



### Cláusula de cesión de derecho de publicación de tesis/monografía

Yo Carla Elisa Flores Delgado C.I. 2609572  
autor/a de la tesis titulada

EL PODER QUE SE ESCONDE. Análisis de las Estrategias Discursivas de los periódicos "Página Siete" y "Cambio" en el tratamiento de las noticias de habilitación de los candidatos a las elecciones presidenciales de 2019 en Bolivia

mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que ha sido elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título del programa.

Maestría en Comunicación Estratégica

Gestión del programa  
2013 - 2015

En la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede académica La Paz.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Académica La Paz, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación a partir de la fecha de defensa de grado, pudiendo, por lo tanto, la Universidad utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en formato virtual, electrónico, digital u óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamo de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría Adjunta a la Secretaria General sede Académica La Paz, los dos ejemplares respectivos y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

Fecha 05 - Abril - 2024

Firma:



**UASB**  
Universidad Andina Simón Bolívar  
ORGANISMO ACADÉMICO DE LA COMUNIDAD ANDINA

**UNIVERSIDAD ANDINA SIMON BOLIVAR**  
**SEDE ACADEMICA LA PAZ**

**PROGRAMA DE MAESTRÍA EN “COMUNICACIÓN  
ESTRATÉGICA”**

**EL PODER QUE SE ESCONDE**

**Análisis de las Estrategias Discursivas de los Periódicos <<Página 7>> y  
<<Cambio>> en el Tratamiento de las Noticias sobre la Habilitación de los  
Candidatos a las Elecciones Presidenciales de 2019 en Bolivia**

**Tesis presentada para optar el Grado  
Académico de Magister en Comunicación  
Estratégica**

**MAESTRANTE: Carla Elisa Flores Delgado**

**TUTOR: Msc. Álvaro M.  
Hurtado Calderón**

**La Paz – Bolivia**

**Año 2023**

## **Dedicatoria**

Este es un trabajo dedicado a mi hija y motor de mi vida, Alexia.  
Gracias por ser mi inspiración y fortaleza.

## **Agradecimientos**

Gracias a la Universidad por el aporte que se realiza en la formación de los profesionales bolivianos, gracias a los docentes de la Maestría por los conocimientos compartidos, gracias a Dios y mi familia.

## RESUMEN

El trabajo de investigación descubre las estrategias discursivas que utilizaron los periódicos bolivianos PÁGINA 7 y CAMBIO en el tratamiento de las noticias publicadas sobre la habilitación de los candidatos en 2017 a las elecciones presidenciales de 2019 en Bolivia. La investigación abarca desde el 7 de noviembre de 2017 hasta el 31 de junio de 2019. Se inicia con la descripción general del hecho noticioso; a continuación, se expone la problemática y la pregunta central: ¿cuáles son las estrategias discursivas en el tratamiento informativo de noticias de prensa?

La justificación se ancla en la necesidad de conocer la manera en que la prensa (oficialista o no), recurre a estrategias discursivas similares (lo sepan conscientemente o no), para relatar su punto de vista sobre los hechos trascendentales en una sociedad. Lo anterior tiene el propósito de demostrar además de las aparentes posiciones ideológicas, de propiedad o administración de los medios de comunicación, éstos se asemejan en sus estrategias (que son reflejos de sus formas de pensar o estructurar el mundo) para seleccionar y presentar las noticias como reflejo de su igual manera de pensar.

Posteriormente se expone el sustento teórico acerca del análisis discursivo con enfoque semiótico (con base en Daniel Prieto). Se aclara que no se hace un análisis ideológico del discurso ni tampoco análisis de contenido. La metodología que se utiliza es cuali-cuantitativa, transversal y paradigmática porque se recurre a la estadística de la cantidad de veces que se apela a ciertas estrategias en un cierto momento, y con varias dimensiones: de fondo y de superficie. También se verifican las cualidades semióticas de las oraciones, así como su carácter y/o funcionalidad (descriptiva, demostrativa, argumentativa, documental).

Lo anterior se describe en el capítulo de análisis para concluir que las estrategias de fondo predominantes fueron de baja referencialidad, tipificación por estereotipo y relaciones de oposición; mientras que las de superficie fueron de generalización para el lead y personalización para el cierre en el caso de Página 7, y de universalización y generalización en el lead; y de sinédoques o inferencias para el cierre para el caso del periódico oficialista Cambio.

Así, las estrategias sólo se diferencian en el discurso de superficie y no en el de fondo que, como se demuestra, siguen principalmente las mismas estructuras, argumentaciones y apelaciones al inicio y al cierre.

Al final, se prueba que existe una relación de dependencia discursiva entre la nota de prensa, el poder político y la línea o intensión de la empresa. Todos en la misma fuente.

### **ABSTRACT**

The research paper discovers the discursive strategies used by the Bolivian newspapers <<PÁGINA 7>> and <<CAMBIO>> in the treatment of published news about the qualification of candidates in 2017 to the 2019 presidential elections in Bolivia. The investigation covers from November 7, 2017 until June 31, 2019. It begins with the general description of the news event; below are the problems and the central question: what are the discursive strategies in the informative treatment of press releases?

The justification is anchored in the need to know the way in which the press (official or not), uses similar discursive strategies (whether they know it consciously or not), to relate their point of view on the transcendental events in a society. The foregoing is intended to demonstrate, in addition to the apparent ideological, ownership or management positions of the media, these are similar in their strategies (which are reflections of their ways of thinking or structuring the world) to select and present the news as a reflection of his equal way of thinking.

Subsequently, the theoretical support about the discursive analysis with a semiotic approach (based on Daniel Prieto) is presented. It is clarified that there is no ideological analysis of discourse or content analysis. The methodology used is qualitative-quantitative, transversal and paradigmatic because the statistics are used on the number of times that certain strategies are appealed at a certain time, and with several dimensions: background and surface. The semiotic qualities of the sentences as well as their character and / or functionality (descriptive, demonstrative, argumentative, documentary) are also verified.

The above is described in the analysis chapter to conclude that the predominant background strategies were of low referentiality, typification by stereotype and oppositional relations; while those of surface were of generalization for the lead and personalization for the closing in the case of PAGINA 7, and of universalization and generalization in the lead; and of synecdocs or inferences for closing in the case of the official newspaper CAMBIO.

Thus, the strategies differ only in the surface discourse and not in the background discourse, which, as shown, mainly follow the same structures, arguments and appeals at the beginning and at the end.

In the end, it is proven that there is a relationship of discursive dependence between the press release, political power and the company's line or intention. All in the same source.

#### **PALABRAS CLAVE**

Estrategias discursivas/ Análisis del discurso / Periodismo / Política / Sentencia constitucional / Repostulación presidencial Bolivia.

#### **KEYWORDS**

Discursive strategies/ Discourse Analysis / Journalism / Polític /.  
Constitutional Judgment / Presidential Repostulation Bolivia

## ÍNDICE

Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Resumen	iv
Palabras clave	vi
Índice	vii
INTRODUCCIÓN	x
Capítulo 1	1
1. ASPECTOS GENERALES	1
1.1. ANTECEDENTES y JUSTIFICACIÓN	1
1.2. LÍNEA EDITORIAL Y ESTUDIO DISCURSIVO	4
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
1.3.1. PROBLEMA	9
1.4. OBJETIVOS	9
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	9
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1.4.3. OPERACIONALIZACIÓN Y ALCANCES	10
Capítulo 2	19
2. MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL	19
2.1. SOBRE DISCURSO Y ANÁLISIS DE MENSAJES	20
2.2. SOBRE USOS y TIPOS DE DISCURSO	25
2.3. ESTRATEGIAS DISCURSIVAS	27
2.3.1. ESTRATEGIAS DE FONDO Y SUPERFICIE	30
2.3.2. ORDENAMIENTO DEL DISCURSO	33
2.4. RECURSOS EXPRESIVOS	34
2.5. OPCIONES PARA EL ANÁLISIS DEL DISCURSO	37
2.6. RELACIÓN ENTRE LA PRENSA Y EL PODER POLÍTICO	39



MARCO REFERENCIAL	45
<b>2.7. LA MODIFICACIÓN DE LA LEY 44</b>	<b>45</b>
Capítulo 3	49
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	49
3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	47
3.2. ENFOQUE METODOLÓGICO	51
3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	55
3.4. OBJETO Y UNIDADES DE ANÁLISIS	56
3.5. UNIVERSO Y MUESTRA	56
3.6. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN	56
3.7. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	56
Capítulo 4	61
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	61
4.1. ACERCA DE LAS ESTRATEGIAS	61
4.1.1. ARMONÍA Y OPOSICIÓN COMO ESTRATEGIA DISCURSIVA	68
4.1.2. ESTRATEGIA DE PREDICACIONES	69
4.2. ESTRUCTURA DEL DISCURSO PERIODÍSTICO	71
4.3. UBICACIÓN DE LAS NOTICIAS POR MEDIO	74
4.4. FUENTES QUE PREDOMINAN POR MEDIO	76
4.5. MANEJO DISCURSIVO DE LA FUENTE	80
4.6. EL ORDEN DEL DISCURSO	82
4.6.1. LOS LEADS O ENCABEZAMIENTOS	83
4.6.2. EN EL CUERPO DE LA NOTICIA	86
4.6.3. LAS ESTRATEGIAS DE CIERRE	87
4.7. LA ESTRUCTURA NARRATIVA EN EL CUERPO NOTICIOSO	89
Capítulo 5	91
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	91

5.1. RECURSOS NARRATIVOS ESTRATÉGICOS	91
5.2. RECURSOS DEL ORDEN DEL DISCURSO	94
5.3. RECURSOS DE DIAGRAMACIÓN	96
5.4. TIPOS DE RELACIÓN ENTRE ESTRATEGIAS DISCURSIVAS	97
5.5. INTENCIONES RETÓRICAS E INFORMATIVAS	98
5.6. RELACIONES DE INTERDEPENDENCIA	100
5.7. MECANISMOS DE LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS	102
5.8. COHERENCIA PERSONALIZADA Y REFERENCIALIDAD OPORTUNISTA	103
6. RECOMENDACIONES	103
BIBLIOGRAFÍA	104

## INTRODUCCIÓN

*“(…) también resulta interesante destacar como los medios han ido adquiriendo con el paso del tiempo un importante papel al determinar agendas políticas, fijando temas de interés público, que obligan a los partidos y candidatos a seguir esas agendas, muchas veces en contradicción a sus propios intereses.*

*(J.I. García, Director de servicioelectoral deChile, 2017, p.4)*

¿Cuál es la relación entre medios de comunicación con los momentos políticos de un país?, ¿Qué hace diferente a una noticia sobre un mismo hecho, en uno y otro medio de comunicación que se autoproclaman opuestos, en su forma de ver los hechos?, ¿Hay estrategias que construyen los discursos de la prensa, y cuáles?, ¿Qué determina las características discursivas en el tratamiento de una noticia y, por ende, con qué discurso se orienta a la sociedad?, ¿Es posible descubrir estrategias de comunicación?, ¿cómo se relaciona el discurso de prensa con la política e incluso con el sistema democrático?.

Estas fueron las preguntas que motivaron la elaboración del presente trabajo académico, partiendo de un hecho informativo único para descubrir las estrategias que determinan la construcción de la noticia. Esta intención remite necesariamente a una metodología que analice el discurso, ya sea en su forma, en su contenido, en su estructura o desde algún otro enfoque. Por ello, esta tesis define el análisis de las estructuras narrativas como ese enfoque desde el cual se considera que son aquellas las que demuestran, por un lado, una sustancia o manera de pensar más allá de los contenidos como tales, y por otro, permite conocer de manera sencilla cómo “están hechas las noticias” en su fondo y en su superficie, apelando a la funcionalidad del signo de la que habla Barthes.

*“Barthes ha sido uno de sus más representativos estandartes, no hace otra cosa que abordar diversos objetos de estudio que tienen la capacidad de significar; se buscan para ello sus formas subyacentes más simplificadas, que se convierten en*

*condicionantes estructurales. Así, lo que el propio Ferdinand de Saussure inició para la lingüística, convirtiéndola de hecho en una lingüística estructural, Barthes lo convertirá en una semiología general donde todos los procesos sociales comunican y transmiten sentido, sin ser, necesariamente, lenguajes formales con reglas gramaticales estabilizadas” (Alonso , L. E. y Fernández C., 2006)*

Al identificar las estructuras o por lo menos las condiciones estructurales, por tanto, es posible comprender también el fondo de la información y con este dato es lógico reconstruir el discurso que, como se sabe en los mismos términos de Barthes, “son los signos semióticos los que permiten definirse desde su forma y su fondo” (idem). Sin embargo, para hacerlo, se requiere de un análisis un tanto más complejo que podría derivar en el análisis de contenido como tal, con enfoque cuantitativo y con una metodología que requiere de la lingüística, basada en los estudios de Teun Van Dijk<sup>1</sup>, cosa que no es de interés de este trabajo porque no revelaría las estrategias de la prensa en su relación con el poder político, sino el contenido mediante el cual se genera el poder en sí de –en este caso- las noticias como generadoras de poder.

En cambio, este trabajo se limita a estudiar las estrategias y para ello recurre a las bases postuladas por Roland Barthes, pero sin limitarse a él, y a la metodología sistémica que aplica Daniel Prieto quien estudia el discurso, sobre todo de la prensa, concibiendo básicamente dos estrategias: de forma y de fondo; y a las dimensiones o categorías de análisis que éstas tienen, lo que permite su caracterización mediante indicadores concretos. Al respecto, Prieto (2000) afirma:

*“Hablamos de **estrategias de fondo** para referirnos a lo que en los mensajes aparece como lo que fundamentalmente se quiere transmitir a los destinatarios, lo **sepan o no** los emisores. Para una lectura de este tipo es necesario partir de la mayor cantidad” (Prieto C., 2000)*

---

<sup>1</sup> Teun Van Dijk Es uno de los fundadores de las corrientes llamadas del “Análisis crítico del discurso”. Su trabajo se centra en el análisis de las estructuras lingüísticas, la producción y recepción de la información periodística referida a factores étnicos, racismo, identidad cultural, etc. entre otros objetos de estudio. Su enfoque es cuantitativo y el análisis se hace desde la perspectiva del receptor y de la literatura. Van Dijk analiza la construcción discursiva de las diversas variantes de la expresión racista y de los prejuicios relacionados con las migraciones, la interculturalidad, etc. Así como también el discurso del poder y la fijación cognitiva de las creencias.

Siendo que este trabajo se propuso no conocer el contenido como tal sino las estrategias que construyen esas formas y el fondo, lo que se realizó fue sistematizar los procedimientos que utilizan los periodistas para elaborar sus noticias bajo el supuesto de que, si aquellas son similares en periódicos que aparentan tener ideologías e intereses opuestos, entonces en el fondo solamente existe la condicionante del uso de términos. Al respecto, Prieto indica que el ordenamiento del discurso responde a estrategias:

*“El hecho de elegir cierta forma de inicio o de cierre muestra una manera de entrar al tema, de presentarlo. de resolverlo, en el caso en que haya de por medio un conflicto. Hay mensajes muy lineales en que el autor desde el comienzo nos da todas las pistas de lo que va a venir, en tanto que otros apenas si nos presentan algún indicio y luego nos llevan por un camino llenos de sorpresas”. (Prieto C., 2000, p.47)*

A ese orden de términos, a la manera de organizar las ideas de fondo y de superficie es que se ha llamado “estrategias discursivas”; y éstas ayudan a determinar la forma/fondo /semiótica) en la que se relaciona el poder (político), con los medios de comunicación, teniendo como supuesto que es el discurso y estas estrategias discursivas las que determinan (o definen), las características de esa relación. Esto implica que el hecho noticioso es descrito desde un mismo punto de vista más o menos similar (enfoques parecidos) en los leads, pero la “intensión” probada mediante estrategias discursivas del cierre es lo que las diferencia.

Así, al final se demuestra científicamente que, si bien se informa como tarea periodística, lo que predomina es la INTENSIÓN de UN MENSAJE o DISCURSO que parece satisfacer o responder a la ideología del medio. Esto permite concluir que las estrategias discursivas pueden ser similares, pero el periodismo que se hace responde a intenciones premeditadas y, por tanto, podría no ser llamado estrictamente independiente.

### **EL TEMA CIRCUNSTANCIAL EN SU CONTEXTO**

Por otro lado, el tema de las noticias objeto de análisis de este trabajo académico, es la Sentencia Constitucional 0084/2017 del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP) del Estado Plurinacional de Bolivia, que definió el 28 de noviembre de 2017 habilitar al Presidente en ejercicio Evo Morales, al

Vicepresidente Álvaro García Linera y a todas las autoridades electas para repostularse de manera indefinida, siendo que el art. 168 de la Constitución Política del Estado lo prohíbe, y el resultado del Referéndum Aprobatorio realizado el 21 de febrero de 2016 lo ratificó.

Se eligió este tema por ser uno de los acontecimientos controvertidos dentro de la vida democrática moderna de Bolivia, hecho que definió la situación política posterior del Estado y que derivó en la Convocatoria a elecciones generales para el 2019. Siendo la raíz de acontecimientos posteriores importantes para el país, se consideró importante, pertinente y oportuno analizar este tema desde la perspectiva de la cobertura de los medios de comunicación ya que, en un primer sondeo de tipo empírico, se verificó que le dieron atención por un largo periodo de tiempo en relación con otros hechos que también fueron importantes para el país en los últimos 13 años del actual gobierno, retornando el tema de forma recurrente entre ese momento (noviembre de 2017) y la Convocatoria a elecciones generales mediante Resolución TSE-RSP-ADM N° 239/2019 en mayo de 2019.

Por su parte, desde el 22 de enero de 2009, el gobierno, a través del Ministerio de Comunicación, creó el periódico **Cambio** para informar los asuntos que le eran de su interés, manteniendo la línea discursiva oficial que no le brindaban los otros diarios; mientras que el 24 de abril de 2010 comienza a circular el diario nacional **Página 7** de propiedad privada de un consorcio cuyo propietario visible es Raúl Garafulic L., hijo de Raúl Garafulic G., quien fue dueño del consorcio de medios masivos ILLIMANI COMUNICACIÓN en la década de los años 80, entre los que estuvieron los periódicos La Razón y la red televisiva ATB; que adquirieron mucho poder en su momento. (Archondo, 2013).

Desde su inicio **Página 7** fue un medio crítico al gobierno y, por ello, ha sido considerado popularmente como el periódico de la oposición; mientras que **Cambio** es el periódico oficial del Estado Plurinacional; razones que llevaron a elegir estos dos medios como una muestra adecuada para el análisis discursivo con la metodología que se expone más adelante en forma detallada.

Por último, la perspectiva científica acerca del análisis del discurso ha llevado en el pasado a aplicar esquemas y técnicas que dan luces sobre diferentes niveles discursivos mediante técnicas complejas ligadas a la lingüística o a datos estadísticos con categorías amplias, lo que provocaba una dispersión de probables resultados. Por ello, se ha optado por seguir la metodología del Análisis de Estrategias Discursivas.

Un último elemento del contexto es el momento político que vive el país desde el mismo año 2015 cuando se inicia un nuevo periodo de gobierno y con él, un debate nacional acerca de la re-elección del presidente en ejercicio Evo Morales y del vicepresidente Álvaro García en 2019. Este tema pasó políticamente por la necesidad de aprobación de modificación del artículo 168 de la Constitución Política del Estado (CPE), la organización de un Referéndum de consulta vinculante que se realizó el 21 de febrero de 2016 , negando el cambio del artículo, una solicitud y proceso jurídico ante el Tribunal Supremo de Justicia que terminó con la sentencia que, apelando a los derechos humanos establecidos en varios documentos y tratados a los que Bolivia se apega; definió la posibilidad de la reelección. Sobre este documento, en 2018 se convocaron a elecciones generales, pero, según mandato del Tribunal Electoral Plurinacional, previa realización de una elección interna en cada agrupación política, también con carácter vinculante, que fue llamada “Elecciones de primarias”; para luego recién en 2019 iniciar las campañas que culminarán en el acto electoral del 20 de octubre de ese año.

En ese contexto, y con varios eventos electorales en pocos años, es pertinente y oportuno el estudio del manejo discursivo que tienen las noticias en situaciones de conflicto, descubriendo las características comunes y, a través de ellas, las estrategias que podrían estar detrás del poder político. De ese modo se pretende aportar desde la ciencia al mejor conocimiento de la comunicación mediática y la política.

