹⁰¹".

El filósofo francés Althusser, L. dijo el Estado tiene "aparatos represivos" y "aparatos ideológicos", mientras para el italiano Gramsci, A. el Estado es sociedad política más sociedad civil, hegemonía con coerción, el sociólogo alemán Max Weber considera que el Estado es el dominio de hombres sobre hombres y que posee la legalidad y legitimidad para la violencia física.

En resumen, la oligarquía es una forma de gobierno concentrado en pocas manos, régimen que ha detentado el poder en el proceso histórico boliviano, periodo en el nunca nos reconocimos políticamente iguales en Bolivia y tampoco nunca más será la política igual después de la ruptura de octubre de 2003¹⁰². La línea de la independencia, tras la ruptura formal con la colonia española, incluyó la condición ciudadana sólo a los pares de los criollos, los mestizos y los extranjeros, quedando fuera de este reconocimiento, los llamados indios, indígenas, originarios o pueblos étnicos¹⁰³, y bajo el mismo trato las mujeres¹⁰⁴ de todas las clases y estratos, consideradas como "esclavas naturales¹⁰⁵".

Como en otros Estados la exclusión política y social se la hizo, paradójicamente, a nombre de la ciudadanía de la clase dirigente, la oligarquía, heredera de tierras, privilegios y poderes de la colonia española; sólo sería una intención bolivariana de declarar ciudadanos a todos los habitantes de este territorio, ya que sin una base real de sustentación material los indios (sin posibilidad de demostrar la posesión de rentas, bienes y otros) no podían aspirar a ser parte de un Estado Liberal.

La exclusión derivó en algunos casos en frustraciones (Guerra Federal 1899), aceptación o resignación fatalista (el pongueaje), en violencia (1952), en crisis institucionales (2000-2003) o en

¹⁰¹. Maquiavelo Nicolás. El príncipe. Editorial Andreus. Cali – Colombia 1979. p. 39

¹⁰². Miranda Balcázar, Iván. Estado y ciudadanía en Bolivia. Universidad Mayor de San Andrés. 2010.

¹⁰³ "Debido a la fuerte discriminación social de que fueron objeto los indígenas o indios desde la Colonia, a partir de la revolución nacional de 1952 se tomó la decisión política de borrar este nombre estigmatizado y cambiarlo por el de campesino" (Albó, 2000: 77)

¹⁰⁴ La opinión política boliviana es tan evidente y similar al pensamiento que regía durante la esclavitud, por ejemplo de la vieja Grecia o Roma, en cuyo tiempo político, las mujeres dependían de sus maridos, es decir, la mujer pertenece a su marido. Aristóteles. *La política*. Colección autores clásicos. Editorial Universo Perú. 1977. pp. 28-31. La concepción excluyente se mantuvo invariable hasta la revolución de 1952.

¹⁰⁵ Aristóteles. p. 13.

instrumentalización de la participación ciudadana (la relegitimación político partidaria y territorial mediante la participación popular).

En su tiempo, Narciso Campero (1857), en su propuesta de “Proyecto de Revolución de 1857” – sobre la estrecha relación entre ciudadanía y educación¹⁰⁶- dijo que la visión de los líderes de su tiempo fue de “mezquinos”, fueron políticos que llegaban al gobierno para “malgastar” los recursos en “usos privados” en lugar de invertir por lo menos en la educación de la gente de su clase. Bolivia fue creada como la república de los ciudadanos no indígenas, pese al reconocimiento teórico de que las repúblicas por esencia se constituían sobre la base del derecho, la justicia, el sufragio universal y la participación de todos en el ejercicio de ciudadanía.

Millones de aimaras, quechuas, guaraníes, negros y decenas de comunidades étnicas del altiplano, de los valles y del trópico fueron echados de las relaciones de poder. Ellos, no estaban alrededor de la mesa de las celebraciones políticas en los palacios de Sucre, Potosí o La Paz ni bebieron de las fuentes de conocimiento liberal porque ese privilegio fue reservado sólo para las élites o los criollos de la república. Esa era la estructura, como tal construida en función a la dominación de unos grupos sobre otros, cuya expresión era precisamente el acceso a recursos políticos, económicos y sociales.

Una aproximación a la idea de la historia oficial podría exponerse en la figura 5 que diferencia entre lo concreto de la formación social que caracteriza a estas realidades y la visión fragmentada que se lee en la representación imaginaria de los procesos políticos y sociales.

Hubo historia común entre los colonizadores, pueblos originarios, criollos, mestizos y cuanta gente transitó por estos espacios geográficos, de otro modo no es posible la comprensión de la realidad nacional. La historia oficial fragmentó la realidad interna de Bolivia en nombre de las corrientes teóricas como el oscurantismo, el iluminismo, el positivismo, el eclecticismo y otros que redujeron la existencia en entelequia o los otros como el marxismo que no tuvo la decisión de contribuir con energía y fuerza al esclarecimiento lógico e histórico de los hechos sustantivos para enfrentar al contrasentido de los enfoques gnoseológicos.

¹⁰⁶ “... la educación como medio principal para la formación de un individuo libre, autónomo y reflexivo, capaz de progresar y de competir; ... la educación como principal alternativa para la formación de un ciudadano adaptado, conforme con los legados culturales y normativos que sustentan una determinada identidad cívica, nacional” (Geneyro, 2003)

Oscuridad histórica FRAGMENTACIÓN DE LA TOTALIDAD	
Lo concreto	Lo abstracto
Una formación social con:	Ocultamiento de la realidad nacional
- Reales	- Historia de los colonizadores
- Criollos	- Historia de los marginados del poder
- Mestizos	- Historia de los subordinados al poder
- Pueblos originarios	- Historia de los sin historia ni dios
- Otros itinerantes	- Historia sin origen ni destino

Figura 5. Lo concreto y abstracto de la historia oficial

Iván Miranda Balcázar. Estado y ciudadanía en Bolivia. 2010.

La formación social boliviana constituida por la totalidad social (españoles, reales, extranjeros, criollos, mestizos y pueblos indígenas u originarios) simplemente fue despedazada mediante la falsa idea u ocultamiento de los hechos concretos. Esto se llama la oscuridad histórica, sustitución de lo real por la representación imaginaria, subordinación de los acontecimientos al azar, la divinidad o la causalidad de quienes han supuesto que los indios no tienen historia, por tanto están marginados y no son protagonistas de su destino.

Las oligarquías de su tiempo heredaron como recuerdos críticos estas pérdidas territoriales.

- La oligarquía conservadora o de la plata perdió el Pacífico en 1879.
- La oligarquía liberal perdió el Acre en 1903
- La oligarquía de la rosca minero feudal perdió el Chaco en 1935.
- La oligarquía neoliberal perdió la soberanía sobre los recursos naturales y las empresas estatales ante las transnacionales desde 1985.

Al mismo tiempo, la República Liberal (1825–2006) identifica seis tipos de gestión presidencial, gubernamental o poder estatal:

- Líderes independentistas,
- Regímenes de tiranos,
- Caudillos militares y civiles,
- Dictadores,
- Populistas y,
- Gobiernos de la democracia representativa.

En estos regímenes se cobijaron las oligarquías (ver tabla 6), cuya periodización es:

TABLA 6

Periodización de los estados

Estados	Período	Relaciones de poder	Hechos
Antes de la colonia	Hasta 1492	Tiwanacu, aimara, quechua y otros del valle y trópico	Prácticas políticas comunitarias
Colonial	1492 – 1825	Los reales, criollos, mestizos y sus descendientes	La cruz y la espada. Nueva fisonomía cultural, económica, política, ideológica y social en América
Nacional Insurgente	1825 – 1870	Caudillismo militar	Organización del Estado liberal del Derecho
Oligárquico Conservador	1870 – 1899	Empresarios de la plata	Pérdida del litoral
Liberal	1899 – 1920	Empresarios del estaño	Pérdida del Acre
Republicano	1920 – 1952	La rosca minero-feudal. Era de los "Barones del Estaño"	Pérdida del Chaco
Nacional Revolucionario	1952 – 1985	Partidos nacionalistas, marxistas y movimiento sindical	Voto universal, reforma agraria, nacionalización de las minas y reforma educativa. Populismo pseudo democrático.
Neoliberal-transnacional	1985 – 2005	Gran Minería, Agroindustria, sistema financiero, comercio, industria, servicios y transnacionales	Pérdida de las empresas estratégicas Capitalización y reformas estructurales La democracia representativa oligárquica

Cada uno de estos períodos condensa luchas sociales, momentos hegemónicos, dominación y coerción, legalidad e ilegitimidad, cortesías y desprecios; dependiendo de los mecanismos utilizados para vencer los obstáculos y sobrevivir a los conflictos para mantenerse en el poder.

El sistema político se caracterizó por la naturaleza de clase de poder, cuyos alcances son:

- La era del caudillismo 1825 – 1880
- La democracia censitaria 1880 – 1952
- La democracia populista 1952 – 1985
- La democracia representativa 1985 – 2005
- La democracia representativa y participativa 2005 ...

Procesos políticos que reconocen formalidades jurídicas en su periodización¹⁰⁷. Sin embargo, en medio de esos tiempos políticos, Bolivia tuvo diversos regímenes, cuya tipología ha sido expuesta en cada uno de hitos por los que transitó la política.

El período que abarca desde el 6 de agosto de 1985 hasta el 6 de agosto de 2002 se produjeron formas de gobierno que la sociedad política llamó *pactos de gobernabilidad* (tabla 7) para significar que los partidos tenían como opción para llegar al poder acuerdos fuera de posiciones ideológicas o principios programáticos.

Ese proceso de los acuerdos interpartidarios, en el contexto del modelo neoliberal, tiene como hitos centrales:

TABLA 7
Pactos de gobernabilidad 1985 – 2002

Período	Acuerdo de Gobernabilidad	Partidos de apoyo	Presidente
1985-1989	Pacto por la democracia ¹⁰⁸	MNR - ADN	Víctor Paz Estenssoro (MNR)
1989-1993	Acuerdo Patriótico ¹⁰⁹	MIR - ADN - FRI	Jaime Paz Zamora (MIR)
1993-1997	Pacto de Gobernabilidad	MNR - UCS - MBL - MRTKL	Gonzalo Sánchez de Lozada (MNR)
1997-2002	Compromiso por Bolivia	ADN - MIR - UCS - NFR - CDP	Hugo Banzer Suárez (ADN) Jorge Quiroga
2002-2003	Plan Bolivia ¹¹⁰	MNR - MIR - NFR - UCS	Gonzalo Sánchez de Lozada ¹¹¹
2003-2005	Gobiernos provisionales	MBL y aliados de Mesa	Carlos Mesa Gisbert Eduardo Rodríguez

Fuente: Elaboración propia.

¹⁰⁷ René Antonio Mayorga en su ensayo *la Democracia o el desafío de la modernización política* publicado en Bolivia en el siglo XX. La Formación de la Bolivia contemporánea, reconoce tres tipos de democracia desde 1880 como “momentos fundacionales”.

¹⁰⁸ El MIR inauguró la justificación política de constituirse en oposición “constructiva” y “viabilizadora”.

¹⁰⁹ El MIR justificó su alianza con ADN con los siguientes argumentos: 1º. Hubo triple empate en las elecciones, 2º. La política era pragmática por tanto el discurso de las horas, días, meses y años precedentes de la separación de los “ríos de sangre” quedaba en la historia, y 3º. El fraude montado desde la Corte Nacional Electoral mediante la “Banda de los Cuatro” no era más que un hecho político lícito para hacerlo presidente a Jaime Paz Zamora, pese al tercer lugar en la votación.

¹¹⁰ Jaime Paz Zamora dijo en la firma del acuerdo con Sánchez de Lozada: “Qué difícil es amar a Bolivia”, cuando en realidad se trataba de asegurar los espacios de poder para sus militantes. Se olvidaron que Sánchez de Lozada encarceló a Oscar Eid Franco durante cuatro años en el penal de San Pedro por los narcovínculos.

¹¹¹ Gonzalo Sánchez de Lozada fue echado del gobierno el 17 de octubre de 2003. Por decisión del Congreso Nacional asumió Carlos Mesa en el marco de la sucesión constitucional.

La asunción de Víctor Paz Estenssoro a la presidencia, el 6 de agosto de 1985, marcó el agotamiento del Estado Nacional Revolucionario¹¹² inaugurado por él en 1952. Este mandatario adoptó el modelo neoliberal con el discurso “Bolivia se nos muere”, aplicando una política en todos los órdenes del campo económico, político e ideológico sobre la base de un acuerdo de gobernabilidad, pacto que se constituyó al mismo tiempo en el primer hito de prácticas de coalición para gobernar en un ambiente de aparente competencia interpartidaria.

8.1.1. Fundamentos filosóficos

Bolivia está incluida en las macrotendencias de la liberalización de los mercados y la globalización de la economía, la política y la cultura, en cuyo seno la prensa actúa como un instrumento que canaliza los mensajes desde y hacia el mercado, su objetivo es configurar al *ciudadano ejemplar y consumidor leal* sometido a reglas de juego al margen de la voluntad colectiva, delimitado en un campo de poder determinado, en el cual el poder se esfuerza por eliminar la crítica¹¹³.

Por tanto, el problema de investigación está situado en el contexto de las transformaciones neoliberales, orientado por el programa de ajuste estructural en términos económicos, el rediseño del Estado y la vigencia del régimen democrático liberal en la dimensión política, y el debilitamiento de las grandes organizaciones colectivas desde el campo social.

Lo que significa que el estudio de los procesos históricos vale en la medida en que logra traducir las proyecciones del poder y la configuración del Estado en cuestión, de otra manera sólo serían documentos abstractos como el “contrato social” de los *iusnaturalistas*, una idea y un ideal, pero no un objeto concreto, una orientación pero no un manual.

¹¹² El 9 de abril de 1952 se produjo la insurrección popular más importante en la historia republicana de Bolivia, acontecimiento que determinó la exclusión de la oligarquía del poder político, económico e ideológico. El Estado se constituyó en el agente fundamental del desarrollo nacional, en términos económicos; y el campo político se introdujeron reformas trascendentales como el voto universal, la formación de poderosas organizaciones sindicales y la incorporación de vastos sectores a la política institucional, hasta entonces marginados por la oligarquía.

Este proceso fue encarado por los trabajadores y los campesinos en armas, quienes derrotaron en tres días de combate al ejército de la oligarquía y luego entregaron el poder a Víctor Paz Estenssoro, jefe del Movimiento Nacionalista Revolucionario, partido que capitalizó esa insurrección.

¹¹³ Vergara, Jorge. *La epistemología de las ciencias sociales en América Latina*. En Revista Persona y Sociedad. Vol. VIII. Nº 1-2 1994. Santiago de Chile, op. cit. Páginas 17-18.

8.1.2. Dimensiones

a) Comunicacional

Si los medios de comunicación son campo¹¹⁴, un espacio de poder y de lucha, entonces la concentración de medios de comunicación en pocas manos, la monopolización de medios técnicos y la oligopolización, pretenden sustancialmente mantener inmóvil a la estructura del campo social mediante la monopolización de la palabra y la centralización del discurso restringiendo la vida social y política de la sociedad civil, que es una manera de ejercer violencia simbólica, legitimar y enmascarar la opresión social, asentada desde ya en estructuras de poder de dominación económico-política.

En el campo de poder comunicacional se dilucida la conservación o transformación de las fuerzas que intervienen en ese campo (trabajadores de los medios, receptores, políticos, agentes e instituciones). La acción comunicativa¹¹⁵ se resuelve con la monopolización de la palabra no en "la negociación de definiciones de la situación susceptibles de consenso", sino en imposición unilateral de definiciones.

En el conjunto cultural y socioeconómico de la *cultura de los medios de comunicación*, la prensa "actúa como principal instrumento de orientación de las clases dirigentes o de la clase media que la representa"¹¹⁶. Estos sectores dominantes buscan en el periodismo escrito espacios de legitimación, por cuanto los contenidos de difusión están "en gran medida definidos por las estructuras de la empresa de producción correspondiente y la distribución específica"¹¹⁷, cuyo resultado económico está determinado por el *mercado de los lectores y el mercado de la publicidad*.

La prensa puede cuestionar a las autoridades, desarrollar críticas cuando algunos líderes intentan lesionar el sentido del proyecto, fiscalizar con insistencia hechos de corrupción,

¹¹⁴. Las reflexiones contemporáneas sobre el objeto de estudio de la comunicación consideran que esta disciplina es aún un campo y no precisamente una ciencia, como la comunidad científica asume sobre este horizonte teórico.

¹¹⁵ "Acción comunicativa, según Mead y Garfinkel 'se refiere a la interacción de a lo menos dos sujetos capaces de lenguaje y de acción que (ya sea con medios verbales o con medios extraverbales) entablan una relación interpersonal. Los actores buscan entenderse sobre una situación de acción para poder así coordinar de común acuerdo sus planes de acción y con ellos sus acciones". Citado en BOLADERAS, Margarita. *Comunicación, ética y política. Habermas y sus críticos*. Editorial Tecnos, Madrid, 1996. p. 48.

¹¹⁶ Kagelmann y Wenninger 1986: 256

¹¹⁷ Kagelmann y Wenninger 1986: 257

lograr el cambio de funcionarios, proscribir de la agenda a algunos políticos, pero sí ese complejo mediático en ningún caso podrá cuestionar la estructura fundamental del modelo.

En este contexto se toma como punto de partida que si la prensa en la mirada funcional-estructuralista tiene la misión de informar, distraer, educar y es apenas una instancia más o menos neutral en el desarrollo social, desde una perspectiva crítica se descorre este velo ideológico para entender su rol esencialmente política en la emisión ideológica -horizonte de la industria cultural-, la legitimación del poder y la defensa del derecho propietario.

Los procesos concretos indican que el lenguaje incoloro y aséptico de una "prensa objetiva" y "libre" no es nada más que el discurso justificador de práctica política de la clase dominante. La información periodística profesional obedece por tanto, a las mismas leyes del mercado, a cuyo surgimiento debe ella su propia existencia", sostiene Habermas¹¹⁸ respecto al Estado moderno, sus organizaciones burocráticas y la participación del capital en la creación de la prensa en el proceso de transformación del viejo modo de producción en un nuevo modo capitalista de producción.

Los medios de difusión se multiplicaron al amparo de la libertad de empresa. Jurídicamente el Estado detentaba en términos nominales el monopolio de la televisión hasta 1984, pero con la vigencia de la liberalización del mercado este país cuenta ahora con más de 150 emisoras de televisión, unas 700 radios y unos 50 periódicos para una población de cerca de nueve millones de habitantes¹¹⁹.

Los códigos de los trabajadores de la prensa y de los propietarios de los medios son diferentes en algunos temas vinculados a la comunicación e información. Este es el caso de la Ley de Imprenta, considerada una vez garantía del orden democrático y la libertad de prensa, otras, como instrumento de impunidad. En todos los gobiernos se intentó reformarla para controlar a la prensa. A pesar de los ataques, esa la Ley ha mostrado una vitalidad sorprendente dada la dinámica política que ha caracterizado a Bolivia, donde unas veces los mismos periodistas desde el llano defendieron a brazo partido la Ley de Imprenta, (por ejemplo Bautista Saavedra, uno de los fundadores de LA RAZÓN oligárquica) y una vez en

¹¹⁸ Habermas, Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública*. Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1981. p. 59.

¹¹⁹. Estos datos corresponden a los informes oficiales de la Superintendencia de Telecomunicaciones y a la propia investigación realizada en 2005.

el poder fueron ellos mismos los que promovieron la mordaza para socavar los principios de la libertad de expresión y de prensa.

Los intentos más serios para modificar la Ley de Imprenta fueron la presentada por el adenista Mario Rolón Anaya y Waldo Cerruto, el Proyecto de Modificación del Código de Procedimiento Penal y la Ley de Telecomunicaciones¹²⁰.

Aparentemente los empresarios y dueños de los medios de comunicación mantienen una posición semejante a la de los trabajadores de la prensa¹²¹, lo cual no impide que las contradicciones entre los dos grupos se expresen en presiones de empresarios o dueños sobre los trabajadores de la prensa, tal como ocurrió en el caso de los redactores de LA RAZON, quienes renunciaron como protesta a la obligación de apoyar a un candidato político de ADN, Ronald McLean en las elecciones municipales de 1991.

Entonces, la acción subversiva de la comunicación en los medios se plantea por lo menos bajo dos puntos de vista:

- a) Utilizar a los medios de comunicación para volcarlos en contra del poder establecido. En la concepción de Baudrillard, sea cual fuere la forma que adopte en los momentos de acción subversiva, los medios continúan actuando como resonadores solidarios del poder al vaciarla de su sentido en una "opinión pública" abstracta¹²². Es decir, cuando la palabra subversiva es institucionalizada por la reproducción o espectacularizada por los *media*, pierde su carácter subversivo¹²³; es sometida a la lógica de los medios como actividad socialmente legitimada para construir realidades sociales¹²⁴. La institucionalización de la palabra la hace conservadora porque se apropian de ella los nuevos grupos de poder, pierde su transparencia y peligrosidad,

¹²⁰ Presencia. 9 de mayo de 1999.

¹²¹ Alfonso Canelas, empresario opina que "deben mantenerse los principios de la Ley de Imprenta, principalmente el derecho que tiene un periodista a mantener en secreto su fuente de información. La sociedad debe ser incorporada a debate sobre la reglamentación al trabajo de los periodistas". La Razón. 9 de mayo de 1999.

¹²² Ver más adelante el análisis de la opinión pública en la perspectiva de Bourdieu, opinión pública que sirve para legitimar lo que dicen los medios, analistas e intelectuales ligados al poder. "Si las encuestas de opinión captan tan mal los estados virtuales de la opinión, o, para ser más exactos, los movimientos de opinión, ello se debe, entre otras cosas, a que la situación en la cual aprehenden las opiniones es totalmente artificial. En las situaciones en que se constituye la opinión, en particular en las situaciones de crisis, la gente se encuentra ante opiniones constituidas, opiniones que sostienen ciertos grupos, de manera de elegir entre las opiniones equivale muy claramente a elegir entre los grupos" Bourdieu, Pierre. *La opinión pública no existe en Sociología y cultura*. p. 247.

¹²³ "Es una ilusión estratégica creer en una *desviación crítica* de los media. Tal palabra pasa hoy por la *destrucción* de los media como tales, por su des-construcción como sistema de no comunicación. Esto no implica liquidación, del mismo modo que la crítica radical del discurso no implica la negación del lenguaje como material signifiante". Baudrillard, Jean. *Crítica de la economía política del signo*. p. 212.

¹²⁴ En la construcción de la realidad social la institucionalización de las prácticas lingüísticas y los roles en la vida cotidiana, genera disposiciones, comportamientos, usos y preferencias sedimentados.

al ritualizarse se hace oficial o tiende al silencio y al enclaustramiento, porque la institucionalización de la palabra delimita lugares reprimidos y marca divisiones en el espacio y el tiempo sociales, sometidos “a normas imperativas, que refleja en parte las normas sociales de la clase dominante acentuándolas, y en parte instaura normas especiales que dan la espalda tanto a las reglas jurídicas como a la ‘ley natural’”¹²⁵.

- b) Salir del ámbito comunicacional e ingresar a la producción social del discurso¹²⁶, lo no institucionalizado y por tanto al margen de reglas, pautas o roles, las palabras y mensajes que tienden a ser descifradas utilizando distintos códigos¹²⁷, por ello mismo abiertos al intercambio continuo y a la reciprocidad sin que se vislumbre una forma terminal del discurso porque los efectos sociales son múltiples e inaprensibles en su totalidad, generando habituación o rechazo, conflicto o consenso, integración o conflicto¹²⁸. Una de las expresiones analizadas por Baudrillard considerada subversiva en las condiciones anteriores es el *graffiti*, mensaje no institucionalizado y siempre huidizo, los muros donde las palabras generan preguntas y respuestas, reciprocidad y antagonismo: “La calle en este sentido es la forma alternativa y subversiva de todos los medios de comunicación colectiva; porque no es, como éstos soporte objetivado de mensajes sin respuesta, red de tránsito a distancia, es el espacio que se ha abierto al intercambio simbólico de la palabra, efímera y mortal, palabra que no se refleja en la pantalla platónica de los media.”¹²⁹.

Bajo estos parámetros de análisis no son transgresores del mensaje, como pretenden los que dirigen, los periódicos *Extra* y *Gente*, ni menos subversivos, porque los lectores-usuarios de la crónica roja están obligados a someterse al código manejado por aquellos (fotografías repetidas que tienden al manejo pornográfico, estilo narrativo que pretende romper la lógica de los “periódicos serios”), suponen que los mensajes emitidos son demandados por la población. Si bien, en un primer momento aparecían rompiendo los muros de la represión

¹²⁵ Lourau, René. *El análisis institucional*. Amorrortu editores, Buenos Aires, 1988. p. 29.

¹²⁶ Los discursos de lo social son objeto de la sociosemiótica. Greimas define el objetivo de ésta como el estudio de “todos los discursos sociales, independientemente de las sustancias, canales o media que sirven para sus manifestaciones (televisión, cine, espectáculos de deportes colectivos, etc.), por el hecho de que todos remiten a un mismo universo significante y porque las formas de organización discursiva que se descubren en ellos son comparables” Greimas 1976: 57.

¹²⁷ Dado que los actores intervinientes en la producción y la circulación del discurso provienen de contextos socio-culturales diferentes o manejan distintos códigos, en el análisis del discurso se parte de la premisa de *indeterminación constitutiva de la circulación del sentido*¹²⁷; esto es que un enunciado puede dar (y de hecho es así) lugar a diversas interpretaciones y acciones.

¹²⁸ La circulación y consumo de discursos no produce ni idiotas hipersocializados ni apocalípticos, “ni el hombre unidimensional ni el salvaje felizmente alucinado de la nueva aldea global” Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. Editorial Lumen Tusquets, 1995. p. 22

¹²⁹ Baudrillard, Jean. *Crítica de la economía política del signo*. p. 212.

instaurada por grupos tradicionales (el poder político, la iglesia), posteriormente, al institucionalizarse, se han limitado a ser sólo objetos de consumo en un contexto de mercado donde la población intenta recuperar su sentido de vida social intentado apropiarse de la vida privada de las personas respecto del sexo, la violencia y la delincuencia.

Como manifiesta García Canclini, “quizá la fascinación de las telenovelas, del cine melodramático o heroico, y de los noticieros de información que convierten los acontecimientos estructurales en dramas personales o familiares, se asiente no sólo en su espectacularidad morbosa, como suele decirse, sino en que mantienen la ilusión de que hay sujetos que importan, que sufren o realizan actos extraordinarios”¹³⁰.

b) Económica

El bloque histórico de poder a partir de 1985¹³¹, tras la ruptura con el Nacionalismo Revolucionario, define la naturaleza de clase del Estado y su autonomía relativa¹³² por su capacidad de decisión, producto de la condensación material de los sectores dominantes nucleados en la gran minería, la agroindustria, el campo financiero, el comercio y la industria.

Estos grupos económicos comparten intereses comunes, están vinculados a partidos políticos y a su vez, son propietarios de medios de comunicación (ver tabla 8), en cuya condición controlan los principales periódicos de mayor circulación nacional, las redes de televisión, radios y revistas dedicadas a la construcción de la agenda de noticias y difusión de programas de entretenimiento.

Los sectores económicos que sustentan el dominio del proyecto neoliberal en Bolivia fueron:

¹³⁰ García C., Néstor. *La globalización imaginada*. p. 28.

¹³¹ El 29 de agosto de 1985, el gobierno del presidente Víctor Paz Estenssoro inauguró en Bolivia la era neoliberal con la proscripción del Estado benefactor vigente desde 1952.

¹³² Por *autonomía relativa* se entiende en un Estado capitalista, la relación del Estado con el campo de la lucha de clases, más particularmente su autonomía relativa respecto de las clases o fracciones del bloque en el poder y, por extensión, de sus aliadas o apoyos. Poulantzas, Nicos. *Poder político y clases sociales en el Estado capitalista*. Editorial Siglo XXI. México 1985. p. 332.

TABLA 8

Naturaleza de clase del Estado

<i>Bloque histórico de poder</i>	<i>Partidos políticos</i>	<i>Medios de comunicación</i>
Gran Minería	MNR	Prensa
Agroindustria	ADN	Radio
Sistema financiero	MIR	Televisión
Comercio	UCS	Multimedia
Industria	Partidos apoyo	Telecomunicaciones Complejo mediático

La prensa expresa los intereses de esta naturaleza de clase del Estado y del bloque en el poder, desnuda el discurso de legitimación democrática y desarrolla una actividad productora y reproductora de la ideología predominante; o en su caso reformuladora de las visiones generales sobre la organización de la sociedad y el Estado. En esta configuración, la prensa se ha adscrito al modelo y ha promovido una política de información y de opinión del sistema político y económico vigente entre 1985 y 2003.

c) Política

Tras la sucesión de los regímenes militares y la frustrada gestión de la Unidad Democrática y Popular (1982-1985), las clases dominantes retomaron liderazgo en torno al MNR-ADN-MIR para promover el proyecto neoliberal con todas sus consecuencias en la formación social boliviana. En este contexto, los medios -prensa, radio y televisión- por su condición de mediadores de ideología entre el Estado y la sociedad civil fueron también involucrados directa o indirectamente en la canalización de mensajes a partir de las fuentes del poder hegemonizado por los suscriptores del "Pacto por la Democracia" (MNR-ADN) y la "oposición viabilizadora" (MIR). El 29 de agosto de 1985 fue instituido por el gobierno de Víctor Paz Estenssoro (1985-1989) el Estado neoliberal mediante la implantación de la "Nueva Política Económica" (Decreto Supremo 21060), cuyo modelo fue ratificado por Jaime Paz Zamora (1989-1993), luego ampliado y profundizado por el régimen de Gonzalo Sánchez de Lozada (1993-1997), seguido sin variaciones por el general Hugo Bánzer Suárez (1997-2002) y agotado por Sánchez de Lozada entre el 2002 y 2003. Estos acuerdos tenían como objetivo

garantizar la prosecución del discurso hegemónico del bloque en el poder a través de la mediación de la prensa entre el Estado y la sociedad civil.

Las relaciones de propiedad empresarial aparecen como las autorizadas para determinar la agenda de los acontecimientos de la realidad, se presentan como las capacitadas para discutir los hechos públicos, son creadores de opinión pública y hasta se denominan portadores de la defensa de la libertad de expresión.

d) Social

En el caso boliviano, Paz Estenssoro inició la desarticulación sindical con el pago de las indemnizaciones de tres salarios por año trabajado a los obreros de la Corporación Minera Bolivia. La Federación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia fue la base sólida de la poderosa Central Obrera Boliviana. A la caída de los mineros siguieron los fabriles con el cierre de las fábricas, el masivo despido de los ferroviarios y el debilitamiento integral del campo sindical, requisito indispensable, según los teóricos del neoliberalismo para el cumplimiento de las metas del nuevo orden económico nacional e internacional.

9. Discurso y poder

El estudio de las condiciones de producción del discurso mediático en el escenario del *modelo neoliberal*, la libertad de mercado, la búsqueda de eficiencia de las estrategias comunicacionales, el análisis lingüístico de los contenidos noticiosos y opinativos expuesto por la prensa, forman parte de este trabajo académico.

El *orden simbólico* que generaron al unísono los medios de comunicación de propiedad privada sobre el nuevo orden económico nacional e internacional y el *imaginario colectivo* que construyeron en la sociedad sobre la pertinencia del Estado Neoliberal, fueron parte consustancial en el devenir del proceso político boliviano de 1985 adelante.

La reflexión desde el campo del poder permite superar estas concepciones restringidas sobre la intencionalidad de la concentración de los media, consecuentemente los alcances desde esa perspectiva, el ámbito comunicacional es un espacio de lucha de fuerzas donde los actores se disputan determinados capitales (capital económico, capital simbólico, cultural, social), cuya posesión implica acceder a ganancias, en tanto, en el mercado lingüístico es la apropiación del

excedente que genera el tener control sobre los factores sociales que determinan la formación de los precios lingüísticos o construcción de opinión pública.

Entonces, los medios de comunicación no se reducen sólo a nociones como aparatos¹³³, instrumentos, mecanismos de mediación, sino constituyen un campo de poder, espacio de relaciones antagónicas y de poder donde “están en lucha agentes e instituciones, con fuerzas diferentes y según las reglas constitutivas de este espacio de juego”¹³⁴, en cuyo escenario, la clase dominante pretende apropiarse de las relaciones orgánicas para la construcción de hegemonía (naturalmente los propietarios de los medios de comunicación tienen mayor probabilidad de ejercer poder e influencia en lugar de “sufrir” imposiciones), pero tomando en cuenta que las clases dominadas no son estáticas, no aceptan pasivamente este dominio ni pueden ser automatizadas ni programadas con mensajes determinados, ellas resisten, se apropian de los contenidos en función a sus intereses¹³⁵, pues la hegemonía de una clase sólo es posible cuando ésta representa también los intereses de las clases subalternas; entonces, hegemonía no es necesariamente imposición puramente externa, sino incluye sujetos que pertenecen a la clase hegemónica y a las subalternas, unidas de alguna manera en torno a algunos intereses.

Es decir, la hegemonía no está dada de una vez y para siempre sino es un proceso de construcción, de apropiación del sentido del poder, de seducción y en cierto grado de complicidad, aunque también uso de fuerza y mecanismos de manipulación. En otras palabras, utilizando el razonamiento de Lechner, la dominación no es posible sin el concurso de los dominados, sin un determinado trabajo ideológico de los dominadores sobre los dominados que haga creíble la dominación como un hecho social deseable, sino un trabajo constante de legitimación, puesto que la hegemonía es permanente construcción y lucha de las clases por constituirse en punto articulador de los conflictos¹³⁶.

¹³³ Para Bourdieu la noción de aparato es el caballo de Troya del funcionalismo: “un aparato es una máquina infernal, programada para alcanzar ciertas metas. (Esta visión del complot, la idea de que una voluntad demoníaca es responsable de todo lo que acontece en el mundo social, medra en el pensamiento ‘crítico’)” Bourdieu, Pierre; Wacquant, Loïc J.D. *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. Editorial Grijalbo, México, 1995. p. 68.

¹³⁴ Bourdieu, Pierre. *Sociología y cultura*. Editorial Grijalbo, México, 1990. p.157.

¹³⁵ “Quienes dominan en un determinado campo están en posición de hacerlo funcionar en su beneficio, pero siempre deben tener en cuenta la resistencia, las protestas, las reivindicaciones y las pretensiones, ‘políticas’ o no, de los dominados”. Bourdieu, Pierre; Wacquant, Loïc J.D. *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. Editorial Grijalbo, México, 1995. p. 68.

¹³⁶ Gramsci, Antonio. *Antología*. Selección, traducción y notas de M. Sacristán, Siglo XXI, México, 1974.

Decíamos que en el campo de poder se dilucidan factores de poder disputados por los sujetos, porque en función a ellos los agentes tienen mayor o menor capacidad para imponer los precios de los discursos y además los actores se reconocen como dominantes o dominadores y definen sus estrategias de juego para obtener los excedentes comunicacionales, pues “las estrategias de los agentes dependen de su posición en el campo, es decir, en la distribución del capital específico, así como de la percepción que tienen del campo, esto es, de su punto de vista sobre el campo como vista tomada a partir de un punto dentro del campo”¹³⁷

El juego en el campo de poder¹³⁸ comunicacional consiste en apropiarse de los mecanismos de formación de los precios lingüísticos y tener influencia en las instituciones sociales. El grado en que el destinador está autorizado para hablar en virtud a que tiene autoridad, tiene de su lado a las instituciones, las leyes del mercado y determinado espacio social, que determina su capital lingüístico. En función a esos factores el destinador está autorizado para decir lo que tenga que decir y es creído por el hecho de ocupar uno de los lugares más altos en la jerarquía social. Es lo que ocurre con los propietarios de los medios de comunicación, cuyo discurso es altamente valorado porque no es sólo producción de discurso y reflejo de su posición de clase, sino es producto de las condiciones sociales ajustadas a su situación en el mercado lingüístico; además esos propietarios tienen la facultad de determinar el precio de los discursos: lo que tenga relación con la libertad de mercado y la democracia representativa tiene un alto precio porque legitima la visión que acompaña esta producción discursiva.

9.1. Racionalidad y simbolismo

Animal simbólico¹³⁹: de esa manera clasifica Cassirer a la especie humana¹⁴⁰, porque además de ser parte de un universo físico-material se mueve en un universo simbólico formado por lengua, mito, arte, religión, entre otras distinciones, en un contexto creado por la interacción humana en la

¹³⁷ Bourdieu et. al. *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. Editorial Grijalbo, México, 1995. p. 68.

¹³⁸ El campo del poder “es el espacio de las relaciones de fuerza entre los diferentes tipos de capital, o, con mayor precisión, entre los agentes que están suficientemente provistos de uno de los diferentes tipos de capital para estar en disposición de dominar el campo correspondiente y cuyas luchas se intensifican todas las veces que se pone en tela de juicio el valor relativo de los diferentes tipos de capital”. Bourdieu, Pierre. *Razones prácticas. Sobre una teoría de la acción*. Editorial Anagrama, Barcelona, 1997. p. 50.

¹³⁹ Símbolo representa otra cosa en virtud de una correspondencia analógica o “ausencia hecha presencia”. Greimas, A.J.; Courtes, J. *Semiótica. Diccionario Razonado de la teoría del lenguaje*. Versión española de E. Ballón y H. Campobónico, Editorial Gredos, Madrid, 1982. p. 377.

¹⁴⁰ Citado en Sartori, Giovanni. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. 1ra. Reimpresión, Edit. Taurus, Argentina, 1999.

reproducción de sí mismo y de la sociedad, pues si bien puede afirmarse que el hombre forma parte de la naturaleza, es más propio decir que construye su propia naturaleza¹⁴¹ en interacción con los demás, tanto conceptual como sógnicamente¹⁴².

Esta definición no niega la racionalidad, un aspecto parcial que caracteriza a la especie humana, ya que la denominación de animal racional sólo es parte de una integralidad en la que sus expresiones conceptuales¹⁴³ están unidas a sus sentimientos y su imaginación poética y metafórica, en un proceso en el cual las palabras y los sentimientos adquieren sentido de 'riqueza' o de 'grosor' semánticos que rompen la rigidez sintáctica y de estilo.¹⁴⁴

En todo caso, la comunicación es uno de los factores fundamentales de la relación social con otros significantes, que son al mismo tiempo sustrato del sistema social¹⁴⁵, construido y reproducido en función a significados, códigos, símbolos y discursos compartidos y transmitidos por y entre las personas. Respecto de la potencialidad del simbolismo en la comunicación hay dos maneras de observarla: En la concepción de Radcliffe-Brown -interesado en el uso social de los objetos simbólicos- los símbolos constituyen instrumentos de conocimiento y comunicación y por tanto promueven la integración social al permitir la formación de consensos sobre la realidad.

En cambio la interpretación marxista relativiza la estructura lógica y la función gnoseológica de los sistemas simbólicos. Concentra su atención a las funciones políticas e ideológicas de la comunicación en base a tres premisas:

- a) La comunicación entre los miembros de la clase dominante sirve para la integración y la distinción de las otras clases sociales;
- b) Ficcionaliza la interpretación de la sociedad;

¹⁴¹ Berger, Peter L.; Luckmann, Thomas. *La construcción social de la realidad*. 4ta. Edición, Amorrortu editores, Buenos Aires, 1976. p. 69.

¹⁴² "Desde las más primitivas hasta las más complejas, los agentes sociales participan activamente en la producción, en la organización y en la construcción de definiciones sógnicas/conceptuales de las realidades sociales". Gonzales, Jorge A. *Los frentes culturales. Culturas, mapas, poderes y luchas por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida en Lameiras*, José; Galindo, Jesús. *Producción de mensajes*. s.d. p. 154.

¹⁴³ El *concepto* es una magnitud de las ideas susceptibles de organizar los datos de la experiencia. Greimas. Op. cit. p. 75.

¹⁴⁴ Idem. p. 256.

¹⁴⁵ La importancia que Rousseau le atribuye a la relación entre lengua y constitución de la sociedad se observa en el cuestionamiento acerca de "qué ha sido más necesario, la sociedad ya formada para instituir las lenguas, o las lenguas ya inventadas para establecer la sociedad". Citado en LOURAU, René. *El análisis institucional*. Amorrortu editores, Buenos Aires, 1988. Página 33-34.

c) Legitima el orden establecido, al determinar y legitimar las distinciones o jerarquías.

“El efecto ideológico es producido por la cultura dominante al disimular la función de división bajo la comunicación. La cultura que une al comunicar es también la que separa al dar instrumentos de diferenciación a cada clase, la que legitima esas distinciones obligando a todas las culturas (o subculturas) a definirse por su distancia respecto de la dominante”¹⁴⁶.

Si la comunicación es fundamento de la autoproducción del hombre como empresa social y de la interacción, entonces toda acción, ciencia e ideología sólo es posible en el proceso de producción, recepción, proceso, transmisión de significados, emisión, circulación y recepción de mensajes; esto es, *en y por* la comunicación, donde el rol de los actores está definido y mediatizado por un sistema de símbolos estructurado en el contexto de la cultura en que participan.

Esta forma de analizar el proceso social es propia del interaccionismo simbólico, que postula que el objeto esencial de la investigación social es la concepción formada por los actores sobre el mundo. Los actores viven inmersos en un entorno simbólico y físico, y son ellos los que construyen los significados del mundo, los cuales permiten compartir una cultura, un conjunto elaborado de significados y valores que guía el comportamiento de los otros actores¹⁴⁷. De esa manera, aunque el individuo sabe que su perspectiva sobre el mundo es diferente a la perspectiva de los otros, y que sus proyectos pueden diferir o entrar en conflicto, comparte un escenario común donde hay correspondencia entre sus significados y los significados de los otros. Una de las maneras en que se establece esta comunidad es el manejo de un lenguaje común (ver figura 6).

¹⁴⁶ Néstor García Canclini en *Introducción a Sociología de la cultura de Pierre Bourdieu*. Página 9.

¹⁴⁷ Coulon, Alain. *Etnometodología y educación*. Ediciones Paidós, Barcelona, 1995.

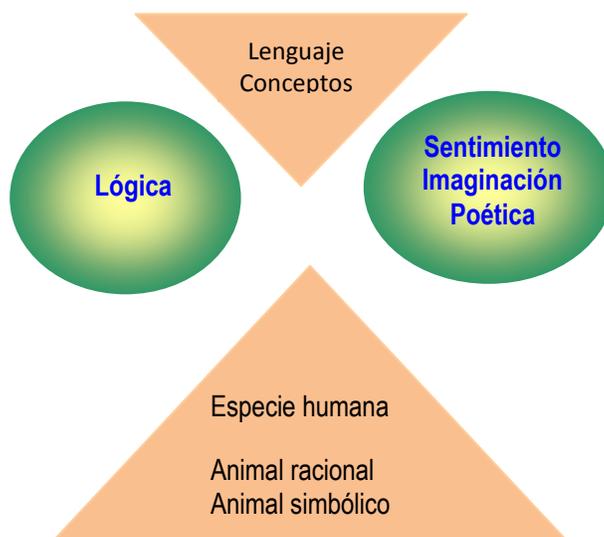


Figura 6. Manejo del lenguaje

Elaboración propia

Entonces, la racionalidad se constituye en la dimensión sustancial de la especie humana porque el lenguaje hace común al hombre en términos de imaginación, sentimiento y afectos¹⁴⁸. Estos alcances pretende explicar la figura anterior sobre la relación lógica entre conceptos y formas de reproducción social en función de realidades culturales y prácticas comunicacionales.