## Capítulo 1

### 1. ASPECTOS GENERALES

*“Lo que nos interesa aquí es destacar el hecho de que las comunicaciones humanas no se producen sólo gracias a que haya lenguajes, sino a las diversas inflexiones de los lenguajes, esto es, a los diferentes discursos. Tales inflexiones son los recursos expresivos.  
(D. Prieto. 2000, p. 27)*

#### 1.1. ANTECEDENTES y JUSTIFICACIÓN

En la página web oficial del Tribunal Supremo electoral (TSE) (OEP - Bolivia, 2016), se lee:

*“Se convocó mediante la Ley N. 757 de 5 de noviembre de 2015 a Referendo Constitucional Aprobatorio en circunscripción nacional para que el pueblo boliviano apruebe o no la reforma del Artículo N. 168 de la Constitución Política del Estado el 21 de febrero de 2016. Fue el primer referendo de su tipo desde la promulgación de la nueva Constitución Política del Estado en 2009.*

*En el referendo convocado por ley de reforma constitucional emitida por la Asamblea Legislativa, y no por iniciativa popular, el NO resultó mayoritario con 51,3% de los votos válidos, frente al 48,7% de votos del SI. La opción NO ganó en seis de los nueve departamentos (Chuquisaca, Potosí, Tarija, Santa Cruz, Beni y Pando), y el SI venció en los departamentos de La Paz, Cochabamba y Oruro”.*  
(OEP - Bolivia, 2016)

Y este es el antecedente principal que dio inicio a las controversias políticas, jurídicas y de movilizaciones sociales, que luego sirvieron para que la prensa coloque el tema en la agenda pública. El siguiente momento que se encuentra como un hito en las noticias, y que revela las estrategias discursivas en las noticias de modo más nítido, es el recurso legal presentado por los diputados del partido político



Movimiento Al Socialismo (M.A.S.) Nélida Sifuentes, David Ramos, Nelly Roso, Aniceto Choque, Ana Vidal, Julio Huaraya, Felipa Málaga, Ascencio Lazo, Juan Vásquez, Edgar Montaña, y los opositores disidentes Víctor Gutiérrez y Santos Paredes, que se da el mes de septiembre de 2017. El argumento fue que la repostulación del -en ese momento- Presidente de Bolivia, Evo Morales y de todas las autoridades era un derecho humano y que tenía antecedentes en determinaciones internacionales. (Correo del Sur, 2017).

Ante la denuncia, el Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP) de Bolivia emitió el 28 de noviembre de 2017 la Sentencia Constitucional 0084/2017 (2017) que habilita al Presidente Evo Morales, al vicepresidente Álvaro García Linera y a todas las autoridades electas a repostularse de manera indefinida. Con el fallo, el TCP declaró procedente la llamada “Acción de Inconstitucionalidad Abstracta” presentada por los mencionados legisladores del Movimiento Al Socialismo (M.A.S.)<sup>2</sup>. El presidente del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), Macario Lahor Cortez, explicó que la sentencia que emitían tenía como base la aplicación preferente del artículo 23 de la Convención Americana de Derechos Humanos (CADH) por ser una norma más favorable con relación a los derechos políticos sobre los artículos 156, 168, 285 y 288 de la Constitución Política del Estado (CPE), que limitaba la reelección continua de los gobernantes. Al respecto Lahor indicó:

*“La sentencia se sustenta básicamente en el control de convencionalidad que este tribunal ha realizado de los artículos 166, 168, 285 y 288 de la CPE en relación la Convención Americana sobre Derechos Humanos que consagra los derechos políticos habiéndose establecido que dicho instrumento internacional en relación a dichos derecho se declaran como más favorables que los contenidos en la norma suprema (CPE)”, ( Lahor C., Macario, 2017).*

La sentencia también declara la inconstitucionalidad de los artículos 52 parágrafo III, 64 inciso d, 65 inciso b, 71 inciso c y 72 inciso b de la Ley de Régimen Electoral, que limitaban a una sola vez las reelecciones continuas. Tras conocerse la sentencia, los partidos que forman la oposición en Bolivia,

---

<sup>2</sup> Recurso legal presentado por los diputados del M.A.S. Nélida Sifuentes, David Ramos, Nelly Roso, Aniceto Choque, Ana Vidal, Julio Huaraya, Felipa Málaga, Ascencio Lazo, Juan Vásquez, Edgar Montaña, y los opositores disidentes Víctor Gutiérrez y Santos Paredes, el mes de septiembre de 2017; argumentando que la repostulación del en ese momento Presidente de Bolivia, Evo Morales y de todas las autoridades era un derecho humano y que tenía antecedentes en determinaciones internacionales. (Correo del Sur, 28 de noviembre de 2017).

representada por el ex Presidente Jorge Quiroga, el líder del partido Unidad Nacional, Samuel Doria Medina, entre los más conocidos; junto con sus diputados y senadores, comenzaron a pronunciarse en la prensa nacional, rechazando la determinación y con el argumento de “defender la democracia y el voto de la población expresado en el Referéndum de Consulta del 21 de febrero de 2016”; que parece ser el principal mensaje común entre todos los entrevistados.

Ese concepto fue el que, luego, los dirigentes de sindicatos, movimientos sociales y agrupaciones civiles utilizaron para expresar en sus opiniones, el descontento o la aprobación a la mencionada Sentencia del TSJ. La población también se refirió en los mismos términos, según se verifica empíricamente, aunque luego comienzan a surgir otras declaraciones como las que realizaron autoridades cívicas regionales: “es un golpe a la democracia” o “El fallo constitucional mató a la democracia” (varios medios).

Desde el Gobierno y el partido oficialista (Movimiento Al socialismo - M.A.S.), las declaraciones tienden a defender el fallo del TSJ. El ministro de Gobierno, Carlos Romero, cuestionó a lo largo del mes de diciembre de 2017, a los organizadores de las protestas y los identificó como parte de la oposición.

*“Evidentemente son grupos de la derecha que se disfrazan, hace días atrás se disfrazó de comité cívico (...) pero hemos visto comités cívicos en actitud política con partidos políticos, son neoliberales disfrazados de colectivos ciudadanos”, dijo. ( La Razón. , 2017)*

Los hechos se fueron complicando durante los años 2017 y 2018. En febrero de ambos años, diferentes instituciones y partidos políticos convocaron a paros cívicos principalmente en Santa Cruz, Potosí, Tarija, Cochabamba y La Paz, para conmemorar el resultado del plebiscito del 21 de febrero, y en *rechazo a la repostulación de Evo Morales y Álvaro García Linera*, como van titulando los periódicos en ambos años. Con el paso de los meses, sobre todo en 2018, el tema va generando la cobertura de la prensa con temas como el proceso de convocatoria a elecciones generales (presidente, vicepresidente, senadores y diputados), la elección de candidatos para las llamadas Elecciones primarias internas, luego la composición de los partidos, los candidatos; y en 2019 los temas principales se centran en la campaña política.

En esas noticias suelen aparecer con regularidad referencias a la decisión del TSJ para habilitar a los candidatos en 2017, por lo que podrían ser consideradas relatos derivados, periodísticamente, de

aquel hecho central; lo que en la práctica profesional del periodismo se considera como un tema no cerrado y más bien recurrente como contexto; lo que permite presentar a las noticias sobre el tema de la Sentencia de referencia y las noticias derivadas como los principales antecedentes de este trabajo de investigación.

## 1.2. LÍNEA EDITORIAL Y ESTUDIO DISCURSIVO

Además del tema central, otro antecedente importante para este trabajo académico son los estudios acerca del discurso político que ayuden a explicar, por ejemplo, las características y las causas para que se tenga un enfoque diferente cuando se publica una noticia de un hecho similar, en diarios que responden ya sean al oficialismo o a la oposición.

Algunas razones obvias son que las noticias políticas incluyen elementos como las declaraciones de fuentes distintas, o que, siendo las mismas fuentes, la dependencia de una línea editorial obliga a los periodistas a caracterizar hechos y fuentes de una determinada manera. Así, bajo una mirada empírica, los medios que se analizaron responden a diferentes líneas editoriales, por ejemplo, se verifica que la sentencia constitucional del TSC 0084/2017 que fue objeto de noticias, es en general enfocada como una situación negativa que merece más cobertura con visiones críticas en el diario de propiedad privada Página 7; y al contrario, se trata de un hecho positivo o que recibe más apoyo y justificaciones tanto por la elección de sus entrevistados (fuentes), como por la manera en que se titula o enfoca en el periódico que responde a la línea gubernamental oficialista Cambio.

Este tipo de interpretaciones empíricas requieren verificación de la ciencia, y para ello, existen técnicas como el análisis de contenido que propuso Teun Van Dijk y que fue perfeccionado como método cuantitativo por Berelson (1952) y otros en años posteriores. Al respecto, este autor (citado en López N., Fernando, 2007, p. 167), señala:

*“(..) el análisis de contenido como una forma particular de análisis de documentos. Con esta técnica no es el estilo del texto lo que se pretende analizar, sino las ideas expresadas en él, siendo el significado de las palabras, temas o frases lo que intenta cuantificarse...” (López N., Fernando, 2007)*

La tradición científica al respecto, coloca a Teun Van Dijk como el iniciador de este tipo de estudios, cuyos orígenes y trabajo son muy bien resumidos por Cynthia Meersohn (Meersohn, 2005), quien afirma:

*“Los primeros trabajos de Van Dijk se encuentran en el campo de la teoría literaria, especialmente en el tema del lenguaje literario, con miras a responder la pregunta de si la literatura podía ser caracterizada específicamente por su uso típico del lenguaje. Este fue el primer paso hacia el interés que desarrolla a fines de 1960 y principios de 1970 por la gramática del texto. Bajo la influencia de la gramática transformacional -generativa de Noam Chomsky, (Van Dijk), empieza a preguntarse entonces por el conjunto de reglas especiales que describen estructuralmente los textos literarios.” (Meersohn, 2005, p. 288).*

Si bien los estudios sobre la literatura y el lenguaje en general tienen un punto fuerte a principios del Siglo XX, es recién después de la Segunda Guerra Mundial que se inicia una nueva era en la que se estudia el lenguaje en otras dimensiones más comunicacionales que literarias e incluso semióticas. Por ejemplo, hay investigaciones como las de Michel de Foucault acerca del poder, de Mattelart y la ideología a través del lenguaje de las historietas, de Barthes en los lenguajes visuales, de Daniel Prieto y los discursos en diferentes tipos de mensajes, entre muchas otras maneras de revisar textos ya sea escritos o audiovisuales, como es el caso del análisis de las noticias que son materia prima para el trabajo de prensa en los medios de comunicación masivos.

En lo práctico en esta tesis se considera que la relación entre el hecho noticioso de la decisión del Tribunal Constitucional con las diferentes maneras de su tratamiento informativo son los dos elementos esenciales que sirven de antecedentes.

Por otro lado, una de las bases que Barthes argumenta en sus estudios acerca del lenguaje, es que es necesario conocer las estructuras que conforman los sistemas de signos para poder entender las diferentes maneras de significar o lo que es lo mismo, conocer las diferentes maneras en las que la sociedad organiza la información para darle un sentido o un significado de relevancia social.

Si se trata de noticias, éstas son importantes para una sociedad siempre y cuando sean una novedad, sean de utilidad a su vida cotidiana y sean relevantes y únicas en relación con otros hechos, generalmente de carácter irreplicable. En el caso del hecho de la habilitación de candidatos para su reelección indefinida a pesar de la prohibición constitucional en Bolivia, las noticias que se generaron al

respecto tienen diferentes tratamientos según el medio de comunicación que las publique; reflejando así los intereses o circunstancias de percepción por las que los periodistas deciden elegir uno u otro dato.

La manera de estructurar, como dice Barthes, estas características definirá la manera de presentar los mensajes con su respectivo discurso a la sociedad, orientando hacia uno u otro interés los datos, las calificaciones, los enfoques, la priorización de unos personajes sobre otros, de unos hechos sobre otros, probablemente influidos por una posición ideológica, la propiedad del medio o sólo por simpatías o antipatías con un grupo de personas, una manera de pensar, incluso un rostro o un elemento gráfico.

**Conocer estas características y cómo definen las relaciones del poder político con las noticias justifica la necesidad de realizar esta investigación.**

Es importante también conocer la línea informativa y la posición que asumen dichos periódicos de circulación nacional con la redacción y el enfoque de sus noticias sobre el tema, que implícitamente demuestra la posición política e ideológica del medio de comunicación.

Por otro lado, al determinar las estrategias discursivas que se usan en esa construcción de estructuras narrativas, es posible también comprender a qué elementos de una noticia le da mayor o menor énfasis un determinado medio de comunicación, revelando de esta manera que las estrategias no sólo se encuentran en la macro comunicación, en las estrategias corporativas o en las macro acciones, sino también existen estrategias comunicacionales que determinan aspectos mínimos, aparentemente en un discurso, como un calificativo o una metáfora, pero que, sumados, construyen la estrategia discursiva del medio en sí, y, éste, genera su estrategia discursiva, lo quiera o no, para proponer (e imponer en algunos casos), su manera de ver a la sociedad mediante la publicación de esas noticias.

**Al no ser éstas, por lo tanto, ni objetivas ni inocuas, entenderlas en sus dimensiones discursivas más allá sus contenidos, es una tarea que justifica una investigación como la presente,** de tal manera que se aporta a la comprensión de las estrategias de comunicación en sus micro expresiones como son las noticias en relación con las macro expresiones que son las maneras de construcción discursiva de toda una sociedad.

### 1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El punto de partida para plantear el problema es el hecho noticioso que consiste en la determinación del Tribunal Constitucional boliviano, máxima autoridad en temas jurídicos, que habilita a toda autoridad en los niveles nacionales y subnacionales a la repostulación indefinida a partir de 2017.

Este hecho ha generado a lo largo de los siguientes años una serie de debates, controversias, movilizaciones y actos jurídicos, políticos y sociales que se ven reflejados en las noticias. Éstas tienen diferentes estructuras que pueden ser esquematizadas como la tradicional Pirámide Invertida, la respuesta a preguntas esenciales (las llamadas 6 W), el relato de hechos en orden cronológico u otros, que describa hechos y tenga pruebas ya sea como testimonios o como documentos, entre otras. Pero, consideradas como expresiones de texto lingüístico, también pueden ser analizadas por la composición de sus oraciones, concordancia, ortografía, reglas gramaticales, coherencia narrativa, párrafos, entre otras categorías de análisis. Desde el punto de vista de la semiótica como estudio de las noticias desde el punto de vista del signo expresivo, pueden ser analizadas como estructuras integrales, como expresiones ideológicas, como relatos de intereses sociales históricos o documentales; y en todos ellos, la base es el análisis del discurso compuesto tanto por forma como por el fondo.

Ahora bien, siendo que existe un hecho de relevancia histórica para Bolivia como la determinación de la habilitación a reelección indefinida de autoridades para candidaturas en los niveles nacionales y subnacionales, que los hechos resultantes de esa determinación han sido cubiertos por la prensa nacional de diferente manera, que las noticias pueden responder teóricamente no sólo a la ideología del medio sino a formas de contar y percibir los hechos en sí, generando un sesgo o manera de enfocar producto de intereses de los propietarios de los medios masivos o de la ideología (como es el caso del periódico oficialista y gubernamental Cambio), a la que responden como son el caso de Página 7 y Cambio en los extremos; se descubre que existen algunos puntos que no alcanzan a tener explicación específica, momentos desconocidos en el proceso de construcción del discurso, características específicas que diferencian unas noticias de otras, uso de recursos expresivos y palabras que funcionan como adjetivos, adverbios, verbos a la hora de presentar a los sujetos actores de los hechos, o el predominio y función que cumple el actor como fuente o como simple “anclaje” estratégico para justificar una manera de presentar el discurso, son algunos de los elementos que quedan en desconocimiento o que se constituyen en el problema a ser conocido.

Todo lo anterior se consolida en los argumentos que usan las noticias para justificar su enfoque, y este es otro problema ya que también apela a formas del discurso para “justificar” su existencia y generar una determinada orientación. De saber cómo se generan esos argumentos, a qué se refieren en qué se sostienen, podría ser posible descubrir cuál es la estrategia que tiene un discurso para expresar la posición de la línea editorial, ergo, para descubrir la estrategia de los medios a la hora de relacionarse con el poder, y cómo éste se relaciona con la prensa, a partir de la construcción de su discurso.

La manera de conocer el discurso es por el análisis de las palabras, sobre todo por la que se utilizan en títulos, entradas y cierres de una noticia; palabras claves que se resumen o se atribuyen a sujetos, se expresan mediante verbos. Por eso, el problema pasa a ser operativo en cuanto la manera de analizar el discurso es por su forma (palabras y estructuras en párrafos), y por el fondo (a qué apelan, a quién, de qué manera); aspectos que se desconocen y que, de modo general, pueden ser llamados elementos de las estrategias discursivas.

Entre éstas manera de organizar las estructuras narrativas están el análisis lingüístico de elementos de la oración, el literario como comparaciones entre obras y autores, el análisis temático o el discursivo que puede poner énfasis en el sujeto, en sus apelaciones argumentativas, en el uso de las referencialidades, tipificaciones, identificando por ejemplo las relaciones de armonía o de oposición entre otras estrategias que dan cuenta del discurso de fondo o de superficie.

Cuando se comparan las estrategias en un análisis de discurso, es posible verificar si son iguales o no. Se pueden descubrir opciones que los autores de los textos combinan y que, comparados con otros autores, se obtiene alternativas de interpretación de la manera en que se narra. Por ejemplo, si dos autores o dos noticias, o como en este caso, dos medios de comunicación tienen estrategias iguales, se podría concluir que ambos “piensan” igual y escriben igual. Podría ser que ambos medios tienen estrategias diferentes, por tanto, piensan diferente y escriben diferente. Pero, si se añaden otras variables como diferenciar estrategias de fondo y superficie, se pueden obtener escenarios que caracterizan el discurso de cada medio, las estrategias que utilizan y, con ello, tal vez se pueda comprender la manera en que se relaciona el poder político con la actividad de prensa. Ante la falta de este conocimiento, se hace necesario plantearse una pregunta central que ayude a develar esa relación y sus estrategias a través del discurso como problema a ser analizado.

### **1.3.1. PROBLEMA**

A partir de lo anterior, entonces, se define que el problema de investigación es la relación entre la prensa y el poder político, expresada a través de estrategias discursivas en la cobertura informativa a la Sentencia Constitucional 0084/2017 del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), del Estado Plurinacional de Bolivia, que definió el 28 de noviembre de 2017 habilitar al Presidente en ejercicio Evo Morales, al Vicepresidente Álvaro García Linera y a todas las autoridades electas para re postularse de manera indefinida, siendo que el art. 168 de la Constitución Política del Estado lo prohíbe; identificas en las noticias publicadas por los periódicos bolivianos de circulación nacional Página 7 y Cambio entre noviembre de 2017 y junio de 2019.

Problema que, por la tradición científica positivista se expresa en la siguiente pregunta:

**¿Cuál es la relación entre la prensa y el poder político que se descubre en las estrategias discursivas de las noticias publicadas por los periódicos bolivianos de circulación nacional <<Página 7>> y <<Cambio>> entre noviembre de 2017 y junio de 2019, acerca de la Sentencia Constitucional 0084/2017 del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), del Estado Plurinacional de Bolivia, que definió el 28 de noviembre de 2017 habilitar al Presidente en ejercicio Evo Morales, al Vicepresidente Álvaro García Linera y a todas las autoridades electas para repostularse de manera indefinida, siendo que el art. 168 de la Constitución Política del Estado lo prohíbe?**

## **1.4. OBJETIVOS**

### **1.4.1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar la relación entre la prensa y el poder político que se descubre en las estrategias discursivas de las noticias publicadas por los periódicos bolivianos de circulación nacional Página 7 y Cambio entre noviembre de 2017 y junio de 2019, acerca de la Sentencia Constitucional 0084/2017 del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), del Estado Plurinacional de Bolivia.

### **1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Describir los recursos más usados en las estrategias de fondo y de superficie en el discurso político de las noticias publicadas por los periódicos bolivianos de circulación nacional Página



- 7 y Cambio entre noviembre de 2017 y junio de 2019, acerca de la Sentencia Constitucional 0084/2017 del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), del Estado Plurinacional de Bolivia.
2. Identificar las estrategias discursivas que predominan en el análisis de las noticias publicadas por los periódicos bolivianos de circulación nacional Página 7 y Cambio entre noviembre de 2017 y junio de 2019, acerca de la Sentencia Constitucional 0084/2017 del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), del Estado Plurinacional de Bolivia.
  3. Comparar los recursos narrativos usados en las estrategias discursivas de fondo y de superficie de las noticias publicadas por los periódicos bolivianos de circulación nacional Página 7 y Cambio entre noviembre de 2017 y junio de 2019, acerca de la Sentencia Constitucional 0084/2017 del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), del Estado Plurinacional de Bolivia.
  4. Identificar la relación entre las estrategias discursivas de fondo y de superficie de las noticias publicadas por los periódicos bolivianos de circulación nacional Página 7 y Cambio entre noviembre de 2017 y junio de 2019, acerca de la Sentencia Constitucional 0084/2017 del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), del Estado Plurinacional de Bolivia.
  5. Reconocer las intenciones o versiones que se interpretan a partir de las semejanzas y diferencias utilizadas en las estrategias discursivas de fondo y de superficie de las noticias publicadas por los periódicos bolivianos de circulación nacional Página 7 y Cambio entre noviembre de 2017 y junio de 2019, acerca de la Sentencia Constitucional 0084/2017 del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), del Estado Plurinacional de Bolivia.

### 1.4.3 OPERACIONALIZACIÓN Y ALCANCES

Las **variables** que componen el problema de investigación son las siguientes: (Cfr. Tesis-investigacion-cientifica, 2001).

1. Discurso retórico
2. Relación entre la prensa y el poder político
3. Estrategias discursivas

Más adelante se exponen las categorías, dimensiones e indicadores en los tres casos.

Entre **los límites y alcances** se consigna lo siguiente:

1. Uno de los marcos límite que tiene este trabajo académico es el **objeto de estudio** que son las noticias publicadas por los periódicos Página 7 y Cambio.

2. El **límite espacial** es el alcance declarado por estos diarios considerándolos de cobertura” nacional” dentro del Estado Plurinacional de Bolivia.
3. Su **elección está delimitada por la posición política** (o de conocimiento social empírico), que tienen dichos diarios frente a la Sentencia Constitucional 0084/2017 del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), del Estado Plurinacional de Bolivia; siendo Página 7 contraria y representando el pensar de lo que se llama “la oposición” de modo genérico; y Cambio a favor, representando la posición oficial del gobierno de Bolivia.
4. El **límite temporal** ha sido definido bajo el siguiente criterio: El inicio se da cuando se publica la Sentencia Constitucional de referencia el 28 de noviembre de 2017, y el final del estudio se marca en el mes de junio de 2019 debido a que en esa fecha se inician las campañas electorales generales a nivel nacional; consolidando su ejecución, de esa manera, la mencionada Sentencia.
5. El **alcance del análisis** en general **es de tipo semiótico**. Es decir, se analizan los signos o recursos del discurso periodístico específico en su significación empírica y como elementos componentes de un discurso mayor que se ancla en sus estrategias discursivas.
6. El **límite conceptual de ese análisis se da por el mecanismo de verificación** de las intenciones o versiones interpretables de manera subjetiva, con base en el dato empírico obtenido de manera científica.
7. Con el trabajo, **no se pretende un alcance de contenidos**, literarios o lingüísticos; tan solo se limita a los elementos discursivos semióticos o signos no verbales a partir de expresiones verbales; o (seda intenciones, versiones, percepciones) que pueden ser identificadas mediante la metodología que se expone más adelante.
8. Por lo anterior, el alcance está también restringido a las **estrategias discursivas de fondo y de superficie** resultantes de la estructuración de esos elementos en el discurso de las noticias analizadas.

### TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN

Para tener una mejor sistematización, se ha simplificado el cuadro general de operacionalización en los campos que se expresan a continuación, combinando los que estaban destinados a las definiciones y otros análisis que serán expuestos en el capítulo del Marco Teórico, y dejando en la tabla los necesarios para comprender la manera en la que se concibe el estudio.

Vari ables	Cate goría	Dime nsión	Indi cadores	Nivel de Medición	Uni dad de Medida	Ín dice
Disc urso retórico	Inte nsión	Conm over	Alte rar	Alto	Adje tivos Adverbios Verbos Sujetos/fuent es	Ag rede o valora a otra persona, idea, situación u objeto en más del 70% de veces
			Inqu ietar	Medio		LI ama la atención sobre valores de situaciones, cosas o personas para insinuar romper lo establecido. Entre 40 y 69 % del total de notas
			Pert urbar	Bajo		In terrumpe o propone trastornar el orden establecido. Entre 20 y 39 % de las noticias tienen estos adjetivos, verbos o adverbios.

	Textos	Persuadir	Inducir	Alta		Obliga con razones a hacer algo en un 80% o más de las veces
				Media		Argumenta mediante razones verificables entre un 50 y 79 % de las veces analizadas
		Convincer	Incitacion	Baja		Obliga o presiona para llevar a una acción en menos del 49% de las veces de las notas analizadas
	Versión	Percepción personal	Individual	Desfavorable		Se refiere al hecho en menos del 50% de la noticia
			Colectivo	Favorable		Se refiere al hecho en más del 80% del total de las notas
			Fuente	Neutra		No se valora, adjetiva, el hecho entre un 50 y 70% de las veces
Relación entre la prensa y el poder político	Argumentos	Igualdad	Mismo dato	Iguales	Dato verificable	Razones, datos o referencias que tengan la misma significación en más del 70% de las

						noticias analizadas
		Diferencia	Dato parecido	Similares		Razones, datos o referencias que tengan la misma significación entre el 50% y el 69% de las noticias analizadas
			Dato diferente		Diferentes	
	Estructura narrativa similar	Título	Fuente	Igual	Enunciados	
			Verbo			
		Entrada	Las 6 W	Similar	Preguntas principales	Más del 70% de las noticias incluyen hasta 3 de las llamadas 6W
				Diferente		entre el 50 y el 60% de las noticias incluyen hasta 3 de las llamadas 6W
						Más del 50% de las noticias NO incluyen las llamadas 6W

		Cierre			Detalles de la Sentencia	Más del 70% de los cierres de las noticias incluyen detalles de la Sentencia
						entre el 50 y el 60% de los cierres de las noticias incluyen detalles de la Sentencia
						Más del 50% de los cierres de las noticias NO incluyen los detalles de la Sentencia
Estrategias discursivas	De superficie	Universalización	Juicio	Existencia en el texto	Palabras	todos, "ninguno" o bien, "el hombre", "la mujer", "el niño".
		Generalización	Conclusiones			Se sacan conclusiones que se pretenden generales a todos los casos similares
		Tópico	Lugares comunes y sociales			Enunciados conocidos por todos en una determinada sociedad o grupo
		Personalización	Se dirige explícitamente a alguien			Se nombra persona o nombre

		Despersonalización	Lo dicho parece Ley Universal			Las formas son impersonales (se, le) y el verbo haber.
		Redundancia	Reiteraciones			repetición de más de tres veces de la misma palabra en un enunciado similar o diferente.
		Comparación	Consiste en relacionar dos elementos para atribuir a uno las características del otro			Como, mientras
		Metáfora	Comparación, pero sintetizada,			Sujeto y comparación son un solo enunciado.
		Sinécdoque	Se alude a algo a través de una parte			Una parte de la fuente o de la acción de la fuente
		Hiperbole	Exageración verbal			adjetivos, gradilocuciones.
		Sentido de oportunidad	Son introducidas palabras que vienen a cambiar el sentido de lo que está diciendo.			Sinónimos, apodos, dichos

		Inferencia inmediata	Se dan pocos indicios, se pretende sacar conclusiones			Etiquetas,
De fondo	Manifiesto y latente	Lo manifiesto	Texto explícito	Enunciado	tema que toca el mensaje	
		Latente	Sugerencia de un tema o valor		tema que toca el mensaje, pero no lo dice explícitamente	
	Predicciones	Atribuir algo o alguien	Negativo o positivo		adjetivos, sustantivos en función adjetiva, adverbios, verbos	
	Referencialidad	Cantidad de información relacionado con el tema central	Alta referencialidad		Acercar lo más posible a datos sobre el tema	
			Baja referencialidad		Ofrece poca información	
			Distorsión referencial		Introducción de información falsa para ocultar, mentir o no referirse al tema	
	Tipificaciones	Esquemmatizar por tipos o estereotipos	Esquemmatización basada en concepto social		Adjetivos, etiquetas, modelos de comportamientos, etc.	
	Relaciones de armonía y de oposición	Armonía se da cuando todos concuerdan	No hay divergencias		Secuencia causa - efecto o valoración similar	



			Oposición se da cuando no hay concordancias	hay divergencia y hasta conflictos		Se cuencia causa - efecto o valoración opuesta
		Lo dicho y lo no dicho	Explícita-mente expresado	Expresión explícita		La significación es "literal".
			No Dicho	Temas que quedan excluidos siendo relevantes		No se identifica literalmente la significación, es ideal, conceptual o "tácita"

## Capítulo 2

### 2. MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL

*Hablamos de **estrategias de fondo** para referirnos a lo que en los mensajes aparece como lo que fundamentalmente se quiere transmitir a los destinatarios, lo **sepan o no** los emisores (D.Prieto C. 2000, p. 67)*

Este trabajo de grado tiene como sustento principal las reflexiones y explicaciones de Daniel Prieto Castillo (Prieto C., 2000), acompañado para explicaciones puntuales por otros autores que hacen referencia a Barthes, Foucault y Van Dijk en cuanto a su estudio sobre el discurso.

Asimismo, se ha tomado como punto de partida el planteamiento del problema para organizar la exposición de argumentos teóricos; es decir, se comienza en este capítulo con los conceptos acerca de discurso para luego pasar a los de periodismo, lenguaje de la imagen, la relación de los medios de comunicación masivos con el poder político; y terminar con la exposición de la Ley electoral boliviana que da el marco referencial a la Sentencia del Tribunal Constitucional Plurinacional que es el origen de la investigación que se presenta.

Cabe de inicio indicar que la Real Academia de la Lengua Española (RAE), define el discurso como *“un enunciado o conjunto de enunciados con que se expresa, de forma escrita u oral, un pensamiento, razonamiento, sentimiento o deseo.”* Proviene del latín **discursus**, que es un mensaje que se pronuncia de manera pública. Por ello se trata de una acción de comunicación cuya finalidad es exponer o transmitir algún tipo de información y, por lo general, convencer a los oyentes.

Algunos autores han relacionado la etimología de la palabra discurso con la de discurrir, que se refiere a *“correr por varias vías”*, en relación a un acto por el cual el ser humano toma varias vías para - literalmente- correr o llevar un mensaje. Este concepto se aplicó entre los pueblos latinos (y entre los políticos romanos en particular), para indicar aquello que una autoridad expresaba al decir varias cosas en un mensaje a la población. La referencia era, según la etimología de la palabra, al hecho de inferir, pasar por varios argumentos o hasta inventar una situación para relatarla a un auditorio.

La palabra tiene como origen “DIS” (de origen griego), que es separación (de ideas o argumentos), y “CURRERE” (de origen indoeuropeo), que es correr o avanzar. Los políticos que hablaban en público discurrían entre ideas, lo que entre los latinos llevó a llamarlos hombres del discurso.

Desde el análisis etimológico, DISCURSO significa también una serie de palabras con coherencia lógica y gramatical con las que se expresa lo que se siente o piensa. El prefijo DIS de origen griego también es sinónimo de divergir o separar, y CURSUS de correr o de dirigir (cursor), (en el sentido de manipular u orientar hacia cierto sentido).

La disciplina de la Etimológica también indica la relación entre el DISCURSO con términos específicos como la **perorata** o aquel discurso que es inoportuno, la **elocución** que son las expresiones con importancia técnica que los oradores debían dominar para armar un discurso persuasivo, o con la palabra **retórica** que se refiere a la elocuencia del discurso o al “arte del orador” para persuadir a un auditorio; entre otras relaciones que implican el término “**discurso**”. Con esta base, se explica a continuación las características del discurso.

De lo anterior, el DISCURSO moderno podría ser definido como “ir hacia alguna idea” mediante la expresión de un mensaje o una serie de mensajes que se estructuran de manera lógica para explicar un tema definido, que posteriormente puede convertirse en un mensaje comunicacional para persuadir a un auditorio.

Desde la filosofía, discurso será el conjunto de pensamientos que tiene un individuo para explicar o para concretar una idea sobre un tema o conjunto de temas. Así, puede haber un discurso sobre la vida, sobre el ser, un discurso sobre la humanidad; siendo el “discurso” aquellos pensamientos compilados de manera ordenada, que tiene varios puntos de vista.

De esta reflexión se concluye que el discurso (moderno), tiene una estructura, un orden, unas maneras de expresarse que expresan un pensamiento que, quien emite el discurso, tiene intención de hacer llegar a otro u otros humanos; es decir, que el discurso tiene recursos expresivos con el objetivo de persuadir.

### **1.1. SOBRE DISCURSO Y ANÁLISIS DE MENSAJES**

Las reflexiones acerca de la manera en la que los seres humanos se comunican tiene antecedentes en el antiguo tratado griego sobre “el arte de la persuasión”, atribuido al filósofo Aristóteles

(Siglo VI A.C.), aunque algunos estudiosos consideran que se trata más bien de una compilación o colección realizada por sus estudiantes.

De una u otra manera, “El Arte de la Retórica” se refiere a las capacidades humanas para comunicarse con los demás, sobre todo a las maneras en las que se afecta a las emociones para conseguir algún objetivo previamente deseado, omitiendo hechos u organizándolos de manera que la interpretación sea el dato que se pretende visibilizar frente a otros que quedan escondidos. (Gonzalez, 1973)

Esos estudios desde la filosofía se basaron en el principio de la retórica que es la actitud o el método contrario a la dialéctica como capacidad (método), para oponer circunstancias que generan la explicación de algún fenómeno (Aristóteles).

Para varios autores, la base de la retórica es lo que hoy se llamaría la psicología y el manejo del lenguaje. Se considera desde la filosofía una herramienta práctica basada en el debate, que tiene el objetivo de construir argumentaciones para persuadir a la audiencia, recurriendo a los conocimientos probables para solucionar asuntos prácticos, mientras que la dialéctica tendría por mecanismo el aprendizaje (objetivo), mediante la exposición de asuntos que pueden ser probados (probables), y que sirven para ampliar el conocimiento.

Aristóteles postulaba que las pistas (*pisteis*), eran instrumentos de la retórica que se identificaban en el discurso, y que éste tenía tres componentes: el *ethos* o espíritu de lo que se dice, el *pathos* o lo que se dice (externamente), y el *logos* o lo que se conoce de lo que se dice; siendo la manera de entender lo que otros hablan (discurso), mediante la identificación de paradigmas (o un conjunto de posibilidades de significados), y silogismos (o construcciones del lenguaje). (Gonzalez, 1973)

Luego de los filósofos griegos, en la época moderna, varios han sido los estudios que se desprenden de aquellos y que derivan en la comprensión tanto de los signos como de los lenguajes, de las emociones como del conocimiento. Desde el Siglo XIX se han convertido en ciencias y su comprensión ahonda permanentemente las relaciones de lenguaje, signos y emociones a través de diferentes disciplinas y conocimientos que enriquecen la comprensión de las maneras de comunicarse de los seres humanos.

Teun Van Dijk (Van Dijk, 1992), concibe el estudio del discurso más como un contenido de hechos que se materializan a través del texto, y éste sería la base de toda comunicación. Afirma que la ciencia del

texto (o lo que los norteamericanos han dado en llamar el “análisis del discurso”), consiste en una actividad multidisciplinaria, haciendo hincapié en el contenido pero también en las formas:

*“ (...) Desde la Antigüedad Clásica se conocen la poética y la retórica, que se ocupaban de las estructuras especiales y de las funciones estéticas o persuasivas de los textos literarios o los discursos, como hoy en día lo hacen la estilística y los estudios literarios. También la teología y la jurisprudencia emplean tipos de textos especiales, que en ambos casos requieren una «exégesis», pero que posteriormente sirven de normas para acciones concretas. La lingüística se interesa especialmente por la estructura gramatical de las oraciones y los textos, pero también se ocupa de las condiciones y características de su empleo en distintos contextos. La psicología y la pedagogía didáctica deben de interesarse por las distintas maneras de comprensión, retención o reelaboración de textos. La psicología social y la investigación de los medios de comunicación de masas se preocupan especialmente por los efectos que los textos provocan en estos medios sobre las opiniones y los comportamientos de los receptores, mientras que, por último, la sociología analiza los textos en la interacción social, en particular en las conversaciones cotidianas y a través de formas textuales y de comunicación en distintas situaciones o instituciones” (Van Dijk, 1992 2da reimpresión, p. 13).*

De contraparte, el filósofo, comunicador y periodista Daniel Prieto (2000), define el discurso de la siguiente manera:

*“Utilizamos el término discurso para aludir a ciertas tendencias de elaboración de mensajes, a la preferencia por ciertas estrategias por ciertos recursos expresivos, por encima de otros; a la inclusión de ciertos temas. Todo acto discursivo significa, pues, una selección de términos, una determinada combinación de los mismos, y, a la vez, una selección de temas. Cada tipo de discurso tiene modos más o menos cristalizados de seleccionar y de combinar los recursos del lenguaje.” (Prieto C., 2000, p. 15).*

Profundiza indicando que para entender el discurso no sólo es necesario tomar en cuenta los elementos expresivos y el contenido, sino el contexto en el que se desarrollan:

*“Para comprender cualquier discurso necesitamos información de quienes lo producen y de sus destinatarios. Pero, además, es preciso conocer el pasado de esos seres, por un lado, y el pasado de ese tipo de discurso. (Prieto C., 2000 p. 15 y ss.).*

Y complementa el concepto reforzando la noción de que el discurso se define por la selección de temas, combinación de argumentos de modo que se entiende que por detrás de cada discurso existe una intencionalidad que, para los fines de este trabajo, es la persuasión para conseguir el voto. Así, Prieto indica:

*“Todo acto discursivo significa, pues, una selección de términos, una determinada combinación de los mismos, y, a la vez, una selección de temas. Cada tipo de discurso tiene modos más o menos cristalizados de seleccionar y de combinar los recursos del lenguaje” (Prieto C., 2000, p.16).*

Para Barthes (1972, p. 45 citado en Prieto) los discursos son conjuntos de palabras superiores a las oraciones, distinguiéndose los siguientes tipos:

1. Discurso metonímico, que es característico del relato.
2. Discurso metafórico, utilizado en la poesía lírica.
3. Discurso entimemático; discurso intelectual que está constituido sólo por dos proposiciones: antecedente y consecuente; sin completar el silogismo concluyente.

Según Teun A. Van Dijk (1999) el discurso es un fenómeno práctico, social y cultural en el que *“los usuarios de lenguaje que emplean el discurso realizan actos sociales y participan en la interacción social, típicamente en la conversación o en otras formas de dialogo” (Van Dijk, T. 1999, p.27).*

Los autores mencionados coinciden en que el discurso es cualquier forma de comunicación en la que los enunciados deben tener orden en la unión de palabras y del mismo modo estar relacionados con los actos. Marco Miramón (2013: Pág. 55) indica que tener como objetivo el sentido del discurso remite a considerar dos interpretaciones del término: “a) el significado designado por la propia oración y b) la intencionalidad del interlocutor al apropiarse el discurso” (persuasión).

Calsamiglia y Tusón en “las cosas del decir”, (Calsamiglia, H. y Tusón, A. , 2002), concretan una definición que, junto a la de Prieto, son la guía conceptual de este trabajo de grado:

*“Hablar de discurso es, ante todo, hablar de una práctica social, de una forma de acción entre las personas que se articula a partir del uso lingüístico contextualizado, ya sea oral o escrito. El discurso es parte de la vida social y a la vez un instrumento que crea la vida social. Desde el punto de vista discursivo, hablar o escribir no es otra cosa que construir piezas textuales orientadas a unos fines y que se dan en interdependencia con el contexto (lingüístico, local, cognitivo y sociocultural)”* (Calsamiglia, H. y Tusón, A. , 2002. P. 16)

Por lo que se entiende que analizar los discursos no sólo es comprender el contenido, sino, sobre todo, comprender el texto y su contexto, de tal modo de identificar los mecanismos o estructuras que posibilitan que la práctica social sea la que determina las maneras de persuasión.

Siguiendo a las autoras Calsamiglia y Tusón, se afirma que el análisis del discurso se refiere a las maneras en las que el lenguaje construye la comunicación como retórica.

*“(…) cómo las formas lingüísticas se ponen en funcionamiento para construir formas de comunicación y de representación del mundo — real o imaginario — Ahora bien, los usos lingüísticos son variados. Las personas tienen a su disposición un repertorio comunicativo, que puede estar formado por una o más lenguas, por diferentes variedades lingüísticas y por otros instrumentos de comunicación. La lengua, como materia primera del discurso, ofrece a quienes la usan una serie de opciones (fónicas, gráficas, morfosintácticas y léxicas) de entre las cuales hay que elegir en el momento de (inter)actuar discursivamente”* (Calsamiglia, H. y Tusón, A. , 2002. p. 17).

Y en la misma línea de Prieto (2000), consideran que la elección de esas formas de lenguaje que cada sociedad, o grupo de personas (e individuos como los periodistas), refleja su manera de pensar y actuar en la sociedad. Las autoras de “Las cosas del decir” lo exponen con claridad en el siguiente párrafo:

*“Esa elección (del lenguaje), sujeta o no a un control consciente, se realiza de acuerdo con unos parámetros contextuales que incluyen la situación, los propósitos de quien la realiza y las características de los destinatarios, entre otros.*

*Estos parámetros son de tipo cognitivo y sociocultural, son dinámicos y pueden estar sujetos a revisión, negociación y cambio. Como práctica social que es, el discurso es complejo y heterogéneo, pero no caótico. Complejo, en cuanto a los diversos modos de organización en que puede manifestarse; también, en cuanto a los diversos niveles que entran en su construcción —desde las formas lingüísticas más pequeñas hasta los elementos contextuales extralingüísticos o histórico-culturales—; complejo, asimismo, en cuanto a las modalidades en que se concreta —oral, escrita o icono verbal—.” (Calsamiglia, H. y Tusón, A. , 2002. p. 17)*

Siendo lo anterior aceptable, el análisis que se realiza en este trabajo de grado considera que ese complejo discursivo sobre la Sentencia del TCP tiene un orden, unas expresiones (de superficie), y unos significados (fondos), que son posibles de entender para descubrir cómo se relacionan con el discurso político que vendría a ser también una práctica social sobre los quehaceres de las personas que están alrededor del poder político.