9.2. De la teoría de la comunicación al análisis del discurso

La circulación de los discursos sociales es multilineal, básicamente porque el significado “surge como consecuencia de la interacción social que cada cual mantiene con el prójimo; los significados se manipulan, modifican mediante un proceso interpretativo desarrollado por la persona al enfrentarse con las cosas que va hallando a su paso. Es decir, se van construyendo”¹⁴⁹. Por la característica esencialmente conflictiva del discurso sus efectos son diversos y multilineales que impide su control bajo parámetros calculados por el emisor. Por ejemplo, en el discurso de la publicidad, los efectos en los consumidores son predecidos por los llamados “persuasores ocultos”

¹⁴⁸ Si bien la definición de la sustancia humana sirve para identificarla, en la investigación científica positivista sólo se utiliza la dimensión restringida y rigurosamente lógica del lenguaje pues responde a la noción de método científico: éste utiliza instrumentos y sigue procedimientos que derivan de una estructura lógica previa y en último caso se remiten a una teoría.

¹⁴⁹ Estas premisas corresponden a la línea del *interaccionismo simbólico* (Blumer, 1982: 2) Citado en Rodrigo, Miquel. *Los modelos de la comunicación*. p. 123.

(sobre todo como manifestación del mecanismo estímulo-respuesta, tal como se supone que ocurre en los consumidores de la moda, la música, el consumo simbólico de bienes). Pero en otros casos, el efecto no es el buscado y se generan resistencias a la moda o al consumo homogéneo de bienes o servicios, porque el discurso es un campo de lucha, ahora mucho más tensionado por el cruce de tendencias de homogeneización -globalización de los valores socioculturales-, creación de patrones de consumo y apropiación de pautas de conducta que pertenecen a otros contextos.

En la relación de lucha y tensión que se produce en los procesos interdiscursivos, de acción y reacción, de imposición de fuerza y resistencia, naturalmente tienen mayor ventaja los propietarios de medios de comunicación. Raúl Garafulic Gutiérrez dijo que los periodistas no son títeres, “no es posible pensar que las redacciones de los periódicos o de los canales de televisión están formadas por hombres dúctiles y maleables, al servicio caprichoso de los empresarios... Si el periodista siente que en un medio no se trabaja dentro de las normas de ética, ese señor renuncia”¹⁵⁰. Los periodistas comprendieron el sentido político, ideológico, económico y esencialmente social y laboral de la advertencia de Garafulic, por eso decidieron mantenerse en los límites del establecimiento institucional de La Razón, después de la experiencia de 1991, cuando la redacción entera renuncia apelando a la *cláusula de conciencia* en protesta por la decisión del periódico de apoyar al candidato MacLean de ADN.

Semejante situación es el creado por la producción y circulación del discurso social en general. De ahí el carácter polémico y conflictivo que representa su enunciación. Por ejemplo, el discurso neoliberal genera lealtades y a la vez rechazos en los consumidores-ciudadanos-electores, porque no todos los ciudadanos pueden consumir la cantidad y calidad de bienes que, según se dice, deberían hacerlo, sólo por ser parte de la sociedad de consumo, pues sus posibilidades reales de ingreso no les permiten cubrir aquellas expectativas de consumo, ni siquiera en bienes básicos. Sumada a esta situación como ciudadanos, cuyo voto no significa elección, genera resistencias, críticas y frustraciones que lo enfrentan a las instituciones, generando violencias físicas y simbólicas que pueden llegar incluso a conflictos con el ordenamiento legal.

El sentido multidimensional del discurso televisivo también está suficientemente documentado como para emitir algunas reflexiones sobre el manejo múltiple de los significados: Cuando aparecen

¹⁵⁰ La Razón. “*Los periodistas no son manipulables*”. 9 de mayo de 1999.

las imágenes televisivas, expresa Cohen-Séat, las posibilidades de compromiso psicológico van desde la *separación crítica* total hasta la *fascinación* que en casos extremos llega a la *hipnosis*, pasando por el *juicio crítico* o la *evasión*¹⁵¹, dependiendo de varios factores, entre ellos de la capacidad crítica del *receptor* y de la distancia que pueda tomar respecto de los contenidos y la forma.

Según Tapia, L., el análisis de los discursos puede estar referido a tres parámetros:

- a) Sintáctico,
- b) Semántico, y
- c) Pragmático

En el discurso político lo que interesa no es la coherencia y estructura del discurso (dimensión sintáctica) ni la relación entre lo que se dice y la realidad (dimensión semántica, el problema de la verdad) sino la utilidad, el uso que se hace para movilizar a la gente, influir en su comportamiento, dirigirla e incluso manipularla o darle una orientación en torno a un programa o proyecto de sociedad.

En términos de Lechner la significación de los hechos mencionados por los discursos es una cuestión de poder, porque la verdad sobre el futuro no está dada sino es una construcción a partir de diversos intereses, opiniones y deseos.

La producción del discurso tiene que ver con el proceso mediante el cual se construye un *objeto significante*, el sentido de un acontecimiento es resultado del intercambio entre los sujetos y su medio, es una permanente constitución de referentes y proceso de construcción de sentido donde interviene tanto el emisor como el receptor, cuanto los antecedentes de ambos.

Desde la dimensión sintáctica y semántica también se puede ver cuáles son los núcleos de producción de los discursos, así por ejemplo en el discurso del nacionalismo revolucionario, nación y revolución como extremos y focos de la constitución del sujeto nacional revolucionario y discurso del nuevo Estado emergente de la revolución de 1952, y que sirven para constituir al nuevo sujeto que es el substrato social de dicho Estado¹⁵². Pero, lo sustancial no está en el examen de la manera en

¹⁵¹ Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. p. 320.

¹⁵² El análisis sintáctico y semántico de los mensajes de los representantes bolivianos nos conduce a estudiar la mentalidad de fines del siglo XIX, pues "la oratoria suplió en Bolivia a la falta de iniciativa y de actividad impulsora, dando la impresión de que la clase gobernante cumplía un rol concreto en beneficio de la

que se organizan y estructuran lógicamente las frases para lograr un mensaje, sino cómo lo reciben y consumen los destinatarios, porque éstos son los que en realidad otorgan sentido, al reconocerse en él, a los enunciados, y frecuentemente lo transforman en función a sus vivencias y completan los mensajes para definir y ubicarse en la realidad.

La constitución de sujetos, uno de cuyos mecanismos es la aplicación de determinados discursos, se realiza por medio de otro que puede ser el oponente. Como manifiesta Lechner, “distinción del otro y reconocimiento por el otro. No basta afirmar lo propio; es necesario delimitar lo propio y lo ajeno. Sólo por referencia a lo ajeno adquiere perfil lo propio. En este sentido, bien se dice que no se conoce a sí mismo quien no conoce a su adversario”¹⁵³; esto es, que la constitución de sujetos se realiza en función a dos movimientos: exclusión de los adversarios/enemigos e inclusión de los amigos.

En cuanto a la constitución del sujeto hay que reconstruir las relaciones con otros actores, los discursos que se cruzan en una especie de “guerra organizada discursivamente, una valoración y sobre todo un tipo de intento de ordenar la realidad” (Tapia, s.f.).

El destinatario recorta contenidos que son compatibles con sus creencias e inclinaciones, esquemas mentales, prejuicios y conocimientos, le permiten interpretar su entorno o proyectar su posición en el futuro. En términos epistemológicos del discurso diríase con Jean Piaget que no es posible separar el objeto del contenido del discurso y el sujeto perceptor¹⁵⁴. Respecto de la identificación quiere decir que el sujeto “se encuentra” en el discurso: así el lector de una novela, por ejemplo, se compenetra de tal manera con las acciones y actitudes del personaje que tiende a repetir en su cotidianidad dicho comportamiento o a incorporar dichas pautas y patrones de comportamiento, e incluso valores socio-culturales y opciones de vida a su cotidianidad. Desde las dos perspectivas, es evidente que el sujeto interviene en la elaboración del discurso con toda su historia, acumulación de experiencias y datos precedentes. Este es el análisis de Lechner cuando

nación. La palabra ejerció así una función de engaño y hasta de autoengaño, no sólo en los dominios de la política sino en los de la conciencia colectiva”. Montenegro, Carlos. *Nacionalismo y coloniaje*. Librería Editorial Juventud, La Paz, 1993. p. 213.

¹⁵³ Lechner, Norberto (editor). *¿Qué significa hacer política?*. Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo, Lima, 1982. p. 28.

¹⁵⁴ “Lo dato vendría a ser entonces un recorte epistemológico efectuado por el sujeto en el objeto percibido, recorte que tiene que ver con el alcance ‘visual’ logrado por todo un desarrollo aprehensivo, por lo que podemos llamar una especie de ‘socialización’ cognoscitiva del objeto” PRADA, Raúl. *Lo dado y el dato. Epistemología de la datificación*. UMSA, La Paz, 1983. p. 12.

dice que para cada cual “ser marxista” o “ser de izquierda” tiene un significado distinto, pues “siempre se piensa a partir de determinado punto de vista y dentro de determinada terminología”¹⁵⁵, un horizonte de interpretación que puede llevar a diferentes resultados, además de que éste se define con distintos códigos.

Estas consideraciones conducen a plantear la necesidad de analizar histórica y críticamente la circulación del discurso, pues es claro que el objeto-discurso que circula no es el mismo producido, “nunca es simplemente un dado, sino un dándose constante, es un fenómeno en pleno desarrollo, es un proceso temporalizado y temporalizante, una génesis vivida en el tiempo y reproductora de su propia temporalidad”¹⁵⁶.

La sociedad se produce -expresa Touraine- es decir, crea sus condiciones de existencia a partir de una idea, lo que no quiere decir que se refiera a una idea metasocial, sino a una relación social de producción, adaptación y consumo. El discurso tiene pues un rol activo en este proceso y no tiene, como pretenden los estructuralistas, una autonomía lingüística, cuya significación podría entenderse estudiando solamente la lógica interna de los enunciados. Esto es lo que manifiesta Bourdieu cuando se refiere a las relaciones sociales que se definen en términos de multiplicidad de parámetros: “Para profundizar un poco más en nuestro análisis, habría que introducir toda clase de coordenadas posicionales, como el sexo, el grado de escolaridad, los orígenes de clase, etc. Todas estas variables intervienen en todo momento en la determinación de la estructura objetiva de la ‘acción comunicativa’, y la forma que tome la interacción lingüística dependerá sustancialmente de dicha estructura, que permanece inconsciente y casi siempre funciona ‘a espaldas’ de los locutores”¹⁵⁷.

10. Análisis del discurso

El análisis del discurso social no es análisis de la sucesión de frases, porque la labor se reduciría al reconocimiento de las reglas inmanentes a la lengua y sus connotaciones¹⁵⁸, sino se

¹⁵⁵ Lechner, Norberto (editor). *¿Qué significa hacer política?*. Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo, Lima, 1982. Página 2.

¹⁵⁶ Prada Op. cit. Página 13.

¹⁵⁷ Bourdieu, Pierre; Wacquant, Loic J.D. *Respuestas por una antropología reflexiva*. Editorial Grijalbo, México, 1995. Página 103.

¹⁵⁸ La técnica apropiada para tal estudio es el análisis de contenido, “el examen, evaluación e interpretación de la forma y sustancia de la comunicación. El análisis de contenido nos ofrece un método – en realidad, un conjunto de métodos- a través del cual podemos resumir pruebas físicas directas y relativamente seguras del comportamiento de varios tipos de actores políticos y de las relaciones entre ellos”. Manheim,

remite al estudio de la producción de sentido y de las condiciones de funcionamiento de la competencia lingüística, y por tanto de las condiciones sociales de producción del discurso. Esto es, el análisis a partir de la aceptabilidad, que “supone la conformidad de las palabras no sólo a las reglas inmanentes a la lengua, sino también a las reglas, que se dominan intuitivamente, inmanentes a una ‘situación’, o más bien a un determinado mercado lingüístico”¹⁵⁹.

La extensión de esta noción a las prácticas no lingüísticas, permite realizar una lectura de los objetos-acontecimientos. El tratamiento del discurso como hecho lingüístico es analizado por Bourdieu desde una posición crítica, ya que para él, el lenguaje no es una entidad separada de la praxis y del pensamiento, sino un quehacer que sintetiza el pensamiento, pero al mismo tiempo genera acciones: “quienes tratan el lenguaje como un objeto de análisis, en vez de emplearlo para pensar y hablar, son llevados a constituirlo como un logos y no como una praxis, como letra muerta sin intención práctica y sin mayor propósito que el de ser interpretado, de la misma manera que una obra de arte”¹⁶⁰.

Esto no quiere decir que en el análisis del discurso social no deba tomarse en cuenta los mensajes y el lenguaje sino que debe pasarse del lenguaje a otras formas de la comunicación, a las prácticas no lingüísticas, pues importa lo que se dice, como quien lo dice y cuándo, lo que hace referencia a las condiciones de producción de sentido. El discurso es representación, enunciación de significaciones y construcción de sentido, por eso se dice que discurso es el contenido más la manera en que se lo expresa, en contextos determinados¹⁶¹, y su análisis se ocupa de la estructura del signo (Rodrigo, 79).

En términos estrictos, el discurso es más que comunicación, sucesión frásica o hecho lingüístico, pues el análisis del discurso sólo puede darse como ruptura con la lingüística y los hechos del lenguaje. Es lo que manifiesta Verón cuando indica que no se puede llegar a la noción de discurso por el progresivo ensanche de la problemática lingüística, ya que “resulta evidente que la

Jarol B.; RICH, Richard C. *Análisis político empírico. Métodos de investigación en ciencia política*. Alianza Editorial, Madrid, 1988. p. 210.

¹⁵⁹ “Hay un mercado lingüístico cada vez que alguien produce un discurso dirigido a receptores capaces de evaluarlo, apreciarlo y darle un precio ... El precio que reciban los productos de una competencia determinada en un mercado determinado depende de las leyes de formación de precios propias d ese mercado”. Bourdieu, Pierre. *Sociología y cultura*. p. 145.

¹⁶⁰ Bourdieu, Pierre et. al. *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. Editorial Grijalbo, México, 1995. p. 101.

¹⁶¹ Mata et. al. op. cit. p. 23. Las autoras tipifican varios discursos: icónico, literario, gestual, etc., de acuerdo con su estructura y función.

lingüística no posee las herramientas para comprender sus propios orígenes y su funcionamiento como discurso sobre el lenguaje.”¹⁶². En el mismo sentido Bourdieu manifiesta que “la comunicación verbal, hasta el contenido mismo del mensaje, permanece ininteligible en tanto no se tenga en cuenta la totalidad de la estructura de las relaciones de fuerza presente, aunque sea en forma invisible, en el intercambio.”¹⁶³

El análisis de las frases no agotan ni pueden cubrir la construcción del sentido y la intencionalidad de los actores o la conflictualidad latente en el intercambio de mensajes y la circulación de enunciados: el discurso es el lugar de las luchas y los conflictos, el discurso es juego polémico y estratégico de poder. Constituye parte de los “juegos estratégicos de acción y reacción, de pregunta y respuesta, de dominación y retracción, y también de lucha”¹⁶⁴.

La sociedad política boliviana tiene como referencia el discurso más o menos homogéneo sobre la democracia liberal y la libertad de mercado, el consenso y la gobernabilidad -que podría denominarse el discurso neoliberal- expresado en hechos que a su vez son estrategias de poder y de saber de los grupos hegemónicos, que han refuncionalizado a las instituciones para afianzar el dominio integral sobre los sectores no hegemónicos.

Es el resultado de la acción de agentes que están provistos de capital (económico o cultural) y que están transformando el espacio social global (el campo de fuerzas y el campo de luchas)¹⁶⁵ en el escenario político nacional.

El análisis del discurso social desde esta perspectiva no quiere decir estudiar las intenciones de sus proposiciones ni el contenido de su mensaje con el lente de los lectores basada en la absolutización del texto, que conduce a concebir el texto en términos intemporales y ahistóricas sin “ninguna referencia a las condiciones económicas o sociales de la producción de la obra o de los productores de la obra”¹⁶⁶, sino a las condiciones sociales de producción de sentido.

¹⁶² Verón, Eliseo. *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Editorial GEDISA, Barcelona, 1996. p. 122.

¹⁶³ Bourdieu, Pierre. *Respuestas*. p. 102.

¹⁶⁴ Foucault, Michel. *La verdad y las formas jurídicas*. En Terán, Oscar (Compilador). *Michel Foucault. Discurso, poder y subjetividad*. Ediciones El Cielo por Asalto, Buenos Aires, 1995. p. 99.

¹⁶⁵ Bourdieu, Pierre. *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*.

¹⁶⁶ Bourdieu. *Para una ciencia de las obras en Razones prácticas*.

Las condiciones sociales definen el mercado lingüístico¹⁶⁷: Por ejemplo, el discurso sobre la neutralidad de la prensa, la respuesta a las exigencias del mercado, la exclusiva preocupación por el rating y la tendencia a la monopolización de los medios no puede ser analizado sino en el funcionamiento del modelo neoliberal, entendido éste como un metadiscurso para la libertad de mercado, la coerción que ejerce sobre los periodistas, la búsqueda de eficiencia y la operativización de estrategias comunicacionales; es decir, no puede ser analizada como cuestiones aparentemente administrativas, sino en función al espacio de posibilidades de la estructura definida por el neoliberalismo.

Manifiesta Bourdieu que el análisis lingüístico por sí mismo conduce al autoencerramiento del enunciado, no toma en cuenta que los enunciadores expresan la resultante de la dinámica de conservación-transformación del espacio social, que es imposible interpretar un acto de comunicación sólo en función al análisis lingüístico, ya que todo intercambio expresa complejas redes de relaciones de fuerzas históricas entre actores, con diferente autoridad lingüística en los grupos de los cuales son parte.

Como sostienen Sigal y Verón, en el análisis del discurso, “insistiremos aquí en sólo dos aspectos: la noción de “objeto” y la noción de “discurso”. Nociones que son en este caso inseparables...(figura 7)”, en cuyo interior subyace el periódico en cuestión como objeto de estudio en esta investigación.

A partir de estas premisas es posible analizar los contenidos de los editoriales difundidos por La Razón, sobre el escenario político, económico, social e ideológico en Bolivia. El trabajo condensa el análisis del discurso para reconocer la consustancialidad de ese medio con el modelo inaugurado en 1985. El diseño del proyecto estratégico de poder tenía en su poder la concentración del campo político mediante los pactos de gobernabilidad, el campo económico condensado en la hegemonía de los sectores dominantes del país, la desarticulación del movimiento sindical organizado. A este proceso le faltaba el campo de la comunicación para legitimar el discurso y reproducir sus valores más emblemáticos de ese periodo histórico en el país.

¹⁶⁷ BOURDIEU et. al. Op. cit. Página 102.

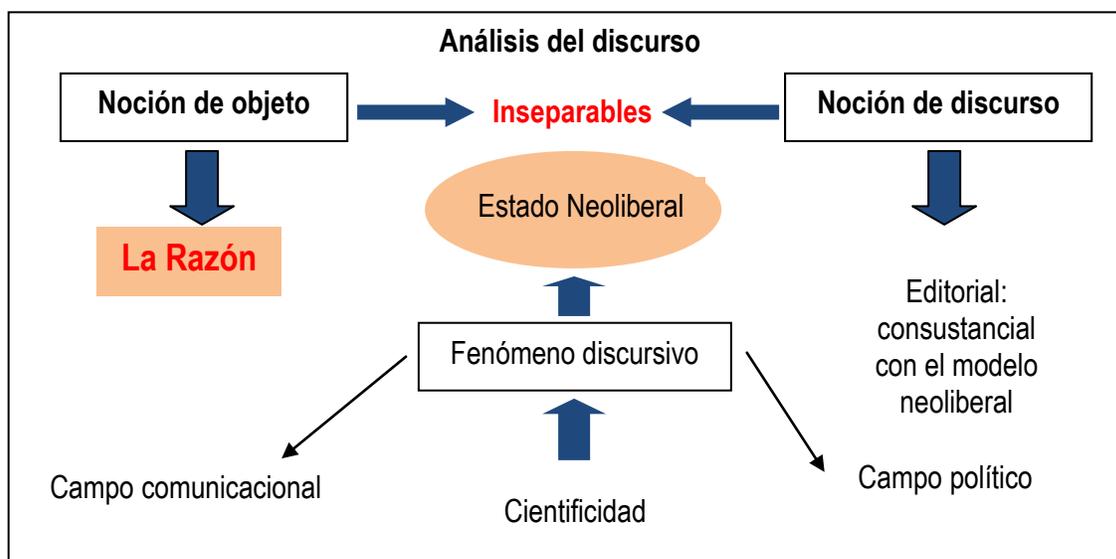


Figura 7. Análisis del discurso

En base a las contribuciones teóricas de Eliseo Verón

Cuando se ingresa al análisis de la producción de sentido y significación, del *reconocimiento* que realiza el supuesto receptor en el mensaje emitido por el emisor es necesario ingresar al análisis de los discursos, en la producción de realidades a partir de prácticas discursivas, irrumpir al espacio de la producción de discursos que forman parte de espacios controlados, seleccionados y redistribuidos por procedimientos y técnicas de poder y de saber.

Estos criterios muestran la imposibilidad de analizar el texto independientemente de un contexto social, de las condiciones sociales de producción de sentido, los procedimientos que utilizan los grupos dominantes para excluir y prohibir ciertos contenidos, pues dado el ordenamiento capitalista, “se sabe que no se tiene derecho a decirlo todo, que no se puede hablar de todo en cualquier circunstancia, que cualquiera, en fin, no puede hablar de cualquier cosa. Tabú del objeto, ritual de la circunstancia, derecho exclusivo o privilegiado del sujeto que habla...”¹⁶⁸; es decir, que hay mecanismos de control y exclusión, vinculados al poder y el saber, distribuidos por todo el cuerpo social, que impiden ejercer la libertad de expresar cualquier cosa, si no es amparándose en un código común.

¹⁶⁸ Foucault, Michel. *El orden del discurso*. Editorial Tusquets, Barcelona, 1974. pp. 11-12.

Es tal la fuerza de la supremacía discursiva de los grupos dominantes que cuando, por ejemplo, la prensa empieza a hablar de la inevitabilidad de la transformación estatal, la flexibilización laboral, la globalización, la población empieza a reproducir este discurso, lo que legitima las políticas públicas. Si el discurso está asociado íntimamente con las regiones del poder y el saber, no es un hecho transparente; es, al contrario, un acontecimiento que prepara o es respuesta a conflictos que muestra las grandes asimetrías entre aquellos facultados para hablar y aquellos a quienes no se consiente que hablen y si lo hacen su discurso no tiene incidencia en la toma de decisiones.

Los grupos situados en los extremos de este campo están en permanente enfrentamiento latente o manifiesto. Entonces, el discurso no es solamente lenguaje, mensaje o acontecimiento lineal, porque pensar así el discurso conduce a considerar que las relaciones sociales son claras, transparentes y horizontales cuando en realidad son tensas, conflictivas y verticales, donde “importa lo que está detrás... el sentido del sin-sentido”¹⁶⁹, relaciones eminentemente políticas porque establecen jerarquías entre los que pueden expresar lo autorizado por el sistema y los que no pueden hacerlo. O sea que en este orden social funciona la censura implícita, que depura rigurosamente el vocabulario que debe utilizarse para hablar sobre hechos y entre determinadas personas¹⁷⁰. Por ello, los “diálogos” entre actores son en realidad querellas y “juegos estratégicos de acción y reacción, de pregunta y respuesta, de dominación y retracción, y también de lucha”¹⁷¹, donde los resultados no son nunca definitivos sino inestables y susceptibles a resolverse por la concertación o la violencia.

Por eso “el discurso no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que, y por medio de lo cual se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse”¹⁷²; así, el espacio del discurso es ámbito de la política, porque definir los términos de nuestra relación con los demás es determinar nuestra ubicación en la jerarquía social y política, “vale decir, la lucha política es siempre también una lucha por definir lo que es la política”¹⁷³.

¹⁶⁹ Idem. p. 28.

¹⁷⁰ “Así se han establecido regiones, si no de absoluto silencio, al menos de tacto y discreción: entre padres y niños, por ejemplo, o educadores y alumnos, patrones y sirvientes” Foucault, Michel. *Historia de la sexualidad. 1. Voluntad de saber*. 15a. edición. Siglo XXI editores, México, 1987. p. 26.

¹⁷¹ Foucault, Michel. *La verdad y las formas jurídicas*. En Teran, Oscar (Compilador). *Michel Foucault. Discurso, poder y subjetividad*. Ediciones El Cielo por Asalto, Buenos Aires, 1995. p. 99.

¹⁷² Idem. p. 12.

¹⁷³ Lechner, Norberto. *La conflictiva y nunca acabada construcción del orden deseado*. Siglo XXI Editores, Madrid, 1986. p. 1.

En las categorías económicas es difícil percibir en un primer acercamiento su significación política, pero, como dice Lechner en su análisis de las dictaduras del Cono Sur, al tratar de encubrir la política con categorías económicas lo que hacen es expresar el poder y la política¹⁷⁴. Entonces, en las propuestas técnicas se produce la *resignificación de la política*, asentada básicamente en el discurso, que delimita lo que es político y lo que no es político.

Entonces, producir discurso es discurrir (reflexionar, pero también actuar) sobre acontecimientos, intercambiar opciones de acción sobre cuestiones ambivalentes porque el mensaje es ahora multifacético que genera o anticipa la réplica y se mueve en el paradigma interpretativo, según el cual “ya no se concibe al actor como individuo que actúa exclusivamente en función de un sistema de normas... Las acciones quedan desprovistas de un significado estable: deben ser reinterpretadas a menudo en el curso de las interacciones. La interacción pasa entonces a ser concebida como un proceso de interpretación, que permite a los actores comunicar y mantener activos sus intercambios, interpretando su lenguaje y sus actos”¹⁷⁵.

6.4. Análisis del discurso y poder

La relación poder de la prensa y la producción del discurso neoliberal es parte de la competencia en el mercado lingüístico (Bourdieu)¹⁷⁶, caracterizada en el escenario boliviano porque la formación de los precios de los discursos obedece a la lógica neoliberal. En dicho mercado, el discurso más valorado tiene mayor precio en relación a otros discursos, es el referente a la libertad individual, la libertad de mercado y la democracia liberal.

Bourdieu diría que los dueños de los medios de comunicación “dan en el blanco” (kairos), no solamente porque manejan el habla en términos gramaticalmente correctos sino porque están adecuadamente ajustados a la situación, al mercado lingüístico, hablan de hechos que son socialmente aceptables, altamente valorados y requeridos, emiten enunciados considerados valiosos y necesarios. Si la prensa utilizara las referencias de, por ejemplo, Estado Benefactor, solidaridad,

¹⁷⁴ Lechner, Norbert (editor). *¿Qué significa hacer política?* Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo, Lima, 1982.

¹⁷⁵ Coulon, Alain. *Etnometodología y educación*. Editorial Paidós Educador, Barcelona, 1995. p. 28.

¹⁷⁶ “Concretamente, [el mercado lingüístico] es una situación social determinada, más o menos oficial y ritualizada, un conjunto de interlocutores que se sitúan en un nivel más o menos elevado de la jerarquía social; todas estas son propiedades que se perciben y juzgan de manera infraconsciente y que orientan inconscientemente la producción lingüística. Si se define en términos abstractos, es un tipo determinado de leyes (variables) de formación de los precios de las producciones lingüísticas”. BOURDIEU, Pierre. *Sociología y cultura*. p. 145.

políticas económicas regulatorias, esos enunciados tendrían un bajo o nulo precio. Los intelectuales, analistas, líderes políticos o generadores de opinión pública desde ese campo “antineoliberal”, fueron desplazados en la competencia por los “intelectuales orgánicos” del sistema.

El discurso no es el lugar del “consenso” ni del acuerdo, sino de luchas y conflictos, porque es un hecho polémico y estratégico para conservar o transformar las relaciones de poder. Como manifiesta Baudrillard, la producción de discursos es inmanente a la producción de poder, parte de la lógica de reproducción del poder, puesto que “no hay relaciones de comunicación o de conocimiento que no sean, inseparablemente, relaciones de poder”¹⁷⁷. Entonces, el discurso, además de espacio de lucha ideológico-política y cultural, es el instrumento ideal para ejercer, utilizar el poder¹⁷⁸, el lugar donde se enfrentan las teorías e interpretaciones acerca del orden social. Esta es la idea de alto conflicto en Bourdieu cuando denuncia la “ilusión del comunismo lingüístico”: “Entre más oficial o ‘tenso’ sea el mercado, esto es más próximo a las normas del lenguaje dominante (podemos pensar por ejemplo, en las ceremonias de la política oficial: inauguraciones, discursos, debates públicos), mayor será la censura y mayor la dominación del mercado por los dominantes, poseedores de la competencia lingüística legítima”¹⁷⁹.

En ese contexto, el discurso -según Emilio Ipola- se presenta bajo las siguientes condiciones:

- Condiciones sociales de producción del discurso : Enunciación singular
- Condicionales sociales de circulación del discurso : Recepción múltiple
- Condiciones sociales de recepción del discurso : Unos cuantos se reconoce

Donde hay discurso hay ejercicio de poder y viceversa¹⁸⁰ o también la acción que genera el discurso es porque tiene la potencialidad de manejar los cuerpos, imponer conductas o inducir ciertos comportamientos; es decir, la producción y circulación de los discursos es inmanente a la producción, reproducción y ejercicio de poder. Como piensa Bourdieu, las relaciones lingüísticas y por tanto los discursos siempre son relaciones de fuerza simbólica a través de las cuales se expresan las relaciones de fuerza entre los actores, y que la comunicación es ininteligible si no se la

¹⁷⁷ Bourdieu, Pierre. *La sociología de la cultura*. p. 40.

¹⁷⁸ Foucault, Michel. *El orden del discurso*. Trad. A. Gonzáles, Tusquets Editor, Barcelona, 1973.

¹⁷⁹ Bourdieu et. al. Op. cit. pp.104-105.

¹⁸⁰ Castells afirma que “lo trascendental de esta sociedad emergente [la sociedad programada] consiste en la conexión del conocimiento, la información y la interacción simbólica con la lógica de institucionalización del poder” Calderón, Fernando et. al. *Sociedad sin atajos. Cultura, política y reestructuración económica en América Latina*. Editorial Paidós, Argentina, 1995. p. 123.

incorpora en un campo de fuerzas donde se produce, aunque en la mayoría de las veces no aparece explícita sino implícitamente en el intercambio.

Es en este sentido que se habla de mercado lingüístico: el poder determina aquello que es socialmente aceptable, no referida a la aceptabilidad gramatical sino a que el discurso dirigido a receptores es evaluado, apreciado y valorado en un determinado “precio”; desde esta noción se entra a la noción de *capital lingüístico*, donde por ejemplo el que tiene poder (como ocurre en los medios de comunicación, opinadores, propietarios de los medios) “está autorizado para hablar, a tal punto que poco importa lo que diga”¹⁸¹, dichos sujetos tienen tanto poder, “o tienen tan claramente de su lado a las instituciones, a las leyes del mercado y todo el espacio social, que pueden hablar sin decir nada, sólo hablar” (Bourdieu :146). Esto ocurre porque los poseedores del *capital lingüístico* ejercen el monopolio en la formación del precio de los discursos, tienen control de los mecanismos en dicha formación

Donde más se produce el ocultamiento de la relación de poder es en el discurso político, así, aunque el dominador niega cualquier posición de poder sobre los otros, estos generalmente tienen que adoptar el código de aquel. El campo del discurso debería ser el lugar donde se transparenten las posiciones, pero precisamente es donde pierden su capacidad para dar a conocer la interpretación de la realidad.

La relación de poder inmanente a los discursos es transversal incluso a las “formas de hablar” cotidianas donde aparentemente no pueden desarrollarse relaciones de dominación, tal como manifiesta Bourdieu, cualquier intercambio lingüístico conlleva la virtualidad de un acto de poder: “Esta potencialidad puede permanecer latente, como a menudo acontece en la familia y en las relaciones de *philia*, (...) donde la violencia es suspendida en una suerte de pacto de no-agresión simbólica. Sin embargo, aún en estos casos, la negativa a ejercer la dominación puede ser una dimensión de una estrategia de condescendencia o una manera de llevar la violencia a un grado más elevado de denegación o disimulo, una manera de reforzar el efecto de desconocimiento y, por tanto, de violencia simbólica”¹⁸²

¹⁸¹ Bourdieu, Pierre. *Sociología y cultura*. p. 146.

¹⁸² Bourdieu, Pierre; Wacquant, Loic J.D. *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. Editorial Grijalbo, México, 1995. p. 104.

Y esta violencia se actualiza mediante las estructuras de poder¹⁸³, que son disposiciones políticas y jerárquicas donde los actores ocupan un determinado lugar, actúan como instancias de mediación entre la producción de los discursos y la configuración de sentidos. Mediante las tecnologías de poder el sistema observa “a cada individuo en particular a lo largo de toda su existencia, con un conocimiento que incluye sus cuerpos, sus mentes, sus almas, sus secretos más íntimos”¹⁸⁴, para ello utiliza técnicas, mecanismos y procedimientos de administración del poder y control que incitan, excluyen, someten o disciplinan, controlan la conducta y las actitudes de las personas, establecen dispositivos para intensificar su rendimiento, para multiplicar sus capacidades y colocarlo en el lugar donde será más útil¹⁸⁵. En este último punto se está hablando de las capacidades productivas, tanto en la economía cuanto en la política, como trabajador, consumidor y votante.

Con dichas tecnologías el sistema “transforma la realidad material o inmaterial (...) buscando un uso más eficiente de los recursos”¹⁸⁶, que es donde el poder se expresa con mayor precisión. Sin embargo, esta relación de poder generalmente está encubierta por el mismo discurso que la actualiza. Esto es así porque el poder no es solamente un acto de prohibición sino también es una técnica para producir realidad, y como los individuos están condicionados por una concepción del poder como prohibición y represión explícita, aquella relación que no reprime no es asumida como poder y por tanto puede pasar desapercibida; entonces tiene mayor efectividad para actuar más o menos impunemente.

Una de las tecnologías de poder inventadas para sistematizar la dominación de unos sobre otros -según Foucault creadas en los siglos XVII y XVIII- es la disciplina, cuyos procedimientos técnicos son la individualización y educación, mediante las cuales se controla al individuo, se le inculca pautas de conducta, normas y valores que son apreciadas por aquel como deseables. Disciplina, como mecanismo de poder por el cual se alcanza “a controlar en el cuerpo social hasta los elementos más tenues por los cuales llegamos a tocar los propios átomos sociales, eso es, los

¹⁸³ Dowse, Robert; Hugues, John. *Sociología política*. Alianza Universidad, Madrid, 1975.

¹⁸⁴ Citado por Teran, Oscar. *Michel Foucault. Discurso, poder y subjetividad*. Ediciones El Cielo por Asalto, Buenos Aires, 1995. Página 25. Desde esta perspectiva la prisión, la escuela, la fábrica, el hospital son parte de las tecnologías de poder, con agentes concretos: vigilantes, jefes, guardianes, maestros, capataces, médicos.

¹⁸⁵ Foucault, Michel. *Las redes del poder*. Editorial Almagesto, Buenos Aires, 1991. p. 15.

¹⁸⁶ *Ciencia y cultura*. Revista No 2, diciembre de 1997. UCB. p. 46.

individuos”¹⁸⁷, que en términos concretos significa vigilarlo, controlarlo en su comportamiento, aplicar y ejecutar procedimientos para incrementar su rendimiento, en suma ubicarlo en el lugar donde su utilidad sea máxima: aquí se observa que hay un sistema de poder que influye en gran manera para que los individuos tengan más o menos preestablecido su rol en la sociedad. El razonamiento que está detrás de esta interpretación es que la conducta de los individuos normativa, es decir, lo que hacen las personas es interpretar y obedecer cánones externos y objetivos de conducta (Durkheim).

La educación tiene un papel fundamental en esta construcción de ideas sobre el papel de cada uno en una estructura predeterminada al margen de las decisiones individuales, ya que “existe una correspondencia entre la estructura social y las estructuras mentales, entre las divisiones objetivas del mundo social, sobre todo entre dominantes y dominados en los diferentes campos, y los principios de visión y división que les aplican los agentes” (Bourdieu 1989:7). Esta asociación es producto de ese trabajo social que se concreta mediante los dispositivos de enseñanza-aprendizaje y socialización que otorga el sistema educativo. Es por ello que Foucault piensa que el binomio maestro-alumno es en realidad la manera en que el poder logra controlar permanentemente a las personas, hasta en los gestos y actitudes más triviales, que por ser pensadas así no se cree que instauren relaciones de dominación.

Un ejemplo de esta relación se encuentra en los textos de enseñanza-aprendizaje del ciclo básico del Estado Nacional Revolucionario. “*Mamá y pepita en la cocina y Papá y Pedro con la pelota*”. Suficiente mención para la división de roles que históricamente se ha reproducido de generación en generación.

Otra familia de tecnologías está constituida por la anátomo-política y la bio-política, es decir el conjunto de procedimientos para regular el comportamiento de las personas y de los grupos sociales¹⁸⁸.

El ocultamiento del poder mediante el discurso se produce también por sus características: su ejercicio a partir de innumerables puntos, su inmanencia respecto de los procesos económicos, de conocimientos y otros, y el hecho de que “sirven de soporte a amplios efectos de escisión que

¹⁸⁷ Foucault, Michel. *Las redes del poder*. Editorial Almagesto, Buenos Aires, 1991. p. 15.

¹⁸⁸ Foucault, Michel. *Las redes del poder*. Editorial Almagesto, Buenos Aires, 1991.

recorren el conjunto del cuerpo social.”¹⁸⁹ Diríamos que a pesar de que el poder proviene de diversos puntos de la sociedad (entendida como microfísica del poder) se hace invisible porque se piensa que sólo las formas institucionalizadas, el Estado, los partidos políticos, son expresión del poder, cuando en realidad - en la visión de Foucault- aquellas son formas terminales y hay otras formas de expresión no visibles como ejercicio de poder. Esas son las redes del poder que, en la confrontación de fuerzas y proyectos a veces se invierten los términos dominante-dominado, por lo que no logran percibirse como relaciones de poder. Se instauran como efecto del discurso, como práctica discursiva y práctica social. En nuestro caso, los programas de erradicación de cocaes son procesos de *disciplinamiento y regulación* de los cuerpos y las poblaciones, por tanto son tecnologías del poder que se instauran para controlar y dominar.

De lo anterior, se puede inferir que los discursos (incluido el discurso científico) carecen de neutralidad ideológica. La inversión positivista y funcionalista, como ocurre en el pensamiento durkheimiano y weberiano, para quienes una ciencia social debe estar “*libre de valores*”, se presenta desde la segunda mitad del siglo XX en el mismo recorrido con el fin de las ideologías.

El discurso, además de espacio de lucha ideológico-política y cultural, es el instrumento ideal para ejercer, utilizar el poder¹⁹⁰, el lugar donde se enfrentan las teorías e interpretaciones acerca del orden social. Esta es la idea de Bourdieu cuando denuncia la ‘ilusión del comunismo lingüístico’, que no se puede realizar en ningún nivel del intercambio social, menos aún en los ámbitos del poder, ya que “entre más oficial o ‘tenso’ sea el mercado, esto es, más próximo a las normas del lenguaje dominante (podemos pensar en las ceremonias de la política oficial: inauguraciones, discursos, debates públicos), mayor será la censura y mayor la dominación del mercado por los dominantes, poseedores de la competencia lingüística legítima.”¹⁹¹ Así, mientras más se multiplican los medios de prensa en Bolivia se producen mayores interferencias entre el ciudadano y el sistema político, y esta interferencia también es una forma de violencia simbólica (figura 8).

¹⁸⁹ Foucault, Michel. *La voluntad de saber*. Siglo XXI editores, México, 1987. p. 115.

¹⁹⁰ Foucault, Michel. *El orden del discurso*. Trad. A. Gonzáles, Tusquets Editor, Barcelona, 1973.

¹⁹¹ Bourdieu et. al. Op. cit. pp. 104-105.



Figura 8. Interferencia y violencia simbólica
Realización propia.

De ahí que conocimiento y poder estén entrelazados en la generación de relaciones jerárquicas. Por ello, la región donde los hechos sociales pierden transparencia y se invalidan los códigos del lenguaje es, evidentemente la del discurso, aunque también en ocasiones allí se hacen visibles las estructuras de poder que dominan el acontecimiento y dan sentido a los procesos sociales. El poder tiene el papel, como se dice de la televisión, de ocultar mostrando: “Lo hace cuando muestra algo distinto de lo que tendría que mostrar si hiciera lo que se supone que se ha de hacer, es decir, informar, y también cuando muestra lo que debe, pero de tal forma que hace que pase inadvertido o que parezca insignificante, o lo que elabora de tal modo que toma un sentido que no corresponde en absoluto a la realidad”¹⁹².

No es casual que en los medios de comunicación “tienen la palabra” aquellos convertidos al lenguaje de la libertad de mercado, la iniciativa individual, la búsqueda de consenso, la concertación, la participación social, actor social y movimiento social, y mantienen un hipercontrol para evitar el deslizamiento en su pensamiento las categorías de lucha de clases, conflicto, sujeto político y Estado¹⁹³. En esta confrontación se dilucida incluso en el nivel más cotidiano la sobrevivencia de los

¹⁹² Bourdieu, Pierre. *Sobre la televisión*. Trad. Thomas Kauf, Editorial Anagrama, Barcelona, 1997. p. 24.

¹⁹³ Néstor García Canclini comienza el análisis de la globalización imaginada con la mención a la amenazas de los políticos y economistas, de parte del poder establecido: “Ustedes no querrán que regresemos al tiempo de las dictaduras y las guerrillas, dicen los políticos. Ni desean retornar a los años de la

investigadores. Como manifiesta García Canclini, si algún analista se atreve a cuestionar el orden que deviene de la “globalización” es sometido a la conspiración del silencio y exiliado de la historia y tiene que manifestar por lo menos un silencio cómplice con las categorías paradigmáticas¹⁹⁴. “La uniformación en un mercado planetario es consagrada como el único modo de pensar, y quienes insinúan que el mundo podría moverse de otro modo son descalificados como nostálgicos del nacionalismo. Si alguien, aun más audaz, no sólo cuestiona los beneficios de la globalización sino que la única forma de realizarla sea mediante la liberalización mercantil, se lo acusará de añorar épocas anteriores a la caída de un insoportable muro. Como nadie sensato cree posible regresar a esos tiempos, se concluye que el capitalismo es el único modelo posible para la interacción entre los hombres, y la globalización su etapa superior inevitable”¹⁹⁵.

Para analizar la producción discursiva del neoliberalismo es necesario remitirse al mercado lingüístico, hacia donde se encuentran los propietarios de las condiciones sociales de producción de sentido. El poder de los propietarios es producto de poder capital lingüístico, el grado en que el emisor está autorizado para hablar en virtud a que tiene autoridad, y tiene de su lado a las instituciones, las leyes del mercado y determinado espacio social.

7. Identidad institucional de los medios de comunicación

Interesa en este trabajo estudiar las relaciones de propiedad del periódico La Razón bajo control de distintos grupos económicos de poder, sus vínculos con los partidos políticos, la *comprehensión* de una forma de sociedad y Estado y la construcción de un sentido de desarrollo en la formación social boliviana.