## **1.2. SOBRE USOS y TIPOS DE DISCURSO**

Prieto menciona que el discurso requiere de ciertas tendencias de elaboración de mensajes, es decir la selección de términos, elementos expresivos y contenido presentado, hay que conocer el contexto en el que se produce, se necesita saber información de quienes lo producen y de sus destinatarios. (cf. 2000, p. 42)

Estas prácticas discursivas tienen cuatro usos:

1. **Informativo o explicativo;** se centra en el tema del discurso, es decir en el mensaje.
2. **Persuasivo;** se orienta a la manipulación del tema, desea producir un cambio en el destinatario, los mensajes son organizados en función al destinatario.
3. **Expresivo;** se basa en la elaboración del discurso, mediante las diferentes inflexiones del lenguaje, centrándose en el emisor mismo.
4. **Lúdico – Poético;** trata de jugar con la palabra y la imagen.



La verificación de estos “usos” se da al analizar las noticias y descubrir la significación de los recursos expresivos diferenciando aquellos que sirven para informar o para persuadir. Se expresan en las ideas que transmiten, reflejando la posición del diario mediante diferentes estrategias.

Asimismo, Prieto define los siguientes tipos de discurso:

*“**Discurso científico-tecnológico** Se presenta a sí mismo como orientado al conocimiento de la realidad y a la transformación de la misma para beneficio de la humanidad. Podemos reconocer dos líneas: el discurso propiamente científico y el de divulgación. El primero es más cerrado y requiere de una iniciación a códigos a menudo muy específicos. El segundo busca difundir los hallazgos mediante recursos expresivos accesibles al grueso de la población (...). **Discurso estético.** La preocupación de quienes trabajan en esta línea es, en primer lugar, por la forma misma del discurso. Se trata de un trabajo sobre los signos, de una labor poética (...), está muy diversificado en toda sociedad a través de los diferentes géneros, de expresiones pictóricas. Cada uno tiene sus reglas de juego, reglas conocidas, esperadas por los destinatarios. **El discurso religioso.** (...) hay dos líneas: de un lado el trabajo de lectura de las Escrituras y de la "realidad a partir de una "formación que tiene ya siglos (nos referimos a la teología) y de otro la orientación hacia "el gran público. Aun cuando en esta última línea son utilizados elementos rituales (gestos, vestimentas, espacios), la clave está en la palabra. Una de las formas predilectas del discurso religioso es el relato (...). **El discurso retórico.** La retórica consiste en el arte de persuadir en público, de la palabra calculada en función de un efecto. Discurso de acción, su intención es conmover a los perceptores, mover sus ánimos para llevarlos a aceptar determinado argumento o adoptar ciertas conductas. (...) Aparece no solo en la política, en la publicidad, sino también en la vida diaria. **El discurso educativo.** No es sencillo encontrar una línea única de este tipo de discurso, porque sus tendencias dependen directamente de la definición de educación y de ser humano que utilizan los grupos responsables de esa labor. Cuando se parte de una percepción de esta última como mera transmisión de conocimientos, el discurso se vuelve autoritario, se llena de controles y de consignas. Cuando, por el contrario, se considera que la clave está en enseñar a*

*aprender, en una mayor libertad de los educandos, (...) el discurso varía radicalmente y abre paso a formas de expresión menos categóricas. **El discurso cotidiano** Punto de encuentro de todos los discursos que se dan en la vida cotidiana (...), como las concepciones, evaluaciones y percepciones que en sus diarias prácticas comparten los integrantes de un grupo social. (...)" (Prieto C., 2000. p. 15 y ss.).*

En el caso que compete a este trabajo de investigación, el análisis que se hace se circunscribe al de tipo **retórico**, del que Prieto define lo siguiente:

*"(...) el discurso retórico se ocupa de conmover a los perceptores, de mover sus ánimos para forzarlos a aceptar determinado argumento o a adoptar cierta conducta. (...) Los ámbitos de trabajo son: la política y la publicidad. Cuando se trata de vender una ideología, un candidato, o bien un determinado producto mercantil, los recursos retóricos vienen a las mil maravillas" (...)* (Prieto C., 2000, p. 34 y ss.)

Y aclara que *"el mero uso de la retórica no asegura de antemano la persuasión, ésta va acompañada siempre de factores extra-discursivos que permiten o niegan el éxito."* (Cfr. ETIMOLOGIAS.DECHILE.NET, 2019, Parr. 3).

### **1.3. ESTRATEGIAS DISCURSIVAS**

Se entiende desde el estudio filosófico de la retórica moderna, que un discurso tiene estrategias basadas en las formas de pensamiento de quien argumenta o construye una idea; desde la psicología conductista, el texto es la materialización de los sentimientos y la forma de pensar, que se expresa ya sea por simbolizaciones, por metáforas, por proyecciones o con términos asociados que reflejan lo que la psique concibe como realidades; tejiendo una trama de estrategias mentales para construir los mensajes, incluyendo en ellos los mecanismos de defensa, autopercepciones, frustraciones o traumas entre otros.

Luisa Correa y Luisa Guerrero (2008), definen que una estrategia discursiva se refiere a:

*"los diferentes medios que usa un hablante (o escritor), para adquirir, comprender, producir y reproducir el habla o la escritura, para evaluar de manera eficiente el significado, las funciones lingüísticas, interaccionales, sociales,*

*pragmáticas y psicológicas de los enunciados (...)*" (Correa, L y Guerrero L., 2008, p.14)

Plantean que hay estrategias:

1. **Descriptivas** o centradas en la enumeración de características una persona, objeto, animal, espacio físico o situación.
2. **Expositivas** o que buscan traspasar información al receptor desde un emisor que es conocedor de un tema.
3. **Narrativas**, o que cuentan acontecimientos de forma organizada, situándolas en un tiempo real o ficticio.
4. **Argumentativas**, o estrategias que intentan convencer para producir cambios en base a postulados lógicos, induciendo, modificando, refutando o concretando ideas y creencias acerca de un tema.
5. **De definición**, o estrategias que construyen un significado común para todos los receptores a partir de una fundamentación creíble con base en la etimología, sinonimia, usos y funciones, ejemplos, negaciones de otros argumentos, entre otras.
6. **Motivadoras**, o estrategias que buscan persuadir en base a estímulos positivos que el receptor considera que aportan o mejoran su punto de vista. Se usan, por ello, en momentos de conflicto o en temas que están en debate.
7. **Introducción**, o estrategia de provocación a la audiencia, mediante la generación de sensaciones que apelan a la obtención de beneficios.
8. **Entretenimiento** o discurso que busca en la audiencia crear un ambiente de relajación y diversión.
9. **Aceptación** o estrategia para justificar un reconocimiento o una situación negativa en base a sentimientos que apelan a elementos racionales.

Esta manera de clasificación de las estrategias discursivas está basada en la intencionalidad del emisor ante el receptor. Las estrategias, desde ese punto de vista, recurren a argumentaciones, sensaciones, sentimentalismos o construcciones que requieren, para su prueba, un análisis complejo que generalmente se centra en el contenido y no sólo en la forma de ser emitido.

Otras estrategias discursivas pueden ser las de tipo sintáctico/semántico, que consisten en la construcción de una significación en dos niveles: profundo y superficial, y un componente narrativo.

El nivel profundo, que se descubre analizando las estructuras semio-narrativas, se caracteriza por construir estrategias en base a “relaciones” lógicas entre palabras e ideas y “operaciones” lógicas en base a los significados sociales que se le asignan a palabras, ideas y definiciones; aspectos que construyen el contenido del discurso.

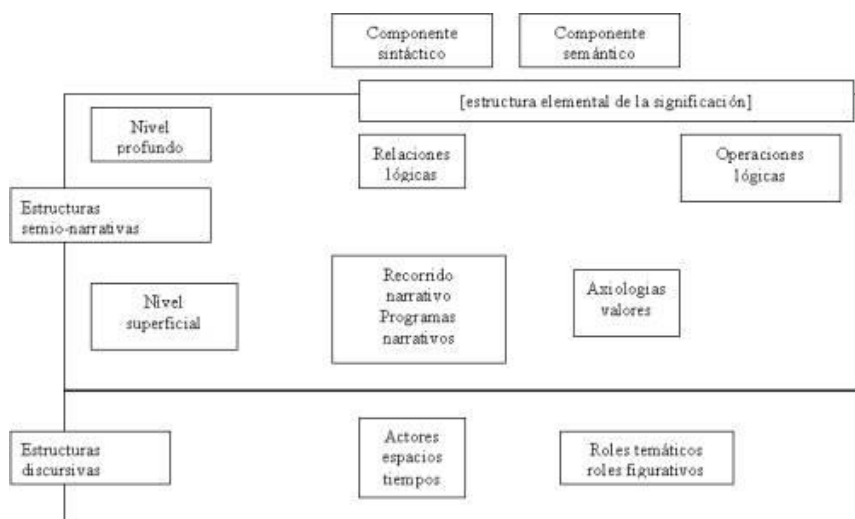
El nivel superficial tiene como estrategias el recorrido narrativo y programas narrativos que son la manera en la que se estructura el relato, las partes que tiene y la manera en la que se “tejen” esas maneras de relatar, incluyendo, en el caso del relato oral, los gestos, articulaciones verbales, tonalidad de la voz entre otros aspectos. Asimismo, el nivel superficial tiene como estrategia la analogía de valores que generalmente es descubierta en la construcción de figuras literarias.

Por último, para comprender las estructuras discursivas que son parte de la estrategia, se analiza los actores, espacios, tiempos para comprender el grado sintáctico; y a los roles temáticos y figurativos para construir las dimensiones semánticas.

En la siguiente gráfica se resume estas estrategias discursivas, base que permite en el siguiente punto, comprender los postulados de Prieto que son el fundamento teórico principal de este trabajo.

Figura No. 1

*Estrategias discursivas de nivel profundo, superficial y estructural*



Nota: Adaptado de *Análisis del Discurso*. 1997. Artigo, R.

### 1.3.1. ESTRATEGIAS DE FONDO Y SUPERFICIE

De modo más sencillo, Daniel Prieto (2000), propone que las estrategias discursivas son de fondo y de superficie. Define las **estrategias** de la siguiente manera:

*“Hablamos de **estrategias de fondo** para referirnos a lo que en los mensajes aparece como lo que fundamentalmente se quiere transmitir a los destinatarios, lo **sepan o no** los emisores (...)”* (Prieto C., 2000: p. 67), aclarando que es importante conocer el contexto y los datos de la fuente para comprender desde qué óptica se está creando dicha estrategia.

Sobre las **“Estrategias de superficie”**, Prieto conceptualiza lo siguiente:

*“Existen estrategias incluso en el plano de la organización del enunciado mismo. Es decir, además de la composición general del discurso, de la elección de determinados temas, en cada frase suele jugarse algún tipo de intención. Esto no siempre es así, no programamos cada término en función de su posible impacto o de su capacidad de fascinar, pero sin embargo los recursos son utilizados en las relaciones cotidianas, en el discurso político”* (Prieto C., 2000, p. 91).

Este mismo autor (Prieto, 2000), propone las siguientes **“Estrategias de forma”**:

*“**Lo manifiesto y lo latente.** Todo mensaje se hace con una determinada intención. Con el concepto de “lo manifiesto” alude al tema que toca el mensaje y a la manera en que se lo presenta. (...) junto a esas ideas manifiestas van casi siempre las latentes o implícitas (...), que no es sinónimo de algo negativo, por el contrario, a menudo pueden planificarse elementos latentes que aporten percepciones distintas (...).*

***Predicaciones.** Entendemos el término en el sentido de “predicar”, de atribuir algo o alguien. Mediante las predicaciones damos determinada versión de una persona, de una situación, de una cosa. Siempre predicamos y lo hacemos de manera positiva o negativa. Los recursos para esto son los elementos de cualificación (adjetivos, sustantivos en función adjetiva...) y los de acción (verbos), es decir, damos una versión a través de calificación o de acciones. (...) Se trata de agrupar lo que el emisor dice de cada personaje o de cada situación. (...)*

**Referencialidad.** *En la medida en que todo mensaje es una versión estamos ante distintas maneras de acercarse a un tema. Son mensajes de **alta referencialidad** aquellos que nos acercan lo más posible al tema, mediante una adecuada cantidad de información o unos detalles precisos. Hablamos de **baja referencialidad** cuando el mensaje nos ofrece unas pocas notas de algo, con la intención de hacernos creer que ellas son todo lo que puede decirse. La **distorsión referencial** consiste en la inclusión de una información falsa, destinada a ocultar, a mentirnos sobre el tema.*

**Tipificaciones.** *Reducimos a alguien o algo a un esquema, a una estructura fácilmente reconocible. A partir de algún detalle identificamos, calificamos o descalificamos. La tendencia a tipificar está presente siempre en la vida cotidiana y se explica en parte por la necesidad de certidumbre. La inmensa mayoría de los mensajes de difusión colectiva se organiza sobre la base de tipificaciones. Cuando las tipificaciones se empobrecen y se cargan de emotividad, estamos ante **estereotipos**. (...)*

**Relaciones de armonía y de oposición.** *Cuando nadie se opone a nadie en un mensaje, cuando todos concuerdan con todos, cuando no hay conflicto alguno, hablamos de **relaciones de armonía**. Esta estrategia es una constante en publicidad, aun cuando en algunos casos sean presentados algunos conflictos menores como, por ejemplo, el antes después: alguien que perdía el cabello y pudo recuperarlo, etc. En muchos materiales aparecen como de armonía situaciones en las que existió o existe el conflicto. Es el caso de los libros de lectura, donde personajes reducidos casi a caricaturas viven en general en un mundo feliz.*

*Las **relaciones de oposición** figuran en buena parte de los mensajes que circulan en cualquier sociedad, simple y sencillamente porque las relaciones sociales son conflictivas. Es importante revisar en cada caso por qué son presentadas ciertas oposiciones y quedan fuera otras. (...)*

***Lo dicho y lo no dicho (...)** lo no dicho es algo excluido (del mensaje), pero que incide sobre lo expresado.” (Prieto C., 2000, p. 68 y ss.)*

Mientras que las Estrategias de Superficie para Prieto son:

**“Universalización.** Un juicio que se generaliza a todos los miembros de un grupo, de un sexo, una etnia, de una nacionalidad. Las formas más usuales son "todos", "ninguno" o bien, "el hombre", "la mujer", "el niño".

**Generalización.** A partir de un caso son sacadas conclusiones que se pretenden generales a todos los casos similares. De una experiencia negativa con un abogado, por ejemplo, se concluye en que todos son malos.

**Tópicos.** Lugares comunes, lugares sociales. Los hay de amor, del trabajo, de la amistad, de la belleza, de la honradez, de la fidelidad, y se los expresa mediante enunciados conocidos por todos en una determinada sociedad o grupo. En ejemplo: los refranes.

**Personalización.** El discurso se dirige explícitamente a alguien; para ello es empleada la segunda persona o se apela a un nombre (...).

**Despersonalización.** Se dice algo como si fuera una ley universal, una expresión con valor en sí mismo. Las formas privilegiadas son la impersonal con "se" y las construcciones con el verbo haber.

**Redundancia.** Son reiterados temas mediante otras palabras a fin de insistir en algo. En el lenguaje coloquial la redundancia tiene una enorme presencia al igual que el lenguaje propio del medio radio.

**Comparación.** Consiste en relacionar dos elementos para atribuir a uno las características del otro. El nexa más usado para este recurso es la expresión "como".

**Metáfora.** Se parte originalmente de una comparación, pero sintetizada, no aparece aquí el nexa y el elemento con que se comparaba se vuelve uno con el sujeto.

**Sinécdoque.** Se alude a algo a través de una parte, de un detalle. En lugar de describir a una persona que huye se habla. por ejemplo, de que no le daban los pies para correr.

**Hipérbole.** Exageración verbal o. como veremos más adelante, visual. Se exagera por acumulación de adjetivos, por uso de aumentativos, por agrandamiento de un suceso.

**Sentido de oportunidad.** Durante un discurso son introducidas palabras que vienen a cambiar el sentido de lo que está diciendo. El retruécano, un apodo, la inclusión de un dicho popular, son ejemplos de este recurso.

**Inferencia inmediata** A partir de algunos detalles, de unos pocos indicios, se pretende sacar conclusiones definitivas sobre un ser o una situación. (...) la inferencia lleva a menudo a generalizar juicios más que peligrosos, puesto que se termina por encasillar a alguien sin un juicio más abarcante, más fundado.” (Prieto C., 2000, p. 91 y ss.)

### 1.3.2. ORDENAMIENTO DEL DISCURSO

El ordenamiento del discurso responde a determinadas estrategias, el hecho de elegir una buena forma de inicio o de cierre, facilita a todos los destinatarios, la comprensión del mensaje.

Aunque Foucault (Foucault M., 1992), explica este “orden” en función de los deseos y pasiones humanas, un orden que es dado, según propone, en dos regiones: la sexualidad y la política. Argumenta que estas regiones del quehacer humano son escenarios de exclusión, donde se ponen en tensión los deseos personales y los de un grupo, y que se expresan en un orden que refleja la manera de pensar de ese grupo, descubriendo a través de ese discurso lo que realmente se está deseando.

*“(...) el discurso —el psicoanálisis nos lo ha mostrado— no es simplemente lo que manifiesta (o encubre) el deseo; es también lo que es el objeto del deseo; y ya que —esto la historia no cesa de enseñarnoslo— 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”*  
(Foucault, 1992, p. 5)

Los momentos o partes del discurso se clasifican en estrategias de inicio, de desarrollo y de cierre. Las de inicio aparecen en las introducciones mediante diferentes formas que tienen el objetivo de atraer al público; siempre incluyen alguna información, o bien describen a un personaje. Aunque pueden tener variaciones, los diferentes autores consultados consideran que existen cuatro estrategias de inicio, Prieto las define de esta manera:

1. **Puesta en escena;** se sitúa al público receptor frente al personaje, pero se desconoce qué pasará con éstos.
2. **De introducción al corazón del asunto;** desde un inicio se sabe quiénes son los personajes y qué pasará con ellos.



3. **De personalización y despersonalización;** mediante la primera se sitúa todo en uno o más personajes, las cosas que pasarán a través de ellos. La segunda variante consiste en centrar el discurso en ideas, en situaciones más abstractas, sin ocuparse de seres.

4. **Incógnita;** aparecen personajes, información que no llegamos a conocer, que inducen a buscar información en el discurso que explique algo.

Estas estrategias pueden ser combinadas y de esa manera ofrecer información. En el caso del discurso político no se brinda “toda” la información, por lo que los actores políticos recurren a la redundancia mediante un desarrollo que se denomina “ascendente y descendente”. Esta técnica para organizar el discurso permite al destinatario tener momentos de relajación ya que un discurso político no debe sostener la atención sino provocar la emoción para lograr la adhesión y cumplir con la persuasión.

Cuando se desarrolla una confrontación política “fuerte” si se recurre a dar información que obligue a terminar el debate en un punto de tensión máxima, del cual el actor político no desciende hasta el final sino se muestra como quien tiene la razón o es “líder”. (cf. 2000, p. 65)

Por otro lado, un discurso tiene básicamente dos “estrategias de cierre”:

1. **Previsible.** Son las más comunes, no pretende incomodar al destinatario, tiene el mensaje tan claro que ya se espera y sabe lo que pasará al final.

2. **Imprevisible.** El destinatario no sabe de qué manera finalizará el discurso. El emisor tiene dos opciones, sorprender o dejar el asunto abierto de manera que los receptores busquen alguna alternativa.

En el caso del discurso político, las estrategias discursivas pueden iniciar con la referencia a una situación inicial estable; o partir de una situación degradada y ofrecer soluciones.

#### 2.4. RECURSOS EXPRESIVOS

Recursos expresivos son todos aquellos signos que actúan como instrumentos técnicos y que componen cualquier imagen figurativa, y que Roland Barthes (1992) define “*como expresiones que tienen una semejanza con los elementos de la realidad*”.

Aunque Prieto (2000), no define de manera operativa este término, explica lo siguiente:

*“Lo que nos interesa aquí es destacar el hecho de que las comunicaciones humanas no se producen sólo gracias a que haya lenguajes, sino a las diversas inflexiones de los lenguajes, esto es, a los diferentes discursos. Tales inflexiones son los recursos expresivos”. (Prieto, D. 2000:27)*

De aquí que los diferentes tipos de discursos son posibles a partir de las inflexiones del lenguaje a los que apelen. Esas inflexiones si bien son formas de expresión, son en esencia signos que, por definición de su propia naturaleza desde la teoría semiótica, conllevan formas y expresiones.

En este trabajo de grado se entiende que los recursos expresivos propios de las noticias son considerados como signos semióticos o paralingüísticos. Antes de explicar esos recursos expresivos, se exponen algunos recursos retóricos que se encuentran en diccionarios de la Real Academia de la Lengua española:

**Tropos o DE DICCIÓN**, que son los que tiene que ver con el Modo de expresar según la intención, es decir, que se quiere lograr de quien oye, lee o ve lo que se expresa. Ahora sí, dentro de estos últimos tenemos: **METÁFORAS**, **SINÉCDOQUE**, **HIPÉRBATON**, **METONIMIA**, etc, etc, etc...”.

El profesor español Max Fernández resume:

*“El lenguaje literario (tanto en prosa como en verso) se caracteriza por el empleo de determinados recursos que se denominan “tropos” o “figuras”. En este documento explicaremos aquellas que son más importantes y que deben ser identificadas por el alumno. (Fernández, M. Curso de lenguaje. Recursos del lenguaje literario. Madrid. 2015, p. 2)*

El profesor Max Fernández también plantea una clasificación general para estas “figuras” en “figuras de pensamiento” entre las que destacan: (cf. Fernández, L. 2015, p. 2)

**METÁFORA:** *sustitución de un término real (A) por un término imaginario (B) en virtud de su similitud: “la fuente alzaba su lanza” (=su chorro de agua); “los luceros de su cara me miraban” (=sus ojos).*

**METONIMIA:** *se le da a una cosa el nombre de otra por su relación de proximidad, de tal forma que es posible intercambiar las denominaciones: “hemos*

*bebido una copa” (hemos bebido el contenido de esa copa); “nunca sus lenguas callarán” (se refiere a que nunca esas personas callarán).*

**SINÉCDOQUE** *(consiste en nombrar una parte por el todo “las velas llegaban a puerto”) o bien el todo por la parte (“todos los mortales =hombres debemos alabar a Dios”; “el mundo se ha vuelto loco” = los hombres).*

**HIPÉRBOLE:** *se trata de una exageración, que parte de un concepto real para magnificarlo: “me muero de amor”; “tus ojos brillan hasta el infinito”; “donde yo me hallo, no se halla hombre más desgraciado en el mundo”.*

**PERSONIFICACIÓN O PROSOPOPEYA:** *atribución de propiedades humanas a seres inanimados (“dejo que el viento me abrace y me diga palabras de amor al oído”).” (op.cit. p. 2)*

También se encuentran **“figuras de expresión”** como las siguientes:

**ANÁFORA:** *repetición de una palabra o grupo de palabras a comienzo de verso o de frase: “Por culpa de un despiste/ por culpa de no ser consciente, / peno por esta vida/ como un triste penitente”.*

**PARALELISMO:** *repetición de una misma estructura gramatical: “Las vidas van a la muerte/ los ríos van a la mar”.*

Y una clasificación de **“figuras abiertas”** en las que se encuentran principalmente:

**HIPÉRBATON:** *alteración del orden sintáctico normal, lo que dificulta en gran medida la interpretación de la composición: “del monte en la ladera” / “divina me puedes llamar Providencia”.*

**ELIPSIS:** *omisión de elementos de una oración que pueden ser sobreentendidos (“lo bueno, si breve, dos veces bueno”).*

Esta tesis recurre a los mismos conceptos que tiene el estudio de la lengua española, y en base a lo expresado por Gonzales respecto a que los recursos se presentan tanto en los signos lingüísticos como paralingüísticos entre los que estarían las imágenes; es posible afirmar que las imágenes y sus componentes son recursos expresivos del discurso y que aquellos consisten en figuras de pensamiento, expresión y abiertas.

## 2.5. OPCIONES PARA EL ANÁLISIS DEL DISCURSO

Para sustentar este trabajo de investigación en postulados teóricos relevantes, es necesario diferenciar el análisis del discurso en su dimensión de contenidos del análisis de las formas en las que se expresan los signos como frases, oraciones, palabras en su sentido significativo, o la posición que ocupa un artículo en la diagramación de una página o el uso de fotografías blanco y negro o de color.

El análisis discursivo de este trabajo sigue por esta línea (semiótica, aunque basada en las palabras o lingüística), y no por el análisis de contenido que, según Riffe, Lacy y Fico (1998), se define de la siguiente manera:

*“El análisis de contenido es una técnica sistemática y replicable que examina los símbolos de la comunicación, se les asigna valores numéricos de acuerdo con reglas de medición válidas y analiza las relaciones que incluyen valores usando métodos estadísticos para describir la comunicación, dibujar inferencias sobre su significado o inferir su contexto de producción y de consumo”.* (Riffe, D. Lacy S. y Fico, F. , 1998. p. 20)

Krippendorff lo define como *“(...) una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto* (Citado en Riffe, D. Lacy S. y Fico, F. , 1998, p. 38), mientras que Berelson (1984, citado en Riffe, et.al. 1998), indica que el análisis de contenido es una *“(...) técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”(idem).*

Para Hostli, citado en Krippendorff, “Las principales finalidades que tiene el análisis de contenido son que describe las características de la comunicación, averiguando qué dice, cómo se dice y a quién se dice. Formula inferencias en cuanto a los antecedentes de la comunicación, es decir, por qué se dice algo; y por último, formula inferencias en cuanto a los efectos de la comunicación, es decir, con qué efecto se dice algo” (Citado en Riffe, D. Lacy S. y Fico, F. , 1998, p. 47).

Teun Van Dijk, considerado el creador de las técnicas de análisis de contenido, se refiere a éstas como una disciplina en construcción por lo que en realidad la denomina la “ciencia del texto” a la que atribuye que su objeto de estudio es la estructura y uso del texto en diferentes contextos comunicativos. Aclara que la ciencia del texto trata de analizar las estructuras gramaticales, estilísticas y esquemáticas; y su interconexión como *“también se trata del funcionamiento del texto, es decir, de un análisis de las*

*propiedades cognitivas generales que posibilitan la producción y comprensión de una información textual compleja.”* (Van Dijk, 1992, p. 28).

Para este autor, el análisis que se hace del texto permite inferir los contenidos, es decir de qué se está hablando realmente; lo que vendría a ser la razón final del análisis de contenido que diferencia en sus estructuras la información y lo que se interpreta o las maneras de expresión sobre esa información; resultando que el análisis de contenido verifica objetivamente lo dicho de las maneras en que se dicen.

*“Esta capacidad de deducir temas, describir objetos del texto o producir resúmenes, así como de cumplir otras tareas que hacen referencia al 'contenido' de un texto en su totalidad (contestar preguntas, parafrasear, traducir, etc.) tiene también determinadas implicaciones gramaticales. Pues en su interpretación del texto, el hablante puede hacer una diferencia entre la información que pertenece a la microestructura auténtica y manifiesta del texto, y la que únicamente se da para organizar esta microestructura y su interpretación.”* (Van Dijk, 1992, p. 59).

En este trabajo de investigación, el interés no se centra en el descubrimiento de esas macro o microestructuras del lenguaje como significaciones, como proceso de comunicación, como “inferencias” que llevan a descubrir lo que se dice, ni tampoco tiene el objetivo de conocer el contenido de las noticias, lo que “realmente” dicen o lo que “aparentemente dicen”, el mensaje que llevan y su carga informativa que sería el dato objetivo en sí.

Al contrario, se acepta su existencia así como la existencia de otras subjetividades que precisamente construyen el texto, pero no son razón de estudio sino, como se ha explicado ya en varios puntos anteriores, las estrategias que tienen los autores (bajo el criterio de línea editorial de cada periódico), para construir sus textos, las noticias. Estas estrategias develarían, según los planteamientos que se han hecho, las relaciones entre la prensa y el poder político, las maneras de enfocar las noticias, el tratamiento de las fuentes, el argumento, la estructura de la noticia.

Por otro lado, el análisis de contenido recurre al descubrimiento lógico de estructuras mediante, generalmente, métodos estadísticos y formulaciones que simplifican las oraciones en sí bajo la fórmula: Omitir, seleccionar, generalizar y construir o integrar; a fin de identificar lo realmente informativo. En cambio, este trabajo de investigación no apela a formulaciones sino al descubrimiento de estrategias

basadas en dimensiones subjetivas como son el fondo y la superficie, o lo que es lo mismo, las maneras en las que se dice algo.

Por otro lado, las dimensiones del análisis de contenido son variados porque incluyen desde lo gramatical, lo estilístico, ético, coyuntural, contextual, histórico, significativo antropológico entre otras dimensiones que se respaldan teóricamente en ciencias y disciplinas que lo hacen completo y profundo.

En cuanto a “Análisis de discurso”, este trabajo tampoco profundiza en él sino se limita al análisis de las estrategias discursivas porque aquel se refiere más bien a todas las estructuras de lo que se dice entendiendo que los textos son considerados “hechos” empíricos y comunicativos que se dan en un tiempo y espacio.

Para Calsamiglia (et.al en Calsamiglia, H. y Tusón, A. , 2002, p. 18 y ss),

*“la unidad fundamental del análisis se ha de basar en la descripción del hecho comunicativo, como un tipo de interacción que integra lo verbal y lo no verbal en una situación socioculturalmente definida. El conjunto de elementos que intervienen en cualquier acontecimiento o evento comunicativo lo organizó Hymes (1972) en lo que se conoce como el modelo SPEAKING, haciendo alusión al acróstico que se forma con las iniciales de los ocho componentes en inglés: Situation, Participants, Ends, Act sequences, Key, Instrumentalities, Norms y Genre (situación, participantes, finalidades, secuencia de actos, clave, instrumentos, normas y género).”*(op.cit); concepto que resume tanto el objeto de Análisis de discurso como del método al que apela; mismos que no son usados por este trabajo de investigación.

## **2.6. RELACIÓN ENTRE LA PRENSA Y EL PODER POLÍTICO**

El llamado “Escándalo Watergate”, hecho por el que un presidente de Estados Unidos de Norteamérica (Richard Nixon) tuvo que renunciar al iniciarse la década de los años 70 del Siglo XX, llamó a los investigadores de la comunicación a prestar atención y actuar con acuciosidad sobre lo que se dice, cómo se dice y hacia quién se dice. Ya en los años 50 del Siglo pasado se había dado importancia a la manera de presentarse de los políticos ante la prensa, el poder que ésta tenía y las características que deberían tomarse en cuenta a la hora de hacer propaganda. Con el llamado Informe McBride, “Un solo mundo, voces múltiples” (documento de la UNESCO), se intensificó el estudio de las relaciones entre

medios de comunicación y poder político, descubriendo que la propiedad de los medios, por ejemplo, determinaba la línea editorial y que ésta tenía relación con candidatos o con partidos.

Al ingresar al Siglo XXI, los estudios en comunicación prestaron atención a filósofos como Foucault, Negri, Zizek quienes estuvieron reflexionando acerca de las relaciones de poder desde diferentes ámbitos a partir de los que siempre terminaban en las relaciones de poder a través de los medios de comunicación.

Uno de ellos, Michael Foucault afirma que el problema de las relaciones de poder y los medios de comunicación consiste “en distinguir al mismo tiempo los sucesos, en diferenciar las redes y los niveles a los que pertenecen, y en reconstruir los hilos que los ligan y los hacen generarse unos a partir de otros.” (Foucault M. , 1999).

En este trabajo de grado precisamente se distingue entre esos elementos y se busca reconstruir esos hilos que son las estrategias de poder que estarían ejerciendo los medios de comunicación en su relación con la oposición política a través del diario Página 7 y con el oficialismo gubernamental a través del diario Cambio.

Las referencias que hace Foucault respecto al poder y sus estrategias, giran alrededor de sus reflexiones acerca del manejo por ejemplo de las prisiones, el concepto de castigar el cuerpo de forma que sea ejemplo ante la sociedad, de controlar mediante sistemas de prisioneros, de controles que luego pasan a ser mentales y no físicos y de allí a estudios sobre la sexualidad como manera de control del poder, o los hospitales, reclusorios mentales, asilos entre otras instituciones que son estrategias sociales para tener y controlar el poder.

En el caso de los medios de comunicación, específicamente, el autor gira alrededor de los preceptos de poder. Mediante el análisis de momentos históricos, el autor va tipificando las maneras de actuar, lo que llama en el libro “hombres infames” que son los momentos críticos donde el poder se hace en su relación con los políticos. Desde este punto de vista, se rescata este párrafo que resume la necesidad de realizar el análisis del discurso como una manera de entender las relaciones de poder y los medios de comunicación:

*“Momento importante éste en el que una sociedad prestó palabras, giros y frases, rituales de lenguaje, a la masa anónima de las gentes para que pudiesen*

*hablar de sí mismas, y hablar públicamente respetando la triple condición de que ese discurso fuese dirigido y circulase en el interior de un dispositivo de poder preestablecido, que hiciese aparecer el fondo hasta entonces apenas perceptible de las vidas y que, a partir de esta guerra ínfima de pasiones y de intereses, proporcionase al poder la posibilidad de una intervención soberana". (Foucault M., 1999, p. 404).*

En el fondo, si bien no se habla de medios de comunicación masiva como tales, se indica que son poderes relacionados con el manejo del lenguaje, con llegar a la masa anónima o el tener contacto con el público. En el contexto de lo que afirma el autor, estos análisis suponen que son descubridores de las estrategias y del poder de la comunicación, que, hoy en día, se reflejan en diarios, televisión, radio e Internet.

Los enfoques para determinar un marco teórico sobre esta relación son, por tanto, muy amplios una vez que el tema parte de la filosofía como enfoques, por ejemplo, que tienen la visión del poder como hacer humano, el enfoque del control social, del pensamiento de información individual como práctica de la evolución; o pensamientos como la relación del poder de los medios de comunicación masiva con el sistema económico a través de los aparatos del Estado, incluso se propone que la comunicación en sí misma es un Aparato Ideológico del Estado y que, por tanto, condiciona el periodismo u otras formas de comunicación de y hacia las masas.

Revisar este marco teórico implicaría cuestionar la teoría misma de la comunicación que no es motivo ni el interés principal del análisis del discurso. Por ello, siguiendo a Teso (Teso, 2013), "Las perspectivas teóricas empleadas de forma combinada tanto para el análisis como para la interpretación de resultados son: el marco teórico del *framing*, la hipótesis de la *agenda setting*, el *newsmaking* y el *análisis narratológico*". (Teso, 2013, p. 51). En el caso que compete a este trabajo de grado, no corresponde las teorías del *framing* o teorías de la visualización de noticias por partes, por segmentos, por espacios televisivos, pero sí la posibilidad de entender que las publicaciones en los diarios Cambio y Página 7 responden a una estructura que, como se pretende demostrar, tienen estrategias discursivas similares, pero enfoques diferentes. En consecuencia, la *Agenda Setting* y el *newsmaking* sí son teorías que sustentan este trabajo. La primera porque se basa en la acción selectiva que tienen los medios de comunicación para planificar y poner en agenda pública, los temas que son de su interés o de interés de un sector social o de un poder económico, político o empresarial.



La Agenda *Setting* es una teoría que tiene ya cuatro versiones, la última de las cuales expresa que los temas sociales de interés son propuestos a la sociedad ya sea a través de las redes sociales, ya sea a través de los medios de comunicación masivos, pero que son determinados a partir de intereses que permiten hacer público un tema. En ese sentido, la Sentencia del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP) de Bolivia que es el motivo de análisis en este trabajo de grado, vendría a ser de interés social de ciertos grupos que lo expusieron públicamente para justificar una decisión en el caso del diario Cambio, o de denunciar el incumplimiento de las normas y la negativa de la sociedad desde el diario Página 7.

La relación que se marca en el párrafo anterior entre poder político y medios de comunicación se expresa en la llamada Teoría de la Agenda *Setting*, y tiene como principal metodología el análisis de contenido; aspecto que, como se dijo, no es de interés de este trabajo.

Aunque Teso se refiere a las noticias televisivas, estas percepciones teóricas son aplicables también al periodismo escrito. La autora afirma:

*“(...) el análisis de contenido permite confirmar la hipótesis general de la agenda setting y el proceso de tematización llevado a cabo por las televisiones pasando a analizar lo que Wolf (1985) denominaba como “dispositivo ulterior de agenda setting”, y que consiste en la omisión o la no cobertura o cobertura discreta de determinados temas en función de los “criterios de noticiabilidad” (Tuchman, 1983) o “criterios de selección” (Casero, 2008) aplicados a la información noticiosa, centrando su estudio en el emisor y el contexto social, económico y cultural de las televisiones dentro de la esfera pública”. (Teso, 2013, p. 52).*

Por su parte, las teorías del *Newsmaking*, o teorías de la “fabricación de noticias” también resultan, como afirma Benavides (2017), de procedimientos distintos:

*“El periodista de planta de un periódico tradicional y el cronista freelance que escribe para las revistas especializadas construyen sus textos a partir de lo real. Sus procedimientos de trabajo, en cambio, son distintos. ¿Qué marca esa diferencia? Sus rutinas de trabajo, las formas de elaborar sus textos son variadas. La mirada de ambos profesionales es diferente, porque ni los tiempos de labores son los mismos ni los recursos de escritura son iguales. Se trata de aspectos relevantes que definen el producto periodístico final.” (Benavides, 2017, p. 31)*

Se podría afirmar que cada periodista tiene, por tanto, estrategias discursivas que responden, en un caso, a la línea editorial, en el otro, a la percepción personal. En el caso de este trabajo de investigación, sería la línea editorial la que determina, por el interés que tiene para responder a los condicionamientos empresariales o políticos, el enfoque, pero no así la estrategia discursiva.

En resumen, Benavides indica sobre la teoría del *newsmaking* lo siguiente:

*“Los rasgos de sus rutinas han condicionado la configuración del producto periodístico, porque están relacionados con aspectos relevantes como la selección y construcción de los temas. A la luz de esta perspectiva comprendemos que el acercamiento de los periodistas a sus fuentes establece un determinado proceder. En el periodismo tradicional ese acercamiento es metódico, casi riguroso, mientras que en el periodismo literario este proceso se da de forma distinta, empezando por la denominación: mientras que, para el reportero de planta de un periódico, la obtención de datos se logra a través de sus fuentes, para el cronista la construcción de su historia se basa en la aproximación a sus personajes.”* (Benavides, 2017, p. 29).

Como se pretende demostrar, las estrategias discursivas son las mismas y el enfoque de fuente es lo que las diferencia, siendo el trabajo periodístico en uno y otro caso menos riguroso en la selección de declaraciones y más centrado en la apelación a referencialidades y tópicos. Desde esta teoría, se “fabrican” las noticias por el procedimiento (o estrategias), que tienen los periodistas para acercarse al “hecho noticioso”, pero sobre todo para relatarlo de acuerdo al género, espacio, momento y actores involucrados, siempre en relación con el tema central que es la Sentencia del Tribunal Constitucional Plurinacional 0084/2017 acerca de la elegibilidad de funcionarios que, en ejercicio de su autoridad, se repostulan más de dos veces en elecciones generales nacionales o subnacionales.

Con claridad, Benavides expone, además.

*“En la rutina del periodista hay varios niveles en la construcción del proceso de publicación ... existen diversas estrategias que le permiten al reportero estructurar de forma paulatina el producto informativo. En este proceso, el periodista realiza comparaciones de los acontecimientos que cubre, intenta comprender la forma en que se producen y entonces aplica normas perfectamente*

*identificables en el momento de reconstruirlos. El periodista va al lugar de los hechos con una imagen mental previa del suceso al que se enfrenta. El acercamiento difiere de un profesional a otro. Al momento de escribir revisa antecedentes, se documenta y tiene un panorama más completo de lo que quiere decir". (2017, p. 34)*

En el caso de Cambio y de Página 7, esos procedimientos parecen estar marcados por la línea editorial, razón por la cual la estrategia discursiva resultante puede ser la misma, pero el enfoque diferente. Aún más, puede que predomine el enfoque de la opinión sobre el enfoque del dato; pero en ambos dependientes de la fuente consultada.

Así, se comprueba que la relación de los periodistas con el poder político está determinada por el interés del medio de comunicación, siendo que las noticias "se fabrican" a medida, con un mismo (o casi el mismo) procedimiento, estrategia y hasta percepción, pero con resultados diferentes productos de la selección del dato. En suma, ambos periódicos no serían diferentes realmente, desde la práctica periodística, sino que enfocarían las noticias según el color del cristal con el que son "obligados" a hacerlo.

Para terminar, el *Newsmaking* como teoría, sustenta principalmente la relación periodismo y poder político con acción individual. Al respecto, Benavides (2017), concluye.