La concentración de los medios masivos de comunicación no es negativa en sí misma, sino en sus consecuencias sociales: la monopolización de la palabra. Por ello, las exposiciones del empresario Garafulic acerca de que en Bolivia no hay monopolio de comunicación ni oligopolio de

hiperinflación, advierten los economistas”. García, C., Néstor. *La globalización imaginada*. 1ra. Edición en México, Editorial Paidós, México, 1999. Página 9. Esta presión tiene que ver con la forma de representar e interpretar la realidad desde determinados marcos teóricos y las consecuencias en la facilidad o dificultad para acceder al mercado de trabajo de investigación e intelectual.

¹⁹⁴ Los ingredientes del “paradigma neoliberal” o “narrativa son la economía de mercado, el multipartidismo, la apertura de las economía nacionales al exterior, la libre circulación de capitales, la protección de inversiones extranjeras y de la propiedad intelectual, el equilibrio fiscal y la libertad de prensa”. García, C., Néstor. *La globalización imaginada*. 1ra. Edición en México, Editorial Paidós, México, 1999.

¹⁹⁵ Idem. Página 10.

comunicación¹⁹⁶ apenas muestran el fenómeno de la cuestión, que no logra develar lo que sucede en la lógica de la producción, distribución y consumo de información; enmascara la relación de dominio discursivo y la ausencia de respuesta de los receptores, así como el virtual dominio en el mercado lingüístico para promover acciones incluso respecto de la actividad política de los periodistas, lo cual tiene sus efectos en la legitimidad de representación: “Los socios de Comunicaciones El País tomaron la determinación de no participar en actividad partidaria alguna o postularse a cargos electivos (...) Los Garafulic decidieron además que los trabajadores de sus empresas de comunicación – entre ellas, la red ATB y los periódicos La Razón, El Nuevo Día y Opinión- deberán alejarse de estos medios por lo menos seis meses antes de ingresar a la actividad política”¹⁹⁷.

La cuestión de fondo está en que la concentración promueve y favorece la radicalización del bloqueo comunicacional, la vigencia de una estructura en la que los medios de comunicación pueden formalmente instalar un supuesto intercambio (sondeos de opinión, intervención telefónica de oyentes) sin modificar sustancialmente la separación del código y del mensaje único. Por ello se plantea la subversión en la comunicación como un proceso simbólico que consiste en romper la univocidad del mensaje, “en restituir la ambivalencia del sentido, y en liquidar a la vez la instancia del código”¹⁹⁸.

Cuando Garafulic indica que no existe situación de monopolio (ver figura 9) en los medios de comunicación porque el escenario en que se desempeñan los medios de comunicación de su propiedad responden a criterios comerciales y de ganancia en el mercado¹⁹⁹, cabría recordar que la tendencia manifiesta a partir de la concentración de medios es a “promover, a través de los programas, los gustos y las opiniones de un ciudadano ideal, de un oyente perfecto que satisfaga las

¹⁹⁶ “Se debe aclarar que en Bolivia no hay monopolio de comunicación. El monopolio significa que una empresa tiene la exclusividad de explotar un determinado mercado o una concesión que le da el Estado. Bolivia es uno de los países donde existen más medios ... Oligopolio quiere decir un grupo de dos o tres empresas que tienen control de todos los medios de comunicación. Existen por lo menos 100 diferentes canales de televisión, yo no sé cuantos periódicos, pero seguro más de 10 ó 40, y ocho grupos ue tienen radio, prensa y televisión”. La Razón. *Raúl Garafulic Gutiérrez responde a las preguntas que quedaron en el tintero*. 9 de mayo de 1999.

¹⁹⁷ La Razón. 9 de mayo de 1999.

¹⁹⁸ Baudrillard, Jean. *Réquiem por los media* en *Crítica de la economía política del signo*. p. 222.

¹⁹⁹ “En el caso de los medios privados, quiero decirle que se financian a través de la publicidad. Por eso he dicho que un medio es independiente en tanto no tenga dependencia económica de un grupo particular”. La Razón. 9 de mayo de 1999.

necesidades de quienes detentan el poder, aceptando su dirección, indiferente a los grandes problemas y amablemente desasido de pasiones periféricas”²⁰⁰.

Desde este punto de vista el discurso está constituido por las prácticas de los sujetos que intentan apropiarse de los recursos culturales y de los mecanismos de gestión. La producción de discursos es un acontecimiento crítico de la sociedad, de las dominaciones y del poder institucionalizado.

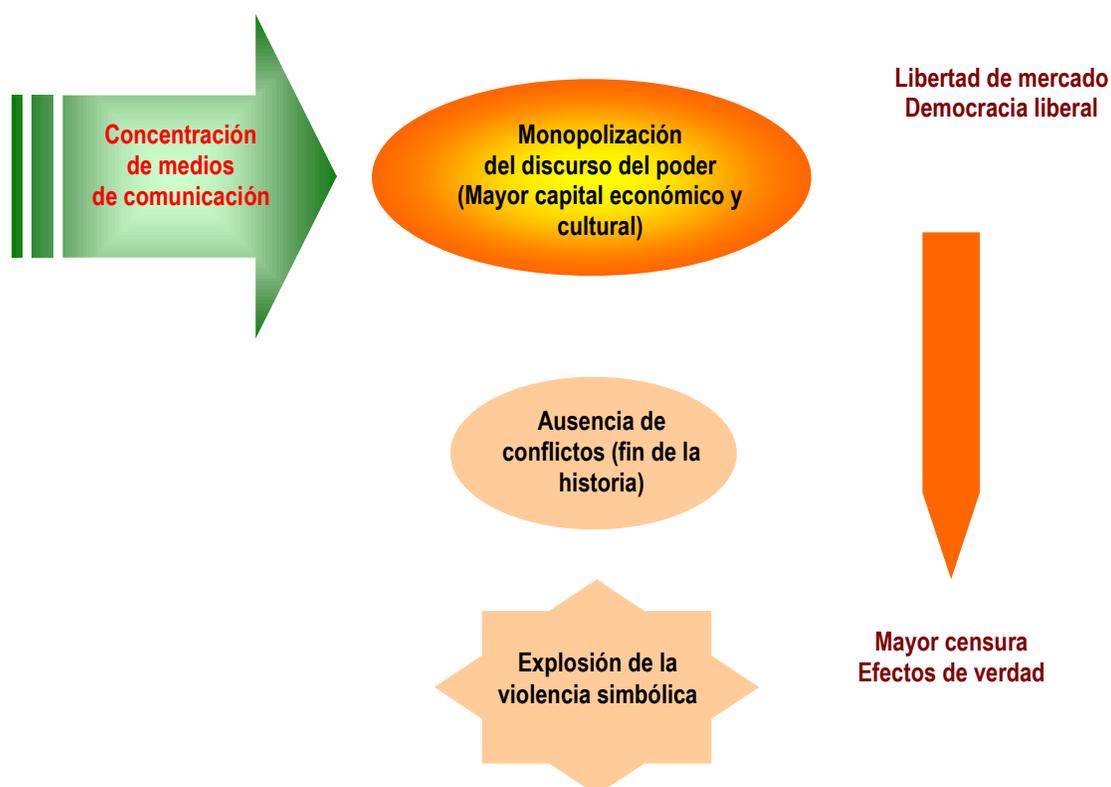


Figura 9. Monopolio del discurso del poder

Realización propia.

Modelo que sirve para explicar el comportamiento monopolístico u oligopólico de la prensa en el escenario comunicacional, sobre cuyos alcances se abordará en este capítulo dedicado a la contrastación empírica de la relación comunicación, ideología y poder. Es una etapa en la que se amalgaman lo comunicacional, la crítica política y la reflexión de los procedimientos y estrategias

²⁰⁰ ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. Página 327.

utilizadas por los propietarios de los medios de comunicación para penetrar los mensajes y producir una forma de construcción de sentido²⁰¹, reproducir la ideología dominante y legitimar el orden social y político. Lo esencial de la comunicación está más allá de la comunicación, está en las condiciones sociales de producción de sentido, que determinan cuán redituable son los discursos, a quienes se dirige y quienes la emiten, qué grado de aceptación tienen en el mercado lingüístico²⁰².

7.1. Filosofía institucional

La realización del sueño neoliberal es crear “un mercado puro y perfecto, posibilitado por la política de desregulación financiera [que] se realiza a través de la acción transformadora y, hay que decirlo muy claro, destructora de todas las medidas políticas (...), tendientes a poner en tela de juicio todas las estructuras colectivas capaces de obstaculizar la lógica del mercado puro: noción, cuyo margen de maniobra no deja de disminuir”²⁰³.

La construcción de la identidad institucional de un medio de comunicación o de cualquier empresa se fundamenta en la adopción de una filosofía constitutiva que se condensa en la misión, visión, objetivos estratégicos de corto, mediano y largo plazo. En ese proceso, los públicos internos y externos internalizan las principales nociones que caracterizan a la institución y las exponen, muchas veces de manera inconsciente, con perfecto compromiso, lealtad y convicción.

Ese horizonte de acción comunicativa se materializa en calidad de noticias y opiniones los fenómenos de la sociedad, la naturaleza y el pensamiento y son las bases de la adhesión orgánica de los medios con el modelo vigente en los momentos de transformación o reconstitución de los Estados.

En la figura 10 es posible apreciar la forma cómo se construye la identidad institucional a partir del establecimiento de la filosofía del medio de comunicación, matriz que constituye el eje de articulación de todo el proceso interno de trabajo y la forma cómo se expone noticias, opiniones y todo cuanto cabe en el contenido estructural del periódico.

²⁰¹ Lo ideológico es el “sistema de relaciones de un discurso (o de un tipo de discurso) con sus condiciones de producción, cuando éstas ponen en juego mecanismos de base del funcionamiento de una sociedad” Veron. *La semiosis social...* p. 134.

²⁰² Bourdieu, Pierre. *Sociología y cultura*. Editorial Grijalbo, México, 1990.

²⁰³ BOURDIEU, Pierre. *La esencia del neoliberalismo*. Artículo aparecido en el Monde Diplomatique, mars 98.



Figura 10. Construcción de la identidad institucional de la comunicación
Iván Miranda. La comunicación institucional.

7.2. Política comunicacional

En 1990 se observa con mayor precisión el proyecto de la centralidad de la comunicación en el sistema social mediante la construcción del discurso neoliberal, que utilizando la noción de Erving Goffman, diríase que es un 'discurso fuerte', porque dispone de fuerzas empresariales que contribuyen a configurarlo²⁰⁴. Se observa que está bien definida la noción de que hay intereses en pugna, que la comunicación es un campo de fuerzas en lucha, bajo cuya concepción se presenta un horizonte de realización por la vía del mercado, en la individualización del trabajo y la desarticulación de las estructuras colectivas-sindicatos, el rediseño y reducción del papel estatal en los asuntos sociales.

²⁰⁴ La ficción jurídica, que había empezado así con la defensa de la libertad de expresión, la competencia y la iniciativa privada, ha generado el artefacto social de los medios de comunicación poderosos que paradójicamente ahora está protegido por el Estado.

7.3. Estrategia comunicacional

Bourdieu llega a la conclusión –después de un análisis riguroso de su funcionamiento y funciones- que la opinión pública no existe²⁰⁵. Si se toma en cuenta que la constitución de opinión pública es uno de los fundamentos del desarrollo democrático y si los medios de comunicación masivos permiten sistematizar e interpretar con menor margen de error la voluntad popular, mediante sondeos y otras tecnologías de investigación social como los testimonios y los grupos focales, una opinión pública que no existe, entonces la democracia representativa actual está atacada por una distorsión básica de pseudo representación construida por un estamento técnico que se ha apropiado de los dispositivos democráticos, tratando de convertir la objetividad de las estructuras sociales en subjetividad en las estructuras mentales (figura 11).



Figura 11. Objetividad y subjetividad del discurso

Iván Miranda. La comunicación institucional.

Pero, ¿cómo es posible que en un escenario de amplio desarrollo tecnológico de los medios de comunicación y la formación de redes multimedia que permiten acceder a informaciones actualizadas, con la concentración de medios y la asunción de un discurso-monólogo, se presente este deterioro democrático?

Esto es así porque a partir de la recuperación de la democracia en 1982 se ha incubado en el sistema político – comunicacional una nueva categoría de agentes y técnicos de la ingeniería social y política, constituida por comentaristas de radio y televisión (generalmente los propietarios o directores), opinadores y analistas (políticos, sociólogos y comunicólogos) y técnicos (en mercado político, sondeadores, estadísticos y especialistas en el análisis del discurso social y político), poseedora de las técnicas más variadas y depuradas del sondeo de opinión para sistematizar en

²⁰⁵ Bourdieu, Pierre. *Sociología y cultura*. pp. 239 – 250.

modelos cuantitativos “las representaciones del pueblo sobre la democracia”, en su mayoría vinculados a institucionales estatales, organizaciones nacionales e internacionales promotoras de la democracia y también grupos de poder empresarial.

Esta sofisticación de los instrumentos de recolección de datos, sin embargo, no garantiza el acceso a las representaciones sociales, porque el uso que se da a los instrumentos tiende a dar una continua reafirmación de lo que supuestamente piensa la gente. En tal sentido desarrollan siempre una acción socialmente conservadora²⁰⁶. En los debates televisivos y radiales participan los mismos actores que pertenecen a Organizaciones No Gubernamentales, instituciones oficiales, investigadores y analistas. En la década de los '90, son fuente obligada de comentario y opinión Carlos D. Mesa, Eduardo Pérez, Carlos Toranzos, Jorge Lazarte, Cayetano Llobet y unos pocos más. Estos determinan el precio de los discursos y tienen de su lado a las instituciones y los mecanismos que le dan alto valor a lo que dicen, forman el “conjunto de interlocutores que se sitúan en un nivel más o menos elevado de la jerarquía social”²⁰⁷.

Los periódicos reproducen dichas opiniones sobre cuestiones del sistema político: partidos, gobierno, elecciones; opiniones que a su vez son reflejadas en las “opiniones del pueblo”²⁰⁸. Patrick Champagne expresa acerca de la manera de hacer la opinión y el nuevo juego político: aquella categoría de agentes, a la manera de un ventrílocuo, presta su voz a una especie de muñecos que le devuelven sus mismas palabras.

Así critica Bourdieu a los supuestos autorizados para hablar desde los medios en la creencia de que existe la opinión pública, cuyos rasgos son:

- a) que la producción de opinión está al alcance de todos,
- b) todas las opiniones tienen el mismo valor,
- c) hay acuerdo sobre las preguntas que se hacen en los sondeos de opinión

²⁰⁶ Los *mass media* “trabajan sobre opiniones comunes, sobre los *endoxa* ... Se presentan como el instrumento educativo típico de una sociedad de fondo paternalista, superficialmente individualista y democrática, sustancialmente tendente a producir modelos humanos heterodirigidos”. Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. 2da. Edición, Editorial Lumen Tusquets, Barcelona, 1997. p. 59.

²⁰⁷ Bourdieu, Pierre. *Sociología y cultura*. p. 145.

²⁰⁸ De esa manera el mundo periodístico se mueve en un ámbito de engañosa autocrítica que podría conducir a una opresión simbólica de los mismos periodistas y mucho más de la ciudadanía.

Estas nociones están asociadas a la existencia de este grupo de analistas y comentaristas que están encerrando la política en marcos de carácter técnico, representaciones formales y creencias basadas en teorías ajenas a las experiencias concretas de los ciudadanos. Además, la relación entre entrevistador y entrevistado tiene un alto componente de violencia simbólica por que el primero es el que establece unilateralmente las reglas y objetivos bajo los cuales se realiza la entrevista.

El campo político boliviano en los últimos años se ha estrechado en apariencias democráticas formales donde las ofertas electorales quedan en documentos técnicos demagógicos, que forman parte del “paquete de transformaciones estatales y sociales”. La ruptura entre lo que plantean los técnicos (en la reforma educativa, la participación popular, la descentralización) en cuestiones sociales, y las reales demandas de la población.

Este proceso estructural está íntimamente vinculado con la práctica de la comunicación, tanto desde la estructura de los medios, la mediación para la hegemonía y dominación (figura 12) como desde las construcciones estratégicas de este campo en los gabinetes de las unidades estatales y privadas de comunicación institucional.

Por tanto, este trabajo pretende una *interpretación y comprensión* (de hechos históricos, documentos y vivencia propia) de los procesos (desde los *datos cualitativos*) tomando en consideración las creencias, valores y fines mediante el análisis de la *construcción social de sentido* y la contextualización significativa de los acontecimientos observados, que resulta desde el ámbito teórico el uso de la *técnica metodológica cualitativa* la comprensión de la consustancialidad orgánica de La Razón con el modelo (Figura 13).

Las dos figuras siguientes sintetizan esos horizontes de visibilidad teórica y empírica de la política comunicacional en el escenario neoliberal instituido en Bolivia, en el contexto global de las reformas estructurales aplicadas de manera dogmática en los países subdesarrollados.

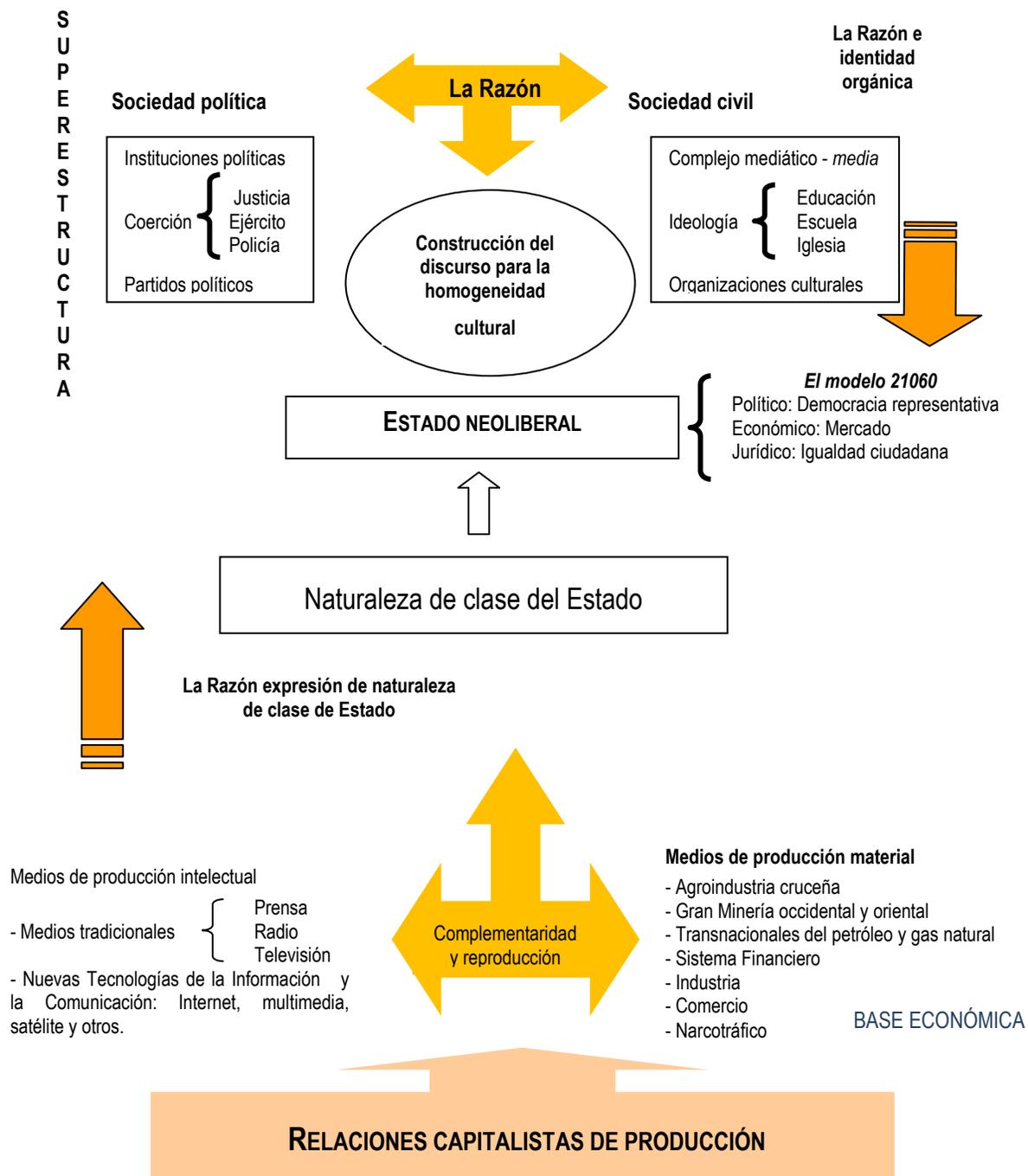


Figura 12. Mediación para la hegemonía y dominación

Iván Miranda. Realización propia.



Figura 13. Consustancialidad orgánica

Iván Miranda. Realización propia.

PARTE II. ASPECTOS PRACTICOS

A continuación se presentan los resultados de la investigación, los mismos que se organizaron en tres grupos de trabajo:

- La Razón de la oligarquía (La rosca minero – feudal)
- La Razón de la oligarquía neoliberal
- La Razón de la oligarquía posneoliberal – transnacional

La Razón de hoy obviamente es parte de un campo político diferente a la anterior, pero en el imaginario de sus propietarios sigue la lógica de élite, única capaz de conducir los destinos de un país todavía no moderno. En la misma linealidad histórica se encuentra el primer periódico comercial bautizado con el nombre de **El Comercio** en el siglo XIX, sobre el cual Carlos Montenegro dijo en su libro *Nacionalismo y Coloniaje*:²⁰⁹

“El primer gran diario boliviano, “El Comercio”, nació en 1878. Era evidentemente de aspecto y dimensionaes excepcionales para los ojos de la época. Es cuando en Bolivia – para decirlo con Georges Weill-, “los financieros comprendieron que la prensa les ofecía un maravilloso instrumento de influencia”. A ellos debió la imprenta la repentina distensión de sus alcances tradicionales.

El periodismo se incorpora así en la órbita de los grandes intereses económicos, a los cuales debe sus nuevas posibilidades de expansión material y espiritual. Como esos intereses son en esencia antinacionales, -pues disputan con la nación el aprovechamiento de las riquezas públicas-, el periodismo que han creado actúa en el mismo sentido que aquellos...”

El Comercio y La Razón, el primero perteneciente a la oligarquía conservadora o de la plata y el segundo a la oligarquía republicana liberal, tienen los mismos horizontes de acción empresarial para condicionar la práctica política en la nación. Ellos deciden la elección de presidentes, la destitución de funcionarios y la política del comercio exterior, entre otras decisiones en el proceso histórico del país, alcances que son explicados en la tabla 2.

²⁰⁹. Idem. p. 197.

TABLA 9

Cuadro de análisis del discurso

Período	Años	Composición empresarial	Criterios de análisis
La Razón de la Oligarquía Liberal y Oligarquía de la Rosca Minero Feudal	1917 – 1952	José María Escalier - Abogado Félix Avelino Aramayo - Industrial - minero Bautista Saavedra - Político y sociólogo	<p>Naturaleza de clase del Estado</p> <p>Estado liberal oligárquico. Ideológicamente reproduce los valores oligárquicos de la rosca minero – feudal (Patiño, Hoschild y Aramayo).</p> <p>Campo comunicacional</p> <p>La instrumentalización de la prensa en defensa de intereses empresariales y de políticos ligados a ellos, así como la relación de la prensa con el proceso histórico-social boliviano.</p> <p>Económico</p> <p>La dominación ejercida por la minería bajo el imperio de los “Barones del Estaño” y los terratenientes asentados predominantemente en el occidente de Bolivia.</p> <p>Político</p> <p>La oligarquía ha instaurado la ciudadanía, la idea liberal de la ciudadanía para las personas “instruidas y que tienen bienes”, de ciudadanos elegibles y electores. No formaban parte de esa concepción los indios y las mujeres.</p> <p>Partido político republicano.</p> <p>Social</p> <p>Ilusión de la revolución francesa en un país de indios, mestizos y algunos criollos europeizados, donde el resto del pueblo había sido excluido de la “función de constituir su gobierno”¹⁹⁸.</p>

¹⁹⁸ MONTENEGRO, Carlos. *Nacionalismo y coloniaje*. Librería Editorial “Juventud”, La Paz, Bolivia, 1993. p. 231.

<p>La Razón de la Oligarquía Neoliberal</p>	<p>1990 – 2000</p>	<p>Primer directorio Todos con el 10 % de acciones</p> <p>Jorge Lonsdale - Empresario Fernando Romero Moreno – Empresario y político Fernando Illanes - Empresario y político Raúl Adler - empresario Carlos Prudencio - Empresario Oscar Bonifaz – Empresario y político Fernando Ruiz Mier - Empresario Raúl Valda - Empresario Jorge Canelas Saenz - Periodista Editorial Canelas S.A. – Empresa de periódicos</p> <p>Estos accionistas en su mayoría fueron funcionarios del gobierno del MNR durante los presidentes Víctor Paz Estenssoro (1985-1989) y Gonzalo Sánchez de Lozada (2003-2007).</p>	<p>Naturaleza de clase del Estado Estado Neoliberal. La oligarquía de la gran minería, la agroindustria cruceña, el sistema financiero, el comercio y la industria.</p> <p>Campo comunicacional Los empresarios manifiestan interés en participar en él e invertir recursos para intervenir en ese campo en función de sus intereses particulares en nombre de la información, la libertad de prensa, la independencia y la objetividad.</p> <p>Económico Libertad de mercado. Libre oferta y demanda de mercancías y fuerza de trabajo.</p> <p>Político Democracia representativa. Pactos de gobernabilidad.</p> <p>Social Individualismo exacerbado. Fragmentación o proscripción de la cohesión sindical.</p> <p>Referencias: Documentado en la figura 14.</p> <p>Naturaleza de clase del Estado Estado Neoliberal. La oligarquía de la gran minería, la agroindustria cruceña, el sistema financiero, el comercio y la industria.</p> <p>Campo comunicacional La Razón mantiene su independencia informativa y de opinión.</p> <p>“Será un diario libre más que independiente”.</p> <p>Libertad, independencia y pluralismo, sus principios.</p>
---	--------------------	--	---

	<p>Segundo directorio (07.11.1995)</p> <p>Grupo Garafulic: 50 % de acciones</p> <p>Raúl Garafulic Gutiérrez – Empresario Raúl Garafulic Lehm - Empresario Dieter Garafulic Lehm - Empresario</p> <p>Grupo Canelas: 50 % de acciones</p> <p>Alfonso Canelas Tardío - Empresario Mauricio Canelas Montaña – Empresario</p> <p>Los Garafulic incursionan al campo de la prensa. Fueron los primeros en inaugurar la televisión privada en La Paz.</p> <p>Los Canelas vienen de una larga tradición en la administración de periódicos en Bolivia, como La Patria de Oruro y Los Tiempos de Cochabamba. Aquí elevan sus acciones de 10 al 50 por ciento.</p>	<p>Económico Libertad de mercado. Libre oferta y demanda de mercancías y fuerza de trabajo.</p> <p>Político Democracia representativa. Pactos de gobernabilidad.</p> <p>Social El individuo, sujeto fundamental del sistema y lucha contra el narcotráfico.</p> <p>Referencias: Documentado en la figura 15</p>
	<p>Tercer directorio (10.02.1998)</p> <p>Grupo Garafulic: 100 % de las acciones</p> <p>Se quedan con el monopolio de la empresa e inauguran un periodo de gran expansión mediática.</p>	<p>Naturaleza de clase del Estado Estado Neoliberal. La oligarquía de la gran minería, la agroindustria cruceña, el sistema financiero, el comercio y la industria.</p> <p>Campo comunicacional Mantiene los postulados anteriormente mencionados</p> <p>Económico Libertad de mercado. Libre oferta y demanda de mercancías y fuerza de trabajo.</p>

			<p>Político Democracia representativa. Pactos de gobernabilidad.</p> <p>Social Sin variaciones en relación a lo social.</p> <p>Referencias: Documentado en la figura 16</p>
La Razón de la Oligarquía Posneoliberal y Transnacional	2000 - 2003	<p>La Razón transnacional Primer directorio de este periodo (24.10.2000)</p> <p>Grupo Garafulic de Bolivia</p> <p>Grupo Prisa de España</p> <p>Raúl Garafulic Gutiérrez y Polanco firman en Madrid un millonario acuerdo empresarial. Bolivia inicia la era transnacional en el campo periodístico.</p>	<p>Naturaleza de clase del Estado Estado Neoliberal Transnacional. La oligarquía de la gran minería, la agroindustria cruceña, el sistema financiero, el comercio, la industria y la presencia transnacional.</p> <p>Campo comunicacional Extensión empresarial con la transnacional, Grupo Prisa de España, una de las más grandes de la comunicación del mundo iberoamericano.</p> <p>Económico Libertad de mercado. Libre oferta y demanda de mercancías y fuerza de trabajo.</p> <p>Político Democracia representativa. Pactos de gobernabilidad.</p> <p>Social Surgimiento de los movimientos sociales o la formación de multitudes en reemplazo del clásico movimiento sindical constituido después de la revolución de 1952.</p> <p>Referencias: Documentado en la figura 18.</p>

		<p>Segundo directorio (18.07.2003)</p> <p>Grupo Prisa de España: control de los medios</p> <p>La transnacional iberoamericana descubre a los Garafulic en comportamiento impropio en la política empresarial y mediante acciones legales los excluye y se hace del dominio total de los medios.</p>	<p>Naturaleza de clase del Estado Estado Neoliberal Transnacional. La oligarquía de la gran minería, la agroindustria cruceña, el sistema financiero, el comercio, la industria y la presencia transnacional.</p> <p>Campo comunicacional Grupo Prisa de España asume el control de los medios.</p> <p>Económico Libertad de mercado. Libre oferta y demanda de mercancías y fuerza de trabajo.</p> <p>Político Democracia representativa y crisis total en el campo político por la acción de los movimientos sociales y la caída del gobierno.</p> <p>Social Periodo de transición de la crisis de febrero de 2003 y el agotamiento del modelo con la crisis de octubre del mismo año, cuando renuncia Sánchez de Lozada al cargo de presidente.</p> <p>Referencias: Documentado en la figura</p>
--	--	---	--

6. Periodo oligárquico

6.1. Campo comunicacional

El diario La Razón de 1917 a 1952 fue fundado por miembros de una organización política que estaba emergiendo como consecuencia de las disidencias al interior del Partido Liberal. La creación del Partido Republicano, dirigido por el empresario minero Félix Avelino Aramayo, José María Escalier y Bautista Saavedra¹⁹⁹ también tuvo su consecuencia en la constitución de un periódico estrictamente supeditado a los intereses político-partidarios de sus gestores²⁰⁰, quienes enfrentaron las vicisitudes de la dinámica política como la represión o en el caso del medio las clausuras o empastelamientos²⁰¹, desafíos y lances de honor²⁰² en los años de su circulación.

Entre esos hechos atentatorios se tiene:

- El 6 de diciembre de 1917 fue clausurado,
- El 30 de marzo de 1918 fue empastelado,
- El 15 de mayo de 1920 fue destrozado sus talleres,
- El 30 de agosto de 1920 fue su segunda reaparición,
- El 3 de marzo de 1921 clausurado nuevamente,
- El 3 de abril de 1921 reinició sus actividades,
- El 17 de abril de 1952 fue cerrado definitivamente.

¹⁹⁹ En 1920 el Partido Republicano se dividió en dos facciones: Republicanos Genuinos y Republicanos Socialistas, a la cabeza de Daniel Salamanca y Bautista Saavedra, respectivamente. SANDOVAL, Isaac. *Historia de Bolivia*. Editorial Mundy Color, La Paz, Bolivia, 1980.

²⁰⁰ Fue clausurado el 6 de diciembre de 1917 y empastelada el 30 de marzo de 1918; clausurado nuevamente el 3 de marzo de 1921, una vida agitada explicable por su papel oficialista u opositora al gobierno.

²⁰¹ . Empastelamiento quiere decir la mezcla de los tipos de letras que se encontraban en cajas clasificadas por tamaño, mayúsculas y minúsculas, debido a que el sistema de composición era tipográfico.

²⁰² . Cuando dos personas se declaran adversarios, el conflicto se dilucida en el **lance**. El lance es que cada uno tiene un revolver o pistola y a una determinada distancia bajo la vigilancia de un padrino a la cuenta de tres se disparan. El resultado depende de la puntería con que aprietas el gatillo.

Jorge Canelas Saenz²⁰³ dijo que “Carlos Víctor Aramayo no creyó impropio tener uno de los mejores diarios de entonces en América del Sur, precisamente también La Razón, sin dejar de ostentar su condición de gran empresario minero y desafortunado prohijador de candidaturas presidenciales”. Esta característica es semejante a La Razón de hoy, es instrumento de reproducción de las relaciones de dominio neoliberal.

La Razón inició la fase del monopolio de la palabra cuando sus adversarios estaban fuera del gobierno²⁰⁴. Por esta concepción eminentemente instrumentalista del medio y otras características técnicas y concepción sobre el manejo de la información y la noticia, Alfonso Crespo Rodas manifiesta que LA RAZÓN, en sus primeros años, no cumplía con las exigencias propiamente periodísticas por cuanto defendía los intereses de la minería y la oligarquía y mantuvo una línea conservadora y reaccionaria.

Su posición sobre la libertad de pensamiento fue pendular. Cuando el presidente Gutiérrez Guerra promovió medidas contra la prensa, Bautista Saavedra escribía: “Ha muerto la libertad de prensa en manos de un gobierno retrógrado. ¡Viva la libertad de prensa!”²⁰⁵; en 1942 consideraba que la prensa no había llegado a su plena madurez y mayoría “porque en veces se conduce con

²⁰³ Jorge Canelas Saenz siendo director de Pulso comentó en su editorial de 18 a 24 de agosto de 2000 la cuestión de la política, medios y negocios en el contexto del conflicto que generó La Razón con una carta abierta al presidente Banzer, sobre la crisis política que empezaba a sentirse en Bolivia con afectos para el modelo neoliberal iniciado en 1985.

²⁰⁴ El editorial sobre la Masacre de Uncía el 4 junio de 1923 denunció las aptitudes para el asesinato de mineros en Uncía de Saavedra y el Mayor J. V. Ayoroa. Este último fue el que ametralló a mineros desarmados: “La masacre de Uncía constituye el monumento más oprobioso de la tiranía saavedrista, pues aún quedan las huellas del bárbaro asesinato de un puñado de obreros, que se presentaron en actitud pacífica con el fin de obtener soluciones favorables para la crisis que se había producido en esa oportunidad”. Rivera, Gumercindo. *La masacre de Uncía*. Editorial Universitaria, Oruro, 1967. p. 155. Aproximadamente cien mineros fueron asesinados por el ejército boliviano.

²⁰⁵ La Razón. 26 de mayo de 1918. Bautista Saavedra en *La democracia en nuestra historia* expresa: “Testimonio de ese espíritu de odio y de rencor que le inspiró la prensa libre [a G. Guerra], fue la destrucción e incendio que sufrió por agentes calificados del gobierno, si no por los propios policías, La Razón de La Paz, como órgano opositor del Partido Republicano”

una versatilidad de juicio y cierta alegre ligereza”²⁰⁶. Implícitamente planteaba que el gobierno u otra entidad con autoridad debiera ejercer tutoría, controlar y guiar la actividad de la prensa; en suma, ejercer censura de prensa, especialmente si estaba relacionado con “ideas revolucionarias”.

Esta identificación con los intereses oligárquicos y el carácter antinacional, por la defensa intransigente que hacía de los derechos de los “Barones del Estaño”, especialmente de su dueño y fundador Félix Avelino Aramayo, el gobierno de Germán Busch exilió a su director, Guillermo Gutiérrez Vea Murguía²⁰⁷.

El 9 de abril de 1952 con la revolución nacional, LA RAZÓN cesó definitivamente sus publicaciones, después de 35 años de actividad periodística en representación de la “rosca minero-feudal”. Los últimos estertores de su circulación se expresan en los llamados que hizo para la unidad entre militares y civiles, en momentos en que la revolución marcó ya una nueva realidad en Bolivia y lo que queda como testimonio de su adversidad a los protagonistas de abril es la descalificación a sus líderes a quienes llamó como la “camarilla de redentores alucinados que solían pregonar su propio mérito como la única y válida credencial para usurpar los cargos del gobierno”.

Luego ni las súplicas de la Sociedad Interamericana de la Prensa²⁰⁸ ni las gestiones de directores de otros medios a los líderes Siles Zuazo y Paz Estenssoro, dieron vuelta la decisión social que había internalizada durante años el pueblo frente a la permanente crítica que hizo La Razón a los sindicatos y la férrea defensa a la oligarquía. El 17 de abril de 1952 fue clausurado La Razón con el despido de sus trabajadores y el pago de sus correspondientes indemnizaciones.

²⁰⁶ La Razón 12 de febrero de 1942.

²⁰⁷ Crespo, Alfonso. *Los Aramayo de Chichas*. Editorial Blume, Barcelona, 1981.

²⁰⁸ La Sociedad Interamericana de Prensa envió a Bolivia a su secretario de libertad de prensa, Julio Dubois para interceder ante el nuevo gobierno la reanudación de actividades del periódico La Razón. Este delegado se entrevistó con el Dr. Víctor Paz Estenssoro, quien, según Moscoso Ocampo, le habría dicho que “no haría balear al pueblo para defender los intereses del señor Aramayo”.

6.2. Campo económico

La Razón fue creada el 17 de febrero de 1917. Este caso es paradigmático en la relación del poder económico, el poder político y la emisión ideológica, la instrumentalización de la prensa en defensa de intereses empresariales y de políticos ligados a ellos, así como la relación de la prensa con el proceso histórico-social boliviano. Eduardo Ocampo Moscoso²⁰⁹ en su libro *“Historia del periodismo boliviano”* comenta que “Este diario ha sido uno de los más importantes y su recuerdo permanecerá imborrable en los anales de la prensa boliviana”. Entre 1917 y 1952, La Razón de la oligarquía minero–feudal es el campo convertido en aparato ideológico, es decir un instrumento de la clase dominante que había desarrollado el medio para anular la resistencia de los dominados de ese tiempo.

6.3. Campo político

La dominación ejercida por la gran minería, que virtualmente manejó el Estado y sus órganos administrativos, creó la ilusión de que aquí se ha instaurado la ciudadanía, la idea liberal de la ciudadanía para las personas “instruidas y que tienen bienes”, de ciudadanos elegibles y electores. A la publicidad burguesa – opinión pública- encargada de mediar entre la sociedad civil y el Estado, no acceden quienes no cumplen los presupuestos sociales de esa concepción de sociedad.

Luis Ramiro Beltrán²¹⁰ dijo que “como los otros órganos de prensa anteriores a la Guerra del Chaco, el diario La Razón era un vocero militantemente político-partidario...En 1930 La Razón había sido desligada del Partido Republicano cuando su propietario de entonces, el potentado minero Carlos Víctor Aramayo, heredero de Félix Aramayo, comenzó a pensar que ese diario debería alejarse del

²⁰⁹. Ocampo Moscoso, Eduardo. *Historia del periodismo boliviano*. Editorial Juventud. La Paz – Bolivia 1978. p. 404.

²¹⁰. Luis Ramiro Beltrán publicó el 21 de febrero de 1999 un artículo en el suplemento Ventana de La Razón con motivo del fallecimiento del periodista Pastor Barrera a quien rindió homenaje y aprovechó para evocar su pasado en las columnas de varios periódicos del país, incluido La Razón de la rosca minero – feudal.

compromiso político partidario para tratar de evolucionar hacia un periodismo más informativo que político, independiente en vez de sectario. Pero, entre otros factores, la contienda chaqueña contribuyó a demorar el logro de este propósito”.

La posición eminentemente política de *La Razón* no le permitió mantener – como manifiesta Montenegro- “posiciones decorosas respecto de las fuerzas económicas enquistadas en los gobiernos”; al contrario fue el instrumento para reproducir las relaciones de dominio de la oligarquía, aunque sirvió también como campo de lucha entre las facciones de esta casta²¹¹.

El 12 de julio de 1942, *La Razón* sostuvo que había pasado la época de las contradicciones y enfrentamientos entre civiles y militares. Cualquier otra tentativa era subalterna y que la probable división entre civiles y militares, era sólo para amargar “el espíritu nacional con la ficción de un pesimismo calculado del que se quiso extraer conclusiones favorables a los que habían concebido el designio de cobrar imaginarios agravios”²¹². A los pocos años la realidad fue distinta para esas visiones, por cuanto era inevitable el triunfo de mineros, campesinos y trabajadores sobre los militares y sus mandantes y la aparente armonía nacional no fue más que una declaración ideológica de su tiempo.

6.4. Campo social

Ilusión de la revolución francesa en un país de indios, mestizos y algunos criollos europeizados, donde el resto del pueblo había sido excluido de la “función de constituir su gobierno”²¹³. A la publicidad burguesa –opinión pública- encargada de mediar entre la sociedad civil y el Estado, no acceden quienes no cumplen los presupuestos sociales de esa concepción de sociedad.

²¹¹ Montenegro expresa que no “osaron contrariar sino rara vez los designios de los grandes intereses financieros, ni hicieron prácticamente nada por disminuir su funesta influencia en la política boliviana”. Montenegro. Op. cit. p. 232.

²¹² Citado en Ocampo M., Eduardo. *Historia del periodismo boliviano*. Librería Editorial “Juventud”, La Paz, Bolivia, 1978.

²¹³ Montenegro, Carlos. *Nacionalismo y coloniaje*. Librería Editorial “Juventud”, La Paz, Bolivia, 1993. p. 231.

La participación de La Razón en la defensa de la gran minería se observa en el editorial de 10 de enero de 1943, cuando advierte al gobierno que “los factores del desorden social y político se encuentran en plena evolución y las medidas extraordinarias que facultan al ‘estado de sitio’ hacen las veces de pesebre del curandero para aplacar la exacerbación instigada por hábiles y ocultos agitadores”.

Estos habilidosos agitadores eran los dirigentes de los sindicatos mineros de Catavi y Siglo XX que luchaban por mejores condiciones de vida, trabajo y salarios adecuados al esfuerzo realizado en las minas. Complementaba el editorial que los indicados tenían planes de “apoderarse del Gobierno”, haciendo abstracción de las mediaciones que hay entre la actividad sindical y el apoderamiento del gobierno. Interpretaba la práctica política y la libertad de pensamiento como un mal asimilado libremente (en un escenario con alto grado de analfabetismo y pobreza donde prácticamente no habían libros), “mediante los libros y panfletos de propaganda la ideología comunista que niega el derecho de propiedad y las ventajas del capital”.

Después de crear la idea de que unos pocos mineros con “artillería de grueso calibre” amenazan al gobierno, llama (ordena diríase, dada la influencia decisiva que ejercían los “Barones del Estaño” sobre el régimen) a “defenderse” con energía, acepte el reto para salvar del caos a la república. El resultado de tal llamado desde las oficinas de los “Barones del Estaño” es parte de la historia de asesinatos y matanzas en Catavi y Siglo XX perpetrado por el “valeroso ejército boliviano”, en defensa de los intereses privados.

Luego de identificar a los trabajadores mineros como agitadores habilidosos y capaces de tomar el poder, porque tienen formación política, dice que los obreros son apenas instrumentos de partidos ambiciosos. “Esta artillería ha emplazado ya su artillería de grueso calibre contra el orden social y político de la república y sólo espera el momento propicio para iniciar la ofensiva de los gremios...²¹⁴”.

²¹⁴. Moscoso. Op. cit. p. 545.