*"Barthes (1994) señala que es imposible separar el texto de la persona. Por ello, al indagar en los procesos de producción de los cronistas, nos fijamos que el desarrollo de su trabajo, el periodista toma apuntes, duda, ensaya diversas estructuras de sus trabajos e inserta ideas en sus textos para dotar a sus historias de su estilo, su sello personal." (Benavides, 2017, p. 39).*

Para terminar, vale la pena repasar algunos criterios que el periodista boliviano Raúl Peñaranda señala en su libro "Control remoto" (2014):

*"(...) que, en Bolivia, en los últimos años, el gobierno desplegó una estrategia para controlar importantes medios de comunicación a través de su compra mediante empresarios amigos o instalarlos directamente. Entre ellos están las redes de TV nacionales ATB y PAT, los canales regionales Full TV y Abya Yala y el diario La Razón, a los que la investigación denomina "paraestatales. (Peñaranda, 2014, p. 59)*

El tema central del libro de Peñaranda es el recuento de la manera en la que varios medios de comunicación social en Bolivia fueron comprados por personas afectas al oficialismo y cómo intentan manipular la agenda informativa del país.

Peñaranda indica que entrevistó “(...) a 34 periodistas, ejecutivos de medios, funcionarios públicos y miembros de fundaciones. El texto presenta también estudios de caso para demostrar los ingresos millonarios que tienen esos órganos de prensa gracias a los contratos de publicidad con el Estado y han sido los cambios en su línea editorial e informativa. Finalmente, presenta una copiosa recopilación hemerográfica” (Peñaranda, 2014, p. 14).

El texto de Peñaranda (2014), ya citado, analiza la relación que existe entre libertad de expresión y democracia y hace un repaso de la forma cómo el gobierno acosa a la prensa independiente. (2014, p. 15), y completa su reflexión al final del texto con lo siguiente:

## **MARCO REFERENCIAL**

### **2.7. LA MODIFICACIÓN DE LA LEY**

El Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP) sorprendió en fecha 28 de noviembre de 2017, a pocos días de que los Magistrados terminen su gestión, con la Sentencia Constitucional 0084/2017 que habilita al Presidente Evo Morales, al vicepresidente Álvaro García Linera y a todas las autoridades electas a repostularse de manera indefinida.

Con ese fallo, el TCP declaró procedente la Acción de Inconstitucionalidad Abstracta presentada por los legisladores del Movimiento Al Socialismo (M.A.S.), Nélica Sifuentes, David Ramos, Nelly Roso, Aniceto Choque, Ana Vidal, Julio Huaraya, Felipa Málaga, Ascencio Lazo, Juan Vásquez, Edgar Montaña, y los opositores disidentes Víctor Gutiérrez y Santos Paredes, el mes de septiembre de 2017. (Redacción central. 28/11/2017. Repostulación es un derecho. *Correo del sur*. p. 1)

El presidente del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), Macario Lahor Cortez, explicó que la Sentencia Constitucional 0084/2017 se basa en la aplicación preferente del artículo 23 de la Convención Americana de Derechos Humanos (CADH) por ser una norma más favorable con relación a los derechos

políticos sobre los artículos 156, 168, 285 y 288 de la Constitución Política del Estado (CPE), que limitaba la reelección continua de los gobernantes.

*“La sentencia se sustenta básicamente en el control de convencionalidad que este tribunal ha realizado de los artículos 166, 168, 285 y 288 de la CPE en relación la Convención Americana sobre Derechos Humanos que consagra los derechos políticos habiéndose establecido que dicho instrumento internacional en relación a dichos derecho se declaran como más favorables que los contenidos en la norma suprema (CPE)”, dijo Cortez a los medios de comunicación en Sucre el 28 de noviembre (Redacción central. 28/11/2017. Repostulación es un derecho. Correo del sur. p. 4)*

La sentencia también declara la inconstitucionalidad de los artículos 52 párrafo III, 64 inciso d, 65 inciso b, 71 inciso c y 72 inciso b de la Ley de Régimen Electoral, que limitaban a una sola vez las reelecciones continuas.

El TCP, en su análisis constitucional, señala que la medida restrictiva o limitante al ejercicio de los derechos políticos (la repostulación) resulta innecesaria y carece de proporcionalidad, pues la eventual repostulación representa una posibilidad y no garantiza de modo alguno que el que ejerce el cargo vaya a ser elegido o reelecto de manera continua indefinidamente, ya que ello dependerá de manera decidida del voto de los ciudadanos.

Asimismo, el Tribunal Constitucional Plurinacional argumentó su fallo asegurando que tampoco afecta la “alternancia” ya que la repostulación de por sí no asegura que los postulantes vayan a ganar las elecciones, pues sólo les garantiza que puedan ejercer su derecho político a ser candidatos.

El fallo fue aprobado por unanimidad de los magistrados de la Sala Plena de dicha institución nacional: Macario Cortez Chávez, Osvaldo Valencia, Zenón Bacarreza, Mirtha Camacho, Virginia Andrade y Rudy Flores. Sin embargo, el magistrado Efrén Choque Capuma no firmó el documento porque no participó de la Sala Plena según refiere el diario Correo del sur del 28 de noviembre de 2017.

Tras conocerse la sentencia, la Oposición en Bolivia, representada por sus líderes Jorge Quiroga Ramírez, Samuel Doria Medina, Carlos Mesa, entre los más conocidos y sus respectivos Asambleístas Nacionales comenzaron a pronunciarse en la prensa nacional, rechazando la determinación y bajo una línea discursiva que argumenta Defender la Democracia y el Voto de la población expresado en el

Referéndum de Consulta del 21 de febrero de 2016, mediante el cual la mayoría de la población rechazó la posibilidad de modificar la Constitución Política del Estado para dar paso a una reelección indefinida del Presidente Morales y el Vicepresidente Álvaro García Linera. Así se escucharon expresiones como “Golpe a la Democracia” o “El fallo constitucional mató a la Democracia”.

Desde el Gobierno y el partido oficialista (el Movimiento al Socialismo - MAS) se defendió el fallo que se cree defiende un derecho humano. El ministro de Gobierno, Carlos Romero cuestionó a los organizadores de la jornada de protesta y los identificó como parte de la oposición. *“Evidentemente son grupos que de la derecha que se disfraza, hace días atrás se disfrazó de comité cívico (...) pero hemos visto comités cívicos en actitud política con partidos políticos, son neoliberales disfrazados de colectivos ciudadanos”,* dijo. (Redacción. 10/10/2017, Ministro Romero cuestiona a la oposición, *La Razón*, p. 7)

Así mismo, se convocó a un paro cívico en cinco regiones el 21 de febrero (2018 y 2019) en conmemoración al Referéndum del 2016 que rechazó la reelección de Evo Morales y Álvaro García Linera, a partir de la modificación del artículo 256 de la Constitución Política del Estado.

Las diferencias de opiniones que existen en la clase política de oficialismo y oposición fueron recogidas y publicadas de forma diferente y diferentes interpretaciones en los periódicos que responden a diferentes líneas editoriales. La sentencia constitucional 0084/2017 fue objeto de noticias, mayormente críticas en el Periódico privado Página Siete, que también es crítico al gobierno del Presidente Evo Morales; por el contrario, la misma sentencia fue objeto de noticias, en su mayoría de apoyo y justificación, por parte del periódico Cambio, del que se conoce que es un medio estatal oficialista.

El Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), en su análisis constitucional, señala que la medida restrictiva o limitante al ejercicio de los derechos políticos (la reelección) resulta innecesaria y carece de proporcionalidad, pues la eventual reelección representa una posibilidad y no garantiza de modo alguno que el que ejerce el cargo vaya a ser elegido o reelecto de manera continua indefinidamente, ya que ello dependerá de manera decidida del voto de los ciudadanos.

*“La sentencia se sustenta básicamente en el control de convencionalidad que este tribunal ha realizado de los artículos 166, 168, 285 y 288 de la CPE en relación la Convención Americana sobre Derechos Humanos que consagra los derechos políticos habiéndose establecido que dicho instrumento internacional en relación a dichos derechos se declara como más favorable que los contenidos en la*

*norma suprema (CPE)”, dijo Cortez a los medios en Sucre, y evitó dar explicaciones más detalladas del fallo. (Cita en Peredo, N. 29/11/2017. Tribunal constitucional Avala la reelección indefinida de Evo Morales Los Tiempos. Cochabamba)*

### Capítulo 3

## 3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

*“La argumentación discursiva no predetermina de antemano el número de argumentos, ni la conclusión es necesaria ni automática (el razonamiento subyacente puede quedar implícito)” (Francisco J. Sánchez G. 2009, p.38)*

### 3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

A continuación, se expone la metodología que se utilizó en este trabajo académico que se define como deductiva y semiótica en general, partiendo del principio de que el estudio es empírico y descriptivo.

Deductiva porque llega a conclusiones lógicas a partir de las siguientes premisas: 1) todo discurso retórico tiene estrategias, lo quiera y sepan o no los emisores del mensaje, 2) una forma de discurso retórico es el discurso político; 3) Los periodistas reflejan esas estrategias en sus noticias, condicionados algunas veces por el contexto de la línea editorial del medio; 4) por tanto, las noticias de los medios de prensa pueden responder a la línea editorial lo que se verifica mediante el análisis de las estrategias discursivas. Ahora, 5) si las estrategias discursivas de fondo y superficie son similares comparando las noticias de los diarios analizados que tienen orientaciones opuestas, entonces el medio de comunicación no influiría de modo condicionante el discurso, pero 6) si las estrategias discursivas son diferentes, entonces las características del discurso en cada caso determinaría la manera en la que se relaciona el trabajo de prensa (discurso periodístico) con el discurso del poder político; ergo, 7) se descubriría la manera en la que el poder político se estructura a partir de las narrativas discursivas.

Con lo anterior, se define que el método es deductivo porque parte de un pensamiento que va de lo general que es la existencia de relaciones entre el poder político y las noticias y pasa por la verificación de datos en el discurso, el descubrimiento de estrategias discursivas y sus elementos, y llega a la particularidad o hecho concreto del análisis de las noticias sobre la



Sentencia Constitucional 0089/2017, que es objeto de este trabajo, definiendo así la manera (o estrategias discursivas) en la que actúan los medios de prensa, siendo o no diferentes.

Y sigue una metodología semiótica porque no se analiza los aspectos lingüísticos (del lenguaje) en sí, su estructura interna como tipo de oraciones, o sus componentes como sujeto, verbo o predicado; sino que se remite al análisis de las significaciones de los signos encontrados, sean palabras, enunciados, párrafos o las notas completas. No se profundiza en el nivel de los “contenidos” precisamente porque se usa una metodología que interpreta los signos no lingüísticos, es decir, analiza los signos semióticos presentes en las noticias, dejando de lado el contenido en sí, y limitándose a las estrategias discursivas.

Sin embargo, el procedimiento que se ha utilizado no es la aplicación de un solo método, por ello se considera que este trabajo más bien propone una reconstrucción metodológica porque apela a varios pasos deductivos que parten del análisis de los signos denominados “recursos expresivos” y no de las expresiones lingüísticas. Lo que se hizo es aplicar comparaciones entre variables para llegar a un análisis significativo que se ha expresado en la tabla de operacionalización. En este caso, el procedimiento semiótico se complementa con valoraciones estadísticas que son base de esta metodología propia.

Si bien el análisis es de palabras, expresiones y enunciados, estas estructuras narrativas son consideradas como “recursos expresivos” según afirma la lingüista Amparo Morales, (2005, p. 77-92), pone +énfasis en su explicación en los signos semióticos en sí mismos; es decir en un contexto de datos que evalúa su calidad de expresión en su forma y en su contenido, en su forma y en su fondo, en su forma y en su superficie; conceptos que a pesar de que son muy precisos en los estudios del lenguaje, en este trabajo se los utiliza de manera indistinta porque se refieren a la manera en la que se expresa (forma o superficie), y el contenido o fondo que es el mensaje y su intención, sea explícita o no; ya que, como se explicó líneas atrás, en este tipo de análisis se

entiende el “fondo” del mensaje y no sus elementos constituyentes de modo individual como sucede con los análisis de discursos cuantitativos, por ejemplo.

En el caso de los textos analizados, el concepto de tono (mucho más fácil de identificar en el lenguaje verbal oral), ha sido analizado con su valor (dimensión) y se ha denominado “la intención del mensaje”. Por eso, el análisis descubre el uso (e intencionalidad), de las palabras o enunciados.

Asimismo, la metodología que se utilizó ha permitido comprender e identificar otros elementos que no responden a las reglas del lenguaje (palabras, oraciones, textos) desde la lingüística, sino a la construcción comunicacional como expresiones humanas antes que literarias; es decir los discursos que están por detrás de lo “escrito” y esto es un análisis con metodología semiótica.

Las características cuantitativas se construyeron a partir de identificar y “medir” la cantidad de recursos expresivos que se contabilizan en los textos analizados, según estrategias discursivas. Esto es, que se buscó cuantificar la cantidad de estrategias que predominan a partir de verificar (medir/contar), los textos y/o palabras que actúan como adjetivaciones o caracterizadores de los modos (dimensiones) discursivas siguiendo los conceptos operacionalizados en la tabla respectiva, expuesta líneas atrás.

Además, las significaciones que se descubren en los recursos expresivos predominantes confirman el uso de determinada estrategia discursiva; aplicándose así la metodología que se indica que es deductiva y semiótica.

### **3.2. ENFOQUE METODOLÓGICO**

La investigación se realizó a partir de un enfoque mixto entre cualitativo y cuantitativo. Por un lado se cuantificaron las características de los textos; por ejemplo, la cantidad de veces que aparece un determinado recurso expresivo (adjetivo, sujeto, enunciado), en una determinada noticia o en un conjunto de ellas; y luego se identificaron las características cualitativas o de significación y el relacionamiento o representación (alto, bajo, medio) que tenían con la idea central de la noticia, siendo la base el indicador de la dimensión establecida que se puede observar en la tabla de Operacionalización.

El enfoque cuantitativo buscó medir la cantidad de veces que aparecen palabras específicas, la cantidad de noticias que se identifican con determinadas estrategias específicas o la cantidad de noticias de un medio específico (o relacionado con el otro), que recurren varias veces a la misma fuente; se

midieron también la cantidad de veces de una palabra en un titular, dividiendo los hallazgos por medio, fecha y relacionando esos resultados con las estrategias de superficie o de fondo.

Del mismo modo, en el análisis cualitativo, se identificaron las palabras y frases que más destacaron en una noticia, se identificaron las principales fuentes y las maneras en las que se complementa la noticia con elementos como las fotografías entre otras. Asimismo, se identificaron las palabras de los títulos que hacen referencia a una determina estrategia discursiva.

Con el vaciado de datos, se identificaron las categorías, indicadores e ítems expuestos en la Tabla de operacionalización que fueron definidas como “intención”, “versión”, argumentación o estructura narrativa para establecer la relación con la estrategia discursiva, ya sea de superficie o de fondo; llenando las fichas de “Análisis de estrategias”, que son como sigue:

FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS								
ESTRATEGIAS DE FONDO								
o.	Título	Lead	o Mani- fiesto y lo latente	L Predica- ciones:	R eferen – cialidad	Tipifi- cación	Rela ciones de armonía y de oposición	L o dicho y lo No dicho

Como se puede leer, a la izquierda están las columnas de interés que son el número de la noticia, el título y el lead. En estos textos se identifican las palabras que permiten descubrir las estrategias discursivas. Asimismo, se puede sumar la cantidad de veces que éstas aparecen, demostrando el predominio de una de ellas.

De modo complementario se utiliza esta ficha para el análisis de las estrategias de superficie:

FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS														
ESTRATEGIAS DE SUPERFICIE														
o.	ítulo	ead										0	1	2

Los números de las columnas de esta tabla, se refieren a las siguientes estrategias:

1. Universalización.
2. Generalización.
3. Tópicos.
4. Personalización.
5. Despersonalización.
6. Redundancia.
7. Comparación.
8. Metáfora.
9. Sinécdoque.
10. Hipérbole
11. Sentido de oportunidad
12. Inferencia inmediata

*“Existen estrategias incluso en el plano de la organización del enunciado mismo. Es decir, además de la composición general del discurso, de la elección de determinados temas, en cada frase suele jugarse algún tipo de intención. Esto no siempre es así, no programamos cada término en función de su posible impacto o de su capacidad de fascinar ...” (Prieto, D. 2000. p. 91)*

Entre las estrategias que Prieto (2000), anota las siguientes: “... Universalización, ... Generalización... Tópicos..., Personalización..., Despersonalización..., Redundancia..., Comparación..., Metáfora..., Sinécdoque..., Hipérbole..., Sentido de oportunidad ..., Inferencia inmediata...” (2000, p. 91-93), que ya fueron ampliamente explicadas en el marco teórico anteriormente.

Como se puede observar, las columnas de la izquierda son para el número de la noticia analizada, el título y el lead. De éstas se puede inferir, siguiendo al autor (Daniel Prieto), las estrategias discursivas de superficie anotadas que aparecen en las columnas hacia la derecha.

Según la metodología de Prieto, el análisis cualitativo de las estrategias discursivas se da “(...) lo sepan o no los emisores”. (Prieto C., 2000, p. 68). Lo que valida este tipo de análisis semiótico del discurso.

Para profundizar el análisis en casos específicos, se elaboró una planilla que resume los anteriores datos por estrategias de fondo y superficie. Por ejemplo, en la nota de Página 7, del 30 de noviembre de 2017 sección sociedad, página 30 se publica la noticia titulada “*Marchas contra el fallo chocan con la*

*policía en dos ciudades”. Su lead indica: “Las protestas ciudadanas contra la sentencia constitucional que permite la reelección indefinida de Evo Morales chocaron con la policía en las ciudades de La Paz y Santa Cruz, mientras que en Sucre y Potosí fueron pacíficas” (Op. Cit.).*

Registrada la nota en la planilla de vaciado de datos, se tiene el siguiente resultado:

### Ejemplo de una noticia – metodología

Noticia de Página 7, 30/11/2017, Sección: sociedad. p. 30

Lead	ivel	ndicador	imensión	ategoría	Est rg. Superficie	Estrat eg. Fondo
Las protestas ciudadanas contra la sentencia constitucional que permite la reelección indefinida de Evo Morales chocaron con la policía en las ciudades de La Paz y Santa Cruz, mientras que en Sucre y Potosí fueron pacíficas.	Medio	Inquietan	Percepción personal	Versión/ Opinión	Topico	Referencialidad

### Ejemplo 2

Noticia de CAMBIO, 30/11/2017, Sección: sociedad. Pág: 27

Lead	ivel	ndicador	imensión	ategoría	Est rg. Superficie	Estrat eg. Fondo
Se arrojaron piedras y petardos en contra de la infraestructura, que quedó con los vidrios rotos y otros daños. Antes también se intentó tomar el predio de la brigada parlamentaria.	Alto	Incentivar	Convencer	Versión/ Opinión	Despersonalización Personalización de la fuente (Álvaro García)	Oposición

Como se puede verificar, hay características comunes como la categoría, pero el análisis muestra resultados diferentes cuando se aplican los demás parámetros.

Por todo lo anterior, el enfoque es mixto, cuanti y cualitativo. Además, desde el punto de vista científico, este enfoque metodológico resultaría ser **secuencial y deductivo** en el análisis **cuantitativo** ya que se prueba la existencia de cantidad de palabras o textos similares convirtiendo la unidad de análisis y por tanto los datos en objetivos; **e inductivo recurrente** desde el análisis **cualitativo**; analizando el carácter subjetivo de las estrategias discursivas en los periódicos determinados ya que, como dice Prieto, los discursos tienen esas estrategias (principalmente de fondo), lo sepan o no quienes los elaboran.

El ser secuencial y deductivo permite arribar a datos que se fortalecen y enriquecen, llevando a conclusiones con fundamento. Al ser inductiva recurrente, el resultado se proyecta de una noticia e induce a extender lo que se descubra hacia otros medios de comunicación por su reiteración que confirma el dato de modo científico.

### **3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Se utilizó el diseño exploratorio descriptivo (no experimental) para interpretar y significar los datos estadísticos de la información recolectada. Por la manera de recopilar la información, el diseño es documental correlacional.

El momento exploratorio se organizó para la recolección y observación de las noticias desde el mes de noviembre de 2017 a junio de 2019; período en el que se desarrolló la organización de las elecciones generales en Bolivia. Las mismas, de acuerdo a Ley, comenzaron la difusión pública de la propaganda en el mes de Julio y se realizaron el 20 de octubre de 2019.

La investigación documental estuvo orientada a la obtención de noticias que se referían exclusivamente al caso de la sentencia constitucional que habilitó a autoridades en ejercicio de la función, para una reelección tanto en los niveles nacionales como subnacionales; para su análisis, interpretación y posterior elaboración de conclusiones.

Es correlacional porque los datos que se obtienen permiten encontrar causas y efectos, explicando y a la vez revelando la conexión o no, entre palabras, textos e intenciones, con las estrategias discursivas; y éstas con los medios de comunicación analizados. A su vez, permite una correlación entre la estrategia discursiva y la posición ideológica, con la característica de la variedad en las fuentes.

### **3.4. OBJETO Y UNIDADES DE ANÁLISIS**

Al ser una investigación exploratoria descriptiva, se definió el objeto a ser descrito y analizado, así como las unidades de análisis. El objeto definido son las noticias de los periódicos Cambio y Página 7, que se refieren a la Sentencia del Tribunal Constitucional que habilita a las autoridades en ejercicio, a la postulación para ser reelectos en las elecciones generales de 2019.

Los objetos analizados tienen como característica haber sido publicados ya sea de forma virtual o impresa entre las fechas definidas.

El material recolectado estuvo debidamente identificado, habiendo excluido toda noticia que no tuviera como tema central el ya referido, incluyendo en la selección tantas noticias de las áreas políticas o nacional, editoriales y otras secciones de los periódicos señalados, se excluyeron noticias publicadas en separatas, volantes u otros materiales impresos que no eran de autoría de estos diarios.

Un filtro más para la selección de las noticias fue la condición de que aquellas tuvieran imágenes en su diseño, icónicas o gráficas, ya que estas incrementaron el contexto desde el que el análisis semiótico se hacía más claro para la interpretación. Se entiende por imagen icónica a aquellas que reproducen la realidad mediante un equipo tecnológico como la cámara de fotos, o que muestran a personas y objetos de la realidad con la menor distorsión a través de programas electrónicos como el photoshop; y se entiende por gráfica a toda representación no textual que expresa la “idea de la realidad” y no la realidad misma como un dibujo o una caricatura. La técnica de reproducción no fue una limitante.

La unidad de análisis son los recursos expresivos que componen o estructuran los textos de las noticias, es decir la oración y el párrafo. Se consideran textos sólo a los títulos, el lead y el cierre de una noticia.

### **3.5. UNIVERSO Y MUESTRA**

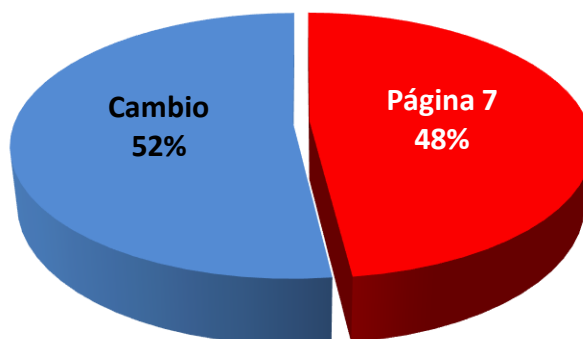
Al ser una investigación exploratoria, la definición del universo no responde a criterios solamente estadísticos porque existe información que no puede ser totalmente controlada como la cantidad de noticias en todos los medios de comunicación impresa.

Por ello, el universo será el total de noticias que se identificaron en los cuerpos principales, editorial, opinión, secciones de política, nacional, sociedad, seguridad y policiales de los diarios Página 7 y Cambio que se imprimieron en la ciudad de La Paz y que sumaron 668 noticias.

Aplicando la fórmula universal de muestra (Research and Expertise Centre Universidad Pompeu Fabra, 2019), considerando un 3% de error que es un valor casi de seguridad y un 95% de nivel de

confianza para una heterogeneidad del 50% por ser dos periódicos, se llega a una muestra de 412 noticias. Dado que son dos periódicos los que se analizan, se decidió respetar el porcentaje que representa cada uno, por lo que, la muestra del periódico Cambio equivale al 52% y 48% para el periódico Página 7.

Figura No. 2  
*Universo total de noticias*



Con la misma fórmula universal, se calculó la muestra de la siguiente manera:

CAMBIO = 263 noticias

PÁGINA 7 = 247 noticias

Con un total de 510 noticias analizadas, representando el 76,2 %; lo que la hace una muestra muy válida, con un margen de error del 3% y 5% de confianza. Para sistematizar mucho más, se aplicó la siguiente metodología de selección de noticias:

1. El total de semanas a analizar son 83.
2. El total de muestra de cada periódico se divide entre la cantidad de semanas a ser analizadas. Este resultado da en el caso de Página 7 y de Cambio la cantidad de 3 noticias semanales
3. De esa cantidad semanal, se intercala la selección de la muestra de la siguiente manera:
  - a. Primera semana: Cambio: Lunes, miércoles y viernes.
  - b. Primera semana: Página 7: Martes, jueves y sábado
  - c. Segunda semana: Cambio: Martes, jueves y sábado.
  - d. Segunda semana: Página 7: Lunes, miércoles y viernes
  - e. Tercera semana: Cambio: Lunes, miércoles y viernes.



- f. Tercera semana: Página 7: Martes, jueves y sábado
  - g. Cuarta semana: Cambio: Martes, jueves y sábado.
  - h. Cuarta semana: Página 7: Lunes, miércoles y viernes
4. En los casos de que existieran cinco semanas, se tomará en cuenta un sorteo al azar para distribuir las noticias de manera equitativa. Las noticias que se publicaron en día domingo serán contrastadas para evitar su repetición.

Por otro lado, la metodología permite generar la información que se busca con esta muestra que es considerada representativa para interpretar el universo de las noticias que pudieran haberse impreso en otros periódicos nacionales; siendo que la muestra es altamente representativa (76%).

### **3.6. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN**

Por el carácter de la investigación, la técnica de recolección es documental, es decir un proceso de producción de conocimiento a partir de la revisión de fuentes documentales que en este caso son los diarios Cambio y Página 7; posteriormente se dio la lectura de los textos, su clasificación y registro en planillas de levantamiento de datos (que ya fueron expuestas líneas atrás), y el análisis respectivo a partir de parámetros previamente construidos y que fueron explicados en la Tabla de Operacionalización, para obtener resultados coherentes.

Con base en las fichas, la técnica de análisis documental hemerográfico utiliza los procedimientos lógicos y mentales de toda investigación, para descubrir las estrategias discursivas y su correlación con los medios de prensa escrita.

De acuerdo a las clasificaciones de investigación científica, la documental puede ser bibliográfica, iconográfica o de soportes magnéticos. En este caso, las técnicas de investigación bibliográficas fueron estrictamente hemerográficas (publicaciones periódicas), impresas y menores como son los diarios.

Los pasos técnicos fueron la lectura preliminar, el registro de datos en las planillas, el análisis de los datos en función de los objetivos, la síntesis, deducción, inducción y correlación, e interpretación final de los mismos.

### **3.7. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Los instrumentos que se utilizaron en este trabajo académico, en correspondencia con la técnica de investigación, son principalmente los siguientes:

TABLA DE DE DATOS GENERALES									
e	dio	M ha	F ion	Se g.	ulo	T ad	N o Col	U bicación	Fu tes

TABLA DE ESTRATEGIAS DE FONDO Y DE SUPERFICIE					
FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS					
ESTRATEGIAS DE FONDO					
Lo Manifiesto y lo latente	Predi caciones	Re feren - cialidad	Tipif icación	Relacion es de armonía y de oposición	Lo dicho y lo No dicho

FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS													
ESTRATEGIAS DE SUPERFICIE													
o.	ítulo	ead									0	1	2

Los números de las columnas de esta tabla, se refieren a las siguientes estrategias:

1. Universalización.
2. Generalización.
3. Tópicos.
4. Personalización.
5. Despersonalización.
6. Redundancia.
7. Comparación.
8. Metáfora.
9. Sinécdoque.
10. Hipérbole
11. Sentido de oportunidad
12. Inferencia inmediata

Ya se expuso en páginas anteriores, el origen de estas categorías que se sustentan en las reflexiones de Daniel Prieto (2000), acerca de las Estrategias de Superficie.

<b>TABLAS DE ANÁLISIS DE FUENTES Y TRATAMIENTO DE NOTICIA</b>				
<b>FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS</b>				
<b>Título</b>	<b>Lead</b>	<b>Personaje Principal De quién se habla</b>	<b>Contraparte</b>	<b>Punto de vista Desde quién se relata</b>

Estas fichas han sido elaboradas a partir de las variables y categorías expresadas en la Tabla de Operacionalización. Asimismo, se han considerado las sugerencias de la metodología que aplica Daniel Prieto, y que han sido adecuadas para el análisis de noticias. Las mismas se expresan en las columnas de análisis de las estrategias de fondo y superficie principalmente.

Por lo anterior, se afirma que los instrumentos de recolección son planillas en tablas electrónicas, y que la recolección y análisis ha sido realizado en base a la combinación de datos vaciados en dichas planillas.

## Capítulo 4

### 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

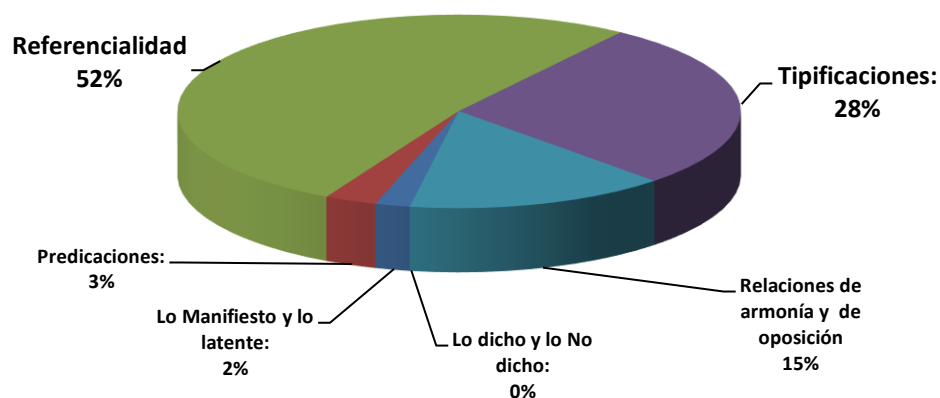
*“La palabra discurso alude en primer lugar a los recursos expresivos puestos en juego, a la forma del lenguaje. el viejo Borges me decía que la creatividad popular tiene el límite de la forma, que un poeta surgido del pueblo, adopta la forma...” (Daniel Prieto C. 2000, p. 15)*

A continuación, se presentan los principales datos obtenidos y el análisis inherente a este trabajo académico. Los resultados, muestran el predominio de estrategias casi similares entre los dos periódicos, aunque hay diferencias interesantes que pueden ser explicadas por la posición ideológica que refleja cada medio de comunicación.

#### 4.1. ACERCA DE LAS ESTRATEGIAS

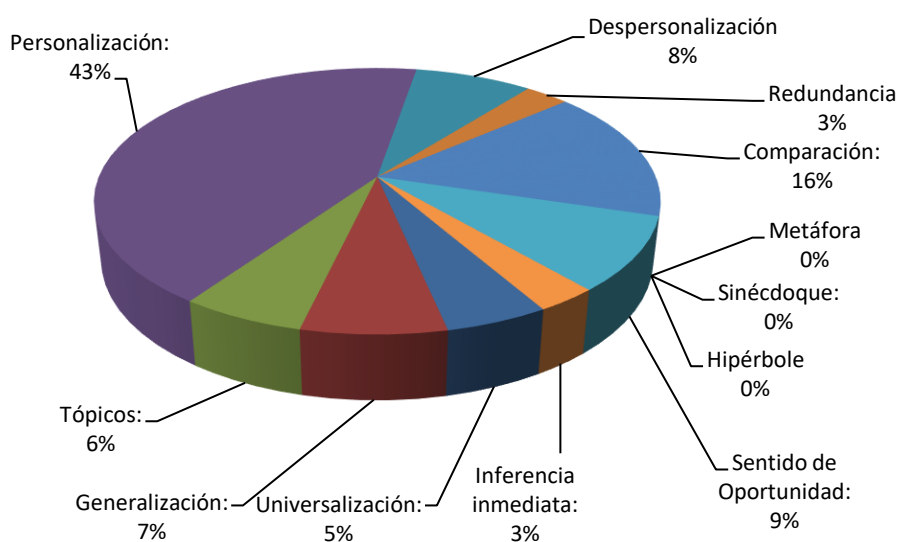
Por un lado, están las coincidencias en la manera de mostrar las noticias que corresponden a las estrategias de fondo de Referencialidad (52%) y Tipificaciones (28%), con un promedio de 40% de noticias con estrategias discursivas en común de ambos diarios. Por su parte, las diferencias en las estrategias de fondo en general, muestran que el diario Cambio se identifica más con la estrategia de Relaciones de armonía y oposición (15%), mientras que Página 7 recurre en a la Predicación (12%).

Figura No. 3  
*Similitudes y Diferencias en General*  
*Estrategias de Fondo de "Cambio" y "Página 7"*



En cuanto a las estrategias de superficie, se identifica que la mayor coincidencia se da en la estrategia discursiva de Personalización (43% para Cambio y 41% para Página 7), mientras que se observan diferencias generales opuestas en la de Tópicos (Cambio 6% y Página 7 llega a 32%), y en la de Comparación (Cambio 16% y Página 7 no tiene ninguna).

Figura No. 4  
*Similitudes y Diferencias en general*  
*Estrategias de Superficie de "Cambio" y "Página 7"*



Algunos ejemplos de lo afirmado se pueden verificar en los siguientes casos:

### **Estrategia discursiva de superficie por Personalización**

**Medio:** Cambio

**Fecha:** 28 febrero 2018

**Sección:** Tapa de "Apuntes"

**Título:** **Evo agradece a Freeman por mostrar lucha de los pueblos**

**Lead:** El presidente Evo Morales agradeció al actor Morgan Freeman por reflejar "nuestra lucha histórica de los pueblos indígenas para refundar Bolivia".

La noticia personaliza los hechos y declaraciones con el presidente Morales y con el actor Morgan Freeman, destacando a cada quien, como un luchador, personalizando la noticia a través del nombre y cargo que representan, pero jerarquizando su valor en uno como presidente y en el otro como experimentado actor que trata temas de derechos humanos.

**Medio:** Página 7

**Fecha:** 23 diciembre 2017

**Sección:** Nacional. Pág 4

**Título:** **Vice: El 21F es vinculante y Evo estará en la papeleta de 2019**

**Lead:** García Linera manifestó, en conferencia de prensa, que la vigencia del resultado del referendo del 21 de febrero de 2016 no significa la inhabilitación de Evo.

Esta última noticia destaca a la persona del vicepresidente Álvaro García que además se refiere a otra persona, el presidente Evo, haciendo hincapié en las personas como ejes de la noticia, y colocándolas como responsables de las declaraciones o situaciones, durante el resto del relato.

### **Estrategia de superficie de Tópicos**

**Medio:** Cambio

**Fecha:** 24 febrero 2018

**Sección:** Política. Pág. 2.

**Título:** Un funcionario mexicano arremete contra Cuba

**Lead:** "(denuncié) ... acciones y planes intervencionistas del imperialismo contra los gobiernos revolucionarios y progresistas de nuestra América."

La frase relaciona un valor o un concepto como "imperialismo", refiriéndose a los Estados Unidos de Norteamérica, y se refiere a América no sólo como símbolo (tópico) de revolución y progreso sino como espacio de "democracia", por oposición al imperialismo.

**Medio:** Página 7

**Fecha:** 14 de enero de 2018

**Sección:** Ideas Pág. 5

**Título:** De nuevo en la calesita

**Lead:** “(...) Quizá imitando a los germanos, Bolivia acelerará su tránsito hacia el objetivo del proyecto plurinacional: ser la Suiza de Sudamérica... y es probable que vayamos a tocar estos temas ... del proceso de cambio que no entiende la revolución como un corcel brioso, sino como un caballito de una calesita.”

El texto se refiere en varias oportunidades a lugares comunes y situaciones comunes en espacios como Suiza, Sudamérica o calesita; dentro de frases que reflejan un tema o tópico: país exitoso y con alto estándar de vida (Suiza), Sudamérica como la realidad empobrecida, calesita como el espacio que representa un eterno dar vueltas de manera “divertida”.

Como estos casos hay varios en los que el diario hace referencia “comparativa” a temas a partir de espacios comunes.

#### **Estrategia de superficie de Comparación**

**Medio:** Cambio

**Fecha:** 24 febrero 2018

**Sección:** Política. Pág. 2.

**Título:** "Un rebelde que acaba convertido en Presidente"

**Lead:** En 2005, "Evo fue elegido presidente, y como presidente llevó su rebelión socialista al escenario mundial".

La opinión compara a Evo como un seguidor del socialismo y le atribuye el valor de “rebelde”, comparando luego ese concepto con lo que el autor considera que hizo como presidente: “... Llevar esa rebelión al escenario mundial”, añadiéndole a esa acción un calificativo: socialista; de tal manera que compara al rebelde socialista con el presidente socialista; una forma de silogismo básica usada como estrategia comparativa.

**Medio:** Página 7

**Fecha:** 21 de febrero de 2018

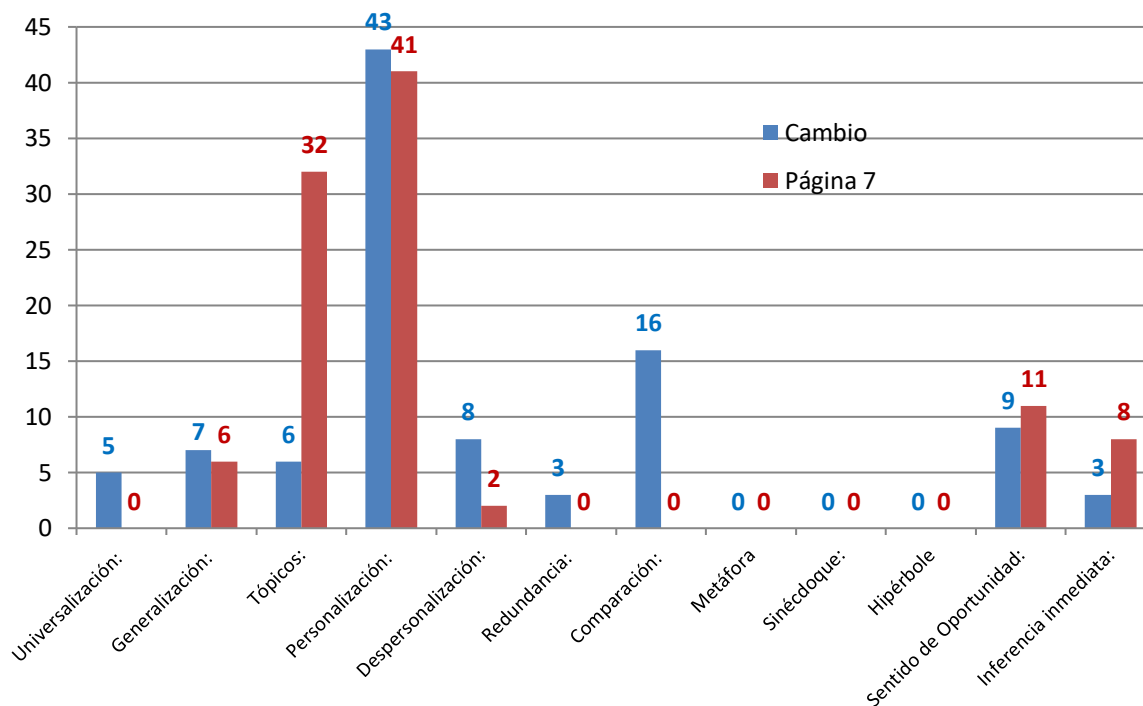
**Sección:** Especial Pág. 4

**Título:** El gobierno dice que no permitirá la intervención de la UMSA.

**Lead:** “Con una mirada diferente, Romero (Ministro), calificó a Albarracín (Rector de la UMSA), como “fascista” y lo acusó de defender los intereses de la derecha (...), De inmediato, Albarracín respondió a Romero que “los fascistas son ellos.”

La noticia evidencia la comparación entre atributos negativos del fascismo como su posición violenta, discriminadora, impositiva, entre otras, con el adversario. La decisión de colocar esas declaraciones en el orden y forma correspondiente demuestra que la línea de esa noticia (y otras similares), son de comparación. En las siguientes gráficas también se expresa lo indicado, diferenciando las estrategias de superficie y fondo con base porcentual:

Figura No. 5  
*Estrategias de Superficie*  
*Comparación entre Medios en porcentajes*



Como se muestra en la gráfica, las características de la apelación de los diarios Cambio y Página 7, encuentran similitudes en las Estrategias de Superficie (43% y 41% respectivamente), con porcentajes muy similares; lo que lleva a pensar que ambos medios en realidad tienen la misma estrategia, o por lo menos se parecen en la estrategia de superficie que utilizan, aunque probablemente con enfoques diferentes.

Las diferencias evidentes se encuentran en el tratamiento cualitativo de la noticia, verificando, por ejemplo -como se ve en el gráfico anterior- que Cambio usa la estrategia de Comparación (16%),



mientras que Página 7 nunca la usó, y de igual forma, Página 7 utiliza más la estrategia de Tópicos (32%) frente al 6% que usa Cambio.

Lo anterior revela que Cambio a veces prefiere hacer comparaciones como forma básica de las figuras literarias “comparando” generalmente a su fuente con algún valor, atributo o con otra persona o situación. Se puede ejemplificar lo dicho de forma empírica, apelando a los discursos del presidente Morales que durante su mandato ha comparado permanentemente los logros de su gestión con los fracasos del pasado al que califica permanentemente de “neoliberales”, “imperialistas” o adjetivos similares; creando la sensación de que el pasado fue *totalmente* negativo frente a su gestión que sería *totalmente* positiva.