Después de crear la idea de que unos pocos mineros con “artillería de grueso calibre” amenazan al gobierno, llama (ordena diríase, dada la influencia decisiva que ejercían los “Barones del Estaño” sobre el régimen) a “defenderse” con energía, acepte el reto para salvar del caos a la república. El resultado de tal llamado desde las oficinas de los “Barones del Estaño” es parte de la historia de asesinatos y matanzas en Catavi y Siglo XX perpetrado por el “valeroso ejército boliviano”, en defensa de los intereses privados.

7. Periodo Neoliberal

Primer momento: Políticos y empresarios del MNR²¹⁵

Análisis del discurso de la primera edición del periódico en su página de portada, matriz institucional que caracteriza al medio en su desarrollo durante ese periodo.



Figura 14. Declaración de principios de La Razón en su momento de creación
Primera edición de 19 de mayo de 1990.

²¹⁵. Eje empresarial predominante por ex ministros y funcionarios de los gobiernos del MNR.

En los ocho puntos del texto, la empresa condensa la filosofía institucional del medio, la política comunicacional que guiará sus operaciones y la estrategia de información y opinión que cotidianamente difundirá en sus páginas.

TABLA 10

Identidad institucional: El discurso de principios

Campo	Filosofía institucional	Política comunicacional	Estrategia comunicacional
Comunicacional	<ul style="list-style-type: none"> - Diario independiente - libre - Sentido de responsabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Informar con veracidad - Pluralidad informativa 	<ul style="list-style-type: none"> - Noticias y opiniones al servicio de Bolivia
Económico	<ul style="list-style-type: none"> Libertad de empresa y libertad de mercado 		
Político	<ul style="list-style-type: none"> - Liberalismo político y económico - Democracia representativa - Fe en Dios 	<ul style="list-style-type: none"> - Sin adscripción a ningún partido o político 	<ul style="list-style-type: none"> - Sin subordinación de orden político partidario
Social	<ul style="list-style-type: none"> - Justicia social 	<ul style="list-style-type: none"> - Abierto a la diversidad de opiniones 	

Matriz teórica, conceptual y empírica que fundamenta la concepción que La Razón abrazará en adelante, mientras sus directores y socios empresariales así sustenten la existencia de este medio de comunicación. La posición institucional expresada en el primer editorial aborda algunas nociones que refuerzan la declaración de principios, cuyos alcances se expresan en las siguientes ideas:

Los valores que defiende son la democracia representativa, “frente al cual todos los demás resultan hoy probadamente ineficaces”, el liberalismo político y económico: disenter y optar, libertad de empresa y libertad de mercado, constituyen los ejes centrales del discurso editorial. “Sobre dos puntos vale la pena insistir: la defensa de la democracia y la defensa de un sano nuevo liberalismo político y económico, ambos como instrumentos indiscutibles para el objetivo del mejoramiento social”, agrega.

En la apertura de sus actividades, el editorial hace mención al pasado inmediato de sus gestores desde el periodismo (directores y periodistas). “Su renuncia a la conducción de otro diario hace dos meses precisamente por haberse dado fin a la independencia con que el mismo era manejado, es suficientemente clara. Y sería de todo punto absurdo que lo que entonces determinó una conducta por parte de ellos, ahora determinaría la opuesta²¹⁶”.

Tiempo después desandaron el camino, al respaldar abiertamente al candidato Ronald MacLean de ADN en las elecciones municipales de 1991, hecho que motivó la renuncia colectiva de sus periodistas. El Director Canelas dijo que era común que en sociedades modernas y democráticas como Estados Unidos, los medios tomaran partido por las opciones políticas, sobre cuyo hecho se abordará más adelante.

En cuanto a su logotipo, las razones se explican porque la idea de la **razón** es un nombre que “encierra la más alta dignidad. No por nada la Razón distingue al ser humano de los otros seres de la creación”. Deslinda también su relación con La Razón de la “rosca minero-feudal”, a cuyo periódico califica como “un gran diario desaparecido en 1952”.

²¹⁶. Directores y periodistas del periódico Última Hora de propiedad de Mario Mercado Vaca Guzmán, dirigente y militante de Acción Democrática Nacionalista renunciaron debido a que la empresa tomó partido a favor del gobierno que entonces compartía con el MIR. En su carta de renuncia de 2 de abril de 1990 dirigida a Vaca Guzmán dicen: “Conocida su decisión de cambiar la línea independiente de “Última Hora” hacia lo que vendría a ser sino la de un vocero gubernamental, estamos a la espera, según nuestra conversación del viernes último, de poder hacer entrega de nuestros despachos a las personas que usted dijo que designaría al más breve plazo para ocupar esta Dirección”.

Agrega su visión darwiniana de la selección natural de la especie, donde la intuición y la razón tienen preeminencia en gran parte del primer editorial.

La Razón se muerde la cola

Los periodistas renuncian como consecuencia de la decisión editorial de La Razón de apoyar la reelección de Ronald MacLean Abaroa (ADN) a la Alcaldía de la ciudad de La Paz. En su declaración de principios expresó muchas cosas, entre ellas, la independencia a “cualquier tipo de alineamiento político partidario”, cuyo principio entró en cuestión con motivo del proceso electoral de 1991.

Jorge Canelas le dijo a su jefe de redacción, Rolando Carvajal: “De manera pública los diarios en países donde la democracia está consolidada, toman una opción electoral. El New York Times, el London Times, los diarios alemanes, etc., días antes de una elección, dicen en un editorial que, como lo hace un ciudadano, del mismo modo el diario respalda una candidatura determinada, vota por ella. Aquí no estamos suficientemente maduros para hacer lo mismo. Pero en el caso de la elección municipal, es evidente que La Razón respalda la candidatura de MacLean”²¹⁷.

Más adelante señala: “Sabemos todos los periodistas del mundo que la información puede no ser objetiva con tan sólo enfocar el tratamiento de un tema de cierta forma y no de otra. Pareciera, por la forma como venimos tratando a Mac Lean que hay animadversión contra él en la Redacción. Esta situación debe corregirse de inmediato”.

Los periodistas le respondieron: “Su última carta al jefe de redacción, que mella no sólo la profesionalidad y la ética periodísticas, sino también los más elementales conceptos de dignidad y honestidad, es precisamente un desgraciado ejemplo de lo que no debe hacerse. Un periodista no puede permitirlo” (anexo 2).

La aclaración del periódico: “Precisamente en ejercicio pleno de su libertad, **La Razón** respalda ahora una de las varias candidaturas a la alcaldía de esta ciudad. Dicho respaldo, que se expresa exclusivamente en la columnas de opinión, y que por lo tanto no compromete al cuerpo de redactores de este diario, no significa ningún compromiso

²¹⁷. Nota dirigida el 29 de octubre de 1991 al jefe de redacción, Rolando Carvajal. (Anexo 2)

partidario ni condicionamiento alguno al candidato, sino una preferencia editorial por un programa de gobierno edilicio cuyo enfoque y contenidos coinciden con los valores que norman la conducta de este diario: democracia, libertad, justicia social”.

Obviamente es una forzada explicación, por cuanto el reclamo fundamental del Director a los redactores es el enfoque de “animadversión” que visualiza en las noticias, de otro modo, nunca hubiera existido el conflicto. Más, el 6 de noviembre de 1991 publicó un editorial con el título “Nuestro apoyo al candidato Ronald MacLean”, cuyo contenido justifica la decisión del respaldo al candidato y “de hecho casi todos los diarios lo hacen pero no lo dicen”, “En tal sentido, La Razón “vota” por MacLean, recomienda esa candidatura a la ciudadanía conscientemente y públicamente, convencida de que es la mejor opción para la ciudad de La Paz”.

Además reitera que todo el directorio asumió de manera unánime esa posición, en apego estricto a la ética, y que por tanto a esa lógica responde la publicación en una página de noticias el apoyo público de La Razón al candidato de ADN.

Estos son entre otros los alcances de uno de los momentos críticos de ese medio en relación al tema de la independencia, la neutralidad, la imparcialidad y la objetividad, enunciados que no es posible observarlos con rigor por la identidad política o ideológica que toda institución asume en tiempos electorales y en todo el quehacer noticioso u opinativo.

Después de esta crisis en la redacción del periódico, las siguientes generaciones de periodistas que trabajaron en La Razón, cumplieron sus funciones en los límites establecidos por el Grupo Garafulic. El empresario tenía en sus manos el poder del complejo mediático para desarrollar sus objetivos estratégicos, sin generar conflicto con los periodistas.

7.1. Campo comunicacional

En 1990 se observa con mayor precisión el proyecto de la centralidad de la comunicación en el sistema social mediante la construcción del discurso neoliberal, que utilizando la noción de Erving Goffman, diríase que es un ‘discurso fuerte’, porque dispone

de fuerzas empresariales que contribuyen a configurarlo²¹⁸. Se observa que está bien definida la noción de que hay intereses en pugna, que la comunicación es un campo de fuerzas en lucha, bajo cuya concepción se presenta un horizonte de realización por la vía del mercado, en la individualización del trabajo y la desarticulación de las estructuras colectivas-sindicatos, el rediseño y reducción del papel estatal en los asuntos sociales.

Sin duda, esto es sólo el contexto de un asunto mucho más complejo sobre el comportamiento colectivo de los medios de comunicación en Bolivia. Los empresarios asumieron colectivamente su adhesión al nuevo orden nacional e internacional y LA RAZÓN se constituye en un caso de estudio porque sintetiza la concepción mediática –prensa, radio y televisión- sobre la política, la economía, la justicia y la cuestión social.

7.2. Campo económico

Es la tendencia a la realización del sueño neoliberal “de un mercado puro y perfecto, posibilitado por la política de desregulación financiera [que] se realiza a través de la acción transformadora y, hay que decirlo muy claro, destructora de todas las medidas políticas (...), tendientes a poner en tela de juicio todas las estructuras colectivas capaces de obstaculizar la lógica del mercado puro: noción, cuyo margen de maniobra no deja de disminuir”²¹⁹.

El Estado de bienestar es el enemigo principal. La participación decisiva de la iniciativa privada, la economía de mercado, la desarticulación del movimiento sindical y la participación individual, constituyen los argumentos centrales para el desarrollo de las sociedades.

Algo más sobre el neoliberalismo y el Estado neoliberal. “El neoliberalismo nació después de la Segunda Guerra Mundial, en una región de Europa y de América del Norte donde imperaba el capitalismo. Fue una reacción teórica y política vehemente contra el

²¹⁸ La ficción jurídica, que había empezado así con la defensa de la libertad de expresión, la competencia y la iniciativa privada, ha generado el artefacto social de los medios de comunicación poderosos que paradójicamente ahora está protegido por el Estado.

²¹⁹ Bourdieu, Pierre. *La esencia del neoliberalismo*. Artículo aparecido en el *Monde Diplomatique*, mars 98.

Estado intervencionista y de Bienestar. Su texto de origen es Camino de Servidumbre, de Friedrich Hayek, escrito en 1944. Se trata de un ataque apasionado contra cualquier limitación de los mecanismos del mercado por parte del Estado, denunciada como una amenaza letal a la libertad, no solamente económica sino también política”, explica Perry Anderson²²⁰ acerca de la trayectoria del modelo que impera en gran parte del mundo desde la primera experiencia en Chile y luego en los países desarrollados, Thatcher en Inglaterra y Reagan en los Estados Unidos en la década de los años 80.

América Latina es el campo de experimentación. “Chile bajo la dictadura de Pinochet: aquel régimen tiene el mérito de haber sido el verdadero pionero del ciclo neoliberal en la historia contemporánea. El Chile de Pinochet comenzó sus programas de forma drástica y decidida: desregulación, desempleo masivo, represión sindical, redistribución de la renta en favor de los ricos, privatización de los bienes públicos. Todo esto comenzó casi una década antes que el experimento thatcheriano”, agrega Anderson.

“Si Chile fue, en este sentido, una experiencia piloto para el nuevo neoliberalismo en los países avanzados de Occidente, América Latina también proporcionó la experiencia piloto para el neoliberalismo del Este pos soviético. Aquí me refiero a Bolivia, donde en 1985 Jeffrey Sachs perfeccionó su tratamiento de shock, aplicado más tarde en Polonia y Rusia, pero preparado originariamente para el gobierno de Banzer, y después aplicado imperturbablemente por Víctor Paz Estenssoro, sorprendentemente cuando fue electo presidente en lugar de Banzer”, explica Anderson.

Consecuentemente, todo lo sucedido en Bolivia después de 1985 tiene que ver con el contexto internacional, en cuyo escenario la dimensión teórica y empírica del modelo predominante era inevitable, a cuya realidad se agrega la finalización de la guerra fría, la confrontación este-oeste, el antagonismo entre socialismo y capitalismo. Los hechos emblemáticos son la caída del Muro de Berlín y la destrucción del socialismo real de la URSS.

²²⁰. Perry, Anderson. **Neoliberalismo: un balance provisorio**. Capítulo I. *En libro: La trama del neoliberalismo. Mercado, crisis y exclusión social*. Emir Sader (comp.) y Pablo Gentili (comp.). 2ª. Ed.. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires, Argentina. 2003. p. 192.

El Estado de bienestar es el enemigo principal. La participación decisiva de la iniciativa privada, la economía de mercado, la desarticulación del movimiento sindical y la participación individual, constituyen los argumentos centrales para el desarrollo de las sociedades.

Sobre el sistema político, Andersson dice que “debemos recordar que la democracia en sí misma –como explicaba incansablemente Hayek - jamás había sido un valor central del neoliberalismo”, por esas razones el proyecto se aplica sin problemas en Chile..

En el caso boliviano, Paz Estenssoro inició la desarticulación sindical con el pago de las indemnizaciones de tres salarios por año trabajado a los obreros de la Corporación Minera Bolivia. La Federación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia fue la base sólida de la poderosa Central Obrera Boliviana. A la caída de los mineros siguieron los fabriles con el cierre de la fábricas, el masivo despido de los ferroviarios y el debilitamiento integral del campo sindical, requisito indispensable, según los teóricos del neoliberalismo para el cumplimiento de las metas del nuevo orden económico nacional e internacional.

La Razón y su identidad empresarial:

TABLA 11

Accionistas Comunicaciones el País S.A.

Titulares	No. de acciones	Identidad empresarial
Jorge Lonsdale ²²¹	10 %	Industrial
Fernando Romero Moreno	10 %	Político y empresario
Fernando Illanes	10 %	Político y empresario
Raúl Adler	10 %	Industrial
Carlos Prudencio	10 %	Empresario
Oscar Bonifaz	10 %	Político y abogado

²²¹. Jorge Lonsdale murió en la madrugada entre el 5 y 6 de diciembre de 1990, en una acción gubernamental en contra del grupo insurgente CNPZ (Comisión Nestor Paz Zamora) que secuestró al empresario, cuyo desenlace sangriento terminó con el aniquilamiento de los secuestradores y junto a ellos, Lonsdale. La acción ordenó Jaime Paz Zamora y la orden ejecutó su ministro del Interior, Guillermo Capobiano y su viceministro, Raúl Loayza.

Fernando Ruiz Mier	10 %	Empresario
Raúl Valda	10 %	Empresario
Jorge Canelas Saenz	10 %	Periodista
Editorial Canelas S.A.	10 %	Empresa

“...se proclama una observancia de los valores de la democracia representativa, de la libertad y del nuevo Liberalismo político y económico²²²” sostiene el periódico acerca de la formación de la empresa, la composición accionaria, los periodistas que forman el equipo de redacción, los antecedentes que motivaron la creación en un mes de ese medio, la dirección y otros datos sobre la identidad del medio.

“Con respecto al nombre del diario, La Razón, dicen los dos documentos nombrados (editorial y declaración de principios), no tiene ninguna vinculación con la antigua Razón, desaparecida en 1952, y, según han informado los propietarios del nuevo diario, ha sido posible recurrir a ese nombre al haber caducado hace 12 años su registro en el país”, agrega la noticia sobre La Razón.

La relación político-partidaria de los principales accionistas de La Razón con el Movimiento Nacionalista Revolucionario, partido que inauguró la era neoliberal el 29 de agosto de 1985, mediante el Decreto 21060 se expresa en los siguientes empresarios:

Lic. Fernando Romero Moreno fue Ministro de Planeamiento y Coordinación en la gestión de Víctor Paz Estenssoro y Ministro de Desarrollo Humano en el gobierno de Gonzalo Sánchez de Lozada.

Ing. Fernando Illanes fue presidente de la Confederación de Empresarios Privados de Bolivia y Ministro de Desarrollo Económico en la gestión de Gonzalo Sánchez de Lozada²²³.

²²². Noticia sobre la organización del matutino La Razón en su edición del 7 de junio de 1990. p. 12.

²²³ Los otros accionistas de La Razón, en el momento de su fundación son: Lic. Raúl Adler, Ing. Carlos Prudencio, Dr. Oscar Bonifaz, Dr. Fernando Ruiz Mier, Lic. Raúl Valda, Jorge Canelas Sáenz, Ing. Jorge Lonsdale.

Dr. Oscar Bonifaz abogado de los Sánchez de Lozada. Militante del Partido Demócrata Cristiano aliado natural del MNR en las gestiones de poder de los movimientistas.

Naturalmente los otros empresarios comparten los mismos ideales políticos que dan origen a La Razón. Corresponde incluir en esta reflexión, que el MNR se encontraba en la oposición al Acuerdo Patriótico formado por ADN, MIR y otros aliados en el marco del concepto de la gobernabilidad.

En realidad, el MNR necesitaba debilitar a su adversario para ganar las próximas elecciones, porque después de 1993 cuando Sánchez de Lozada llega al poder, se profundizan las medidas de transformación estatal. Paz Zamora sólo administró lo Paz Estenssoro le heredó, más, se identificó plenamente con el proyecto.

7.3. Campo político

La razón de la “más alta dignidad”, “independencia” y “objetividad”. La racionalidad en el campo comunicacional y consolidación de los valores de libertad de mercado y democracia representativa

Uno de los hitos de la construcción del imaginario social centrado en la libertad de mercado y de la democracia representativa es la fundación el 16 de mayo de 1990²²⁴ del primer periódico abiertamente neoliberal²²⁵, que luego se ha constituido en el más influyente en Bolivia. La presencia de este medio también marca la ruptura de la tradición de un periodismo que se había desarrollado en los fragores de la dictadura y el inicio de un proceso político caracterizado por pactos políticos, acuerdos en base a intereses y pérdida de identidades ideológicas.

²²⁴ El periódico fue fundado el 16 de mayo de 1990.

²²⁵ El neoliberalismo nació después de la Segunda Guerra Mundial, en una región de Europa y de América del Norte donde imperaba el capitalismo. Fue una reacción teórica y política vehemente contra el Estado intervencionista y de Bienestar. Su texto de origen es Camino de Servidumbre, de Friedrich Hayek, escrito en 1944. Se trata de un ataque apasionado contra cualquier limitación de los mecanismos del mercado por parte del Estado, denunciada como una amenaza letal a la libertad, no solamente económica sino también política”, explica Perry Anderson²²⁵ acerca de la trayectoria del modelo que impera en gran parte del mundo desde la primera experiencia en Chile y luego en los países desarrollados, Thatcher en Inglaterra y Reagan en los Estados Unidos en la década de los años 80.

Uno de los hechos emblemáticos de esa nueva práctica política es la asunción de Jaime Paz Zamora a la presidencia mediante un pacto de gobernabilidad con su adversario más irreconciliable, el general Hugo Banzer Suárez. Paz Zamora ocupó en las elecciones de 1989 el tercer lugar y como consecuencia del pacto y la factibilidad constitucional, fue elegido presidente, en cuyo contexto político los adversarios del MNR fundaron el periódico La Razón.

“...la defensa de la democracia y la defensa de un sano nuevo liberalismo político y económico, ambos como instrumento indiscutible para el objetivo del mejoramiento social, son la doble divisa que guiará la conducta de este diario²²⁶”

7.4. Campo social

Paz Estenssoro inició la desarticulación sindical con el pago de las indemnizaciones de tres salarios por año trabajado a los obreros de la Corporación Minera Bolivia. La Federación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia fue la base sólida de la poderosa Central Obrera Boliviana. A la caída de los mineros siguieron los fabriles con el cierre de la fábricas, el masivo despido de los ferroviarios y el debilitamiento integral del campo sindical, requisito indispensable, según los teóricos del neoliberalismo para el cumplimiento de las metas del nuevo orden económico nacional e internacional.

8. Periodo Neoliberal

Segundo momento: Grupos Garafulic²²⁷ y Grupo Canelas (07.11.1995)

El funcionamiento ilegal de un canal privado (1984-1995), la ruptura del monopolio estatal de la televisión y la visualización de un nuevo campo de poder comunicacional en la realidad política, económica y social de Bolivia, configuran este nuevo escenario multidimensional donde el protagonista es el Grupo Garafulic. Los alcances de este proceso se condensan en las explicaciones conceptuales –construcción y análisis del

²²⁶. Epígrafe destacado en el editorial inaugural de La Razón el 7 de junio de 1990.

discurso comunicacional- que los nuevos dueños hacen sobre el porvenir del diario en base a los pactos empresariales.

La Razón

Una nueva etapa en La Razón

Habiendo sido conformada una nueva composición accionaria en este diario sobre la base de dos grupos familiares, Canelas y Garafulic, y del propio Director, lo primero que se ha de decir a sus crecientes lectores y anunciadores es que **La Razón**, nacida hace cinco años con un ideario de principios y que cada vez que es pertinente vuelve a ser reafirmado en sus propias páginas, continuará siendo el mismo periódico de siempre, es decir, un diario libre más que independiente, en la afirmación de Demetrio Canelas al fundar Los Tiempos de Cochabamba, divisa que hemos adoptado como nuestra, y en tal sentido, como se ha venido demostrando en estos cinco años, abocado a la tarea diaria de ofrecer al lector una información completa y veraz, y una opinión constructivamente crítica.

La editora de este diario, Comunicaciones El País S.A., ha cumplido un ciclo empresarial en el que merece destacarse el aporte invaluable de sus socios fundadores, que puede resumirse en un acto de fe en esta obra periodística, gracias al cual **La Razón** no sólo nació sino creció y llegó a la que hoy ha de considerarse ya su edad adulta.

En verdad, los nuevos accionistas de Comunicaciones El País S.A. no son tan nuevos. Como es de conocimiento general, el grupo Canelas, de Los Tiempos de Cochabamba, es accionista fundador de **La Razón**, como también el propio Director. Y el grupo Garafulic, si bien no presente hasta ahora accionariamente en la empresa Comunicaciones El País S.A., ha realizado ya con ella proyectos comunicacionales y periodísticos como el trabajo asociado en la información de más de una justa electoral en el país.

Junto a **La Razón**, pues, un diario que ha obtenido en sus cortos años un primerísimo lugar en la prensa nacional —lo dicen su enorme influencia de opinión, la propia y la de sus prestigiosos columnistas, sus lectores y sus anunciadores—, estarán ahora de manera más estrecha dos grandes apoyos, el de la Red ATB-Canal 9, y el de Los

Felicitándonos nosotros mismos en un ánimo que compartimos con nuestros colaboradores y redactores, renovamos otra vez el compromiso asumido desde el primer día, de producir un diario digno de lectores exigentes

Tiempos, en Cochabamba, y Correo del Sur, en Sucre, cada uno de estos cuatro medios informativos con su propia identidad, prestigio y caracterización, y sin necesidad alguna, cualquiera de ellos, de actuar sobre los otros que no sea de forma de una mutua y correcta colaboración recíproca.

Vale la pena reiterar un principio de celosa aplicación en este diario: ninguno de sus socios ni el Director es más importante que el periódico mismo, y ante él, el lector y el anunciador. También existe otro principio general pero no suficientemente tomado en cuenta en nuestro país, y es el de que una garantía de independencia en un diario es su solvencia económica y financiera. La libertad, independencia y pluralismo de **La Razón** son los mismos que se ejercen en cada uno de los medios ahora asociados a ella; por esto, la propia independencia es fundamental, en las ideas así como en la economía del periódico, lo que supone una adecuada conducción periodística y también empresarial y gerencial.

Al cumplir exactamente cinco años y cinco meses de vida, **La Razón** emprende una nueva etapa, inscrita de manera más bien normal en su propio proceso de crecimiento y expansión. Por sus propios méritos —sin dejar de mencionar errores por los cuales creemos habernos disculpado siempre—, este diario ha llegado al sitio que hoy ocupa. Le faltaba un nuevo impulso, proveniente ahora de su nueva conformación accionaria. El diario Los Tiempos y su hermano menor Correo del Sur, constituyen el invaluable aporte de una experiencia periodística familiar de varias generaciones, y también lo será sin duda la que venga a prestar el periodismo televisivo y la destreza empresarial del grupo Garafulic, con diez años exitosos y pioneros en la televisión privada en Bolivia.

Felicitándonos nosotros mismos por estas novedades en un ánimo que compartimos con nuestros colaboradores y redactores, renovamos otra vez el compromiso asumido desde el primer día, de producir un diario digno de lectores exigentes.

Figura 15. Avance de los pactos empresariales

Editorial de La Razón de 7 de noviembre de 1995

TABLA 12

Identidad institucional

Campo	Filosofía institucional	Política comunicacional	Estrategia comunicacional
Comunicacional	<p>La Razón mantiene su independencia informativa y de opinión.</p> <p>“Será un diario libre más que independiente”.</p> <p>Libertad, independencia y pluralismo, sus principios.</p>	<p>Ofrecer al lector una Información completa y veraz y una opinión constructivamente crítica.</p> <p>Primeros en la prensa nacional</p> <p>Influyentes en el campo de opinión</p>	<p>Producir un diario digno donde el lector y el anunciador son más importantes que los socios y el director.</p> <p>Diario digno de lectores exigentes</p>
Económico	<p>La garantía de independencia en un diario es su solvencia económica y financiera</p> <p>Comprometido con el sistema y los valores económicos, el mercado</p>	<p>Se inicia un nuevo ciclo empresarial. Canelas y Garafulic con experiencia familiar en el campo del periodismo boliviano.</p> <p>Garafulic exitoso y pionero hace diez años (1984) en la televisión privada.</p>	<p>Amplían su red con ATB, Los Tiempos y Correo del Sur de Sucre. Cada uno con su propia identidad, independencia de ideas y económica.</p>
Político	<p>Libertad, independencia y pluralismo en todas las empresas.</p> <p>Comprometido con el sistema y los valores de la democracia en lo político.</p>	<p>“...no adscripción de ninguna de las partes societarias a organización o partido político alguno... (mencionado en la composición accionaria)</p>	
Social	<p>Comprometido con el sistema y los valores sociales, el individuo</p>	<p>Mejoramiento de la sociedad boliviana en su conjunto.</p>	<p>Lucha contra el narcotráfico y la corrupción.</p>

Contexto y antecedentes: El proceso de apropiación del espacio comunicacional por el Grupo Garafulic se produce el 20 de octubre de 1984, cuando Raúl Garafulic Gutiérrez, empresario de la minería mediana y vinculado en ese momento a ADN, inaugura su canal de televisión privado, en sociedad con Juan Carlos Costas, director y propietario de Radio Nacional y los hermanos Rolando y Gonzalo Chiappe de Radio Stentor. Como consecuencia de las recomposiciones de acciones y capitales quedó como único propietario de ese medio Raúl Garafulic Gutiérrez. En esta etapa puede observarse que a pesar de no tener el respaldo jurídico para el funcionamiento de canales privados, se instala dicha empresa al impulso de una mentalidad mercantil que visualiza el nuevo escenario de la liberalización del mercado, la importancia de la iniciativa privada en todos los ámbitos de la sociedad y la disminución del rol influyente del Estado de Bienestar.

Obviamente, otros empresarios de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz siguen el mismo camino hasta consolidar la presencia televisiva privada en la realidad boliviana. Al mismo tiempo, estos medios se constituyen en los principales agentes de mediación de los lacerantes hechos de la hiperinflación, la especulación y la crisis general que derivó en el acortamiento del mandato presidencial del Dr. Hernán Siles Zuazo y la caída de la coalición gubernamental (UDP) en el gobierno desde el 10 de octubre de 1982.

El comportamiento de Garafulic es la muestra o el modelo del grado de agresividad empresarial que estaba gestándose en Bolivia para apropiarse del campo de poder comunicacional, asumiendo (consciente o inconscientemente) que estaba en camino el agotamiento del período de la Unidad Democrática y Popular (UDP) y el surgimiento de un nuevo bloque de poder basado en parámetros que conculcaban la lógica del Estado de Bienestar, un momento de disponibilidad social e incluso de vaciamiento ideológico²²⁸, en una sociedad donde los conflictos tendían a conducir a la desintegración social, así examinada por lo menos por la élite intelectual y política, una de cuyas muestras es la fatídica expresión de Víctor Paz Estenssoro que “Bolivia se nos muere”, si no se daba un giro trascendental al ordenamiento económico, político y social.

²²⁸ Zavaleta, René. *Las masas en noviembre*. Editorial Juventud, 1983.

Desafiando la prohibición para el funcionamiento de canales privados, Garafulic toma la iniciativa, adelantándose a los acontecimientos y sigue el lema empresarial de que primero se debe actuar y luego presentar los pretextos legales, que siempre es posible encontrar en la intrincada economía jurídica boliviana, para justificar y legalizar dicha acción, o presionar utilizando el poder empresarial al gobierno bajo la defensa de la “propiedad privada”. En el décimo aniversario de ese medio que había tomado ya el nombre de ATB, el presidente Gonzalo Sánchez de Lozada en su típico estilo de ironía le dijo a Garafulic “si ya había legalizado su canal”. Recién en 1999 el gobierno otorga licencias de funcionamiento a todos los medios privados en Bolivia

Este es precisamente el camino de los empresarios privados en comunicación. En 1985, Raúl Garafulic Gutiérrez fue elegido presidente de la Unión de Teledifusoras Privadas de Bolivia (UNITELE) creado el 14 de abril de 1985, también al margen del ordenamiento legal con el único propósito de ejercer presión en contra de las resoluciones judiciales en favor de los trabajadores de prensa, radio y televisión. A pesar de que las leyes no autorizaban las operaciones de canales privados, estos ejercieron una presión muy fuerte contra el gobierno para posibilitar su permanencia, bajo los principios de defensa de la libertad de expresión y respeto al ordenamiento jurídico, libre y leal competencia, promoción de valores culturales y folklóricos regionales y deportivos²²⁹.

La presencia en el espectro radioeléctrico de los canales privados rompe el monopolio estatal en la televisión y se abre una etapa en el que los factores empresariales se proponen constituir un nuevo espacio de poder desde el campo comunicacional.

Esta ruptura que producen los empresarios es, en su representación, un acto de liberalización e incluso desinteresado (libertad de expresión, de la competencia, promoción de valores) y racional dadas las tendencias que se producían en el mundo²³⁰. El análisis de

²²⁹ El Mundo. 15 de abril de 1985.

²³⁰ La crisis en los países del Tercer Mundo (con el gran culpable, el Estado hipertrofiado, interventor, distorsionador del funcionamiento del mercado) condujo a establecer relaciones con el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial, bajo el imperativo de adoptar políticas de ajuste y estabilidad, el rediseño del Estado, la desregulación del mercado y privatización de las empresas públicas. Los gobiernos latinoamericanos aplicaron dicho programa: Menem (Argentina), Carlos Andrés Pérez (Venezuela), Color de Mello (Brasil), Víctor Paz (Bolivia), Alberto Fujimori (Perú). Haciendo eco de la hora neoliberal, en 1983 Mario

este discurso, sin embargo, muestra que el nuevo “campo de fuerzas” en el espacio social (la comunicación) y el campo de poder (la autoridad estatal) que se estaba construyendo se dilucidan los diferentes tipos de capital, pues el capital social (la organización de masas, las instituciones estatales respaldadas por la movilización social) tiende a disminuir en su valor, como efecto del desgaste a que había sido sometido en el gobierno de la UDP, y tiende a crecer el capital empresarial (iniciativa, liberalización del mercado) y está en disposición de dominar el campo²³¹; así la iniciativa de Garafulic y de los empresarios de la comunicación responde a determinadas condiciones sociales y está ajustada a una ‘situación’, mercado o campo²³²; podría decirse, utilizando la expresión de Bourdieu que las prácticas empresariales “dan en el blanco” porque están ajustadas al campo discursivo, al juego de discursos de los actores en conflicto: trabajadores de la prensa, sindicatos, gobierno²³³.

En el espacio de conflictos y competición que representa el Estado, un campo de batalla en el que los contendientes rivalizan por establecer un monopolio sobre el tipo específico de capital eficiente en él, los empresarios de la comunicación se afirman como la autoridad lingüística en el campo comunicacional²³⁴. Desde este punto de vista el discurso empresarial de la libertad de expresión y de la iniciativa privada está constituido por las prácticas de los empresarios que intentan apropiarse de los recursos de comunicación y de los mecanismos de gestión.

El paso de Garafulic desde su actividad como empresario de la minería mediana hacia el campo comunicacional no se produce por simple conversión (paso de una actividad a otra) sino porque sabe que obtendrá beneficios, aunque la actividad no genere réditos

Grondona proclamaba que “hoy le toca a las democracias industriales una hora de predominio liberal. Lo ha ganado Reagan en los Estados Unidos al afianzar al dólar, al vencer a la inflación, al recuperar la autoridad política (...). Lo ha ratificado con una victoria electoral categórica Margaret Thatcher, aún más ortodoxa en su liberalismo económico que Reagan”. Revista *Visión*, julio 11, de 1983. p. 31.

²³¹ Bourdieu, Pierre. *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Editorial Anagrama, Barcelona, 1997. p. 50.

²³² Bourdieu. *El mercado lingüístico* En *La sociología de la cultura*. p. 144.

²³³ Verón, Eliseo. *El discurso político*.

²³⁴ Bourdieu, Pierre; Wacquant, Loic J.D. *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. Editorial Grijalbo, México, 1995. p. 24.

inmediatos, ya que coloca su inversión “no donde está el beneficio sino donde estará”²³⁵ luego de su consolidación en la nueva gestión empresarial.

8.1. Campo comunicacional

El 7 de noviembre de 1995 La Razón modifica su composición empresarial y emprende un camino consecuente con los principios que dieron origen a su creación. “Una nueva etapa en La Razón”, sostiene su editorial, en cuyo contenido se destaca que la “garantía de independencia en un diario es su solvencia económica y financiera. La libertad, independencia y pluralismo de La Razón son los mismos que se ejercen en cada uno de los medios ahora asociados a ella; por esto, la propia independencia es fundamental, en las ideas así como en la economía del periódico, lo que supone una adecuada conducción periodística y también empresarial y gerencial”.

El complejo mediático está formado por Los Tiempos de Cochabamba, Correo del Sur de Sucre, la Red ATB-canal 9 y se menciona explícitamente “la destreza empresarial del grupo Garafulic, con diez años exitosos y pioneros en la televisión privada en Bolivia”.

8.2. Campo económico

Se adhiere a los “valores de la democracia en lo político, económico y social; con la lucha contra el narcotráfico y la corrupción, y con la convivencia civilizada y mejoramiento de la sociedad boliviana en su conjunto”.

El complejo mediático está formado por Los Tiempos de Cochabamba, Correo del Sur de Sucre, la Red ATB-canal 9 y se menciona explícitamente “la destreza empresarial del grupo Garafulic, con diez años exitosos y pioneros en la televisión privada en Bolivia”. En la frase “destreza empresarial” se condensa el sentimiento y la espiritualidad de Raúl Garafulic y su entorno sobre la extraordinaria trascendencia que tiene la construcción de una dinastía mediática única en Bolivia a lo largo de la historia republicana.

²³⁵ BOURDIEU, Pierre. *¿Es posible un acto desinteresado?* en *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Página 144.

TABLA 13

Composición de los accionistas

Grupo empresarial	Accionistas	Medios
Grupo Garafulic Illimani de Comunicaciones S.A.	Raúl Garafulic Gutiérrez Raúl Garafulic Lehm Dieter Garafulic Lehm	La Razón ATB – canal 9
Grupo Canelas	Alfonso Canelas Tardío Mauricio Canelas Montaña	Los Tiempos de Cochabamba Correo del Sur de Sucre La Razón
Jorge Canelas Saenz - Director		

Directorio

Presidente	Raúl Garafulic Gutiérrez
Vicepresidente	Alfonso Canelas Tardío
Vicepresidente ejecutivo	Raúl Garafulic Lehm
Gerente General	Mauricio Canelas Montaña

8.3. Campo político

En su página de información sobre los nuevos accionistas del periódico, los socios reiteran “la independencia informativa y de opinión, la no adscripción de ninguna de las partes societarias a organización o partido político alguno o a otra entidad que no sea la propia de cada quien, así como el prestigio acumulado por cada uno de los medios periodísticos correspondientes...”.

Más adelante sostiene que asumen los “valores de la democracia en lo político, económico y social; con la lucha contra el narcotráfico y la corrupción, y con la convivencia civilizada y mejoramiento de la sociedad boliviana en su conjunto”.

8.4. Campo social

El medio anuncia que está comprometido con el sistema y los valores sociales, el individuo. El individuo es uno de los valores fundamentales de la filosofía neoliberal. A los

enunciados anteriores agrega una gestión comunicacional para el mejoramiento de la sociedad boliviana en su conjunto y los postulados de la lucha contra el narcotráfico y la corrupción.

9. Periodo Neoliberal

Tercer momento: Grupo Garafulic (100 % de las acciones), monopolio y gran expansión mediática (10.02.1998)

Hitos

- a) 10.02.1998. Grupo Garafulic y dominio total de La Razón.**
- b) 06.08.2000. Carta de La Razón al presidente Banzer con el título: “El tiempo apremia, señor Presidente”.**
- c) 13.05.2001. La Razón fija su posición comunicacional, política, económica y social.**

a) Grupo Garafulic y dominio total de La Razón.

El 10 de febrero de 1998, ocho años después de su creación, el periódico se encuentra bajo control total de los Garafulic. La situación de “enorme crecimiento del periódico” ha motivado el acuerdo empresarial en función de que “se trata de cambios ventajosos, suficientemente analizados y dispuestos por los dos grupos accionarios con criterios de armonía y continuidad, así como de proyección y crecimiento mayores de La Razón en el país y de El Nuevo Día en Santa Cruz”, sostiene el documento firmado por los socios que dieron fin a sus acuerdos empresariales firmados hace tres años.

En este caso, no hubo de manera explícita ninguna opinión –como en casos anteriores-, sobre declaración de principios ni reflexiones del sentido comunicacional del periódico. Dedicó sus dos únicas informaciones (anexo) a la finalización de los acuerdos con el Grupo Canelas y la nueva constitución empresarial.

La nueva composición accionaria

AFP PREVISION ★ BBV
0800-7979

La Razón

bira

Fundado el 16 de mayo de 1990 La Paz, miércoles 11 de febrero de 1998 — Año VII N° 2.778 — En todo el país Bs 3.50 — 72 pgs. en 4 cuerpos

EMBAJADA NORTEAMERICANA EN BOLIVIA

EE.UU. preocupado por la estabilidad de las inversiones

"Los inversionistas y la embajada, como representante del gobierno de EE.UU., siempre están preocupados porque el medio ambiente para la inversión extranjera sea estable y transparente", dice la declaración. Se refiere a los cambios en el sistema de regulación y a la revisión de los contratos de capitalización. El gobierno responde y ofrece garantías a las inversiones nacionales y extranjeras. Cualquier modificación —dice— será para mejorar el sistema y se hará de forma consensuada

Desde el mediodía de ayer, Comunicaciones El País S.A., editora de La Razón, tiene una nueva composición accionaria. El grupo Garafulic, que ya era propietario del 50 por ciento de las acciones del periódico, compró al grupo Canelas el restante 50 por ciento del paquete accionario. El proceso de compra-venta se realizó como efecto del enorme crecimiento de la empresa.

Como consecuencia del acuerdo firmado en la víspera, han presentado sus renuncias irrevocables a este periódico Jorge Canelas Sáenz, director de La Razón; Alfonso Canelas Tardío, vicepresidente del directorio de Comunicaciones El País, S.A.; y Eduardo Canelas Montano, gerente general de la empresa.

Todos ellos merecen el agradecimiento del nuevo Directorio y de la Redacción, pero en el caso del primero resulta de absoluta justicia añadir unas palabras.

Jorge Canelas Sáenz ha sido para La Razón mucho más que uno de sus fundadores: su probada capacidad y talento de periodista de oficio y principios, le permitieron hacer de éste un periódico de primer nivel, logrando ubicarlo en el privilegiado sitial que hoy tiene. A lo largo de los últimos siete años, Canelas marcó de modo indeleble a nuestro diario.

Página B-7

Figura 16. Nueva composición de accionistas

Edición de La Razón. 11.02.98

Edición de 11 de febrero de 1998 donde el Grupo Garafulic anuncia la nueva composición empresarial del periódico. El texto dice:

“Una nueva composición accionaria en La Razón

“Desde el mediodía de ayer, Comunicaciones El País S.A., editora de **La Razón**, tiene una nueva composición accionaria. El grupo Garafulic, que ya era propietario del 50 por ciento de las acciones del periódico, compró al grupo Canelas el restante 50 por ciento del paquete accionario. El proceso de compra-venta se realizó como efecto del enorme crecimiento de la empresa.

Como consecuencia del acuerdo firmado en la víspera, han presentado sus renuncias irrevocables a este periódico Jorge Canelas Sáenz, director de **La Razón**; Alfonso Canelas Tardío, vicepresidente del directorio de Comunicaciones El País, S.A.; y Eduardo Canelas Montano, gerente general de la empresa.

Todos ellos merecen el agradecimiento del nuevo Directorio y de la Redacción, pero en el caso del primero resulta de absoluta justicia añadir unas palabras.

Jorge Canelas Sáenz ha sido para **La Razón** mucho más que uno de sus fundadores: su probada capacidad y talento de periodista de oficio y principios, le permitieron hacer de éste un periódico de primer nivel, logrando ubicarlo en el privilegiado sitio que hoy tiene. A lo largo de los últimos siete años, Canelas marcó de modo indeleble a nuestro diario”.

La noticia de este cambio accionario está en que los Garafulic son también dueños del periódico cruceño El Nuevo Día, con cuya incorporación, el ámbito comunicacional de este grupo amplía su influencia en la región más próspera de Bolivia, la ciudad de Santa Cruz, donde se encuentra el mayor eje económico del país.

Otro hecho notable es la renuncia del director, Jorge Canelas Saenz²³⁶, quien fue el ideólogo de la creación de La Razón en 1990, después de su ruptura con Última Hora. Durante ocho años manejó este medio bajo su férrea visión del campo periodístico desde la visión liberal en un contexto internacional signado predominantemente bajo ese enfoque teórico.

b) Carta de La Razón, 6 de agosto de 2000, al presidente Banzer con el título: “El tiempo apremia, señor Presidente”.

El “*apremio*” del tiempo ante la crisis económica, la pérdida de legitimidad del sistema político y el trabajo de astucia periodística, configuran el escenario de este período de transición hacia una nueva realidad nacional, cuyo desenlace es impredecible, pero sí visible en términos de inevitable agotamiento neoliberal. Empieza una brecha de colapso en el camino sin retorno para el neoliberalismo clásico iniciado en 1985.

²³⁶. Canelas Saenz, un experimentado periodista y forjado en el esplendor de la vida y también en los avatares de las adversidades desbrozó inmediatamente un nuevo desafío con la creación del periódico La Prensa de La Paz. Convenció a los empresarios de Los Tiempos y El Deber de Santa Cruz la necesidad de un periódico competitivo frente a la concentración de medios en poder de Garafulic y compañía. Más adelante se encuentra la argumentación empresarial y periodística de la creación del nuevo matutino paceño.

El esplendor del discurso de libre mercado empieza a ensombrecerse y la democracia liberal ingresa en profunda crisis, situación que es perceptible no sólo por los técnicos, líderes políticos, gobernantes y medios de comunicación, sino también para los ciudadanos en su cotidianidad. Las actuales condiciones del mercado están mostrando un profundo deterioro que se observa en la deuda al sistema anterior de pensiones, el bajo precio de las materias primas exportables, incremento del precio del petróleo, subida del costo de vida, incremento del desempleo y la reducción de la tasa de crecimiento aproximadamente hasta el dos por ciento, entre otras consecuencias²³⁷.

El sistema político se debilita y sufre un déficit patente de legitimidad conforme se ahonda la crisis económica y se observa el incumplimiento de las promesas del modelo neoliberal. Los partidos políticos pierden credibilidad, el ámbito judicial se debate en la interminable espiral de corrupción, la Corte Electoral en todas sus instancias muestra los encubiertos conflictos internos por la lucha de intereses partidarios o desacuerdos en criterios de administración y gestión de los recursos técnicos en el manejo electoral.

Casi todos los partidos políticos sufren críticas y observaciones por parte de la ciudadanía que ya no confía en ellos como mediadores de sus demandas ni tampoco como instancias de representación genuina. Los cambios constitucionales para la elección de diputados uninominales, la exigencia de la institucionalización intrapartidaria y la participación de las mujeres, no lograron cambiar en los ciudadanos la idea que tienen de los partidos políticos, definidos por la gente como instancias de impunidad, protectores de la corrupción e interesados sólo en la acumulación de sospechosas fortunas personales.

El Poder Judicial tampoco ha logrado remontar la imagen negativa que tienen los ciudadanos a pesar de la creación de instancias de control y fiscalización de los actos jurídicos como el Tribunal Constitucional y el Consejo de la Judicatura. Los conflictos internos de estas instituciones y la dependencia del Poder Judicial al Ejecutivo y Legislativo e incluso a influencias transnacionales, impiden una trayectoria distinta e

²³⁷. LA RAZON. *Carta de este diario al jefe de Estado. El tiempo apremia señor presidente.*
06.09.00

independiente de la justicia, imprescindible para el funcionamiento del modelo neoliberal que requiere de seguridad jurídica y autonomía en la resolución de conflictos.

Igualmente la Corte Nacional Electoral ha perdido eficiencia en el trabajo técnico por los enfrentamientos entre sus miembros que tienen diferentes criterios respecto de la instalación de sistemas de control, estructura y organización de ciudadanos votantes, registros de partidos, sistemas de conteo y retroalimentación de información de los procesos electorales, lo cual evidentemente no es cuestión personal, sino el reflejo de una debilidad institucional y ausencia de reglas de juego entre la CNE, el sistema político y el sistema de gobierno en general.

Si bien esta llamada de atención surgió en uno de los periódicos más importantes por su tiraje e influencia comunicacional y política, La Razón (06.08.00), en “una carta al jefe de Estado con sabor editorial en portada, una verdadera innovación nacional de incuestionable astucia periodística”²³⁸; sin embargo, la crítica profunda aún en ese tiempo está encubierta u oculta por la deliberada censura de los medios de comunicación. La sociedad civil aún no encuentra espacios para formar opinión pública que genere movimientos sociales de transformación orgánicos, aunque hay hechos difundidos en calidad de noticias por los media como las movilizaciones de las masas, movimientos regionales como las de Cochabamba y El Alto. Estos, sin embargo, son definidos por los medios como acciones aisladas y poco coherentes con las necesidades de “tranquilidad y trabajo” que requiere el país.

Lo relevante de la carta de La Razón es que se acerca a la verificación histórica de la hipótesis acerca de la concentración de medios que favorece la monopolización del discurso, la formación de un estamento técnico-empresarial que ha tomado la palabra en nombre de los ciudadanos/electores/consumidores del orden neoliberal, y la distorsión de la democracia por la tendencia a ser identificada con un acontecimiento ritual (el voto

²³⁸. Pulso. 18.08.00. “Se trataba de la palabra desnuda de Raúl Garafulic Gutiérrez, propietario y conductor de la más influyente multimedia que opera en el país: La Razón, ATB, RTP, Opinión, el Nuevo Día...Pero además, hablaba el principal empresario de los fondos de pensiones y el viejo amigo del general y del coronel, ése que hace 29 años fungía como jefe civil del golpe del 21 de agosto de 1971 en La Paz. Hablaba el grupo Garafulic. No era otra cosa”.

depositado en la caja negra cada cierto período electoral), mediación y discusión especializada de los periodistas–empresarios de la comunicación.

Tal como ocurre en La Razón de los mineros del estaño y La Razón neoliberal, La Razón del siglo XXI, la **transnacional**, recurre nuevamente a los fantasmas del pasado para pedir al gobierno su intervención con el fin de conseguir la “tranquilidad y trabajo” orden social, y en su intento de recomponer la tendencia a la fragmentación de las fuerzas económicas, políticas y sociales, y enmascarar el rol de los medios y su responsabilidad en la reproducción de la democracia.

En 1923 La Razón oligárquica denunciaba a los obreros insurrectos de atentar el derecho de los empresarios en Uncía – Potosí donde se produjo la primera masacre; luego en 1943, La Razón de la rosca minero-feudal justificaba la matanza a mineros en Catavi; en 1996 La Razón neoliberal condenó a los indios por ocupar las minas de oro en Amayapampa y Capasirca (Norte de Potosí) y el 2000, la Razón de los Garafulic pidió a Banzer “tomar con valentía decisiones efectivas y urgentes...”

CARTA DE ESTE DIARIO AL JEFE DE ESTADO

El tiempo apremia, señor Presidente

Señor Presidente,

Muy pocas personas debieron creerle cuando dijo, al comienzo de su mandato, que habría coca-cero en el Chapare: sobran motivos para ser escépticos. Hoy su Gobierno está a unas 3.000 hectáreas de lograr ese objetivo por el cual será recordado su paso por la Presidencia. Bolivia está así a punto de salir del circuito del narcotráfico que tanto daño ha hecho al país. Sin duda, su administración también puede exhibir buenos resultados en la lucha contra el contrabando que tanto ha afectado a los sectores formales de la economía.

Esas dos guerras, señor Presidente, eran absolutamente imprescindibles y su Gobierno tuvo la valentía de encararlas. Como usted sabe, no hay guerra sin costo. Y el país está enfrentando graves consecuencias en lo económico. Unos 500 millones de dólares, que no aparecían en ningún registro contable, han desaparecido del mercado. Las consecuencias se han notado, en primera instancia, en una crisis profunda en el sector informal. Pero inexorablemente se ha traducido a todo el país: el costo de vida ha subido, el desempleo se ha duplicado, el subempleo se ha disparado y la tasa de crecimiento —en alza últimamente— ha bajado de 4,5 por ciento a dos por ciento en dos años.

Ante esos hechos, señor Presidente, nadie puede negarle al pueblo boliviano una realidad incontrovertible: la crisis es tan profunda como innegable es el agobio que produce.

Nadie ignora, señor Presidente, que su gobierno heredó una deuda anual de 350 millones de dólares para pagar el viejo sistema de pensiones. Hay conciencia, igualmente, del peso negativo que ha tenido la crisis internacional en su gestión: el bajo precio de las materias primas que se exportan, el aumento del precio del petróleo, los efectos catastróficos de los fenómenos climatológicos o la devaluación del real, entre otros, han incidido en la contracción o en el déficit fiscal.

No siempre el país ha sopesado las consecuencias de estos factores, por ejemplo, en la falta de inversión, la baja de consumo, la reducción de la cartera de créditos o el incremento de la cartera en mora en la banca. Tampoco los medios de comunicación hemos tenido la capacidad de analizar lo que está ocurriendo y encontrar, en medio de la masa de noticias dramáticas, los signos esperanzadores para ayudar a que el país no caiga en el desasosiego o en actitudes de repliegue.

Lo cierto es, señor Presidente, que los bolivianos están perplejos y angustiados por esta crisis que los técnicos llaman desaceleración económica y cuya existencia, lamentablemente, se reconoció en forma tardía. Allí están, en buena medida, las razones de la cadena de paros, bloqueos, y huelgas que se han sucedido y que han movilizado compatriotas de todos los estamentos sociales y políticos. Hay temor y ansiedad por los días futuros de las familias y la nación.

Usted es, señor Presidente, la persona a quien los bolivianos confiamos nuestro destino por un tiempo. No vale debatir si su Gobierno hace los esfuerzos necesarios para encaminar la economía. Lo cierto es que se están revelando insuficientes ante una crisis que está minando el ánimo nacional. De ahí que, interpretando ese clamor, nos dirigimos a Usted para pedirle que su Gobierno sea más imaginativo en las fórmulas para combatir la crisis pues las que está ensayando, si funcionan, necesitan tiempo. Y las franjas más necesitadas del país no lo tienen. Sus angustias podrían poner en peligro las instituciones democráticas que con dificultad el país recuperó.

Como usted y todos sabemos, señor Presidente, la clase política ha perdido la confianza del pueblo. Los demócratas sabemos que para mantener el sistema democrático se necesitan partidos políticos. Pero partidos que gocen de credibilidad y que sean realmente representativos de los anhelos de los bolivianos en general. Por esto, parece imperativo que el Gobierno, sus socios y también los partidos de oposición hagan conciencia de que el momento por el que atraviesa el país impone lucidez, grandeza y ejemplo.

Bolivia, ahora orgullosa de salir del circuito del narcotráfico, requiere volcarse sobre las grandes tareas que le imponen una modernización que debe darse con equidad y justicia social. Para ello necesita tranquilidad y trabajo. Y también, y sobre todo, la participación de todas las fuerzas económicas, sociales y políticas. En ese sentido, señor Presidente, el Gobierno necesita tomar, con valentía, decisiones efectivas y urgentes que permitan iniciar la recuperación económica.

Esas disposiciones deben ir de la mano de señales creíbles de una lucha sin cuartel contra la corrupción, que aún campea. Su accionar en éste y en los otros temas es determinante. Tratándose del interés público y del destino de la nación, ningún boliviano debería negar su concurso en esa cruzada por el país. El tiempo apremia, señor Presidente.

Figura 17. Carta abierta al presidente Hugo Banzer Suárez

Edición de La Razón. 06.08.2000

El 6 de agosto de 2000, La Razón mandó esta carta pública al general Hugo Banzer Suárez pidiendo una reflexión porque “se están revelando insuficientes (los gobernantes) ante una crisis que está minando el ánimo nacional”.

Es como la intuición de algo que inevitablemente parece venir encima, después de los años de frustración de una sociedad y la inviabilidad de un modelo implacable que no guardó ningún espacio de conciliación con las víctimas, esas que empiezan a desarrollarse como esos monstruos de cien cabezas para devorar a los ejecutores, planificadores y legitimadores del proyecto neoliberal.

“Allí están en buena medida, las razones de la cadena de paros, bloqueos y huelgas que se han sucedido y que han movilizado compatriotas de todos los estamentos sociales y políticos. Hay temor y ansiedad por los días futuros de las familias y la nación...Bolivia, ahora orgullosa de salir del circuito del

narcotráfico, requiere volcarse sobre las grandes tareas que imponen una modernización que debe darse con equidad y justicia social. Para ello necesita tranquilidad y trabajo”²³⁹

A pesar de ser los abanderados del modelo, ni los empresarios ni los medios, reconocieron la crisis que se avecinaba, menos el presidente de la república, que se ha revelado insuficiente e ineficiente “ante una crisis que está minando el ánimo nacional”.

“...los medios de comunicación no hemos tenido la capacidad de analizar lo que está ocurriendo y encontrar, en medio de la masa de noticias dramáticas, los signos esperanzadores para ayudar a que el país no caiga en el desasosiego o en actitudes de repliegue”²⁴⁰.

Una cuestión curiosa es que el empresario de La Razón se aleja de la comunidad y establece una distancia con “los bolivianos” en su intento de expresar que él no forma parte de las angustias y las perplejidades sociales, y por tanto, tendría la solvencia histórica y autoridad moral como para pedir cuentas al presidente. Al respecto su carta dice:

“...los bolivianos (ellos) están perplejos y angustiados por esta crisis que los técnicos llaman desaceleración económica y cuya existencia, lamentablemente se reconoció en forma tardía. (Entonces) El gobierno necesita tomar, con valentía, decisiones efectivas y urgentes que permitan iniciar la recuperación económica”²⁴¹

La reflexión de Garafulic se reduce a ámbitos estrictamente económicos, que parece más su angustia personal que la angustia del conjunto de la sociedad. No toma en cuenta otros factores como la capacidad organizativa de los sectores sociales que sufrieron las consecuencias del modelo.

²³⁹ . LA RAZÓN. Carta de este diario al jefe de Estado. *El tiempo apremia, señor presidente*. 06.09.00.

²⁴⁰ . Idem.

²⁴¹ . Idem.

La explicación de las causas que supuestamente debilitan la democracia, en la visión empresarial no es histórica no objetiva, por cuanto la perplejidad y la angustia se la atribuye sólo a la población y no a la totalidad social, menos a la lucha de grupos de poder, de ricos y pobres, de empresarios y trabajadores, de los que concentran el monopolio de la palabra y los que se encuentran marginados de la llamada libertad de prensa y de expresión.

“Sus angustias (de los sectores más necesitados del país) podrían poner en peligro las instituciones democráticas que con dificultad el país recuperó”²⁴².

El empresario del mayor complejo mediático de Bolivia se atribuye el papel rector de representar a su sector como la cabeza de la construcción de un grupo de poder frente a la pérdida de legitimidad de los otros dos poderes: El económico concentrado en la oligarquía de la minería y la agroindustria cruceña y el político en los partidos tradiciones profundamente cuestionados y desacreditados por su sinuosa participación en el sistema democrática.

Pocos días después de la carta, la Confederación de Empresarios Privados de Bolivia (CEPB) se hace eco de la idea de La Razón, mediante su Declaración de Cochabamba, en la cual pide al presidente un “acuerdo de concertación nacional” con el fin de superar la grave crisis que afecta al país. El ámbito económico inicia la era de su fracaso en el escenario fundamentalista del mercado como el sino de estos tiempos de globalización en un mundo unipolar y multipolar, unificado en los países altamente desarrollados y fragmentado en las naciones subdesarrolladas y periféricas.

Dos días después, el ministro de Informaciones, Manfredo Kempff²⁴³ respondió a La Razón:

“El señor Garafulic se ha dirigido al presidente con una carta que nos parece insólita por arrogante, además por inoportuna. Un diario puede hacer críticas.

²⁴². Idem.

²⁴³. La Razón No. 3.693 de 9 de agosto de 2000. p. 14.

Todos los periódicos en Bolivia las hace pero lo que no pueden hacer es utilizar sus medios de prensa para comportarse como un partido político. Con una gran diferencia. La publicación de un editorial en primera página le costaría 10.000 dólares a un partido, pero al señor Garafulic no le cuesta nada. Es una de las cosas que yo quería dejar constancia delante de la prensa, el rechazo total del gobierno a este tipo de manifestaciones, porque la prensa está para criticar, para aconsejar y guiar; pero no para dictar normas no para tratar de decir cómo se debe gobernar”.

La Razón en la misma edición publicó un editorial con el título “Respuesta al ministro Kempff”, en cuyo contenido dice que el portavoz de Banzer “se equivoca al equiparar la iniciativa de este medio con la de un partido político. Este diario solo busca servir –lo mejor posible- a la comunidad y al país. Por eso ha traducido parte de la inquietud general”.

Primero que no se dirige al gobierno, sino al portavoz del presidente, luego deslinda su condición de partido y finalmente se atribuye la representación de la “inquietud general”, es decir, la sociedad, porque en “este momento hay tensión, decepción y angustia entre muchos bolivianos”, porque “nadie legítimamente preocupado por el destino del país quiere que fracase éste o cualquier otro gobierno”.

La carta al presidente generó un campo de debate en los sectores políticos y económicos. Jorge Canelas Saenz²⁴⁴ ya director de Pulso dijo que “...el reciente episodio de conflicto poder-prensa con el diario La Razón y ningún otro. ¿Por qué? Porque ese diario representa no sólo la condición propietaria de un dueño de medios, sino otros intereses económicos y empresariales”.

Por tanto, la posición del campo comunicacional desde la perspectiva de La Razón, tendencialmente inaugura la nueva etapa que bien podría denominarse el agotamiento de la era neoliberal y el inicio del periodo posneoliberal, por la convocatoria a la articulación de una lucha de fuerzas sociales y políticas desde la oligarquía para enfrentar las probables insurgencias del campo popular. Era la premonición del alzamiento de los

²⁴⁴. Jorge Canelas Saenz, director de PULSO tituló su editorial de 18 a 24 de agosto de 2000: “Política, medios y negocios”, donde comenta la confrontación entre Garafulic y el gobierno de Banzer.

movimientos sociales, las multitudes y la formación de nuevos acuerdos sociales para enfrentar al modelo.

9.1. Campo comunicacional

El grupo empresarial Garafulic tiene bajo su control un complejo mediático y de multimedia de comunicación nunca antes visto en Bolivia.

TABLA 14

La extensión mediática

La Razón	La Paz
Opinión	Cochabamba
El Nuevo Día	Santa Cruz
Extra*	Circulación nacional
Bolivian Times	La Paz
Red ATB	Nacional
RTP, Canal 4	Nacional
Radio Metropolitana	La Paz
Doble Ocho Latina	La Paz – Oruro

- Extra circuló con su primer número el 8 de febrero de 1999.

La concentración de medios se desarrolla en varios momentos:

- En julio de 1989 se constituye Illimani de Comunicaciones S.A.²⁴⁵, con un capital autorizado de Bs. 9.720.000 y un capital suscrito y pagado de Bs. 4.860.000; posteriormente aumentó su capital autorizado de Bs. 30.000.000, y capital suscrito y pagado de Bs. 16.500.000.
- En noviembre de 1995 LA RAZÓN comparte sociedad empresarial entre los grupos Garafulic y los Canelas, con lo que se inicia la formación de los grupos empresariales periodísticos Garafulic-Canelas, socios igualitarios: Grupo

²⁴⁵ Testimonio Público N° 167/89

Canelas, de Editorial Canelas S.A. de Cochabamba. El grupo Canelas tiene el 50 % del paquete accionario y el Grupo Garafulic, el otro 50 %.

- c) El 1 abril de 1997 Comunicaciones El País S.A. financia la publicación del diario deportivo ¡VIVA!, durante cinco meses y 156 números, que estuvo dirigido por Miguel Velarde, Lorenzo Carri y Ramiro Siles²⁴⁶.
- d) El 10 de febrero 1998 se produce una nueva composición accionaria en LA RAZÓN, excluyendo al grupo Canelas. En el juego de intereses y mayor capacidad de pago el Grupo Garafulic compró al Grupo Canelas el 50 % de las acciones, con lo que el primero tiene control absoluto sobre el 100 % de las acciones. Jorge Canelas Sáenz renuncia a la dirección de LA RAZÓN²⁴⁷, Alfonso Canelas Tardío a la vicepresidente del directorio de Comunicaciones El País S.A. y Eduardo Canelas Montaña, Gerente General de la Empresa.
- e) En marzo de 1998 el Grupo Canelas-Rivero crea La Prensa en La Paz (Acuerdo base del grupo)
- f) En 1998 el poder económico de la Sociedad Anónima Illimani de Comunicaciones S.A. se fortalece con el aumento de su capital suscrito y pagado de Bs. 16.500.000 a Bs. 21.870.000, con un capital autorizado de Bs. 30.000.000. En ese momento Raúl Garafulic Gutiérrez es Presidente y Luis Carlos Villazón Martínez, Secretario del Directorio. En la sociedad los Garafulic tienen el mayor porcentaje de las acciones.

²⁴⁶ ¡VIVA el deportivo! 3 de septiembre de 1997.

²⁴⁷ “Jorge Canelas Sáena ha sido para LA RAZÓN mucho más que uno de sus fundadores: su probada capacidad y talento de periodista de oficio y principios, le permitieron hacer de éste un periódico de primer nivel, logrando ubicarlo en el privilegiado sitio que hoy tiene. A lo largo de los últimos siete años, Canelas marcó de modo indeleble a nuestro diario”. LA RAZÓN . *Una nueva composición accionaria en LA RAZÓN* . 11 de febrero de 1998.

TABLA 15

Las acciones empresariales

Accionista	Aporte (en Bs.)	Porcentaje
Raúl Garafulic Gutiérrez	2.829.260	52.50
Dieter Garafulic Lehm	604.125	11.25
Raúl Garafulic Lehm	604.125	11.25
Divi S.A.	1.342.500	25
Total	5.370.000	100

Fuente: Testimonio No 750/99

- g) La Razón tuvo un crecimiento acelerado. En ocho años, después de su creación en 1990 tenía presencia en 100 poblaciones del país. Según su autoevaluación esto se debió al “buen criterio, con calidad, con un marketing inteligente (...) pero sobre todo sabiendo qué es lo que el lector busca y con un compromiso absoluto con la verdad”²⁴⁸.
- h) El 10 de noviembre de 1998, Illimani de Comunicaciones S.A., representado por Dieter Garafulic Lehm (Vicepresidente Ejecutivo) y Adolfo Paco Flores constituyen la Sociedad Anónima productora de Sonido Sociedad Anónima, PROSON S.A. Cada uno de ellos tiene control del 50 % del paquete accionario.

TABLA 16

La expansión empresarial

Accionista	Capital suscrito	Acciones	Porcentajes
Dieter Garafulic Lehm	Bs 100.-	1	3,334 %
Illimani de Comunicaciones S.A.	Bs 1.400.-	14	46,666 %
Adolfo Paco	Bs 1.500.-	15	50,000 %
Total	Bs 3.000.-	30	100.000 %

²⁴⁸ LA RAZÓN 9 de junio de 1998.

Fuente: Testimonio No 1.256/98

Presidente: Dieter Garafulic Lehm
 Vicepresidente: Adolfo Paco Flores
 Secretario: Hugo David Molina Echeverría

- i) El 1 de diciembre de 1998 Raúl Garafulic Lehm, Juan Carlos Félix Estupiñan y la Empresa Atlantis Investments Group S.A. (Dieter Garafulic Lehm) forman SISTEMTEL TELECOMUNICACIONES BOLIVIA S.A. Garafulic y Félix tienen igual control de las acciones.

TABLA 17

Área de las telecomunicaciones

Accionista	Capital (En Bs)	Acciones	Porcentaje
Juan Carlos Félix	62.200,00	692	50,00
Raúl Garafulic Lehm	2.000,00	20	1,44
Atlantis Investments Group S.A.	67.200,00	672	48,56
Total	138.400,00	1.384	100,00

Fuente: Testimonio No 079/99

- J) En febrero 1999 el grupo Canelas-Rivero edita el periódico GENTE
- k) En febrero de 1999 el Grupo Garafulic edita el periódico EXTRA²⁴⁹
- l) En agosto de 1999 el Grupo Garafulic capitaliza el Bolivian Times²⁵⁰, semanario en inglés dirigido por Peter McFarren, esta alianza estratégica convierte a Garafulic en propietario del 50 por ciento de las acciones.
- m) En julio de 1999 el grupo Garafulic capitaliza el sistema RTP (canal y dos radios, Metropolitana AM y 88.3 FM); compra del 50 por ciento de las acciones del Sistema de Radio Televisión Popular (fundado en 1980) para construir una red nacional en las condiciones que exige el mercado.

²⁴⁹ Presidente del Directorio Adolfo Paco, Director Jaime Iturri Salmón.

²⁵⁰ Bolivian Times fue presentado como periódico en inglés el 7 de agosto de 1993. Su director y fundador es Peter McFarren.

- n) Se constituye la Sociedad de Responsabilidad Limitada bajo la denominación “ATB Cobija Televisión Sociedad de Responsabilidad Limitada (ATB Cobija S.R.L.), conformada por la empresa Illimani de Comunicaciones S.A. (representada por el presidente del directorio y ejecutivo Raúl Garafulic G.) y Dieter Garafulic Lehm.

Esta concentración de medios de prensa en pocas manos no es por sí misma una situación de anomalía social que distorsione la función periodística o limite la libertad de expresión, cual ocurre con la concentración de la propiedad de los medios de comunicación en manos de la Iglesia Católica; institución que tiene dominio ideológico desde 1492 sobre las sociedades tradicionales y aún posee una alta influencia religiosa en los fieles de este pueblo.

9.2. Campo económico

En el caso del Grupo Garafulic y otros grupos que transitan de otras actividades económicas (como por ejemplo la minería mediana), donde la lógica predominante es la inversión y el uso máximo de los factores de producción (humanos, físico-natural), para obtener ganancias económicas, los intereses transitan, además por la necesidad de posesionarse de un mercado de comunicación en expansión, lo que a su vez requiere para garantizar su reproducción como grupo de interés económico, de asentarse adecuadamente en la estructura de poder empresarial, aunque no estatal que por lo demás no interesa al grupo Garafulic porque son parte de la centralidad estatal al ser agentes privilegiados por el modelo neoliberal, amparados por las leyes de propiedad privada, vigencia de la libertad de mercado y orden democrático.

Entonces, si bien la lógica que rige la producción económica empresarial de bienes y servicios, producción y circulación de informaciones es básicamente la misma, la diferencia se encuentra en que ésta última tiene que ver con la intencionalidad y la construcción social del sentido.

La percepción de Raúl Garafulic es que su actividad es "legítima" en sentido económico, aunque no admite sus connotaciones político ideológicas, cuando indica que su presencia más o menos mayoritaria de acciones en las redes de comunicación no tiene

ningún efecto político y sólo están interesados en la relación costo/beneficio y obtención de altas tasas de publicidad en función a la eficiencia y la competitividad²⁵¹.

El comportamiento de Garafulic es interesante en el sentido de permitir explicar la conversión desde la minería mediana a la comunicación. Analizaremos el supuesto de que este agente económico en realidad no está motivado exclusivamente por el beneficio en recursos económicos y la planificación consciente en función a cálculos racionales, sino que está condicionado por su pertenencia a un sector económico, socializado en las estrategias de poder frente al Estado y el sentido histórico de su actividad.

La minería ha desempeñado un papel fundamental en el desempeño del Estado boliviano, especialmente la minería mediana (de donde surgió un empresariado poderoso ligado al Estado surgido de la revolución de 1952: Sánchez de Lozada, Presidente de la República entre 1993 – 1997 y 2002 - 2003, los Mercado, Iturralde, McLean...). Su experiencia empresarial en las minas le permite plantearse lo por venir y percibir la importancia decisiva que van adquiriendo los medios de comunicación en la sociedad comunicacional, sociedad informacional, dado el extraordinario desarrollo tecnológico en el nivel informático y telemático. Se presenta en este empresario lo que Bourdieu llama la “pretensión o anticipación preperceptiva, relación con el futuro que no es tal, con un futuro que es casi presente.”²⁵² Este examen no significa que como persona le hayan sido dadas estas capacidades perceptivas, sino que el sujeto minero ha incorporado en su actividad el habitus del juego político y del poder, logra adelantarse al juego del poder (la televisión privada, el periódico La Razón, la concentración de medios de comunicación, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación) para colocarse a la vanguardia en el campo.

Si se observan los titulares, los editoriales y el estilo de la publicidad en la prensa (prácticas discursivas), éstos desempeñan un rol altamente simbólico respecto de los valores del mercado; lo cual se expresa también en la distribución espacial y los interlocutores validadores (autoridades, dirigentes políticos), la edición de revistas

²⁵¹ Ventana de La Razón. 7 de febrero de 1999

²⁵² Bourdieu, Pierre. *Razones prácticas*. p. 143.

especializadas con temáticas referidas al mercado y al desempeño democrático. Si estos hechos parecen "naturales" u "obvios" por las exigencias técnicas y competitivas, al punto de volverse inevitable, se debe a que se presenta como parte del habitus, de las disposiciones adquiridas, en la percepción, pensamiento y acción. Siguiendo la lógica de la potencialidad que tiene el lector, en función a la noción de habitus, la transformación de la prensa en instancia proporcionadora de valores no es unilateral ya que el lector-ciudadano los asume sometiéndolos a transformaciones.

Entonces, los objetivos del Grupo Garafulic van más allá de los intereses económicos, el interés por dominar el capital simbólico²⁵³ que representa la comunicación en la formación del discurso neoliberal, lo que evidentemente redundará en beneficios económicos y ejercicio de poder político.

Es el caso de Presencia, que de ser uno de los más representativos desde 1952²⁵⁴ hasta los '90, a fines de la década tuvo problemas financieros y firmó un convenio de capitalización con la Cooperativa Boliviana de Cemento (COBOCE) con el objetivo de recuperar su rol en el escenario informativo y comunicacional. La capitalización de Presencia con el 51 por ciento de las acciones en manos de los obispos y 49 por ciento en poder de COBOCE no logró revertir hasta la crítica situación del periódico²⁵⁵. En comparación con el periódico La Razón y La Prensa mantiene un formato, estructura informativa y concepción comunicacional más o menos tradicional que le hizo perder competitividad en el mercado nacional.

²⁵³ Se llama capital simbólico "a cualquier especie de capital (económico, cultural, escolar o social) cuando es percibida según unas categorías de percepción, unos principios de visión y de división, unos sistemas de clasificación, unos esquemas cognitivos que son, por lo menos en parte, fruto de la incorporación de las estructuras del campo considerado, es decir de la estructura de la distribución del capital en el campo considerado" BOURDIEU, Pierre. *Razones prácticas*. Página 151.

²⁵⁴ El periódico PRESENCIA fue fundado por Huascar Cajías Kauffmann en 1952.

²⁵⁵ Como efecto del acuerdo PRESENCIA-COBOCE se recompuso el directorio: Presidente Mons. Edmundo Abastoflor, arzobispo de La Paz; vocales: Mario Blanco, Alfredo Aguirre y Alberto Bailey por la Conferencia Episcopal, y Baston Cornejo, Jaime Méndez y Edwin Tapia Frontanilla por COBOCE. LA RAZÓN, PRESENCIA. 7 de mayo de 1999.

9.3. Campo político

Garafulic toma una posición política que tiene efectos extraordinarios en el sistema político, contrastando con la asepsia ideológica en la discusión política y comunicacional en el país: “Los socios de Comunicaciones El País no usarán sus medios como trampolín”²⁵⁶, a propósito de la participación de periodistas en las elecciones municipales de 1999. La determinación del grupo fue una respuesta y toma de posición respecto de la discusión que se generó en la sociedad y entre los periodistas y comunicadores que utilizaron hasta ese momento los medios de comunicación como espacios para acceder a cargos políticos. Los ejemplos de los comunicadores que utilizaron la prensa, los micrófonos y la televisión para acceder a espacios en el parlamento, en los municipios y otras instancias de decisión política muestra el déficit de normas claras al respecto y una falta de pautas éticas de dichos periodistas y comunicadores.

Paradójicamente, lo que debería ser el sustento del orden político democrático, la vigencia de la prensa, los medios de comunicación en general, debido a los requerimientos comunicacionales, vigencia de la competencia del mercado lingüístico se está convirtiendo en factor de despolitización. Pero, anteriormente se observó que el periodismo tiende a producir y proponer “una visión cínica del mundo político, visto como una especie de ruedo merced de los manejos de unos ambiciosos desprovistos de convicciones, guiados por el interés relacionado con la competencia que los enfrenta”²⁵⁷

9.4. Campo social

La razón de la propiedad privada en la Masacre de Navidad

No tiene alineación político-partidaria²⁵⁸. La ubicación de La Razón en el campo de las luchas políticas tiene su identificación con los intereses empresariales y políticos del Grupo Garafulic, que desarrolla la labor informativa en un terreno eminentemente partidario. Un

²⁵⁶ LA RAZÓN. 9 de mayo de 1999.

²⁵⁷ Bourdieu, Pierre. Postfacio a *Sobre la Televisión*. Editorial Anagrama, Barcelona, 1998.

²⁵⁸ Esta declaración de principios es similar a la posición que expresó el director del semanario *Bolivian Times*, Peter McFarren a tiempo de presentarlo el 7 de agosto de 1993: “Vamos a criticar cuando sea necesario al gobierno y alabar cuando así lo amerite; la misma actitud tendremos frente a las políticas de EEUU y las europeas”.

hecho que fundamenta esta noción está en un comentario que el empresario hizo sobre la personalidad de los periodistas²⁵⁹.

LA RAZÓN de los barones del estaño que directamente ordenaron la matanza de mineros en Uncía (1923) y Catavi (1943) se repitió con LA RAZÓN de los Garafulic, en la Masacre de Navidad, Capasirca, Amayapampa y Llallagua (provincia Bustillo, norte de Potosí 1996). Nuevamente intervinieron los descendientes de los soldados del “valeroso ejército boliviano” de la rosca minero-feudal, rostros mestizos para matar mestizos del mismo rostro, para defender la razón de los empresarios privados y de las transnacionales.

Los indígenas de los ayllus Chayantacas, Jucumanis, Panacachis, Laymes y Sicoyas reivindicando su derecho a beneficiarse de la explotación de oro e indemnización por la contaminación de sus tierras, e incumplimiento de leyes nacionales e internacionales por el gobierno y las empresas mineras, tomaron las minas de oro de Capasirca y Amayapampa. La empresa Vista Gold Corporation, formada con capitales canadienses y norteamericanos presionó al gobierno de Gonzalo Sánchez de Lozada para la recuperación de las minas²⁶⁰. Entre el 19 y 20 de diciembre de 1996 más de mil efectivos militares de cuatro guarniciones y cerca de mil policías ingresaron a la región para intervenir esas minas; murieron 10 personas y fueron heridas 50. Estuvieron a la cabeza el Comandante General de la Policía Gral. Willy Arriaza Monje, el Comandante del Grupo Especial de Seguridad, Cnl. Eddy Rivas y el Comandante del Estado Mayor del Ejército Gral. Daniel Saavedra. El

²⁵⁹ Presencia. 9 de mayo de 1999. Página 3. Raúl Garafulic Gutiérrez expresaba al respecto que “estos señores [los periodistas] no son títeres de los empresarios y yo protesto porque no es posible pensar que las redacciones de los periódicos o de los canales de televisión están formadas por hombres dúctiles y maleables, al servicios caprichoso de los empresarios” La Razón. 9 de mayo de 1999.

²⁶⁰ “De no resolverse inmediatamente [la situación conflictiva] tendrá graves consecuencias para Bolivia y su capacidad de atracción de inversión extranjera” La amenaza, ayer y hoy es siempre los efectos en la atracción de capitales y en la imagen del país ante los países poderosos. “Si fuéramos forzados a retirarnos de Amayapampa entonces una parte substancia de los activos de Vista Gold estará en peligro. Como es de su conocimiento, tal perjuicio sobre nuestra posición y activos nos obligaría... a una divulgación al respecto tanto al público como a nuestros accionistas”. David O’Connor. Gerente General de Vista Gold en carta al Presidente Gonzalo Sánchez de Lozada.

20 de diciembre²⁶¹, a su paso por Llallagua en el camino a Amayapampa y Capasirca el ejército mató a dos personas y dejó decenas de heridos.

Raúl Garafulic, mientras fue propietario de la mina Amayapampa aproximadamente durante 25 años “acumuló fortuna con los 10 a 15 kilogramos de oro mensual que le dio esta concesión minera... según las autoridades provinciales, departamentales y nacionales, se desconoce si este empresario minero cumplió con sus obligaciones regalitarias e impositivas”²⁶². En abril de 1996 Raúl Garafulic y Dieter Garafulic Lehm transfirieron sus concesiones mineras a la Empresa Da Capo Resources Ltd.²⁶³

Al igual que en el período pre 52, los aparatos de inteligencia califican a los dirigentes sindicales y líderes de la movilización en el norte de Potosí, de “activistas, subversivos e instigadores peligrosos”:

“Alberto Camacho Pardo, activista potencial y sumamente peligroso...

Ascencio Cruz Cruz, activista potencial, llamó públicamente a la subversión armada...

Alejandro Centellas, activista de extrema izquierda, llamó a la subversión en las decisiones del Comité Cívico de Llallagua...

René Flores, activista profesional y extremista...

Lucio Felipez, instigador y tenaz opositor al ingreso de la empresa privada...”²⁶⁴

Es una referencia más sobre la forma en que los medios de comunicación condenaron a los sublevados y reivindicaron los derechos empresariales aún a costa de la vida de los campesinos que demandaron su derecho a la situación digna mediante la explotación de los recursos naturales que se encuentran en esos parajes perdidos en los cerros del Norte de Potosí.

²⁶¹ La sombra de María Barzola estuvo presente en la matanza de 1996: El 21 de diciembre de 1942 el ejército de la oligarquía cosía la bandera boliviana en el cuerpo de María Barzola y dejaba una estela de muertos en la pampa que hoy lleva el nombre de la palliri. El capital de Simón Patiño, de Garafulic y de las empresas transnacionales en esas pampas está empapado de sangre de mineros.

²⁶² Informe de Radio Pio XII, Siglo XX – Potosí.

²⁶³ Tetimonio N° 25/96 de protocolización relativo a escritura pública de aclaración y transacción definitiva sobre transferencias de concesiones mineras. La Paz 2 de julio de 1996.

²⁶⁴ Dossier de la Policía local de Llallagua.

Balance provisional

Es indispensable dejar constancia que el año 2000 se visibiliza el proceso de inflexión de la estructura del modelo con la “guerra del agua” en la ciudad de Cochabamba donde se forma una Coordinadora para enfrentar orgánicamente al régimen mediante acciones colectivas de sectores –campesinos, representaciones vecinales, coccaleros, comités cívicos, entre otros- que antes de ese año no fueron gravitantes como en los mejores tiempos de la Central Obrera Boliviana.

Otro hecho que merece destacar es la huelga de los policías en abril de 2000, en momentos en que el gobierno de Banzer dictó un Estado de Sitio, cuya medida de excepción quedó devaluada y sin ninguna autoridad para restituir la crisis social que vivió el país.

Es en esas circunstancias que La Razón comprende que los teóricos, ejecutores y gobernantes fueron incapaces para comprender la nueva realidad que años después desembocaría en la ruptura total del modelo. Desde 1985, los medios podían destituir ministros, funcionarios, ejercer la instancia de crítica a los parlamentarios, fiscalizar a las autoridades, pero en ningún caso podía lastimarse ni tocar el modelo que estaba por encima de las personas circunstancialmente en espacios de poder.

10. Periodo Posneoliberal – Transnacional (23.10.2000)

Primer momento: Grupo Garafulic y Grupo prisa

El 23 de octubre de 2000, el grupo Garafulic ensancha su patio interior de poder con la ampliación de su negocio empresarial con el grupo Prisa de España, abriendo el inédito camino de traer a Bolivia una de las transnacionales iberoamericanas más grandes del campo de la comunicación. Después es otra la historia tras las desavenencias empresariales de ambos “monarcas” de la comunicación que terminaron con la separación definitiva del socio boliviano de la compañía mediática.

El editorial publicado el 24 de octubre de 2000 expresa oficialmente la nueva identidad institucional del periódico La Razón y los otros medios que el Grupo Garafulic

incorporó a la nueva sociedad con el Grupo Prisa de España. Fue uno de los hechos inéditos en la historia del periodismo boliviano.

Es una etapa en la que se amalgaman lo comunicacional, lo político, lo económico y la reflexión de los procedimientos y estrategias utilizadas por los propietarios de los medios de comunicación para penetrar los mensajes y producir una forma de construcción de sentido²⁶⁵, reproducir la ideología dominante y legitimar el orden social y político vigente. Lo esencial de la comunicación está más allá de la comunicación, está en las condiciones sociales de producción de sentido, que determinan cuán redituable son los discursos, a quienes se dirige y quienes la emiten, qué grado de aceptación tienen en el mercado lingüístico²⁶⁶.



Figura 18. El escenario transnacional

Edición de La Razón. 24.10.2000

²⁶⁵ Lo ideológico es el “sistema de relaciones de un discurso (o de un tipo de discurso) con sus condiciones de producción, cuando éstas ponen en juego mecanismos de base del funcionamiento de una sociedad” Verón. *La semiosis social* ... p. 134.

²⁶⁶ Bourdieu, Pierre. *Sociología y cultura*. Editorial Grijalbo, México, 1990.

TABLA 18

Identidad institucional: El discurso de principios

Campo	Filosofía institucional	Política comunicacional	Estrategia comunicacional
Comunicacional	<p>Mantiene su línea editorial, no es venta, es un acuerdo con un excelente socio.</p> <p>Desarrollar los medios, diversificarlos y asegurarles una larga vida.</p> <p>Asegurarles a los ojos de la comunidad nacional, la veracidad y la imparcialidad de la información</p>	<p>Prisa es un gigante de la comunicación español</p> <p>Esta asociación es con el grupo comunicacional de habla hispana más influyente, que se encuentra entre los primeros 10 del mundo</p> <p>El fin es informar, formar y orientar a la comunidad boliviana.</p>	<p>Ambos grupos saben que su reto, en Bolivia, está en informar más y mejor, profesionalizar aún más el oficio periodístico.</p> <p>La experiencia y conocimientos del Grupo Prisa será para formar más a los profesionales nacionales que trabajan en este Grupo</p> <p>Es un gran reto que hacemos nuestro para servir mejor a los lectores, oyentes y televidentes.</p>
Económico	<p>El Grupo Garafulic, entra en este acuerdo, en la cadena de alianzas estratégicas que es natural en la globalización.</p> <p>Grupo Garafulic mantiene la administración.</p> <p>Es una línea de institucionalización de los medios</p>	<p>El acuerdo es signo de confianza en el país</p> <p>Su alta inversión es una buena señal enviada a los grupos que podrían dudar en venir en un momento delicado para la economía nacional.</p> <p>Polanco dijo que el país saldrá del mal momento que está atravesando.</p> <p>La misma fe expresa el grupo Garafulic</p>	<p>La decisión del Grupo Garafulic es acompañar a Bolivia en los buenos y malos momentos, apostarle al país y seguir haciendo empresa</p> <p>El grupo Prisa le potencia financieramente y permite crear nuevos productos informativos al país.</p>
Político	<p>Refuerza, igualmente, su decisión de independencia irrestricta; independencia de</p>		

	personas, grupos y partidos		
Social		Incrementar el empleo Seguirá depositando su confianza en los jóvenes profesionales del país	Servir mejor a la comunidad y expandir sus actividades

10.1. Campo comunicacional

Dos líderes en comunicación se unen. El presidente del Grupo PRISA, Jesús de Polanco ha llegado a un acuerdo con el presidente del Grupo Garafulic, Raúl Garafulic, primera entidad empresarial boliviana de comunicación, para la creación de tres sociedades conjuntas desde las que impulsan y desarrollan en común sus actividades en los sectores de la prensa, radio, televisión e internet en la República de Bolivia. La inversión total de PRISA será de 10 millones de dólares (1.960 millones de pesetas). La importante presencia de PRISA en América Latina se ve reforzada con el presente acuerdo, a través del grupo editorial Santillana, en la totalidad de los países de Iberoamérica

El periódico El País de España sorprendió al mundo con la publicación en su sección **Sociedad** el acuerdo bajo el título²⁶⁷:

**“PRISA entra en Garafulic, el grupo líder de comunicación en Bolivia
- 1.960 millones de pesetas serán invertidos en prensa, radio, televisión e internet”**

El contenido de partes esenciales de la edición impresa del 24 de octubre de 2000, informa:

“EL PAÍS / MABEL AZCUI - Madrid / La Paz

El Grupo PRISA ha llegado a un acuerdo con el Grupo Garafulic, primera entidad empresarial boliviana de comunicación, para la creación de tres sociedades conjuntas desde las que impulsan y desarrollan en común sus actividades en los sectores de la prensa, radio, televisión e internet en la República de Bolivia. La inversión total de PRISA será de 10 millones de dólares (1.960 millones de pesetas). La importante presencia de

²⁶⁷. Título de archivo de la edición digital del periódico El País de España.

PRISA en América Latina se ve reforzada con el presente acuerdo, a través del grupo editorial Santillana, en la totalidad de los países de Iberoamérica”.

El presidente de la compañía, Jesús de Polanco destacó en su edición del periódico El País de España la conformación de este acuerdo que marca un hito en la historia del periodismo en Bolivia. Llegaron a La Paz ejecutivos, gerentes y expertos en el campo de la comunicación para dejar constancia del cambio conceptual en la edición cotidiana del periódico ya en funcionamiento en el domo que se encuentra en la zona sur de Aquisamaña de la sede de gobierno.

Prisa entra en el grupo líder de comunicación

El Grupo PRISA ha llegado a un acuerdo con el Grupo GARAFULIC, primer grupo empresarial boliviano de comunicación, para la creación de tres sociedades conjuntas desde las que impulsarán y desarrollarán en común sus actividades en los sectores de la prensa, la radiodifusión, la televisión e internet en la República de Bolivia.

En el ámbito de la radiodifusión y la televisión se crea la sociedad INVERSIONES ENRADIODIFUSION, participada por PRISA en un 25% y por el Grupo GARAFULIC en un 75%. En el sector de la televisión el Grupo GARAFULIC posee los canales ATB La Paz, ATB Santa Cruz, ATB Cochabamba, ATB Potosí, ATB Cobija, ATB Oruro, ATB Sucre, ATB Tarija y ATB Trinidad. Estos canales de ATB son en la actualidad líderes destacados de audiencia en Bolivia, en donde según los últimos datos registrados su share es del 47%, muy por delante de la audiencia del resto de sus competidores.

En radio INVERSIONES ENRADIODIFUSION potenciará en colaboración con la Cadena SER la creación en Bolivia de tres cadenas musicales de cobertura nacional.

En el sector prensa se crea la empresa INVERSIONES GRUPO MULTIMEDIA DE COMUNICACIONES S.A., en el que la participación de PRISA es del 76,9% y la del Grupo GARAFULIC de un 23,1%. En INVERSIONES GRUPO MULTIMEDIA DE COMUNICACIONES S.A. quedan incorporados el diario La Razón, el medio más prestigioso de la prensa boliviana, editado en La Paz y líder indiscutible entre los periódicos de información general; el diario El Nuevo Día, editado en Santa Cruz; y Extra, un periódico popular que es el de mayor difusión en Bolivia. Cuenta también con publicaciones especializadas como La Gaceta Jurídica y Vida Sana.

Para el desarrollo de proyectos en la Red se crea la compañía INVERSIONES DIGITALES S.A., en la que PRISA y Grupo GARAFULIC participan al 50%.

INVERSIONES DIGITALES promoverá el portal Bolivia.com.

La inversión total de PRISA será de 10 millones de dólares, a través de las tres sociedades ahora constituidas. La importante presencia de PRISA en América Latina se ve reforzada con el presente acuerdo a través del Grupo SANTILLANA en la totalidad de los países de Iberoamérica.

QUÉ ES PRISA

El grupo PRISA es el líder en sus respectivos mercados y referencia indiscutible en prensa, radio y televisión. El País es uno de los diez mejores periódicos del mundo, según el ranking establecido por la Universidad de Missouri —institución especializada en este tipo de medición— y el único en español en ese selecto grupo. Su difusión diaria es de 450.000 ejemplares en soporte papel, recibiendo su versión digital más de 200.000 visitas diarias, la mayoría de las cuales proceden de Latinoamérica y USA. También posee un diario deportivo (AS) y uno de información económica y financiera que, con una difusión de 170.000 y 31.000 ejemplares, respectivamente, ocupan la segunda posición en sus mercados.

En radio, UNION RADIO a través de la CADENA SER y las cinco emisoras musicales, tienen una cuota del mercado español del 51% en su conjunto. En las musicales mantienen dicha cuota en el 80%.

El Grupo PRISA gestiona, con un 21,3% de participación en el capital de SOGECABLE, las dos cadenas líderes en televisión de pago en España: CANAL + y CANAL SATELITE DIGITAL, las cuales cuentan actualmente con 1.900.000 abonados y más de 960.000, respectivamente.

En el área editorial el Grupo PRISA posee el 100% de SANTILLANA, sociedad presente en 21 países en los que es líder en ediciones escolares y con una presencia en estas ediciones de interés general, con autores de renombre como:

02.03.2011 23:09

Figura 19. Los alcances del acuerdo

Edición de La Razón. 24.10.2000

TABLA 19

Las inversiones del Grupo Prisa y Grupo Garafulic

Áreas de inversión	Grupo Prisa	Grupo Garafulic	Medios
Radiodifusión	25 %	75%	Radios y canales de televisión
Multimedia y La Razón	76.9 %	23.1 %	La Razón, El Nuevo Día, El Extra, La Gaceta Jurídica y Vida Sana
Inversiones digitales	50 %	50 %	Portal bolivia.com
Grupo Santillana	100 %		Ediciones escolares ²⁶⁸

10.2. Campo económico

Los medios adversarios a Garafulic empezaron con el hilo conductor, primero siguiendo pistas complicadas como la utilización de información privilegiada de los datos sobre Lloyd Aéreo Boliviano. Las empresas capitalizadas tenían los fondos bajo manejo de dos AFPs. Garafulic fue presidente del director de Previsión.

Andrés Soliz Rada²⁶⁹ en su estudio sobre la crisis del poder mediático boliviano sostiene que Garafulic fue nombrado por Paz Zamora como Embajador de España no por ignorancia, sino por negocios, luego, Tito Hoz de Vila (diputado de ADN) fue socio de ATB en Cochabamba y logró que su hijo trabajara en el Grupo Prisa en España y posteriormente se conoce que Santillana ganara la licitación para imprimir los textos de la Reforma Educativa.

²⁶⁸. El Grupo Santillana se adjudicó las ediciones de los textos escolares en el marco de la Reforma Educativa aprobada durante el gobierno del presidente Gonzalo Sánchez de Lozada (2003-2007).

²⁶⁹. Andrés Soliz Rada publicó un artículo en Le Monde Diplomatique en su edición No. 3 de diciembre de 2002, en cuyo contenido se encuentra un riguroso seguimiento sobre las relaciones de Garafulic con empresarios, políticos y periodistas.

El trabajo de Soliz desbroza los pactos con Gonzalo Sánchez de Lozada, las transnacionales de petróleo, el sistema financiero nacional e internacional, entre otras prácticas para construir el imperio económico altamente visible en la realidad boliviana.

El periódico La Prensa en su revista Domingo de 20 de julio de 2003 con el título “El fin no justifica los medios” hace una exhaustiva descripción sobre la vida de Garafulic, desde sus primeras experiencias empresariales en Bolivia hasta el ocaso del “hombre de nueve dedos”. Uno de ellos se lo cortó para cobrar un seguro y salir de ese modo del fango de una deuda.

Después del inusitado desarrollo empresarial en el campo de la televisión en Bolivia, el empresario de origen croata, en una “operación sorpresiva” logró el 50 % de las acción de La Razón y con la otra mitad quedó el grupo Canelas, luego en una acción conocida como la “oferta judía” con la complicidad del cervecero Ernesto Asbún Gazau y el empresario y político movimientista, Andrés Petrecevic consiguió en pocos días sacar de la acción empresarial a los Canelas y se apropió de toda la empresa hasta alcanzar el control de un gigantesco complejo mediático. Este enfoque condensa el camino de los medios en medio de los hechos político - económicos en Bolivia, en cuyo contenido se sintetizan como discurso supuestos intereses nacionales, la libertad de prensa, la pluralidad, la independencia y otros valores que encubren la trama real de una visión empresarial al margen de una realidad que no se encuentra en la superficie mediática en el país.

10.3. Campo político

En diciembre de 2002 se desata denuncias contra el Grupo Garafulic sobre la entramada red de tráfico de influencias, uso indebido del poder mediático, negocios subterráneos y pactos de lealtad con políticos, empresarios y periodistas para construir el emporio comunicacional más grande de Bolivia.

“Muchos intereses político partidarios comenzaron a deambular desde entonces y sin ningún reparo por las oficinas del nuevo propietario de La Razón”, sostiene el trabajo periodístico de La Prensa. Si así narra La Prensa, corresponde algo más?

10.4. Campo social

La opinión oficial de que trabajará en mejorar la calidad profesional de sus trabajadores, crear más fuentes de empleo y ofrecer una información con varios productos a la comunidad.

La Razón fija nuevamente su posición comunicacional, política, económica y social en el contexto de la gestión empresarial con el Grupo Prisa

El 13 de mayo de 2001 con los españoles en la nueva etapa del periódico, Raúl Garafulic Lehm dijo que “La Razón se ha caracterizado por defender la democracia, el libre mercado y por su posición frontalmente contraria al narcotráfico...creemos que la economía de mercado debe conservarse pero con equidad social”, es decir se lo prensa como el nuevo periódico para nuevos tiempos.

Los argumentos que fundamentan este enfoque teórico y empírico son:

El reconocimiento de la existencia de diseñadores y ejecutores del programa económico bajo la tuición de los organismos internacionales de financiamiento y vigilancia de su principal exponente, Gonzalo Sánchez de Lozada. El balance expresa que el mercado por sí mismo es incapaz de resolver eficientemente las demandas sociales en términos de equidad y justicia social, por tanto se prevé;

- a) La necesidad de la intervención “regulada” del Estado en la economía, pero esa intervención requiere;
- b) De una nueva articulación de alianzas estratégicas entre empresarios y gobierno, por cuanto los dueños del capital (la empresa privada) reconocen que el tiempo del neoliberalismo está agotándose, por eso el mensaje de LA RAZÓN de que el “tiempo apremia”.
- c) Para reemprender el camino es indispensable la combinación de los procesos de globalización cultural, económica y política con los proyectos de “localización” o contratos con los municipios y gobiernos locales en el contexto de la nueva realidad nacional.

- d) La institucionalización de mecanismos participativos formales (diálogos según modelos estructurados para agregar la demanda social) enmarcados y predefinidos por parámetros que miden la pobreza en términos técnico – administrativos.
- e) Una relación institucionalizada entre los medios masivos y la política, como “el signo de los tiempos en que estas cosas ocurren...los precios de la propia democracia y de la economía de mercado”²⁷⁰.

El campo de visibilidad discursiva condensa la fehaciente admisión de las relaciones de poder en un orden jerárquico, que en términos de Ramonet podría adjudicarse a la economía como el primer poder, seguido del complejo mediático y la sumisión de la política a los dos anteriores.

Ese es el ámbito de las relaciones y visiones que se promueven desde los poderes, los medios y sus operadores, en un momento en que LA RAZON comparte la gestión comunicacional con la transnacional Prisa de España.

TABLA 20

Ratificar la identidad institucional

El 13 de mayo de 2001, el Grupo Garafulic y el Grupo Prisa expresan con claridad su posición institucional, empresarial y periodística sobre la realidad nacional. Su editorial “Un nuevo periódico para tiempos nuevos” contiene:

Campo	Filosofía institucional	Política comunicacional	Estrategia comunicacional
Comunicacional	Cambio de filosofía periodística y empresarial Cierra el ciclo iniciado en 1990 y abre un nuevo escenario periodístico	Es un diario de opinión, libre de influencias políticas y pluralista No acepta opiniones que propugnan violencia o intolerancia	Información veraz y de calidad Información y opinión serán diferenciados entre sí. Publica sólo noticias comprobadas. Los

²⁷⁰. ANÁLISIS Y OPINIÓN EN PULSO. Editorial. *Política, medios y negocios*. 18.08.00

			rumores no son ni serán noticia. Uso correcto del idioma Se incorpora el concepto de “secciones acordeón” en las ediciones. Ruptura con las formas del pasado
Económico	Cree en el libre mercado, pero con equidad social	La Razón quiere vender más, pero sobre todo servir mejor	Incorpora todos los días las páginas azules de avisos clasificados.
Político	Defensa intransigente de la Constitución	Defensa intransigente de la libertad	Rechazo a cualquier presión de grupos ideológicos o económicos.
Social	Defensa intransigente de los derechos individuales	Diario de servicio a la comunidad local y nacional. El cambio consiste en que será verdaderamente nacional	Secciones dedicadas a niños, jóvenes, mujeres y otros. Anuncia la revista Escape. Sociedad mejor informada y mejor servida

Segundo momento: Grupo Prisa - Transnacional (18.07.2003)

La gestión empresarial entre la visión europea, más propiamente española y la práctica criolla boliviana expresada en los Garafulic enfrenta su primer obstáculo. El Grupo Prisa anuncia el 12 de abril de 2003 la ruptura con sus socios de La Paz “por incumplimiento de acuerdo empresarial”; tres meses después el 18 de julio de 2003 informa que “ha asumido el control de tres periódicos bolivianos y un canal de televisión tras lograr un cambio accionario por la vía judicial”.



Figura 20. La crisis empresarial

Noticias publicadas el 16 y 17 de julio de 2003.

Las inversiones del Grupo Prisa y la nueva sociedad, según los datos oficiales difundidos por el periódico La Razón el 17 de julio de 2003, son:

TABLA 21

Inversiones del grupo Prisa y los nuevos socios

Áreas de inversión	Grupo Prisa	Grupo Garafulic	Luis Gutiérrez Blanco ²⁷¹
Radiodifusión	25 %	40%	35 %
Multimedia y La Razón	75 %		25 %

“Garafulic perdió su parte en La Razón” fue el título en primera página de 17 de julio de 2003 que cierra el capítulo de la “alianza estratégica” de las dos compañías, que años antes habían anunciado un inédito pacto empresarial en Bolivia. Los cambios en la coalición no incluyen, como en los momentos anteriores, cuestiones de identidad institucional ni los postulados sobre la comunicación, la política, el campo económico y social.

Sin embargo, corresponde explicar que el periódico ha mantenido invariable la línea política e ideológica asumida en su editorial de octubre de 2000 y de mayo de 2001.

El 21 de noviembre de ese año, el controvertido empresario muere en un accidente aéreo. La noticia que difundieron los medios dice: Un accidente aéreo ocurrido ayer en la región boliviana del Beni acabó con la vida de Raúl Garafulic Gutiérrez, ex embajador de Bolivia en España durante el Gobierno (1989-1993) de Jaime Paz Zamora en el país suramericano e importante hombre de negocios, con intereses en la minería, aunque diversificó sus inversiones en los medios de comunicación y llegó a controlar el mayor grupo mediático del país.

El 5 de mayo de 2005, la Corte Internacional de Arbitraje, un organismo de la Cámara Internacional de Comercio con sede en París, ha condenado al grupo multimedia boliviano

²⁷¹. Luis Gutiérrez Blanco es miembro del Directorio del Banco Santa Cruz.

Garafulic a pagar a PRISA 20,2 millones de euros, según informó ayer la empresa española a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

El 22 de noviembre del mismo año ambas empresas anuncian un acuerdo sobre las empresas comunes, superando de ese modo las desavenencias legales que mantenían desde la ruptura de 2003. El Grupo Prisa quedó con el control total de la administración de los medios que antes pertenecían a los Garafulic.

CAPÍTULO III

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.1. Conclusiones

3.2.1. Con relación al problema

Este trabajo refleja, en el fondo, el sentimiento y la espiritualidad del grupo Garafulic, en su ansia de erigir una dinastía mediática en base a la filosofía pragmática de la “destreza empresarial” para conseguir sus objetivos estratégicos desde que transitó de la gran minería a la creación ilegal de un canal privado (1984), dando fin al monopolio estatal de la televisión, luego saltó al periodismo escrito, la radiodifusión, la multimedia, las telecomunicaciones hasta convertirse en un empresario de gran influencia en los negocios nacionales e internacionales como la participación en la Administradora de Fondo de Pensiones, la transnacional iberoamericana de medios Grupo Prisa de España y cuantos negocios fueron rentables en su trayectoria empresarial.

Raúl Garafulic Gutiérrez estableció un campo de poder comunicacional sin precedentes en la historia republicana. Se hizo elegir presidente de la Confederación de Medios Privados de Comunicación de Bolivia, logró declaraciones de los líderes empresariales del país para obligar al gobierno “acuerdos de concertación nacional”, impuso desde sus intereses la aprobación de la Ley de telecomunicaciones, fue calificado como arrogante por utilizar a sus medios como “partido político” y aprovechar su condición propietaria de medios y de intereses económicos, políticos y empresariales.

Llegó como accionista de La Razón con el 50 por ciento, luego rápidamente logró la totalidad, después se alió en el negocio con el Grupo Prisa de España hasta perder el control de la compañía y finalmente el imperio mediático más grande de Bolivia terminó en el desastre con todas las evidencias descubiertas sobre la el uso que dio a su poder mediático para acrecentar sus intereses particulares en nombre de la libertad de prensa, de información y de comunicación.

La investigación permitió el reconocimiento de que el recorrido histórico de los medios de comunicación es la continuación de la constitución de *complejos sociales*

de poder. Han alcanzado en estos tiempos de globalización y vigencia de Estados neoliberales un poder de influencia y eficacia mucho mayores que en época alguna y han logrado insertarse en el tráfico mercantil de los intereses privados para utilizar el complejo mediático en estrategias de presión política (hegemonía y dominación) e ideológica (construcción del discurso para la homogeneidad cultural) en el contexto de un sistema político, económico, jurídico y social vigente en Bolivia desde 1985.

La Razón fue construida en el imaginario social como fiel expresión de sectores dominantes en cada momento histórico, tiempo político y contexto teórico. Su desarrollo corresponde a una matriz global de libertad de mercado y democracia representativa. Esta reflexión se fundamenta porque este medio representa desde una perspectiva general al conjunto de las instituciones empresariales de comunicación, que participan de la creación material e intelectual de mensajes para la *reproducción de la conciencia social*²⁷² en función de sus visiones, valores, tradiciones, historia familiar, entre otras distinciones discursivas.

La construcción del discurso ideológico hegemónico y de dominación para la homogeneidad cultural es parte inseparable de los hitos que expresan las contradicciones más importantes entre el Estado y la sociedad civil, entre los sectores económicamente dominantes y las clases sociales excluidas y dominadas.

3.2.2. Con relación a los objetivos

De la razón oligárquica a la razón neoliberal - transnacional

La Razón pre 52 es “la razón” oligárquica de los “Barones del Estaño”, mineros que construyeron el estado boliviano a espaldas de la sociedad y para ello formaron la “rosca minero feudal”, alrededor de la cual los periódicos debían jugar según las reglas de la oligarquía: aceptando las migajas del poder, editorializando sobre el orden social y justificando las matanzas de mineros en Huanuni, Catavi y Siglo XX, Uncía.

²⁷². Esteinou Madrid, Francisco Javier. Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía. Editorial Trillas. México 1992. p. 14.

La Razón del grupo Garafulic, hace reaparecer el fantasma de Aramayo. Vuelve a repetirse la historia con las matanzas de mineros en Capacirca y Amayapampa, pero ahora La Razón es “la razón” neoliberal, la del mercado libre y la democracia representativa, la de la globalización y el desarrollo de las tecnologías comunicacionales, del *marketing* y la oferta de programas políticos en el *mercado político*.

Dimensión histórica que trasciende las fronteras con la asociación de los Garafulic y grupo Prisa Internacional de España para promover una gestión mediática que supera de lejos la tradición de la prensa boliviana que tuvo como referente los límites de la competitividad entre sí de los *media* vigentes en Bolivia. Claro está la trayectoria de la prensa con sus rupturas en el momento fundacional de la república en 1825, la aparición de El Comercio en 1879 con características eminentemente comerciales, la caída de La Razón oligárquica en 1952 y la reaparición en 1990 de La Razón neoliberal, posneoliberal y transnacional.

3.1.3. Con relación al campo teórico

El neoliberalismo y el desarrollo democrático en función al discurso y al mercado lingüístico

El neoliberalismo en Bolivia, desde los primeros años de la década de los '90, en las dimensiones comunicacional, económica, política y social ha producido varios fenómenos asociados que afectan el desarrollo democrático, conduciendo al autoencerramiento de la política, la despolitización de la sociedad y la monopolización de la palabra, por un determinado grupo poseedor de alto capital económico y cultural, del mercado lingüístico:

- a) La concentración de medios de comunicación que tiende a la monopolización de los medios de producción de información y control de la emisión, de los contenidos y la forma de las informaciones, lo que está asociada a la dominación ideológica y a la creación de una estructura mediante la cual se domina el mercado lingüístico;

- b) La articulación de un *discurso fuerte* en torno a los valores de la libertad de mercado y la democracia liberal (fin de la historia); discurso fuerte en el sentido de que “dispone de todas las fuerzas de un mundo de relaciones de fuerza que él contribuye a hacer tal y como es, sobre todo orientando las opciones económicas de los que dominan las relaciones económicas y sumando así su propia fuerza, propiamente simbólica, a esas relaciones de fuerza”²⁷³
- c) La sofisticación de tecnologías sociales “para darle la palabra al pueblo”, sondeos de opinión, grupos focales y otras técnicas de recolección y sistematización de la “opinión pública”, que tienen el efecto de hacer creer que el pueblo participa en el desarrollo democrático, cuando en realidad la “opinión pública” es la voz de los técnicos reflejada en el espejo de los opinadores;
- d) El desarrollo de una nueva categoría de actores: comentaristas, opinadores, analistas, especialistas en sondeos, comunicación, mercado político, una categoría tan especializada que interviene en la formación de una opinión que se transforma luego en opinión pública. Estos actores se encuentran en el vértice de la jerarquía social que forma el mercado lingüístico y ellos hablan sin comunicar: ellos tienen de su lado a las instituciones y un espacio social donde su palabra es aceptada sin discusión, pueden hablar sin decir nada, sólo hablar. Estas personas particulares se ven a sí mismos como representantes (no elegidos) que tienen el monopolio, de hecho y de derecho, de las palabras y se hallan socialmente facultados para sentirse portadores de la forma completa de las expectativas democráticas, sostienen el sistema ritual de las discusiones en los medios de comunicación, la necesidad de continuar apoyando el sistema democrático para legitimarlo.
- e) Las prácticas de esta categoría técnico-empresarial a su vez legitiman el sistema, formando un círculo vicioso de autolegitimación, ya que las reglas de juego son dictadas por ese grupo y pueden ser cambiadas por los mismos cuando así lo requiera el sistema. Por ejemplo, es válido para los comentaristas declararse

²⁷³ BOURDIEU, Pierre. *La esencia del neoliberalismo*. Artículo aparecido en *Le Monde Diplomatique*, mars 98. Mayo de 1998.

explícita o implícitamente admiradores y/o partidarios de un líder político porque admiran profundamente la racionalidad y acción modernizadora del neoliberalismo y lo declaran así en sus programas cuando tienen que comentar lo que hizo el partido en función de gobierno, recuerdan con nostalgia el pasado, pero al mismo tiempo critican duramente cualquier desliz consciente o preconsciente de algún trabajador periodista que muestre algún gesto de apoyo o crítica a un partido.

- f) La lógica de la política como destrucción del enemigo. En el discurso neoliberal se dice que ahora es el tiempo del consenso y la concertación, las alianzas estratégicas y la eliminación del *poder suma cero*, porque ahora todos pueden tener ganancias sin que signifique pérdida para los demás. La lucha por excluir a los adversarios / enemigos e incluir a los amigos es la relación predominante entre los actores.
- g) La lucha de extrema violencia simbólica entre periódicos ha llevado al debilitamiento de medios o han consumado su desaparición (Hoy, Presencia y Última Hora,) y al mismo tiempo han promovido el fortalecimiento de otros (La Razón, La Prensa, Pulso). Aún es válida lo que manifiesta Lechner en la construcción de legitimidad y hegemonía, la “distinción del otro y reconocimiento por el otro. No basta afirmar lo propio; es necesario delimitar lo propio y lo ajeno. Sólo por referencia a lo ajeno adquiere perfil lo propio. En este sentido, bien se dice que no se conoce a sí mismo quien no conoce a su adversario”²⁷⁴.

Como consecuencia de la monopolización de la palabra (sustentada en la concentración de medios y la formación de redes multimedia en manos de pocos empresarios, que además no son periodistas ni comunicadores), la diferenciación entre el campo político y los nuevos actores de opinión que tienen un alto capital lingüístico (a diferencia de los propietarios que tienen alto capital material), está conduciendo al encerramiento del campo político en una estructura dominada por especialistas que enmascaran la democracia en las apariencias formales.

²⁷⁴ LECHNER, Norberto (editor). *¿Qué significa hacer política?*. Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo, Lima, 1982. Página 28.

3.3. Recomendaciones

- Considero fundamental deliberar sobre los medios porque requiere de una revisión crítica de las concepciones que se tienen de los mismos como aparatos/máquinas o lugares de mediación que otorgan determinados sentidos a los acontecimientos.
- Si bien sintetizan la “opinión pública” (mirada comunicacional), analizar el escenario socio-político desde la interdisciplinariedad de la comunicación, permite comprender la construcción de sentidos y por tanto la realidad social en función a los proyectos de determinados grupos o clases, los cuales deben tomar en cuenta a los destinatarios asumiendo sus valores, creencias y representaciones para hacerlos cómplices del proyecto de dominación.
- Fue una experiencia excepcional para comprender la superficie discursiva de los medios, los actores de la comunicación –periodistas, trabajadores, directores, editores, empresarios y personal de apoyo- que hacen posible la circulación de la prensa, los sujetos invisibles que deciden el sentido de los mensajes y los destinatarios que leen todos los días las noticias y opiniones para pensar como entienden su contenido.
- Reflexionar los momentos históricos en escenarios de conflictos, rupturas, crisis, enfrentamientos o pactos entre las sociedades y los Estados; entre las organizaciones de la sociedad civil y de la sociedad política, sea cual fuere el régimen político imperante, sean antagónicas o concordadas, es también una responsabilidad intelectual de los practicantes y los investigadores para reconocer el sentido de la opinión pública, la práctica política, el poder político y su naturaleza de clase.
- Analizar los hechos de estos tiempos de globalización es conocer la dominación del *campo del poder* sobre el *campo social* mediante la expansión de los medios de comunicación e información, la concentración o monopolio de estos instrumentos de mediación por una estructura empresarial, cuya tendencia es capaz de institucionalizar discursos, de justificar decisiones estatales o

empresariales o descalificar a los adversarios que disputan espacios de supremacía en el poder político o en el poder económico.

- Corresponde profundizar la vigilancia epistemológica, el manejo pertinente de la metodología y la observación de las corrientes teóricas para ajustar a esos criterios la investigación.
- En lo personal, constituye una modesta contribución que pensé irrenunciable por la proximidad de mi vivencia con los acontecimientos de ese tiempo de crisis y también de certidumbre.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Althusser, Louis. *La filosofía como arma de la revolución*. Cuadernos de Pasado y Presente, Córdoba, 1974.
2. Barbero, Jesús Martín (1978). *Comunicación masiva: discurso y poder*. Quito, Ecuador. Edit. Época.
3. Baudrillard, Jean. *Crítica de la economía política del signo*. 7ma. Edición en español, Siglo XXI Editores, México, 1987.
4. Berger, Peter L.; Luckmann, Thomas. *La construcción social de la realidad*. 4ta. Edición, Amorrortu editores, Buenos Aires, 1976.
5. Bisquerra, Rafael (2000). *Métodos de investigación educativa*. Barcelona. Ed CEAC Educación
6. Bourdieu, Pierre. *Sociología y cultura*. Editorial Grijalbo, México, 1990.
7. Bourdieu, Pierre; Wacquant, Loic J.D. *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. Editorial Grijalbo, México, 1995.
8. Bourdieu, Pierre. *Sobre la televisión*. Trad. Thomas Kauf, Editorial Anagrama, Barcelona, 1997.
9. Bourdieu, Pierre. *Postfacio a Sobre la Televisión*. Editorial Anagrama, Barcelona, 1998.
10. Bourdieu, Pierre. *La esencia del neoliberalismo*. Artículo aparecido en el Monde Diplomatique, mars 98. Mayo de 1998.
11. Bourdieu, Pierre. *Contra el fatalismo económico*. Discurso pronunciado el 22 de noviembre de 1997, Instituto Ernst Bloch, ciudad de Alemania. Publicado en New Left Review No 227, enero-febrero, 1998, Londres. Traducido del inglés por Clara Inés Restrepo.
12. Bourdieu, Pierre. *El mundo de los periodistas y políticos*. En Ventana de LA RAZÓN. La Paz, domingo 27 de junio de 1999.
13. Calderón, Fernando et. al. *Sociedad sin atajos. Cultura, política y reestructuración económica en América Latina*. Editorial Paidós, Argentina, 1995.
14. Coulon, Alain. *Etnometodología y educación*. Ediciones Paidós, Barcelona, 1995.

15. Crespo R., Alfonso. *Los Aramayo de Chichas*. Editorial Blume, Barcelona, 1981.
16. Deleuze, Gilles. *Foucault*. Editorial Paidós, México, 1987.
17. Diaz, Esther. *Conocimiento, ciencia y epistemología*. s.d.
18. Diaz Bordenave, Juan E (1985). *Comunicación y sociedad*. La Paz.,Bolivia. Ediciones Búsqueda.
19. Dowse, Robert; Hugues, John (1975). *Sociología política*. Madrid, España. Alianza Universidad.
20. Eco, Umberto (1995). *Apocalípticos e integrados*. Editorial Lumen Tusquets.
21. Faye, Jean Pierre (1974). *Los lenguajes totalitarios. La razón crítica de la economía narrativa*. Madrid, España. Editorial Taurus.
22. Foucault, Michel (1973). *El orden del discurso*. Barcelona, España. Trad. A. Gonzáles, Tusquets Editor.
23. Foucault, Michel (1985). *La arqueología del saber*. México. Siglo XXI Editores, 11a. edición.
24. Foucault, Michel (1987). *Historia de la sexualidad. 1. Voluntad de saber*. México. 15a. edición. Siglo XXI editores.
25. Foucault, Michel (1991). *Las redes del poder*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Almagesto.
26. Foucault, Michel (1995). *La verdad y las formas jurídicas*. En TERAN, Oscar (Compilador). *Michel Foucault. Discurso, poder y subjetividad*. Buenos Aires, Argentina. Ediciones El Cielo por Asalto.
27. García Canclini, Néstor (s.f). *Introducción a en Sociología de la cultura* de Pierre Bourdieu.
28. Gramsci, Antonio (s.f). *Los intelectuales y la organización de la cultura*. Buenos Aires. Ediciones Nueva Visión.
29. Greimas, A.J.; Courtes, J. (1982). *Semiótica. Diccionario Razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid, España. Versión española de E. Ballón y H. Campobónico, Editorial Gredos.

30. Hernández, Roberto; Fernández, Roberto y Baptista, Pilar (2006). Metodología de la investigación. México. Mc Graw Hill.
31. Jakobson, R. (1975). *Ensayos de lingüística general*. Seix Barral, Barcelona.
32. Lasswell, H.D. (1985). *Estructura y función de la comunicación en la sociedad* en M. de Moragas. *Sociología de la comunicación de masas, II, Estructura, funciones y efectos*. Barcelona. Gustavo Gili.
33. Lechner, Norbert (editor) (1982). *¿Qué significa hacer política?* Lima, Perú. Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo.
34. Lechner, Norberto (1986). *La conflictiva y nunca acabada construcción del orden deseado*. Madrid, España. Siglo XXI Editores.
35. Lenin, Vladimir Ilich (1978). *Introducción En La información de clase*. México. Siglo XXI editores.
36. Lindblom, Charles (1966). *Técnicas de coordinación política. Adopción de decisiones por adaptación mutua*. México. Editorial Roble.
37. Lourau, René (1988). *El análisis institucional*. Buenos Aires, Argentina. Amorrortu editores.
38. Maletzke, G. (1976). *Psicología de la comunicación social*. Quito, Ecuador. CIESPAL.
39. Marx, Carlos; Engels, Federico (1939). *La ideología alemana*. México. Ediciones Pavlov.
40. Mata, M. Cristina; Scaraffa, Silvia (1993). *Lo que dicen las radios. Una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. Quito, Ecuador. Ediciones Aler.
41. Miranda, Iván (2010). *Estado y ciudadanía en Bolivia*. La Paz, Bolivia. Editorial Graphy Net.
42. Montenegro, Carlos (1993). *Nacionalismo y coloniaje*. Librería Editorial Juventud, La Paz.
43. Ocampo M., Eduardo (1978). *Historia del periodismo boliviano*. Librería Editorial Juventud, La Paz, Bolivia.

44. Prada, Raúl (1983). *Lo dado y el dato. Epistemología de la datificación*. La Paz, Bolivia. UMSA.
45. Rivera, Gumercindo (1967). *La masacre de Uncía*. Oruro, Bolivia. Editorial Universitaria.
46. Roa Bastos, Augusto (1976). *Yo el Supremo*. Argentina. Cuarta Edición, Siglo XXI Editores.
47. Rodrigo A., Miquel (1989). *Los modelos de la comunicación*. Madrid. Editorial Tecnos.
48. Salkind (s.f.). *Métodos de investigación*. México. Ed Prentice Hall.
49. Sandoval, Isaac (1980). *Historia de Bolivia*. La Paz, Bolivia. Editorial Mundy Color.
50. Sandoval, Isaac (1988). *El proyecto político militar 1971 – 1982. El Estado de la Seguridad Nacional en Bolivia*. Santa Cruz, Bolivia. Editorial Universitaria.
51. Sartori, Giovanni (1987). *Teoría de la democracia. 1. El debate contemporáneo*. Buenos Aires, Argentina. Editorial REI. Cap. *El problema del consenso*.
52. Sartori, Giovanni (1999). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Argentina. 1ra. Reimpresión, Edit. Taurus.
53. Scharmm, W. (ed.). *Procesos y efectos de la comunicación de masas*. Universidad de Illinois. Quito. Traducido al español por CIESPAL..
54. Shannon, C.E. (1981). *Teoría matemática de la comunicación* en C.E. Shannon y W. Weaver. *Teoría matemática de la comunicación*. Madrid. Forja.
55. Singel, S.; Verón, E. (1988). *Introducción En Perón o muerte*. Buenos Aires. Edit. Hispanoamérica.
56. Taufic, Camilo (1977). *Periodismo y lucha de clases. La información como forma del poder político*. México. Editorial Nueva Imagen.
57. Thompson, Edward P. (1987). *Tradición, revuelta y consciencia de clase*. Barcelona. Edit. Crítica.

58. Verón, Eliseo (s.f.). *La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política*. En IPOLA DE, Emilio. et. al. *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires. Editorial Hachete.
59. Zavaleta, René (1983). *Las masas en noviembre*. La Paz, Bolivia. Editorial Juventud.

ANEXOS

Anexo 1

Primer momento, inaugural (16.05.1990)

Los momentos de La Razón neoliberal

La Razón

Fundado el 16 de mayo de 1990

La Paz, jueves 7 de junio de 1990 — Año I N° 1 — Bs 1.-

Nuestra Razón de ser

A manera de una declaración de principios

Con el editorial que señala en forma suficientemente explícita en la página tres de esta misma edición nuestro comienzo de labores, La Razón quiere poner en conocimiento de sus lectores y de la opinión pública qué clase de diario habrá de ser, cuál será su norma de conducta, a qué tipo de valores estará consagrado. Lo resumiremos como sigue:

1.- La Razón es un diario independiente, para algunos aún mejor expresado este concepto diciendo que es un diario libre. Su nombre, si no nuevo y hasta el mismo de un gran diario forzado a desaparecer en Bolivia en 1952, es un nombre propio. No tiene vinculación en absoluto con el de

aquel. Esta condición de independencia la asumen los diez socios de esta nueva La Razón, cada uno de ellos con la misma participación accionaria de un 10 %, sus dos Directores y el conjunto de periodistas que conforman su plantel.

2.- La independencia se refiere a cualquier tipo de alineamiento político partidario. La Razón no es un diario adscrito a ningún partido ni a ningún político en particular.

3.- Su norma de conducta, por tanto, será la de informar con veracidad sobre todo cuanto merezca ese tratamiento, analizar aquello que es materia de información y opinar en consecuencia.

4.- Nada, por su propia voluntad o la de sus socios o Directores, le impedirá cumplir el propósito antes enunciado, guiándose para ello por el más celoso sentido de responsabilidad respecto de los valores que norman esa conducta.

5.- Tales valores son evidentes:

-La democracia representativa, sistema político retomado por el país hace ocho años y frente al cual todos los demás resultan hoy probadamente ineficaces.

-Los valores del liberalismo político y económico, traducidos, como hoy se ve cada vez más claro en todo el mundo, en el ejercicio de la libertad en las dignas esferas en que se desenvuelve la

persona humana, entre ellas la que permite al hombre disentir y optar, y la libertad de empresa y de mercado.

-La justicia social, fin primero y último de lo anterior, entendiéndola como la obtención de una mejor calidad de vida para toda la sociedad, la cual está llamada a asumir por igual los derechos y las responsabilidades de la libertad.

6.- Por lo expresado, La Razón será un diario con una posición filosófica clara pero al mismo tiempo abierto a la diversidad de opiniones que puedan verter en sus páginas diferentes autores, y, por supuesto, a la más absoluta pluralidad informativa.

7.- El conjunto del diario, en su línea editorial tanto como en su labor informativa, en la publicación de artículos de opinión y en la participación de sus socios propietarios, estará al servicio de Bolivia. Ningún otro interés podrá anteponerse al del país, y en particular los de orden político partidario deberán estar subordinados.

8.- Hay, por cierto, otro tipo de valores más altos, ante los cuales inevitablemente los anteriores no pueden ser sino relativos. Son los valores del orden trascendente, por los que el hombre es una hechura de Dios y al que le debe obediencia, amor y lealtad. Una tal relación no podrá ser ignorada por este diario.



La Razón en las calles de La Paz

Gran Poder se posterga una semana por misterioso asesinato de párroco

Página 24

A tres meses de importar petróleo

Página 24

INDICE ECONOMICO

TIPO DE CAMBIO DEL BOLSIN

Tasa oficial 3.14 (Bs/\$US)
Monto Adjudicado 2.1 mill. (\$US)

BOLSA DE VALORES (CDs)

Monto negociado 7.455.980 (Bs.)
Volumen Negociado 4.802 títulos

MINERALES (Cotizaciones)

Estadío 2.82 (\$US L.F.)
Oro 359.25 (\$US O.T.)
Plata 5.05 (\$US O.T.)
Zinc 0.76 (\$US L.F.)

EN ESTA EDICION



Enfrentamiento étnico en URSS: 40 muertos y 200 heridos



Bolivia y Chile expresan en la O.E.A. deseo de iniciar diálogo



Gobierno niega intenciones de despedir 60 mil empleados



Juego sucio predomina entre Vargas Llosa y Fujimori

EXIJA EL SUPLEMENTO DEPORTIVO MUNDIAL '90

Figura 21. Primera edición

Periódico La Razón No. 1 de 7 de junio de 1990.

Anexo 2
Segundo directorio (07.11.1995)
Grupo Garafulic: 50 % de las acciones – Grupo Canelas: 50 % de las acciones

La Razón

La Paz, miércoles 8 de noviembre de 1995 — Año VI N° 1.966 — En todo el país Bs 3.- — 56 pgs. en 4 cuerpos

Fundado el 16 de mayo de 1990

La Razón recibe nuevos socios

Editorial Canelas S.A. (dueña de los diarios Los Tiempos de Cochabamba y Correo del Sur de Sucre), Raúl Garafulic Gutiérrez e hijos (accionistas de la Red ATB), y Jorge Canelas (director de este diario) conforman ahora la sociedad.

La Razón mantiene su independencia informativa y de opinión, y seguirá siendo, mejorado, el mismo buen diario que ha llegado a ser en sus cinco años y cinco meses de vida

Editorial y página A-9

En la FELCN no confiaba ni su jefe

EL NARCOAVIÓN ESTÁ ACABANDO CON ELLA

Su último Comandante decidió contar la verdad. Sus subalternos le ocultaban información. El sabía que existían irregularidades y reconoce que hubo negligencia. La institución anda escasa de fondos. EE.UU. les paga bonos extras a 24 de sus oficiales, incluido su jefe máximo

Páginas A-8 y 9

Mónica, MacLean, Gálvez y Gaby

La última encuesta de la Universidad Católica muestra las intenciones de voto de los paceños y lo que ellos piensan de los candidatos. Estamos a menos de un mes del día de las elecciones

Página A-3

Candidato	Porcentaje
No sabe	15,3%
MANTILLA	4,0%
MACLEAN	16,1%
GABY	15,3%
MÓNICA	30,4%
GÁLVEZ	15,3%
MABEL	0,5%
CAJÍAS	2,0%

VENTAJA INSUFICIENTE
Mónica Medina marcha primera en las preferencias, pero su ventaja no le alcanza para convertirse en Alcaldesa sin necesidad de alianzas. Ronald MacLean sube, pero está casi igualado con Rodolfo Gálvez y Gaby Candia

Romario se escapa en la noche de Barcelona. América ganó

Página C-3

América le ganó a Europa: el mundo vio un fútbol bello

Romario fue la figura. Stoichkov no se quedó atrás. Erwin Sánchez metió un pase-gol y demostró que está a la altura de los más grandes

Página C-8

EN ESTA EDICION

- Pg. B-6 **Flamante decreto antiinflacionario está a punto de ser anulado**
- Pg. A-8 **CNPZ y EGTK rechazan canjear su libertad por la de Doria Medina**

DOLAR OFICIAL Bs 4.87

Figura 22. Segundo directorio
 Periódico La Razón No. 1966 de 8 de noviembre de 1995.

ALTÍMETRO

Ni tan pluri,
ni tan multi

En estos días la Secretaría de Asuntos Etnicos difunde un impresionante spot televisivo que, a la Michael Jackson, metamorfosea ante nuestros ojos a unas personas en otras. Dicho de otra manera, un indígena aymara se transforma en una indígena quechua, que se transforma a su vez en otra indígena siriono, que se vuelve una anciana guaraní, y de vuelta a otro aymara, a otro siriono, a otro matico, y así sucesivamente. El spot culmina con un refrán auspicioso proclamado con voz triunfal acerca de lo maravilloso que es ser un país multitécnico y pluricultural.

Y sin embargo, dos segmentos poblacionales importantes brillan allí por su ausencia: los bolivianos blancos, descendientes de europeos—que los hay, y a la mayoría de los sociólogos les gusta calificar de criollos o blancoides occidentalizados—y los mestizos, que probablemente son la minoría numéricamente más importante. La discriminación inversa es tan condenable como la discriminación a secas.

La Razón

Diario nacional publicado por Comunicaciones El País S.A.

DIRECTOR:
JORGE CANELAS SÁENZ
VICIPRESIDENTE:
EJECUTIVO:
RAÚL GARAFULIC LEHM
DIRECTOR ADJUNTO:
MARIO FRÍAS INFANTE

DIRECTOR DE INFORMACIONES:
JOSE A. POMACUSI PAZ
JEFE DE INFORMACIONES:
AMPARO CANEDO G.

EDITORES:
El País: Jorge Guzmán Zúñiga
Pública: Edwin Herrera S.
Economía: Higinio Flores A.
Alberto Sivovira
Sociedad: Grover Yaparua A.
Internaci: Gustavo Guzmán
Cultura: Germán Aranz C.
Deportes: Ernesto Murillo E.
Giros: María José Rodríguez
Ventana: Juan Carlos Rocha C.

JEFE DE ARMADO:
Edmundo Montes
JEFE DE ARTE:
Rubén Salinas
FOTOCOPOSICIÓN:
Angel Miranda
GERENTE GENERAL:
MAURICIO CANELAS M.
GERENTE DE PUBLICIDAD:
PATRICIA CALDERÓN
DE EBERT
EL LORO DE ORO:
ALBERTO LUZA R.

Dep. Legal N° 4 - 3 - 291 - 90
Calle Jorge Sáenz N° 1330
Teléfono piloto: 350147 -
FAX 392048
FAX Publicidad: 351420
Teléfono: El Prado: 343760
FAX: El Prado: 377746
Casilla 13100, La Paz - Bolivia

La Razón

Una nueva etapa en La Razón

Habiendo sido conformada una nueva composición accionaria en este diario sobre la base de dos grupos familiares, Canelas y Garafulic, y del propio Director, lo primero que se ha de decir a sus crecientes lectores y anunciadores es que **La Razón**, nacida hace cinco años con un ideario de principios y que cada vez que es pertinente vuelve a ser reafirmado en sus propias páginas, continuará siendo el mismo periódico de siempre, es decir, un diario libre más que independiente, en la afirmación de Demetrio Canelas al fundar Los Tiempos de Cochabamba, divisa que hemos adoptado como nuestra, y en tal sentido, como se ha venido demostrando en estos cinco años, abocado a la tarea diaria de ofrecer al lector una información completa y veraz, y una opinión constructivamente crítica.

La editora de este diario, Comunicaciones El País S.A., ha cumplido un ciclo empresarial en el que merece destacarse el aporte invalorable de sus socios fundadores, que puede resumirse en un acto de fe en esta obra periodística, gracias al cual **La Razón** no sólo nació sino creció y llegó a la que hoy ha de considerarse ya su edad adulta.

En verdad, los nuevos accionistas de Comunicaciones El País S.A. no son tan nuevos. Como es de conocimiento general, el grupo Canelas, de Los Tiempos de Cochabamba, es accionista fundador de **La Razón**, como también el propio Director. Y el grupo Garafulic, si bien no presente hasta ahora accionariamente en la empresa Comunicaciones El País S.A., ha realizado ya con ella proyectos comunicacionales y periodísticos como el trabajo asociado en la información de más de una justa electoral en el país.

Junto a **La Razón**, pues, un diario que ha obtenido en sus cortos años un primerísimo lugar en la prensa nacional —lo dicen su enorme influencia de opinión, la propia y la de sus prestigiosos columnistas, sus lectores y sus anunciadores—, estarán ahora de manera más estrecha dos grandes apoyos, el de la Red ATB-Canal 9, y el de Los

Felicítándonos nosotros mismos en un ánimo que compartimos con nuestros colaboradores y redactores, renovamos otra vez el compromiso asumido desde el primer día, de producir un diario digno de lectores exigentes

Tiempos, en Cochabamba, y Correo del Sur, en Sucre, cada uno de estos cuatro medios informativos con su propia identidad, prestigio y caracterización, y sin necesidad alguna, cualquiera de ellos, de actuar sobre los otros que no sea de forma de una mutua y correcta colaboración recíproca.

Vale la pena reiterar un principio de celosa aplicación en este diario: ninguno

de sus socios ni el Director es más importante que el periódico mismo, y ante él, el lector y el anunciador. También existe otro principio general pero no suficientemente tomado en cuenta en nuestro país, y es el de que una garantía de independencia en un diario es su solvencia económica y financiera. La libertad, independencia y pluralismo de **La Razón** son los mismos que se ejercen en cada uno de los medios ahora asociados a ella; por esto, la propia independencia es fundamental, en las ideas así como en la economía del periódico, lo que supone una adecuada conducción periodística y también empresarial y gerencial.

Al cumplir exactamente cinco años y cinco meses de vida, **La Razón** emprende una nueva etapa, inscrita de manera más bien normal en su propio proceso de crecimiento y expansión. Por sus propios méritos—sin dejar de mencionar errores por los cuales creemos habernos disculpado siempre—, este diario ha llegado al sitio que hoy ocupa. Le faltaba un nuevo impulso, proveniente ahora de su nueva conformación accionaria. El diario Los Tiempos y su hermano menor Correo del Sur, constituyen el invalorable aporte de una experiencia periodística familiar de varias generaciones, y también lo será sin duda la que venga a prestar el periodismo televisivo y la destreza empresarial del grupo Garafulic, con diez años exitosos y pioneros en la televisión privada en Bolivia.

Felicítándonos nosotros mismos por estas novedades en un ánimo que compartimos con nuestros colaboradores y redactores, renovamos otra vez el compromiso asumido desde el primer día, de producir un diario digno de lectores exigentes.

Las carreteras en manos privadas

Una forma ideal, hasta qué punto realizable, es difícil todavía saber, de que el país cuente con mayor número de carreteras y en condiciones aceptables sería la de entregarlas al sector privado. Es lo que persigue un plan en marcha que, según informaciones de prensa, está a punto de concretarse mediante un decreto. La construcción de caminos, su mantenimiento y conservación correrán por cuenta de empresarios que obtengan las respectivas concesiones por un tiempo de cuarenta años, tiempo durante el cual obtendrán el retorno de sus inversiones, sumadas las correspondientes utilidades.

Posiblemente el sistema no pueda

ser aplicado a la totalidad de las carreteras, puesto que algunas, aunque necesarias, no son rentables, pero cumplen una función social que el Estado tiene el deber de asumir.

Es interesante el hecho de que no serán los empresarios los dueños de los caminos; seguirá siendo el Estado y ellos sólo concesionarios temporales, pero con beneficios para todos, en especial para los usuarios.

El funcionamiento de este plan, conviene advertirlo, ha de estar sujeto a la promulgación de una ley de Carga, que se halla en proyecto, pero estancado en algún lugar del Legislativo, como ocurre con tantos otros.

Sin este instrumento jurídico sería imposible que el país cuente con buenas carreteras, no importa quién las construya, administre y se preocupe de su mantenimiento y conservación. El deterioro prematuro de los caminos suele deberse no tanto a deficiencias en su construcción ni descuidos de su mantenimiento, sino al mal uso que de ellos se hace. Si lo que estaba calculado para soportar un determinado peso recibe uno mucho mayor, es inevitable que no resista. Tiene que haber una adecuada reglamentación técnica, igual que las existentes y estrictamente observadas en otros países, diríase en todo el mundo.

NOTA DEL DÍA

La oferta electoral en las municipales

En el de La Paz, y sin duda también en los demás municipios, sobre todo los grandes, hay tantas ofertas electorales cuantos, obviamente, candidatos a la silla consistorial. Con más o menos variantes entre sí, todos los planes son, en términos generales interesantes. Ninguno es disparatado o descartable por negativo y dañino.

Pero, si bien importa mucho lo que un candidato propone en su plan de trabajo, los objetivos que se plantea, lo que dice que hará si llega a ser alcalde, es tanto o más importante la explicación clara y convincente de cómo piensa hacerlo.

Los problemas de la ciudad son sentidos por todos; no se necesita una rara genialidad para descubrirlos e identificarlos. Otra cosa, empero, es el saber cómo encararlos y, dentro de eso, la visión realista de las soluciones.

El valor de una propuesta electoral, en el entendido de que está concebida con sentido común, con buena voluntad, con civismo, con sanos y sinceros deseos de lograr el beneficio colectivo, vale por el grado de factibilidad de los proyectos y por la relación de éstos con los objetivos fijados. Esto supone que el candidato esté en capacidad de procurarse los recursos necesarios, tanto en lo humano como en lo técnico y en lo económico financiero. Sin tales básicas condiciones, lo más probable es que las promesas no puedan ser cumplidas, por más que los propósitos sean auténticos.

La suerte de los candidatos se halla en relación directamente proporcional con el grado de confianza que inspiren en los electores. Y en este sentido es curioso el fenómeno de que esa confianza no siempre es ganada por la seriedad de la propuesta presentada sino por otros factores como el llamado carisma, la popularidad, la mayor o menor identificación con los sectores más amplios de la población. Las formas, en las campañas, están, en cuanto a capacidad determinante, por encima de los contenidos. La generalidad de la gente se guía por los afectos y sentimientos hacia el candidato, no tanto por el análisis conceptual de su discurso programático.

Figura 23. Editorial de la nueva etapa
Editorial del periódico La Razón de 8 de noviembre de 1995.

COMIENZA OTRA ETAPA

Nuevos accionistas se incorporan a La Razón

Editorial Canelas S.A., de Cochabamba; Raúl Garafulic Gutiérrez e hijos, y Jorge Canelas Sáenz conforman ahora la sociedad

Ayer, martes, Comunicaciones El País S.A., editora de **La Razón**, fue conformada en una nueva composición accionaria, con dos grupos de socios igualitarios: por una parte el grupo Canelas, de Editorial Canelas S.A. de Cochabamba, y Jorge Canelas Sáenz, Director del periódico, y el grupo Garafulic, de Raúl Garafulic Gutiérrez y sus hijos Raúl y Dieter Garafulic Lehm, a su vez vinculados a Illimani de Comunicaciones S.A.—Red ATB, de La Paz.

Los acuerdos para estas transferencias accionarias siguieron en los últimos días a ventas anteriores internas de acciones, hace alrededor de un mes, en diversas etapas.

Inmediatamente después de estas transferencias, el grupo Canelas de Cochabamba procedió a estudiar la incorporación de nuevos accionistas a la sociedad, lo que fue logrado, precisamente, con el nuevo conjunto de tres socios: Garafulic, como grupo familiar; Editorial Canelas S.A., también de conformación familiar, y Jorge Canelas Sáenz.

La primera decisión de los nuevos accionistas ha sido nombrar un directorio, el cual, a su vez, ratificó en sus funciones al Director del periódico, nombró como Presidente de la

empresa a Raúl Garafulic Gutiérrez; Vicepresidente, a Alfonso Canelas Tardío, y Vicepresidente Ejecutivo a Raúl Garafulic Lehm. Fue ratificado en la Gerencia General Mauricio Canelas Montaña.

La incorporación del grupo Garafulic es a título familiar, como ya queda dicho, no de la Red ATB-Canal 9, aunque con este medio de comunicación habrá, por cierto, recíproca colaboración de parte de los otros socios.

La independencia infor-

mativa y de opinión, la no adscripción de ninguna de las partes societarias a organización o partido político alguno o a otra entidad que no sea la propia de cada quien, así como el prestigio acumulado por cada uno de los medios periodísticos correspondientes, entre los cuales también figura Correo del Sur, en la ciudad de Sucre, son una garantía de que **La Razón** seguirá siendo, mejorado, el mismo buen diario que ha llegado a ser.

Como está señalado en

un editorial en esta misma edición a propósito de estos cambios, el ideario de **La Razón**, coincidente con el de Los Tiempos, Correo del Sur y el de Red ATB-Canal 9, y mantenido en su integridad, afirma el compromiso del periódico y sus accionistas con el sistema y los valores de la democracia en lo político, económico y social; con la lucha contra el narcotráfico y la corrupción, y con la convivencia civilizada y mejoramiento de la sociedad boliviana en su conjunto.



El anuncio oficial del crecimiento de la familia de La Razón

Figura 24. La noticia de la noticia

La noticia de la composición accionaria del periódico La Razón de 8 de noviembre de 1995.

Anexo 3

Tercer directorio (10.02.1998)
 Grupo Garafulic: 100 % de las acciones.
 Se quedan con el monopolio de la empresa e
 inauguran un periodo de gran expansión mediática



0800-7979

La Razón



Fundado el 16 de mayo de 1990 La Paz, miércoles 11 de febrero de 1998 — Año VII N° 2.778 — En todo el país Bs 3.50 — 72 pgs. en 4 cuerpos

EMBAJADA NORTEAMERICANA EN BOLIVIA

EE.UU. preocupado por la estabilidad de las inversiones

"Los inversionistas y la embajada, como representante del gobierno de EE.UU., siempre están preocupados porque el medio ambiente para la inversión extranjera sea estable y transparente", dice la declaración. Se refiere a los cambios en el sistema de regulación y a la revisión de los contratos de capitalización. El gobierno responde y ofrece garantías a las inversiones nacionales y extranjeras. Cualquier modificación —dice— será para mejorar el sistema y se hará de forma consensuada

Página B-7

Una nueva composición accionaria en La Razón

Desde el mediodía de ayer, Comunicaciones El País S.A., editora de La Razón, tiene una nueva composición accionaria. El grupo Garafulic, que ya era propietario del 50 por ciento de las acciones del periódico, compró al grupo Canelas el restante 50 por ciento del paquete accionario. El proceso de compra-venta se realizó como efecto del enorme crecimiento de la empresa. Como consecuencia del acuerdo firmado en la víspera, han presentado sus renuncias irrevocables a este periódico Jorge Canelas Sáenz, director de La Razón; Alfonso Canelas Tardío, vicepresidente del directorio de Comunicaciones El País, S.A.; y Eduardo Canelas Montañó, gerente general de la empresa. Todos ellos merecen el agradecimiento del nuevo Directorio y de la Redacción, pero en el caso del primero resulta de absoluta justicia añadir unas palabras. Jorge Canelas Sáenz ha sido para La Razón mucho más que uno de sus fundadores: su probada capacidad y talento de periodista de oficio y principios, le permitieron hacer de éste un periódico de primer nivel, logrando ubicarlo en el privilegiado sitio que hoy tiene. A lo largo de los últimos siete años, Canelas marcó de modo indeleble a nuestro diario.

Gaby Candia será liberada, su caso está en la Corte

El juez Antonio Santamaría decidió que el caso Gaby-Santa Bárbara pase a la Corte Superior de Distrito, procedimiento al que se acogen funcionarios públicos que cometieron delitos en el ejercicio de sus funciones. "Se trata de un caso de corte", dijo el juez. Serán liberados otros dos implicados en el proceso. La Alcaldía presentó una querrela criminal contra Candia y quienes están involucrados en la irregular compra del terreno

Página A-9



SANTAMARÍA Y SANTA BÁRBARA

El juez recibe los obrados del proceso que se sigue contra la ex Alcaldesa de la ciudad de La Paz y varios otros acusados. Gaby Candia gozará de caso de corte



El Diálogo Nacional II no está en los planes oficiales sobre el Bonosol

PROPUESTA DE GONI RECHAZADA

Bonosol: la Mega decide, no quiere un Diálogo Nacional

El gobierno y los partidos oficialistas negaron la propuesta del MNR. En tanto, los jubilados plantean al Ejecutivo el pago de un Bonosol de \$us 120 este año

Página A-12

EN ESTA EDICIÓN



Respuesta al pliego laboral: el aumento salarial será mínimo; la COB habla de burla

Página A-8



El viernes se dictará auto final contra Dante Escobar

Pg. A-3



Ahora el Seguro de Vejez también está en peligro

Pg. A-10

Figura 25. Tercer directorio
 Periódico La Razón de 11 de febrero de 1998

Cambios accionarios en La Razón y El Nuevo Día

Tras una compraventa de acciones de la empresa Comunicaciones El País S. A., concluyó ayer la asociación entre los grupos Garafulic y Canelas.

Como consecuencia de la operación, ahora el grupo Garafulic controla el 100 por ciento de las acciones del matutino **La Razón**, que se edita en La Paz, y el 66,66 por ciento de las acciones del rotativo El Nuevo Día, de Santa Cruz. Antes de que se verificara la transacción, el grupo Canelas controlaba el 50 por ciento de las acciones de **La Razón** y el 33,33 por ciento de El Nuevo Día. La accionista Nancy Eklund vda. de Gutiérrez tiene el restante 33,33 por ciento de El Nuevo Día.

Según un acuerdo previo que contaba con el consenso de las dos partes, el grupo Canelas hizo una oferta por la participación accionaria del grupo Garafulic en los dos periódicos; sin embargo, en el acuerdo se estableció que esa primera oferta podía ser aceptada o rechazada; el grupo Garafulic optó por el rechazo y de esa forma accedió al derecho de efectuar una oferta por las acciones del grupo Canelas, la cual resultó ser superior a la primera; por tanto, el control de los dos matutinos está ahora en manos del grupo Garafulic.

En noviembre de 1995, el grupo Garafulic compró las participaciones accionarias en Comunicaciones El País S. A., de Fernando Romero, Fernando Illanes, To'mmy Lonsdale y Juan Azcuí, entre otros; posteriormente, transfirió la mitad de esas acciones al grupo Canelas de Cochabamba.

El grupo Garafulic también es propietario de la red televisiva ATB, que cubre las nueve capitales departamentales del país.

CAMBIO DE DIRECTOR EN LA RAZÓN

Como efecto de las mencionadas modificaciones accionarias, renunció a la dirección de **La Razón** el prestigioso periodista Jorge Canelas Sáenz, quien ejerció estas altas funciones desde el 16 de mayo de 1990.

Dotado de una notable formación y experiencia periodística y de una gran capacidad profesional, Jorge Canelas Sáenz no sólo fundó nuestro matutino, sino que a lo largo de estos casi ocho años de circulación ininterrumpida lo convirtió, con una acertada dirección, en el más importante del país. En la redacción del periódico sin duda alguna se extrañarán sus sabias directrices.

NUEVOS DIRECTORIOS

Tras los cambios accionarios, también los directorios de **La Razón** y de El Nuevo Día experimentarán modificaciones. Alfonso Canelas Tardío y Eduardo Canelas Montano —ambos del grupo Canelas— renunciaron a la vicepresidencia y a la gerencia general de Comunicaciones El País S.A., respectivamente.

Se anunció que hoy se conocerá el nombre del nuevo director de **La Razón** y, simultáneamente, a los nuevos miembros de los directorios de **La Razón** y El Nuevo Día.

Figura 26. Los nuevos cambios accionarios

Periódico La Razón de 11 de febrero de 1998.

Anexo 4

Los momentos de La Razón Posneoliberal Transnacional

La Paz, 23 de octubre de 2000



Figura 27. Los momentos de La Razón posneoliberal transnacional
 Periódico La Razón de 24 de octubre de 2000.



Figura 28. Lo acuerdos Garfulic y Polanco
El editorial de La Razón de 24 de octubre de 2000.

Anexo 5

Grupo Prisa asume el control de los medios
La Paz, 17 de julio de 2003

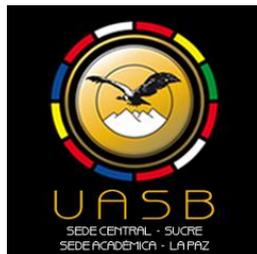


Figura 29. Garáfulic perdió todo.

El periódico La Razón de 17 de julio de 2003 anuncia el control total de la empresa.

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR

MAESTRÍA COMUNICACIÓN Y DESARROLLO



TESIS DE GRADO

COMPORTAMIENTO MEDIÁTICO DEL PERIÓDICO LA RAZÓN (1990 – 2003): ESTUDIO DE CASO BASADO EN EL ANÁLISIS DEL DISCURSO

PRESENTADO PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN Y DESARROLLO

Postulante: Iván Miranda Balcázar

Docente tutor: Msc. Lic. Norah Villena Almendras

La Paz – Bolivia

2011

Problema

La Razón

Fundado el 16 de mayo de 1990

La Paz, jueves 7 de junio de 1990 — Año I N° 1 — Bs 1.

Nuestra Razón de ser

A manera de una declaración de principios

Con el editorial que señala en forma suficientemente explícita en la página tres de esta misma edición nuestro comienzo de labores, La Razón quiere poner en conocimiento de sus lectores y de la opinión pública qué clase de diario habrá de ser, cuál será su norma de conducta, a qué tipo de valores estará consagrado. Lo resumiremos como sigue:

1.- La Razón es un diario independiente, para algunos aún mejor expresado este concepto diciendo que es un diario libre. Su nombre, si no nuevo y hasta el mismo de un gran diario forzado a desaparecer en Bolivia en 1952, es un nombre propio. No tiene vinculación en absoluto con el de

aquel. Esta condición de independencia la asumen los diez socios de esta nueva La Razón, cada uno de ellos con la misma participación accionaria de un 10 %, sus dos Directores y el conjunto de periodistas que conforman su plantel.

2.- La independencia se refleja a cualquier tipo de alineamiento político partidario. La Razón no es un diario adscrito a ningún partido ni a ningún político en particular.

3.- Su norma de conducta, por tanto, será la de informar con veracidad sobre todo cuanto merezca ese tratamiento, analizar aquello que es materia de información y opinar en consecuencia.

4.- Nada, por su propia voluntad o a la de sus socios o Directores, le impedirá cumplir el propósito antes enunciado, guiándose para ello por el más celoso sentido de responsabilidad respecto de los valores que norman esa conducta.

5.- Tales valores son evidentes: -La democracia representativa, sistema político retomado por el país hace ocho años y frente al cual todos los demás resultan hoy probadamente ineficaces.

-Los valores del liberalismo político y económico, traducidos, como hoy se ve cada vez más claro en todo el mundo, en el ejercicio de la libertad en las distintas esferas en que se desenvuelve la

persona humana, entre ellas la que permite al hombre discurrir y optar, y la libertad de empresa y de mercado.

-La justicia social, fin primordial y último de lo anterior, entendiéndola como la obtención de una mejor calidad de vida para toda la sociedad, la cual está llamada a asumir por igual los derechos y las responsabilidades de la libertad.

6.- Por lo expresado, La Razón será un diario con una posición filosófica clara pero al mismo tiempo abierto a la diversidad de opiniones que puedan verter en sus páginas diferentes autores, y, por supuesto, a la más absoluta pluralidad informativa.

7.- El conjunto del diario, en su línea editorial tanto como en su labor informativa, en la publicación de artículos de opinión y en la participación de sus socios propietarios, estará al servicio de Bolivia. Ningún otro interés podrá anteponerse al del país, y en particular los de orden político partidario deberán estarle subordinados.

8.- Hay, por cierto, otro tipo de valores más altos, ante los cuales inevitablemente los anteriores no pueden ser sino relativos. Son los valores del orden trascendente, por los que el hombre es una hechura de Dios y al que le debe obediencia, amor y lealtad. Una tal relación no podrá ser ignorada por este diario.



La Razón en las calles de La Paz

Gran Poder se posterga una semana por misterioso asesinato de párroco

Página 24

A tres meses de importar petróleo

Página 24

INDICE ECONOMICO

TIPO DE CAMBIO DEL BOLSON

Tasa oficial 3.14 (Bs/\$US)
Monto Adjudicado 2.1 mill. (\$US)

BOLSA DE VALORES (CD\$)

Monto negociado 7.455.980 (Bs.)
Volumen Negociado 4.802 títulos

MINERALES (Cottizaciones)

Estaño 2.82 (\$US L.F.)
Oro 369.25 (\$US O.T.)
Plata 5.05 (\$US O.T.)
Zinc 0.76 (\$US L.F.)

EN ESTA EDICION

Pg. 18 **Enfrentamiento étnico en URSS: 40 muertos y 200 heridos**

Pg. 12 **Bolivia y Chile expresan en la O.E.A. deseo de iniciar diálogo**

Pg. 12 **Gobierno niega intenciones de despedir 60 mil empleados**

Pg. 15 **Juego sucio predomina entre Vargas Llosa y Fujimori**

EXIJA EL SUPLEMENTO DEPORTIVO MUNDIAL '90

Fundado el 16 de mayo de 1990

¿Cuál es el comportamiento mediático del

periódico La Razón, durante el periodo de 1990 a 2003?

1.- La Razón es un diario independiente, para algunos aún mejor expresado este concepto diciendo que es un diario libre. Su nombre, si no nuevo y hasta el mismo de un gran diario forzado a desaparecer en Bolivia en 1952, es un nombre propio. No tiene vinculación en absoluto con el de

2.- La independencia se refleja a cualquier tipo de alineamiento político partidario. La Razón no es un diario adscrito a ningún partido ni a ningún político en particular.

3.- Su norma de conducta, por tanto, será la de informar con veracidad sobre todo cuanto merezca ese tratamiento, analizar aquello que es materia de información y opinar en consecuencia.

4.- Nada, por su propia voluntad o a la de sus socios o Directores, le impedirá cumplir el propósito antes enunciado, guiándose para ello por el más celoso sentido de responsabilidad respecto de los valores que norman esa conducta.

5.- Tales valores son evidentes: -La democracia representativa, sistema político retomado por el país hace ocho años y frente al cual todos los demás resultan hoy probadamente ineficaces.

6.- Por lo expresado, La Razón será un diario con una posición filosófica clara pero al mismo tiempo abierto a la diversidad de opiniones que puedan verter en sus páginas diferentes autores, y, por supuesto, a la más absoluta pluralidad informativa.

7.- El conjunto del diario, en su línea editorial tanto como en su labor informativa, en la publicación de artículos de opinión y en la participación de sus socios propietarios, estará al servicio de Bolivia. Ningún otro interés podrá anteponerse al del país, y en particular los de orden político partidario deberán estarle subordinados.

8.- Hay, por cierto, otro tipo de valores más altos, ante los cuales inevitablemente los anteriores no pueden ser sino relativos. Son los valores del orden trascendente, por los que el hombre es una hechura de Dios y al que le debe obediencia, amor y lealtad. Una tal relación no podrá ser ignorada por este diario.

Justificación

- Raíces de la investigación: Proceso político – histórico neoliberal iniciado en 1985



El modelo carecía de una instancia orgánica y de identidad política e ideológica consustancial al modelo para legitimar la transición del Estado Nacional Revolucionario al Estado Neoliberal en Bolivia.

La mediación del discurso predominante, hegemónico y de dominación fue adoptada por La Razón.

Justificación...

El discurso del modelo desde los media

Elite de partidos políticos (MNR)



Dominio y hegemonía

Intelectuales orgánicos



Crear opinión pública

Medios (La Razón)



Construir sentido y legitimar el discurso



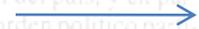
Comunicación

Grupo Garafulic se empodera con gran éxito



La Razón
Imperio influyente en el complejo mediático

Termina como el modelo en gran ruina



Impuso en la sociedad su circulación

Referente noticioso y de opinión

Gran estabilidad y expansión empresarial

Principios

Objetivo general

Establecer el comportamiento mediático del periódico La Razón, durante el periodo de 1990 a 2003 mediante el análisis del discurso.

4.- Nada, por su propia voluntad o la de sus socios o Directores, le impedirá cumplir el propósito antes enunciado, guiándose para ello por el más celoso sentido de responsabilidad respecto de los valores que norman esa conducta.

5.- Tales valores son evidentes:

-La democracia representativa, sistema político retomado por el país hace ocho años y frente al cual todos los demás resultan hoy probadamente ineficaces.

-Los valores del liberalismo político y económico, traducidos, como hoy se ve cada vez más claro en todo el mundo, en el ejercicio de la libertad en las distintas esferas en que se desenvuelve la

persona humana, entre ellas la que permite al hombre disentir y optar, y la libertad de empresa y de mercado.

-La justicia social, fin primero y último de lo anterior, entendiéndola como la obtención de una mejor calidad de vida para toda la sociedad, la cual está llamada a asumir por igual los derechos y las responsabilidades de la libertad.

6.- Por lo expresado, La Razón será un diario con una posición filosófica clara pero al mismo tiempo abierto a la diversidad de opiniones que puedan verter en sus páginas diferentes autores, y, por supuesto, a la más absoluta pluralidad informativa.

La Razón

Objetivos específicos

fundado el 16 de mayo de 1990

La Paz, jueves 7 de junio de 1990 — Año I N° 1 — Bs 1.-

- Determinar el comportamiento mediático del periódico La Razón, durante el periodo oligárquico.

- Identificar el comportamiento mediático del periódico La Razón, durante el periodo neoliberal.

- Determinar el comportamiento mediático del periódico La Razón, durante el periodo posneoliberal-transnacional.

A manera de una declaración de principios

Con el editorial que señala en forma suficientemente explícita en la página tres del primer número de edición nuestro comienzo de labores, La Razón quiere poner en conocimiento de sus lectores y de la opinión pública que clase de diario habrá de ser y bajo qué norma de conducta y cuáles valores estará consagrado. Lo resumiremos como sigue:

- 1.- La Razón es un diario independiente, para ser tal debe haber expresado esta independencia que es un diario libre. Su nombre, si no nuevo y hasta el mismo de un gran diario forzado a desaparecer en Bolivia en 1952, es un nombre propio. No tiene vinculación en absoluto con el de aquel. Esta condición de independencia, la asumimos desde el primer día con los diez socios o socios de ellos con la misma participación accionaria de un 10 %, sus Directores y el conjunto de periodistas que conforman su núcleo editorial.
- 2.- La independencia se refiere a cualquier tipo de alineamiento con el poder político o económico del país. La Razón no es un diario adscrito a ningún partido político en el país.
- 3.- Su norma de conducta, por tanto, será la de informar con veracidad sobre todo cuanto merezca ese tratamiento, actualizar aquello que es materia de información y opinar en consecuencia.
- 4.- Nada, por su propia voluntad, permitirá que se violen los principios antes enunciados, guiándose para ello por el más celoso sentido de responsabilidad respecto de los valores que norman esa conducta.
- 5.- Los valores del liberalismo político y económico, traducidos, como hoy se ve cada vez más claro en todo el mundo, en el ejercicio de la libertad en las distintas esferas en que se desenvuelve la persona humana, entre ellas la que permite al hombre disentir y ejercer la libertad de empresa y de mercado.
- 6.- Por lo expresado, La Razón será un diario con una posición filosófica clara pero al mismo tiempo abierto a la diversidad de opiniones que puedan verter en sus páginas diferentes autores, y, por supuesto, a la más absoluta pluralidad informativa.
- 7.- El conjunto del diario, en su línea editorial tanto como en su labor informativa, en la publicación de artículos de opinión y en la participación de sus socios propietarios, estará al servicio de Bolivia. Ningún otro interés podrá prevalecer sobre el de los bolivianos, y en particular los socios políticos partidarios deberán estar subordinados a los intereses de la patria.

8.- Otro tipo de valores más altos, ante los cuales inevitablemente los anteriores no pueden ser sino relativos. Son los valores del orden trascendente, por los que el hombre es una hechura de Dios y al que le debe obediencia, amor y lealtad. Una tal relación no podrá ser ignorada por este diario.

Estructura y metodología

Cuadro de análisis del discurso

Período	Años	Composición empresarial	Criterios de análisis
			Naturaleza de clase del Estado Campo comunicacional Económico Político Social

Periodización del trabajo

Medios	Período	Años	Distinción
El Comercio	Oligarquía conservadora o de la plata	1878	Primer periódico comercial que reemplazó a los periódicos subvencionados por el Estado, los gobiernos o jefes políticos.
La Razón	Oligarquía Liberal y Oligarquía de la Rosca Minero Feudal	1917 – 1952	Expresión de los llamados “Barones del Estaño” o la “rosca minero – feudal”, como fue bautizado en ese tiempo.
La Razón	Oligarquía Neoliberal	1990 – 2000	Identidad orgánica con el modelo neoliberal inaugurado en 1985 mediante el D.S. 21060.
La Razón	Oligarquía posneoliberal y transnacional	2000 - 2003	Extensión empresarial con la transnacional, Grupo Prisa de España, una de las más grandes de la comunicación del mundo iberoamericano.

Fundamentos teóricos

Teoría de la comunicación

Paradigmas – Corrientes teóricas

Funcionalismo

1. La “Aguja Hipodérmica”
2. La Agenda Setting
3. La comunicación política y opinión pública
4. La investigación en la comunicación

los *media* en el escenario ideológico y político del Estado y la cuestión del análisis del discurso

Revisión crítica desde el marxismo clásico y el funcionalismo

Marxismo

1. "ideólogos de la clase obrera" (Lenin)
2. "los intelectuales orgánicos" (Gramsci)
3. “Aparatos Ideológicos del Estado” (Althusser)
4. “la industria cultural” (Escuela de Frankfurt)
5. las “tendencias del Estado en la creación de sus aparatos culturales” (Esteinou)

Teoría crítica

Análisis del discurso
1960 - 1970

Fundamentos teóricos

REFERENTES DE UNA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

CONTEXTO POLÍTICO – SOCIAL - ECONÓMICO

Visión y misión institucional que guía la acción de los media

Concepción en el marco de sus principios, valores y objetivos

Los media

Noticia y opinión

PÚBLICO INTERNO

PÚBLICO EXTERNO

Las fuentes

Los contextos

La política comunicacional expone la construcción a largo plazo de su identidad orgánica con la filosofía de una forma de Estado y sociedad.

Concreta con precisión y coherencia esa política desde el complejo mediático

Fundamentos teóricos

Análisis crítico del discurso

Teun A. van Dijk

Discurso: los que se centran en el discurso mismo o en la estructura,

Cognición: los que consideran el discurso como comunicación en el ámbito de la "cognición", y

Sociedad: aquellos que se centran en la estructura socio-cultural.

Gilles Deleuze

El político ficciona la "historia a partir de una realidad política..." y

los medios forman el mercado lingüístico

Emilio Ipola

Condiciones sociales de **producción** del discurso

Condiciones sociales de **circulación** del discurso

Condiciones sociales de **recepción** del discurso

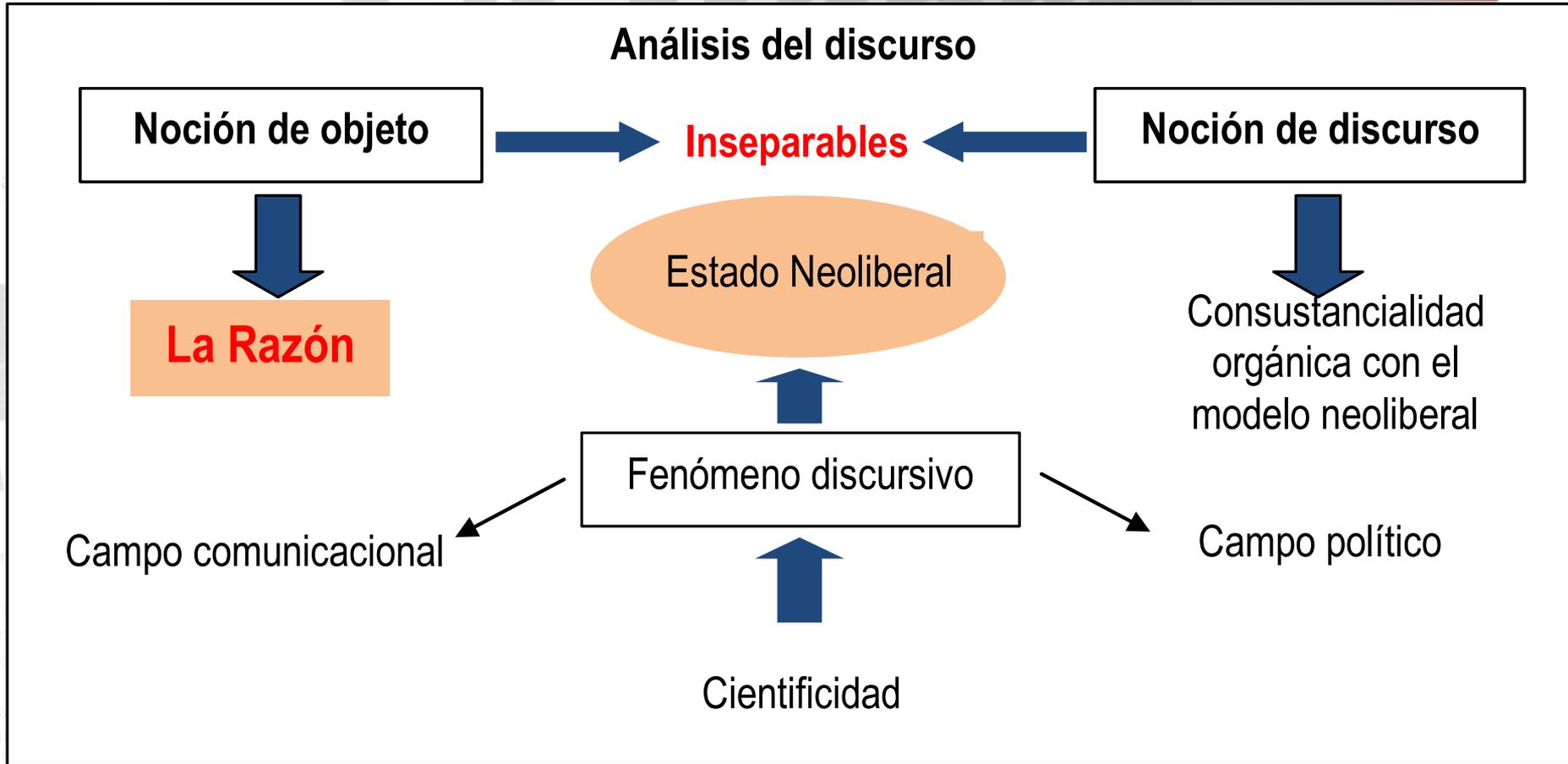
Silvia Sigal y Eliseo Verón

Noción de "objeto" y noción de "discurso".

El discurso desde la teoría crítica

Comunicación sirve para la integración,
Ficciona la interpretación de la sociedad;
Legitima el orden establecido

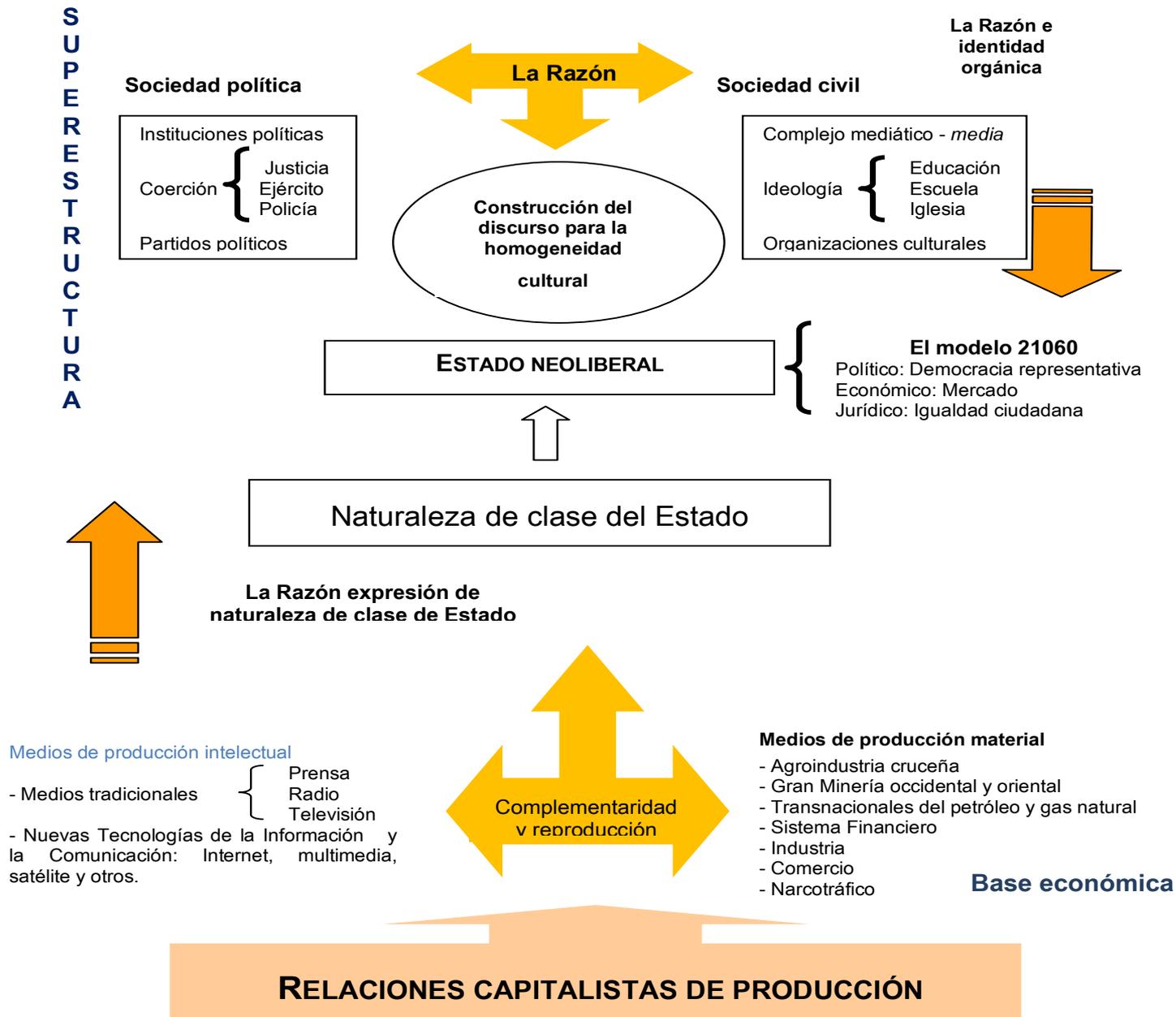
Fundamentos teóricos



Trayectoria del neoliberalismo en Bolivia

1985 – 1993	1993 – 2000	2001 - 2003
Ascenso del Estado Neoliberal	Desarrollo del Estado Neoliberal – transnacional	Agotamiento del Estado Neoliberal – Transnacional.

Mediación para la hegemonía y dominación



Desarrollo de la investigación

Aspectos prácticos



Cuadro de análisis del discurso



Análisis del editorial



Concentración y monopolio mediático



Crisis y agotamiento del imperio mediático

Comprender el discurso de La Razón
Búsqueda de la lógica del proceso político en Bolivia
Editoriales, composición empresarial, comunicados y declaraciones empresariales.

Criterios de análisis

Naturaleza de clase del Estado
Campo comunicacional
Económico
Político
Social

Prensa
Radio
Televisión
Multimedia
Telecomunicaciones

Final del grupo Garafulic y triunfo transnacional

Desarrollo de la investigación

El escenario político de pactos de gobernabilidad

Período	Acuerdo de Gobernabilidad	Partidos de apoyo	Presidente
1985-1989	Pacto por la democracia	MNR - ADN	Víctor Paz Estenssoro (MNR)
1989-1993	Acuerdo Patriótico	MIR - ADN - FRI	Jaime Paz Zamora (MIR)
1993-1997	Pacto de Gobernabilidad	MNR - UCS - MBL - MRTKL	Gonzalo Sánchez de Lozada (MNR)
1997-2002	Compromiso por Bolivia	ADN - MIR - UCS - NFR - CDP	Hugo Banzer Suárez (ADN) Jorge Quiroga
2002-2003	Plan Bolivia	MNR - MIR - NFR - UCS	Gonzalo Sánchez de Lozada
2003-2005	Gobiernos provisionales	MBL y aliados de Mesa	Carlos Mesa Gisbert Eduardo Rodríguez

Agotamiento del Estado Nacional Revolucionario

Dominación del Estado neoliberal

La violencia consustancial al sistema político

Desmantelamiento del sindicato: Federación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia

Debilitamiento de la COB: Cierre de fábricas, privatización de YPFB, ENFE, ENDE,

Eliminación de las Corporaciones Estatales: CBF, COMIBOL

Nuestra Razón de ser

A manera de una declaración de principios

Con el editorial que señala en forma suficientemente explícita en la página tres de esta misma edición nuestro comienzo de labores, La Razón quiere poner en conocimiento de sus lectores y de la opinión pública qué clase de diario habrá de ser, cuál será su norma de conducta, a qué tipo de valores estará consagrado. Lo resumiremos como sigue:

1.- La Razón es un diario independiente, para algunos aún mejor expresado este concepto diciendo que es un diario libre. Su nombre, si no nuevo y hasta el mismo de un gran diario forzado a desaparecer en Bolivia en 1952, es un nombre propio. No tiene vinculación en absoluto con el de

aqué. Esta condición de independencia la asumen los diez socios de esta nueva La Razón, cada uno de ellos con la misma participación accionaria de un 10 %, sus dos Directores y el conjunto de periodistas que conforman su plantel.

2.- La independencia se refiere a cualquier tipo de alineamiento político partidario. La Razón no es un diario adscrito a ningún partido ni a ningún político en particular.

3.- Su norma de conducta, por tanto, será la de informar con veracidad sobre todo cuanto merezca ese tratamiento, analizar aquello que es materia de información y opinar en consecuencia.

4.- Nada, por su propia voluntad o la de sus socios o Directores, le impedirá cumplir el propósito antes enunciado, guiándose para ello por el más celoso sentido de responsabilidad respecto de los valores que norman esa conducta.

5.- Tales valores son evidentes:

-La democracia representativa, sistema político retomado por el país hace ocho años y frente al cual todos los demás resultan hoy probadamente ineficaces.

-Los valores del liberalismo político y económico, traducidos, como hoy se ve cada vez más claro en todo el mundo, en el ejercicio de la libertad en las distintas esferas en que se desenvuelve la

persona humana, entre ellas la que permite al hombre disenter y optar, y la libertad de empresa y de mercado.

-La justicia social, fin primero y último de lo anterior, entendiéndola como la obtención de una mejor calidad de vida para toda la sociedad, la cual está llamada a asumir por igual los derechos y las responsabilidades de la libertad.

6.- Por lo expresado, La Razón será un diario con una posición filosófica clara pero al mismo tiempo abierto a la diversidad de opiniones que puedan verter en sus páginas diferentes autores, y, por supuesto, a la más absoluta pluralidad informativa.

7.- El conjunto del diario, en su línea editorial tanto como en su labor informativa, en la publicación de artículos de opinión y en la participación de sus socios propietarios, estará al servicio de Bolivia. Ningún otro interés podrá anteponerse al del país, y en particular los de orden político partidario deberán estarle subordinados.

8.- Hay, por cierto, otro tipo de valores más altos, ante los cuales inevitablemente los anteriores no pueden ser sino relativos. Son los valores del orden trascendente, por los que el hombre es una hechura de Dios y al que le debe obediencia, amor y lealtad. Una tal relación no podrá ser ignorada por este diario.

Declaración de principios de La Razón en su momento de creación

Primera edición de 19 de mayo de 1990.

ario, en no en su publicación y en los proyectos de Bosis podrá en particular otro tipo de los cuat

no pueden ser sino relativos. Son los valores del orden trascendente, por los que el hombre es una hechura de Dios y al que le debe obediencia, amor y lealtad. Una tal relación no podrá ser ignorada por este diario.

Identidad institucional: El discurso de principios

Campo	Filosofía institucional	Política comunicacional	Estrategia comunicacional
Comunicacional	<ul style="list-style-type: none"> - Diario independiente – libre - Sentido de responsabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Informar con veracidad - Pluralidad informativa 	<ul style="list-style-type: none"> - Noticias y opiniones al servicio de Bolivia
Económico	<ul style="list-style-type: none"> Libertad de empresa y libertad de mercado 		
Político	<ul style="list-style-type: none"> - Liberalismo político y económico - Democracia representativa - Fe en Dios 	<ul style="list-style-type: none"> - Sin adscripción a ningún partido o político 	<ul style="list-style-type: none"> - Sin subordinación de orden político partidario
Social	<ul style="list-style-type: none"> - Justicia social 	<ul style="list-style-type: none"> - Abierto a la diversidad de opiniones 	

La Razón se muerde la cola

La Razón

e/11/91

Nuestro apoyo al candidato Ronald MacLean

Se ha suscitado una situación equívoca a propósito del apoyo expresado por este periódico a la candidatura a su reelección como alcalde de la ciudad por parte de Ronald MacLean. Una situación que queremos dejar definitivamente aclarada en este editorial.

Vale la pena, con esa intención, señalar lo dicho internamente en el periódico a nuestra planta de redactores: un ejercicio, precisamente, de la democracia en la prensa, de una democracia sólida, en los países donde ella está consolidada y fortalecida, es la opción que toman los diarios para, editorialmente, apoyar una determinada candidatura sin por ello perder su independencia ni vigilancia crítica, y más todavía la vigilancia de la gestión administrativa correspondiente si tal candidatura gana la elección.

Diarios como el New York Times, en general todos los diarios norteamericanos, la prensa inglesa, la prensa alemana, días antes de una elección comunican en un editorial a sus lectores que "votan" por alguien, es decir, en mérito a las cualidades de un determinado candidato, lo recomiendan ante la ciudadanía por la concepción de su programa y por sus condiciones personales. Y, precisamente, por las características de independencia esos periódicos es que tal opción puede ser tomada, lo que no ocurriría con un diario comprometido con intereses particulares o de un partido político.

Implica esto una actitud en primer lugar clara, evidente, no sujeta a dudas y suposiciones, evitando, justamente, lo equívoco de apoyar -de hecho casi todos los diarios lo hacen pero no lo dicen- una determinada candidatura con subterfugios. En tal sentido, **La Razón** "vota" por MacLean, recomienda esa candidatura a la ciudadanía conscientemente y públicamente, convenci-

Es una posición muy clara, inobjetable, acorde con los principios sustentados por este periódico desde el día de su aparición, hace 16 meses, la que hemos asumido, y que para nada compromete ni la ética ni la independencia ni la objetividad profesional ni informativa de quienes elaboran La Razón.

Informativamente, esto es, en tanto y en cuanto un diario informa al lector, **La Razón** no deberá sino seguir esforzándose por realizar bien su labor en ese campo en forma absolutamente objetiva, cosa que, precisamente, no ocurrió en los últimos días.

Una comunicación escrita -la única- enviada a la ex Jefatura de Redacción sobre este particular, después de mencionar la práctica usual del apoyo editorial de un periódico a una determinada candidatura con las salvedades críticas y de independencia ya dichas, señalaba textualmente: "esto no quiere decir que la información debe ser parcial en favor de MacLean, pero tampoco que le sea adversa, como viene ocurriendo se diría deliberadamente..."

Es, pues, una posición muy clara, inobjetable, acorde con los principios sustentados por este periódico desde el día de su aparición, hace 16 meses, la que hemos asumido, y que para nada compromete ni la ética ni la independencia ni la objetividad profesional ni informativa de quienes elaboran **La Razón**. Precisamente -lo repetimos- es un motivo ético, si se quiere, el que ha llevado a la Dirección y al Directorio del periódico a optar por un candidato a alcalde, el señor MacLean, de manera pública y abierta, pero crítica a la vez.

da de que es la mejor opción para la ciudad de La Paz. Conformado como está este diario por diez socios paritarios, la decisión de apoyo a MacLean ha sido tomada unánimemente, por consenso. Ninguno de los socios no sólo dijo que no, sino que expresó voluntariamente su apoyo a la propuesta de dicho respaldo electoral.

Hasta aquí lo que corresponde a la posición de nuestro diario asumida como tal, es decir editorialmente.

A | 2 | sociedad

LOS TRABAJADORES QUE DESEEN POSTULARSE DEBERÁN RENUNCIAR SEIS MESES ANTES DE

Los socios de Comunicaciones E no usarán sus medios como tram

Consecuentes con la propuesta presentada en el seminario de la Asociación de Periodistas, los socios de Comunicaciones El País tomaron la determinación de no participar en actividad partidaria alguna o postularse a cargos electivos.

La decisión fue transmitida por el presidente del grupo privado, Raúl Garáfulic Gutiérrez, quien informó que la determinación fue asumida de mutuo acuerdo con sus hijos, Raúl y Diter.

Pero no termina ahí. Los Garáfulic decidieron además que los trabajadores de sus empresas de comunicación —entre ellas, la red ATB y los periódicos **La Razón**, **El Nuevo Día** y **Opinión**— deberán alejarse de estos medios por lo menos seis meses antes de ingresar a la actividad política.

ANTITRAMPOLÍN

Garáfulic Gutiérrez planteó normar la participación de

La propuesta de Raúl Garáfulic Gutiérrez causó revuelo. Aclaró que la presentó por cuestiones estrictamente éticas. Llamó a las organizaciones gremiales a firmar una declaración conjunta



Raúl Garáfulic Gutiérrez explicando su propuesta a los participantes del seminario

Los periodistas asimilaron la ley y prefirieron acomodarse a la naturaleza empresarial del medio.

Desarrollo de la investigación

Cuadro de análisis del discurso

Período	Años	Composición empresarial	Criterios de análisis
La Razón de la Oligarquía Neoliberal	1990 – 2000	<p>Primer directorio Todos con el 10 % de acciones</p> <p>Jorge Lonsdale - Empresario Fernando Romero Moreno – Empresario y político Fernando Illanes - Empresario y político Raúl Adler - empresario Carlos Prudencio - Empresario Oscar Bonifaz – Empresario y político Fernando Ruiz Mier - Empresario Raúl Valda - Empresario Jorge Canelas Saenz - Periodista Editorial Canelas S.A. – Empresa de periódicos</p> <p>Estos accionistas en su mayoría fueron funcionarios del gobierno del MNR durante los presidentes Víctor Paz Estenssoro (1985-1989) y Gonzalo Sánchez de Lozada (2003-2007).</p>	<p>Naturaleza de clase del Estado Estado Neoliberal. La oligarquía de la gran minería, la agroindustria cruceña, el sistema financiero, el comercio y la industria.</p> <p>Campo comunicacional Los empresarios manifiestan interés en participar en él e invertir recursos para intervenir en ese campo en función de sus intereses particulares en nombre de la información, la libertad de prensa, la independencia y la objetividad.</p> <p>Económico Libertad de mercado. Libre oferta y demanda de mercancías y fuerza de trabajo.</p> <p>Político Democracia representativa. Pactos de gobernabilidad.</p> <p>Social Individualismo exacerbado. Fragmentación o proscripción de la cohesión sindical.</p> <p>Referencias: Documentado en la figura 14.</p>

Desarrollo de la investigación

Periodo Neoliberal

Segundo momento: Grupos Garafulic y Grupo Canelas (07.11.1995)

Grupo Garafulic en la escena de los periódicos.

Inició de manera ilegal la televisión privada en 1984

Incursionó a sectores estratégicos de las comunicaciones

Es presidente de la Confederación de Empresarios Privados de Medios de Comunicación en Bolivia

Impone su voluntad en la aprobación de la Ley de Telecomunicaciones

Utiliza sus medios para la presión



Identidad institucional

Campo	Filosofía institucional	Política comunicacional	Estrategia comunicacional
Comunicacional	<p>La Razón mantiene su independencia informativa y de opinión.</p> <p>“Será un diario libre más que independiente”.</p> <p>Libertad, independencia y pluralismo, sus principios.</p>	<p>Ofrecer al lector una Información completa y veraz y una opinión constructivamente crítica.</p> <p>Primeros en la prensa nacional</p> <p>Influyentes en el campo de opinión</p>	<p>Producir un diario digno donde el lector y el anunciador son más importantes que los socios y el director.</p> <p>Diario digno de lectores exigentes</p>
Económico	<p>La garantía de independencia en un diario es su solvencia económica y financiera</p> <p>Comprometido con el sistema y los valores económicos, el mercado</p>	<p>Se inicia un nuevo ciclo empresarial. Canelas y Garafulic con experiencia familiar en el campo del periodismo boliviano.</p> <p>Garafulic exitoso y pionero hace diez años (1984) en la televisión privada.</p>	<p>Amplían su red con ATB, Los Tiempos y Correo del Sur de Sucre. Cada uno con su propia identidad, independencia de ideas y económica.</p>
Político	<p>Libertad, independencia y pluralismo en todas las empresas.</p> <p>Comprometido con el sistema y los valores de la democracia en lo político.</p>	<p>“...no adscripción de ninguna de las partes societarias a organización o partido político alguno... (mencionado en la composición accionaria)</p>	
Social	<p>Comprometido con el sistema y los valores sociales, el individuo</p>	<p>Mejoramiento de la sociedad boliviana en su conjunto.</p>	<p>Lucha contra el narcotráfico y la corrupción.</p>

Desarrollo de la investigación

Cuadro de análisis del discurso

<p>La Razón de la Oligarquía Neoliberal</p> <p>1995 - 1998</p>	<p>Segundo directorio (07.11.1995)</p> <p>Grupo Garafulic: 50 % de acciones</p> <p>Raúl Garafulic Gutiérrez – Empresario Raúl Garafulic Lehm - Empresario Dieter Garafulic Lehm - Empresario</p> <p>Grupo Canelas: 50 % de acciones</p> <p>Alfonso Canelas Tardío - Empresario Mauricio Canelas Montaña – Empresario</p> <p>Los Garafulic incursionan al campo de la prensa. Fueron los primeros en inaugurar la televisión privada en La Paz.</p> <p>Los Canelas vienen de una larga tradición en la administración de periódicos en Bolivia, como La Patria de Oruro y Los Tiempos de Cochabamba. Aquí elevan sus acciones de 10 al 50 por ciento.</p>	<p>Naturaleza de clase del Estado</p> <p>Estado Neoliberal. La oligarquía de la gran minería, la agroindustria cruceña, el sistema financiero, el comercio y la industria.</p> <p>Campo comunicacional</p> <p>La Razón mantiene su independencia informativa y de opinión.</p> <p>“Será un diario libre más que independiente”.</p> <p>Libertad, independencia y pluralismo, sus principios.</p> <p>Económico</p> <p>Libertad de mercado. Libre oferta y demanda de mercancías y fuerza de trabajo.</p> <p>Político</p> <p>Democracia representativa. Pactos de gobernabilidad.</p> <p>Social</p> <p>El individuo, sujeto fundamental del sistema y lucha contra el narcotráfico.</p> <p>Referencias: Documentado en la figura 15</p>
--	--	---

Tercer momento

10 de febrero de 1998

La Paz, jueves 7 de junio de 1990 — Año I N° 1 — Bs 1.

Grupo Garafulic (100 % de las acciones), monopolio y gran expansión mediática

Hitos

- a) 10.02.1998. Grupo Garafulic y dominio total de La Razón.
- b) 06.08.2000. Carta de La Razón al presidente Banzer con el título: “El tiempo apremia, señor Presidente”.
- c) 13.05.2001. La Razón fija su posición comunicacional, política, económica y social.

La nueva composición accionaria



La Razón



Nº 1 — Bs 1.

Fundado el 16 de mayo de 1990

La Paz, miércoles 11 de febrero de 1998 — Año VII N° 2.778 — En todo el país Bs 3.50 — 72 pgs. en 4 cuerpos

EMBAJADA NORTEAMERICANA EN BOLIVIA

EE.UU. preocupado por la estabilidad de las inversiones

"Los inversionistas y la embajada, como representante del gobierno de EE.UU., siempre están preocupados porque el medio ambiente para la inversión extranjera sea estable y transparente", dice la declaración. Se refiere a los cambios en el sistema de regulación y a la revisión de los contratos de capitalización. El gobierno responde y ofrece garantías a las inversiones nacionales y extranjeras. Cualquier modificación —dice— será para mejorar el sistema y se hará de forma consensuada

Página B-7

Una nueva composición accionaria en La Razón

Desde el mediodía de ayer, Comunicaciones El País S.A., editora de **La Razón**, tiene una nueva composición accionaria. El grupo Garafulic, que ya era propietario del 50 por ciento de las acciones del periódico, compró al grupo Canelas el restante 50 por ciento del paquete accionario. El proceso de compra-venta se realizó como efecto del enorme crecimiento de la empresa.

Como consecuencia del acuerdo firmado en la víspera, han presentado sus renuncias irrevocables a este periódico Jorge Canelas Sáenz, director de **La Razón**; Alfonso Canelas Tardío, vicepresidente del directorio de Comunicaciones El País, S.A.; y Eduardo Canelas Montaña, gerente general de la empresa.

Todos ellos merecen el agradecimiento del nuevo Directorio y de la Redacción, pero en el caso del primero resulta de absoluta justicia añadir unas palabras.

Jorge Canelas Sáenz ha sido para **La Razón** mucho más que uno de sus fundadores: su probada capacidad y talento de periodista de oficio y principios, le permitieron hacer de éste un periódico de primer nivel, logrando ubicarlo en el privilegiado sitio que hoy tiene. A lo largo de los últimos siete años, Canelas marcó de modo indeleble a nuestro diario.

fundado el 16 de mayo de

Nue
A manera de

Con el editorial que se forma suficientemente en la página tres de esta edición nuestro comienzo botes, La Razón quiere p conocimiento de sus lecto la opinión pública que e diario habrá de ser, cuál norma de conducta, a qué valores estará consagrada sumiremos como sigue:

1.- La Razón es un diario independiente, para algunos aún mejor expresado este concepto diciendo que es un diario libre. Su nombre, si no nuevo y hasta el mismo de un gran diario forzado a desaparecer en Bolivia en 1952, es un nombre propio. No tiene vinculación en absoluto con el de

no es un diario adscrito a ningún partido ni a ningún político en particular. Su norma de conducta, por tanto, será la de informar con veracidad sobre todo cuanto merezca ese tratamiento, analizar aquello que es materia de información y opinar en consecuencia.

el país hace ocho años y frente al cual todos los demás resultan hoy probadamente ineficaces. Los valores del liberalismo político y económico, traducidos, como hoy se ve cada vez más claro en todo el mundo, en el ejercicio de la libertad en las distintas esferas en que se desenvuelve la

6.- Por lo expresado, La Razón será un diario con una posición filosófica clara pero al mismo tiempo abierto a la diversidad de opiniones que puedan verter en sus páginas diferentes autores, y, por supuesto, a la más absoluta pluralidad informativa.

de valores más altos, ante los cuales inevitablemente los anteriores no pueden ser sino relativos. Son los valores del orden trascendente, por los que el hombre es una hechura de Dios y al que le debe obediencia, amor y lealtad. Una tal relación no podrá ser ignorada por este diario.

Edición de La Razón. 11.02.98

Desarrollo de la investigación

Cuadro de análisis del discurso

Fundado el 16 de mayo de 1990

La Paz, jueves 7 de junio de 1990 — Año I N° 1 — Bs 1.-

<p>Periodo neoliberal</p>	<p>1998 - 2000</p>	<p>Tercer directorio (10.02.1998)</p> <p>Grupo Garafulic: 100 % de las acciones</p> <p>Se quedan con el monopolio de la empresa e inauguran un periodo de gran expansión mediática.</p>	<p>Naturaleza de clase del Estado Estado Neoliberal. La oligarquía de la gran minería, la agroindustria cruceña, el sistema financiero, el comercio y la industria.</p> <p>Campo comunicacional Mantiene los postulados anteriormente mencionados</p> <p>Económico Libertad de mercado. Libre oferta y demanda de mercancías y fuerza de trabajo.</p> <p>Político Democracia representativa. Pactos de gobernabilidad.</p> <p>Social Sin variaciones en relación a lo social.</p> <p>Referencias: Documentado en la figura 16</p>
---------------------------	--------------------	--	---

La masacre de Amayapampa

1.- La Razón es un diario independiente, para algunos aún mejor expresado que otros, diciendo que es un diario libre. Su nombre, si no nuevo y hasta el mismo de un gran diario forzado a desaparecer en Bolivia en 1952, es un nombre propio. No tiene vinculación en absoluto con el de

2.- La independencia se refiere a cualquier tipo de alineamiento político partidario. La Razón no es un diario adscrito a ningún partido ni a ningún político en particular.

3.- Su norma de conducta, por tanto, será la de informar con veracidad sobre todo cuanto merezca ese tratamiento, analizar aquello que es materia de información y opinar en consecuencia.

4.- La democracia representativa, sistema político retomado por el país hace ocho años y frente al cual todos los demás resultan hoy probadamente ineficaces.

5.- Los valores del liberalismo político y económico, traducidos, como hoy se ve cada vez más claro en todo el mundo, en el ejercicio de la libertad en las distintas esferas en que se desenvuelve la

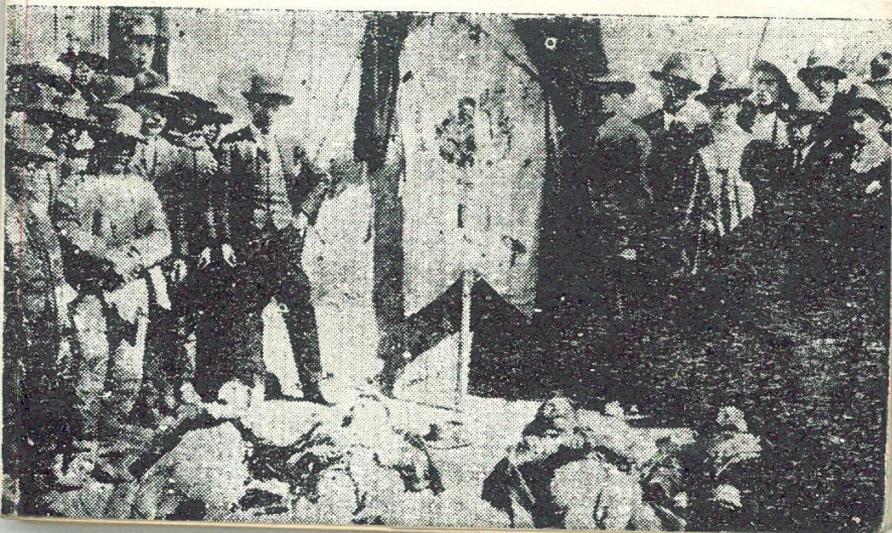
6.- Por lo expresado, La Razón será un diario con una posición filosófica clara pero al mismo tiempo abierto a la diversidad de opiniones que puedan verter en sus páginas diferentes autores, y, por supuesto, a la más absoluta pluralidad informativa.

7.- El conjunto del diario, en su línea editorial tanto como en su labor informativa, en la publicación de artículos de opinión y en la participación de sus socios propietarios, estará al servicio de Bolivia. Ningún otro interés podrá anteponerse al del país, y en particular los de orden político partidario deberán estarle subordinados.

8.- Hay, por cierto, otro tipo de valores más altos, ante los cuales inevitablemente los anteriores no pueden ser sino relativos. Son los valores del orden trascendente, por los que el hombre es una hechura de Dios y al que le debe obediencia, amor y lealtad. Una tal relación no podrá ser ignorada por este diario.

Gumercindo Rivera L.

LA MASACRE
DE UNCIA



Desarrollo de la investigación

La extensión mediática

La Razón	La Paz
Opinión	Cochabamba
El Nuevo Día	Santa Cruz
Extra*	Circulación nacional
Bolivian Times	La Paz
Red ATB	Nacional
RTP, Canal 4	Nacional
Radio Metropolitana	La Paz
Doble Ocho Latina	La Paz – Oruro

- Extra circuló con su primer número el 8 de febrero de 1999.

La Razon Invests in The Bolivian Times



Sign on the dotted line: McFarren and Garafulic put it on...



De izquierda a derecha: Juan Rivera, Peter McFarren, Dieter Garafulic y otro socio después de formalizar la alianza

Bolivian Times entra al Grupo Garafulic

El Grupo Comunicacional Garafulic decidió capitalizar Bolivian Times, semanario en inglés dirigido por Peter McFarren, con lo que se convierte en propietario del 50 por ciento de sus acciones.

*Esta capitalización permitirá for...

pers, La bolivian guage Garafulic

ued on page 2)

Grupo Garafulic capitalizará

al accionista del sistema de comunicaciones creado por Carlos Palenque, y el líder del grupo Garafulic, tendrán el 50 por ciento, cada uno, de las acciones de la compañía. Se trata de una nueva programación manteniendo la característica de este medio de comunicación



Dieter Garafulic y Raúl Garafulic sellaron ayer el acuerdo que permitirá la capitalización de RTP

COMPANIA DEL GRUPO GARAFULIC EN MEDIOS DE COMUNICACION

Medios del Grupo Garafulic

Periódicos

- La Razón (La Paz)
- Opinión (Cochabamba)
- El Nuevo Día (Santa Cruz)
- Extra (con ediciones en La Paz, Santa Cruz y circulación nacional)

Canales

- Red ATB que cubre los nueve departamentos mediante sistema de televisión satelital y con estudios en la troncal, La Paz, Cochabamba y Santa Cruz.
- RTP
- Canal 4 (con licencias en 7 departamentos).
- Radio Metropolitana.
- Doble 88,3 Latina con frecuencia en Oruro.

Fueron dueños del sistema de TeleVideo Codificado (1997) y adquirieron su mayoría accionaria de Telecel (1996).

Sorpresiva venta de RTP al Grupo Garafulic

ATB es dueña del 50 por ciento de los medios que fundó Carlos Palenque

Mónica Medina explicó que el 50 por ciento de las acciones que ahora corresponde al total del paquete accionario de todo el Sistema, no se hereda tras la muerte de su fundador Carlos Palenque Avilés.



Mónica Medina vendió el 50 por ciento de las acciones de RTP.

Medios del Grupo Garafulic

Periódicos

- La Razón (La Paz)
- Opinión (Cochabamba)
- El Nuevo Día (Santa Cruz)
- Extra (con ediciones en La Paz, Santa Cruz y circulación nacional)
Canales
- Red ATB que cubre los nueve departamentos mediante sistema de televisión satelital y con estudios en la troncal, La Paz, Cochabamba y Santa Cruz.
- RTP
- Canal 4 (con licencias en 7 departamentos).
- Radio Metropolitana.
- Doble 88,3 Latina con frecuencia en Oruro.
Fueron dueños del sistema de TeleVideo Codificado (1997) y adquirieron su mayoría accionaria de Telecel (1996).

Canales

- Red ATB que cubre los nueve departamentos mediante sistema de televisión satelital y con estudios en la troncal, La Paz, Cochabamba y Santa Cruz.
- RTP
- Canal 4 (con licencias en 7 departamentos).
- Radio Metropolitana.
- Doble 88,3 Latina con frecuencia en Oruro.
Fueron dueños del sistema de TeleVideo Codificado (1997) y adquirieron su mayoría accionaria de Telecel (1996).

Red ATB

que cubre los nueve departamentos mediante sistema de televisión satelital y con estudios en la troncal, La Paz, Cochabamba y Santa Cruz.

RTP

Canal 4 (con licencias en 7 departamentos).

Radio Metropolitana.

Doble 88,3 Latina con frecuencia en Oruro.

Fueron dueños del sistema de TeleVideo Codificado (1997) y adquirieron su mayoría accionaria de Telecel (1996).

ARON LAS NEGOCIACIONES

Extra también será parte del grupo

El Extra para comprarlo, aseguró Garafulic.

El Extra es un diario especializado en crónica roja que se edita en La Paz y que tiene circulación nacional.

Según el empresario, ya se realizaron las negociaciones con el fundador, presidente y dueño de El Extra, Galo Martínez, para posibilitar la transferencia.

UN PROYECTO AMBICIOSO. Entretanto, Mónica Medina...

na, principal accionista de RTP —que será capitalizado por el Grupo Garafulic— aseguró que el proyecto que se cristalizará con la unión empresarial incluye que este sistema de comunicación tenga un periódico que se adecue a la oferta que lo ha caracterizado.

Desarrollo de la investigación

Las acciones empresariales

Accionista	Aporte (en Bs.)	Porcentaje
Raúl Garafulic Gutiérrez	2.829.260	52,50
Dieter Garafulic Lehm	604.125	11,25
Raúl Garafulic Lehm	604.125	11,25
Divi S.A.	1.342.500	25
Total	5.370.000	100

La expansión empresarial al campo del sonido

Accionista	Capital suscrito	Acciones	Porcentajes
Dieter Garafulic Lehm	Bs 100.-	1	3,334 %
Illimani de Comunicaciones S.A.	Bs 1.400.-	14	46,666 %
Adolfo Paco	Bs 1.500.-	15	50,000 %
Total	Bs 3.000.-	30	100.000 %

Área de las telecomunicaciones

Accionista	Capital (En Bs)	Acciones	Porcentaje
Juan Carlos Félix	62.200,00	692	50,00
Raúl Garafulic Lehm	2.000,00	20	1,44
Atlantis Investments Group S.A.	67.200,00	672	48,56
Total	138.400,00	1.384	100,00

Desarrollo de la investigación

Periodo Posneoliberal – Transnacional (23.10.2000)

Primer momento: Grupo Garáfulic y Grupo Prisa



relativos. Son trascendentes. El hombre es un animal que le debe lealtad. Una lealtad que debe ser ignorada

Desarrollo de la investigación

Identidad institucional: El discurso de principios

Campo	Filosofía institucional	Política comunicacional	Estrategia comunicacional
Comunicacional	<p>Mantiene su línea editorial, no es venta, es un acuerdo con un excelente socio.</p> <p>Desarrollar los medios, diversificarlos y asegurarles una larga vida.</p> <p>Asegurarles a los ojos de la comunidad nacional, la veracidad y la imparcialidad de la información</p>	<p>Prisa es un gigante de la comunicación español</p> <p>Esta asociación es con el grupo comunicacional de habla hispana más influyente, que se encuentra entre los primeros 10 del mundo</p> <p>El fin es informar, formar y orientar a la comunidad boliviana.</p>	<p>Ambos grupos saben que su reto, en Bolivia, está en informar más y mejor, profesionalizar aún más el oficio periodístico.</p> <p>La experiencia y conocimientos del Grupo Prisa será para formar más a los profesionales nacionales que trabajan en este Grupo</p> <p>Es un gran reto que hacemos nuestro para servir mejor a los lectores, oyentes y televidentes.</p>
Económico	<p>El Grupo Garafulic, entra en este acuerdo, en la cadena de alianzas estratégicas que es natural en la globalización.</p> <p>Grupo Garafulic mantiene la administración.</p> <p>Es una línea de institucionalización de los medios</p>	<p>El acuerdo es signo de confianza en el país</p> <p>Su alta inversión es una buena señal enviada a los grupos que podrían dudar en venir en un momento delicado para la economía nacional.</p> <p>Polanco dijo que el país saldrá del mal momento que está atravesando.</p> <p>La misma fe expresa el grupo Garafulic</p>	<p>La decisión del Grupo Garafulic es acompañar a Bolivia en los buenos y malos momentos, apostarle al país y seguir haciendo empresa</p> <p>El grupo Prisa le potencia financieramente y permite crear nuevos productos informativos al país.</p>
Político	<p>Refuerza, igualmente, su decisión de independencia irrestricta; independencia de personas, grupos y partidos</p>		
Social		<p>Incrementar el empleo</p> <p>Seguirá depositando su confianza en los jóvenes profesionales del país</p>	<p>Servir mejor a la comunidad y expandir sus actividades</p>

Desarrollo de la investigación

Cuadro de análisis del discurso

<p>fundado el 16 de mayo de 1990</p> <p>La Razón de la Oligarquía Posneoliberal y Transnacional</p>	<p>2000 - 2003</p>	<p>La Razón transnacional Primer directorio de este periodo (24.10.2000)</p> <p>Grupo Garafulic de Bolivia</p> <p>Grupo Prisa de España</p> <p>Raúl Garafulic Gutiérrez y Polanco firman en Madrid un millonario acuerdo empresarial. Bolivia inicia la era transnacional en el campo periodístico.</p>	<p>Naturaleza de clase del Estado Estado Neoliberal Transnacional. La oligarquía de la gran minería, la agroindustria cruceña, el sistema financiero, el comercio, la industria y la presencia transnacional.</p> <p>Campo comunicacional Extensión empresarial con la transnacional, Grupo Prisa de España, una de las más grandes de la comunicación del mundo iberoamericano.</p> <p>Económico Libertad de mercado. Libre oferta y demanda de mercancías y fuerza de trabajo.</p> <p>Político Democracia representativa. Pactos de gobernabilidad.</p> <p>Social Surgimiento de los movimientos sociales o la formación de multitudes en reemplazo del clásico movimiento sindical constituido después de la revolución de 1952.</p> <p>Referencias: Documentado en la figura 18.</p>
---	--------------------	---	---

Desarrollo de la investigación

La Razón

Las inversiones del Grupo Prisa y Grupo Garafulic

fundado el 16 de mayo de 1990

La Paz, jueves 7 de junio de 1990 — Año I N° 1 — Bs 1.

Áreas de inversión	Grupo Prisa	Grupo Garafulic	Medios
Radiodifusión	25 %	75%	Radios y canales de televisión
Multimedia y La Razón	76.9 %	23.1 %	La Razón, El Nuevo Día, El Extra, La Gaceta Jurídica y Vida Sana
Inversiones digitales	50 %	50 %	Portal bolivia.com
Grupo Santillana	100 %		Ediciones escolares

Desarrollo de la investigación

Segundo momento: Grupo Prisa - Transnacional (18.07.2003)

Fundado el 16 de mayo de 1990

La Paz, jueves 7 de junio de 1990 — Año I N° 1 — Bs 1

Inversiones del grupo Prisa y los nuevos socios

Áreas de inversión	Grupo Prisa	Grupo Garafulic	Luis Gutiérrez Blanco
Radiodifusión	25 %	40%	35 %
Multimedia y La Razón	75 %		25 %

Con el editorial que señala en su línea editorial tanto como en su labor informativa, en la publicación de artículos de opinión y en la participación de sus socios propietarios, estará al servicio de Bolivia. Ningún otro interés podrá anteponerse al del país, y en particular los de orden político partidario deberán estar subordinados.

1.- La Razón es un diario independiente para algunos aún mejor expresado este concepto diciendo que es un diario libre. Su nombre, si no nuevo y hasta el mismo de un gran diario forzado a desaparecer en Bolivia en 1952, es un nombre propio. No tiene vinculación en absoluto con el de

ción accionaria de un 10 %, sus dos Directores y el conjunto de periodistas que conforman su plantel.

2.- La independencia se refiere a cualquier tipo de alineamiento político partidario. La Razón no es un diario adscrito a ningún partido ni a ningún político en particular.

3.- Su norma de conducta, por tanto, será la de informar con veracidad sobre todo cuanto merezca ese tratamiento, analizar aquello que es materia de información y opinar en consecuencia.

para ello por el más celoso sentido de responsabilidad respecto de los valores que norman esa conducta.

5.- Tales valores son evidentes: -La democracia representativa, sistema político retomado por el país hace ocho años y frente al cual todos los demás resultan hoy probadamente ineficaces.

-Los valores del liberalismo político y económico, traducidos, como hoy se ve cada vez más claro en todo el mundo, en el ejercicio de la libertad en las distintas esferas en que se desenvuelve la

-La justicia social, fin primero y último de lo anterior, entendiéndola como la obtención de una mejor calidad de vida para toda la sociedad, la cual está llamada a asumir por igual los derechos y las responsabilidades de la libertad.

6.- Por lo expresado, La Razón será un diario con una posición filosófica clara pero al mismo tiempo abierto a la diversidad de opiniones que puedan verter en sus páginas diferentes autores, y, por supuesto, a la más absoluta pluralidad informativa.

7. El espíritu del diario, en su línea editorial tanto como en su labor informativa, en la publicación de artículos de opinión y en la participación de sus socios propietarios, estará al servicio de Bolivia. Ningún otro interés podrá anteponerse al del país, y en particular los de orden político partidario deberán estar subordinados.

8.- Hay, por cierto, otro tipo de valores más altos, ante los cuales inevitablemente los anteriores no pueden ser sino relativos. Son los valores del orden trascendente, por los que el hombre es una hechura de Dios y al que le debe obediencia, amor y lealtad. Una tal relación no podrá ser ignorada por este diario.

Desarrollo de la investigación

un nuevo mapa del mundo

páginas 16 a 2

Grupo Molante: Rosendo Gutiérrez 595, La Paz, Bolivia. Publicación mensual

Precio del ejemplar Bs.10
En todo el p

ONDE «el Dipló»
omatique

Dossier Uruguay

Oportunidad para la izquierda
por María Urquiza
Crisis económica y bancaria,
un proceso con final abierto
por Luis Porto
páginas 8 a 11

ULIC Y EL PERIODISMO COMO NEGOCIO

del poder mediático



Los medios y sus otros negocios
por Rafael Archondo
La crisis del poder mediático en Bolivia
por Andrés Solís Rada

Al borde de la bancarrota económica, el poderoso grupo mediático Garáfulic no ha podido hacer otra cosa que revelar los vínculos empresariales y políticos de los que se valía para hacer negocios y de este modo también puso en evidencia un hecho irrefutable: la crisis del neoliberalismo en Bolivia ha arrastrado a abismo a los medios que se convirtieron en sus impulsores y voceros



02.03.2011 23:40

**Prisa: Garáfulic
perdió su parte
en La Razón**

1. Este trabajo refleja, en el fondo, el sentimiento y la espiritualidad del grupo Garafulic, en su ansia de erigir una **dinastía mediática en base a la filosofía pragmática de la “destreza empresarial”** para conseguir sus objetivos estratégicos desde que transitó de la gran minería a la creación ilegal de un canal privado (1984).

2. Dio fin al monopolio estatal de la televisión, luego saltó al periodismo escrito, la radiodifusión, la multimedia, las telecomunicaciones hasta convertirse en un empresario de gran influencia en los negocios nacionales e internacionales como la participación en la Administradora de Fondo de Pensiones, la transnacional iberoamericana de medios Grupo Prisa de España y cuantos negocios fueron rentables en su trayectoria empresarial.

3. Raúl Garafulic Gutiérrez estableció un campo de poder comunicacional sin precedentes en la historia republicana.
4. Se hizo elegir presidente de la Confederación de Medios Privados de Comunicación de Bolivia
5. Logró declaraciones de los líderes empresariales del país para obligar al gobierno “acuerdos de concertación nacional”
6. Impuso desde sus intereses la aprobación de la Ley de telecomunicaciones
7. Fue calificado como arrogante por utilizar a sus medios como “partido político” y aprovechar su condición propietaria de medios y de intereses económicos, políticos y empresariales.

8. Llegó como accionista de La Razón con el 50 por ciento, luego rápidamente logró la totalidad, después se alió en el negocio con el Grupo Prisa de España hasta perder el control de la compañía y finalmente el imperio mediático más grande de Bolivia

9. terminó en el desastre con todas las evidencias descubiertas sobre la el uso que dio a su poder mediático para acrecentar sus intereses particulares en nombre de la libertad de prensa, de información y de comunicación.

10. Empezó con notable éxito en el campo mediático y terminó en la gran ruina como el propio modelo neoliberal que engendró este medio de comunicación como instancia de mediación política e ideológica.

Más contribuciones...

11. La Razón **fue fiel expresión de sectores dominantes** en cada momento histórico, tiempo político y contexto teórico bajo la matriz global de libertad de mercado y democracia representativa. Fue consustancial, orgánico y de plena identidad con la producción del discurso ideológico hegemónico y de dominación neoliberal.

12. La Razón del grupo Garafulic, hace reaparecer el fantasma de Aramayo. Vuelve a repetirse la historia con las matanzas de mineros en Capacirca y Amayapampa

13. La sofisticación de tecnologías sociales “para darle la palabra al pueblo”, sondeos de opinión, grupos focales y otras técnicas de recolección y sistematización de la “opinión pública”

14. El desarrollo de una nueva categoría de actores: comentaristas, opinadores, analistas, especialistas en sondeos, comunicación, mercado político, una categoría tan especializada que interviene en la formación de una opinión que se transforma luego en opinión pública.

1. Considero fundamental deliberar sobre los medios porque requiere de una revisión crítica de las concepciones que se tienen de los mismos como aparatos/máquinas o lugares de mediación que otorgan determinados sentidos a los acontecimientos.
2. Fue una experiencia excepcional para comprender la superficie discursiva de los medios, los actores de la comunicación –periodistas, trabajadores, directores, editores, empresarios y personal de apoyo- que hacen posible la circulación de la prensa, los sujetos invisibles que deciden el sentido de los mensajes y los destinatarios que leen todos los días las noticias y opiniones para pensar como entienden su contenido.

3. Reflexionar los momentos históricos en escenarios de conflictos - sociedades y Estado - organizaciones de la sociedad civil y de la sociedad política es una responsabilidad intelectual de practicantes e investigadores para reconocer la opinión pública, la práctica política, el poder político y su naturaleza de clase.

4. Analizar los hechos en su trayectoria histórica y dialéctica es conocer el manejo de los instrumentos de mediación por una estructura empresarial, cuya tendencia es capaz de institucionalizar discursos, de justificar decisiones estatales o empresariales o descalificar a los adversarios que disputan espacios de supremacía en el poder político o en el poder económico.

La Razón

fundado el 16 de mayo de 1990

La Paz, jueves 7 de junio de 1990 — Año I N° 1 — Bs 1.

Nuestra Razón de ser

A manera de una declaración de principios

Con el editorial que señala en forma suficientemente explícita en la página tres de esta misma edición nuestro comienzo de labores, La Razón quiere poner en conocimiento de sus lectores y de la opinión pública qué clase de diario habrá de ser, cuál será su norma de conducta, a qué tipo de valores estará consagrado. Lo resumiremos como sigue.

1.- La Razón es un diario independiente, para algunos aún mejor expresado este concepto diciendo que es un diario libre. Su nombre, si no nuevo y hasta el mismo de un gran diario forzado a desaparecer en Bolivia en 1952, es un nombre propio. No tiene vinculación en absoluto con el de

aquél. Esta condición de independencia la asumen los diez socios de esta nueva La Razón, cada uno de ellos con la misma participación accionaria de un 10 %, sus dos Directores y el conjunto de periodistas que conforman su plantel.

2.- La independencia se refiere a cualquier tipo de alineamiento político partidario. La Razón no es un diario adscrito a ningún partido ni a ningún político en particular.

3.- Su norma de conducta, por tanto, será la de informar con veracidad sobre todo cuanto merezca ese tratamiento, analizar aquello que es materia de información y opinar en consecuencia.

4.- Nada, por su propia voluntad o la de sus socios o Directores, le impedirá cumplir el propósito antes enunciado, guiándose para ello por el más celoso sentido de responsabilidad respecto de los valores que norman esa conducta.

5.- Tales valores son evidentes:

-La democracia representativa, sistema político retomado por el país hace ocho años y frente al cual todos los demás resultan hoy probadamente ineficaces.

-Los valores del liberalismo político y económico, traducidos, como hoy se ve cada vez más claro en todo el mundo, en el ejercicio de la libertad en las distintas esferas en que se desenvuelve la

persona humana, entre ellas la que permite al hombre disentir y optar, y la libertad de empresa y de mercado.

-La justicia social, fin primero y último de lo anterior, entendiéndola como la obtención de una mejor calidad de vida para toda la sociedad, la cual está llamada a asegurar igual los derechos y las responsabilidades de la libertad.

6.- Por lo expresado, La Razón será un diario con una posición filosófica clara pero al mismo tiempo abierto a la diversidad de opiniones que puedan verter en sus páginas diferentes autores, y, por supuesto, a la más absoluta pluralidad informativa.

7.- El conjunto del diario, en su línea editorial tanto como en su labor informativa, en la publicación de artículos de opinión y en la participación de sus socios propietarios, estará al servicio de Bolivia. Ningún otro interés podrá anteponerse al del país, y en particular los de orden político partidario deberán estarle subordinados.

8.- Finalmente, otro tipo de valores que ante los cuales inevitablemente los anteriores no pueden ser sino relativos. Son los valores del orden trascendente, por los que el hombre es una hechura de Dios y al que le debe obediencia, amor y lealtad. Una tal relación no podrá ser ignorada por este diario.

Gracias