***Por lo dicho, se puede afirmar que cuantitativa y cualitativamente, el diario Cambio tiene prácticamente como estrategia discursiva de superficie la Comparación, lo que se expresa en su línea editorial.***

*Y Página 7 parecería tener como estrategia discursiva el apelar a Tópicos específicos; es decir usar o argumentar haciendo referencia a temas o situaciones de modo recurrente, de tal manera que su línea editorial también refleja ese tipo de estrategia.*

De modo empírico se entiende que el principal tópico al que apela el diario Página 7 es el resultado del Referendo del 21 de febrero de 2016 en el que la opción del NO gana frente al SÍ. De ese modo, la consigna de Página 7 tiene una Estrategia Discursiva Tópica que se parece en gran medida (sino que totalmente) a la consigna de “Bolivia Dijo NO”, que los partidos de oposición y algunos movimientos cívicos usan en su discurso. Es decir, es un diario que tiene como estrategia discursiva el mismo tópico que tiene “la oposición”; lo que lo hace ver como “un periódico de oposición”.

Por último, a pesar de ello, en realidad ambos diarios comparten la personalización de “Evo Morales”, fundamentalmente y de los actores políticos en general, como estrategia discursiva de **Personalización**; esto es que las noticias, hechos o situaciones se atribuyen a “personas” o “fuentes” específicas; lo que demuestra que ambos diarios hacen un periodismo “**de fuente**” que en ambos casos se ancla en el presidente y autoridades.

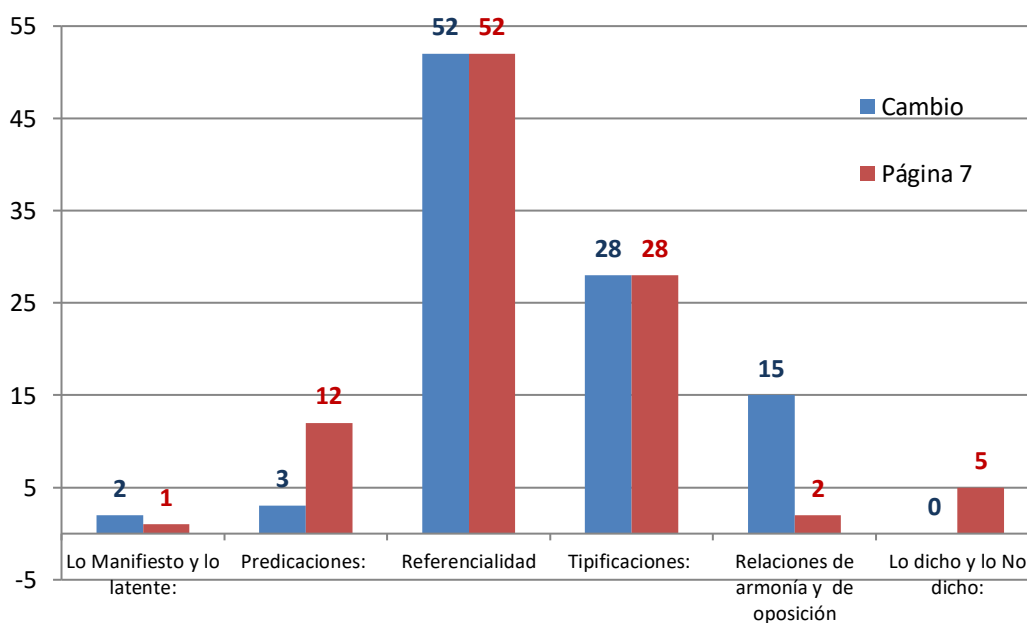
***Así, uno y otro, personalizan la noticia en “Evo Morales”, principalmente, favoreciéndolo o cuestionándolo; de tal modo que el personaje de las noticias es el Presidente y no los hechos en sí.*** Este tratamiento de personalización de la noticia sólo se diferencia por los calificativos o las apelaciones discursivas que cada medio implementa de modo estratégico.

**Curiosamente, ambos medios también hacen uso de la Estrategia Discursiva de Superficie denominada “Sentido de Oportunidad” (Página 7 con 11% y Cambio con 9%);** Estrategia que muestra que los hechos sobre el tema de la Sentencia Constitucional 0084/2017 no son el fondo que se expone en las noticias, sino más bien son relatos de hechos periodísticos de coyuntura, que –empíricamente– poco tienen que ver con la oportunidad de explicarle al público (a la sociedad), de qué se trató o por qué hay protestas, apoyos, hechos civiles, legales, institucionales, entre otros.

Es decir, **los diarios no usan el tema de la Sentencia Constitucional en un Sentido de Oportunidad, sino más bien en un sentido de Referencialidad de manera muy escasa.** Para consolidar lo dicho, a continuación, se presentan los datos acerca de las estrategias de fondo que ambos diarios usaron en el caso que es interés de este trabajo de grado, según se puede apreciar en la siguiente gráfica.

En el siguiente gráfico se puede apreciar que el diario Cambio y el diario Página 7 tienen el mismo porcentaje (52%), en la **Estrategia Discursiva de Fondo de Referencialidad** en general.

Figura No. 6  
Estrategias de Fondo  
Comparación entre Medios en porcentajes



Esto significa que ambos medios de comunicación “se refieren”, acercan o alejan (según su interés) lo más posible al lector hacia el tema para su comprensión, manejando una adecuada cantidad de información o detalles precisos, que dan la sensación de que se ha dicho todo, o en el otro extremo, de que la información es falsa o de que está destinada a esconder parte de esas realidades que se relatan.

Ante este resultado, se verificó cuál de los medios consolidaban su estrategia discursiva con alta, media o baja referencialidad. Se evalúa que es de ALTA referencialidad cuando se identifica significaciones que acercan mayor cantidad de datos e información acerca de la Sentencia Constitucional 0084/2017 objeto de este trabajo; o BAJA cuando se aleja mediante información aparentemente falsa o destinada a ocultar dicho hecho; significaciones empíricas y subjetivas pero existentes en el discurso escrito, que demuestran una u otra posición de alejamiento o acercamiento. Se entiende por ACERCAMIENTO cuando se identifican más de 15 ocasiones en el texto en los que existen frases, términos o significaciones subjetivas que tienen el objetivo o de mostrar una falsedad o una verdad.

Antes de desarrollar este punto, se debe explicar también que entre las estrategias discursivas de fondo destacan las de **Tipificación**, como ya se dijo, con porcentajes también similares entre ambos medios (28%), pero ya en el detalle se verifica que los temas o argumentos a los que apela cada medio de información son empíricamente diferentes: por un lado Página 7 apela al resultado de Referéndum del 21 de febrero (2016), y Cambio apela a los argumentos de ejercicio de derechos humanos, a la influencia del “imperialismo”, a la autoridad y prestigio del Presidente y sus valores, mediante adjetivos que van relacionando en todos los casos un adjetivo con la palabra “EVO”; una estrategia discursiva que une (o reúne), lo positivo con el Presidente como persona concreta (por eso se ancla en la **personalización**), y lo negativo con “la oposición” como entidad abstracta.

Entre los ejemplos de Tipificación se encuentran los siguientes:

**Medio:** Cambio

**Fecha:** 08 de diciembre de 2017

**Sección:** Política. Pág. 15

**Título:** Asambleístas critican a iglesia por asumir acción que no le compete

**Lead:** “Los obispos de Bolivia condenaron el miércoles el fallo que emitió el Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP) que dio curso a la acción de inconstitucionalidad abstracta”

**Medio:** Cambio

**Fecha:** 23 de enero de 2018

**Sección:** Política. Pág. 17

**Título:** El proceso cuenta con respaldo popular

**Lead:** “El proceso de cambio que se implementa desde hace 12 años goza de vitalidad y respaldo de parte de las organizaciones sociales, porque cuenta con propuestas programáticas para el país”.

**Medio:** Página 7

**Fecha:** 13 de diciembre de 2017

**Sección:** Política. Pág. 13

**Título:** Presidente García Linera “cierra debate” sobre fallo de TCP de 2016

**Lead:** “El presidente en ejercicio Álvaro García Linera cerró ayer el debate sobre el fallo del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP) expresado en 2016, sobre el recurso abstracto de constitucionalidad interpuesto por asambleístas de la oposición y del oficialismo, (...)”.

#### 4.1.1. ARMONÍA Y OPOSICIÓN COMO ESTRATEGIA DISCURSIVA

Las diferencias marcadas anteriormente también se ven reforzadas cuantitativamente, según el gráfico anterior, cuando se tiene un 15% de las noticias del diario Cambio, usando la estrategia de “Relaciones de Armonía y Oposición”.

De manera coherente, y consolidando las conclusiones previas ya dichas, se interpreta que el diario Cambio de propiedad del Estado, pero dirigida por el Gobierno, presenta noticias donde las situaciones estables son positivas cuando se refieren al Presidente Morales, líder del Movimiento Al Socialismo (M.A.S.) mediante relaciones de armonía entre él y las instituciones como noticias que se refieren a la policía y su apoyo a Morales, comunidades que apoyan las decisiones del presidente, proclamaciones de Evo y Álvaro por parte de movimientos sociales entre otras noticias que tienen como temática central la Sentencia Constitucional 0084/2017.

Las mismas noticias relacionan a los partidos políticos contrarios al Movimiento Al Socialismo (M.A.S.), con situaciones de inestabilidad, desestabilización y de “oposición al desarrollo”. Esto genera mediante la estrategia discursiva de relaciones de armonía y oposición, un manejo de las noticias que extrapolan situaciones, poniendo de manifiesto que Cambio genera una imagen positiva para el gobierno y el Presidente Evo, y de desprestigio para la oposición política. Esto se reitera cuando se aíslan los datos sólo de las secciones de opinión en la que es mucho más fácil (y hasta obvia), la línea editorial de ese diario. Como ejemplos se han resumido los siguientes:

**Medio:** Cambio

**Fecha:** 28 de febrero de 2018

**Sección:** Opinión. Pág. 3

**Título:** La chanfaina política

**Lead:** “Es indiscutible la gran riqueza culinaria que existe en nuestro país, pero para estos tiempos políticos, muy dinámicos, debemos analizar la composición de un plato llamado chanfaina; plato que disfruté gracias a un amigo diestro en el conocimiento de locales del buen comer”.

**Medio:** Cambio

**Fecha:** 21 de febrero de 2018

**Sección:** Política. Pág. 18

**Título:** Afirman que están en abierta campaña electoral. ROMERO: Cívicos defienden a la derecha.

**Lead:** “El ministro de Gobierno, Carlos Romero, dijo ayer que los comités cívicos, como el de Santa Cruz no representa a todos los ciudadanos, "sólo defienden los intereses de la derecha, entonces es comité cívico pro derecha”.

#### 4.1.2. ESTRATEGIA DE PREDICACIONES

*De contraparte, y con un 12%, el periódico Página 7 apela a la Estrategia Discursiva de Fondo de “Predicaciones” mientras que el diario Cambio sólo lo hace en un 3%.* Aquel 12% (cercano al 15% de Relaciones de armonía y oposición de Cambio), muestra la estrategia específica o particular de Página 7, lo que se corrobora mediante el análisis de las noticias y las palabras de atributos que en algunos casos expresan ya sea hacia el Presidente Morales (negativos), ya sea a los diputados o senadores (positivos) de la oposición.

También se han encontrado predicaciones en el uso de los verbos (redundantes a veces o recurrentes la mayor parte de ellas), que están en relación coherente con las acciones de las autoridades e instituciones que tienen relación directa con la Sentencia Constitucional 0084/2017 como con el propio Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), en algunos casos con el Tribunal Supremo Electoral o con autoridades del Órgano Legislativo Plurinacional entre algunos ejemplos.

Se afirma que es de “coherencia” porque refleja el pensamiento del diario con la manera en la que valora el hecho durante el relato de la noticia. Así, Cambio desprestigia a opositores y valora positivamente al Presidente Morales, y Página 7 también “valora” mediante predicaciones positivas a los opositores y algunas veces negativas para el Presidente Morales, por ejemplo, en “Evo es el mejor presidente de todos los pueblos indígenas” (Redacción de Cambio, 28/02/2018, NNUU: Evo es el presidente de todos los pueblos indígenas. *Cambio* p. 17), o “Tuto ni Almagro tienen la solvencia moral para cuestionar el fallo del Tribunal Constitucional (Redacción Cambio, 26/02/2018. Tuto-Almagro, una

alianza en contra de la democracia. *Cambio*, p.3) y de contraparte en el diàrio Pàgina 7: “(...) denuncié reiteradamente las acciones y planes para instaurar la dictadura del gobierno fascista de Morales y perpetuarse en el gobierno” (Redacci3n Pàgina 7, 2018).

Entre los ejemplos encontramos:

**Medio:** Cambio

**Fecha:** 14 de enero de 2018

**Secci3n:** Editorial.

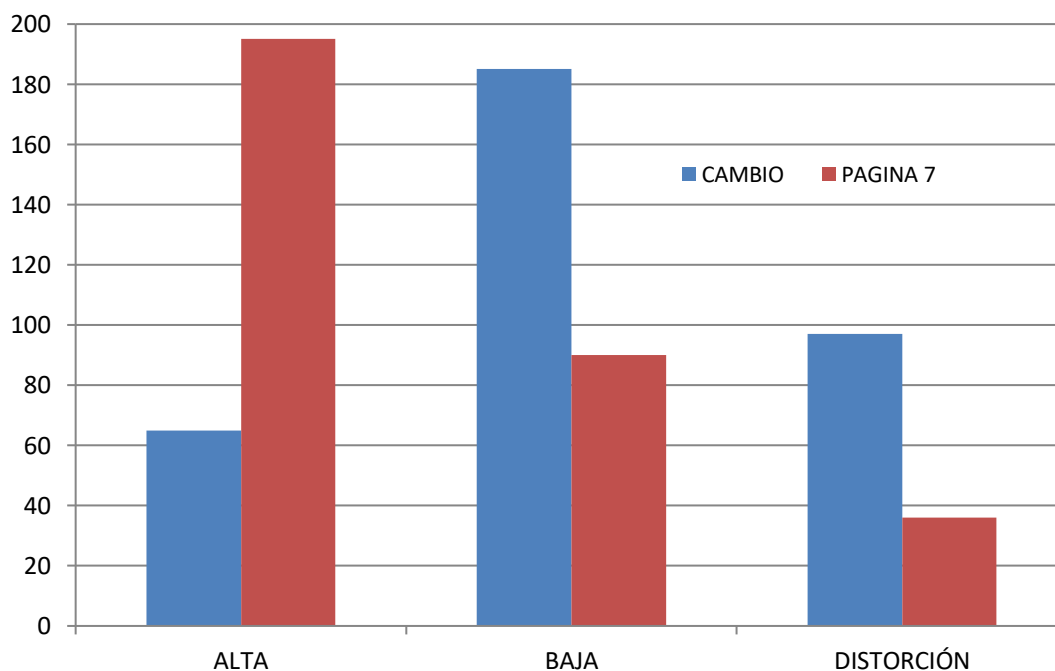
**Título:** La derecha està desesperada.

**Lead:** “Las bases no ven con buenos ojos que algunos de sus dirigentes hagan coro con directivos privados y cívicos vinculados al neoliberalismo”.

Esta estrategia discursiva (humana, cosa, valor, etc.), puede ser clasificada en Alta, Baja o de Distorsi3n de la referencialidad.

Con base en la muestra analizada, se obtienen los siguientes datos comparados entre ambos medios:

Figura No. 7  
Niveles de Referencialidad segùn Medio



Según la gráfica anterior, el diario que tiene más alta referencialidad, es decir que proporciona mayor cantidad de datos durante sus noticias para argumentar o sostener su posición de tal manera que influya en el lector, es el diario Página 7; mientras que Cambio tiene de modo contrario una baja referencialidad, es decir un predominio de la opinión o la valoración subjetiva y no datos que acerquen a verificar el argumento de su información.

Según lo analizado, Página 7 expondría mayor cantidad de veces datos en cifras, lugares, descripción del hecho, fechas entre los “datos”, seleccionados (en base a una mirada muy general), las frases de sus fuentes que tengan este tipo de tratamiento; mientras que Cambio seleccionaría frases donde sus fuentes adjetivan o especulan sobre situaciones diversas pero que no muestran “datos” similares a los del periódico Página 7. Desde el punto de vista periodístico, dentro de una escuela de formación clásica y de las teorías del periodismo principalmente norteamericanas, se entiende que los “datos” son hechos verificables que dan “objetividad” a la noticia, mientras que desde las corrientes de pensamiento socialista o teorías de la comunicación y la práctica marxista, los medios masivos reflexionan, especulan, tienden a dar “datos” en el sentido de “opiniones o comentarios” de las fuentes, a las que, por su autoridad o ejercicio del poder, se les da credibilidad.

En el trabajo investigado, queda demostrado que la ALTA REFERENCIALIDAD está ligada a datos verificables mientras que la BAJA REFERENCIALIDAD discursiva no tiene datos verificables sino datos provenientes de opiniones de la fuente. Por otro lado, la columna de DISTORSIÓN, muestra que el diario CAMBIO tiene una mayor cantidad de noticias que podrían ser consideradas baja, porque no revelan ni datos (objetivos), ni opiniones con fuente, sino apreciaciones de los redactores que no condicen ni con los hechos ni con las opiniones.

#### **4.2. ESTRUCTURA DEL DISCURSO PERIODÍSTICO**

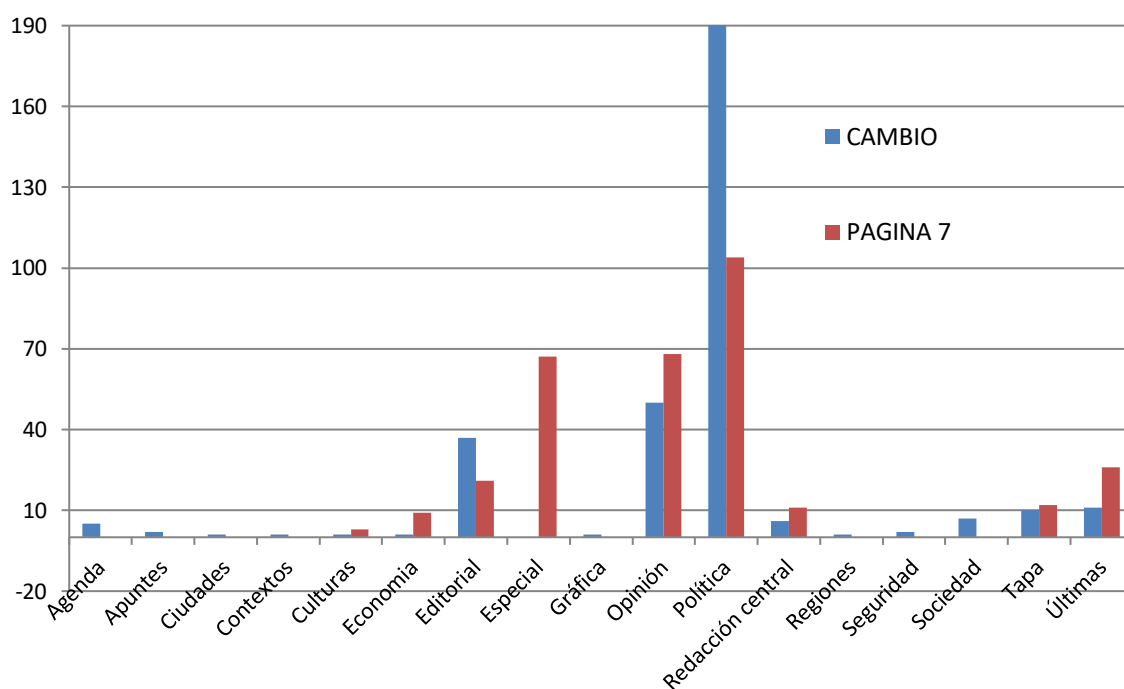
Los objetivos de este trabajo de grado también incluyeron el análisis de la estructura de las noticias, a través de las que también es posible determinar la o las estrategias discursivas que se identifican en una noticia.

De modo teórico, en el capítulo pertinente, se indicó que se entiende por estructura a todos los componentes que de forma mínima constituyen la noticia. Estos elementos son básicamente un título claramente identificado, un lead o inicio en un párrafo corto que describe de forma resumida el hecho sobre el que se está informando; un cuerpo o párrafos donde se exponen datos, argumentos o

comentarios, validando la información inicial, y un párrafo de cierre que, según el género y subgéneros noticiosos, tiene sus propias características como por ejemplo cerrar con una pregunta, con una opinión u otro tipo de datos.

En esa medida, lo primero que se describe fue el tipo de secciones que componen cada diario. En la siguiente gráfica se expresa esta información:

Figura No. 8  
Cantidad de notas por Secciones



Según se puede observar, el diario Cambio publicó una mayor cantidad de noticias acerca de la Sentencia 0084/2017, objeto de este trabajo de grado al igual que Página 7.

Por lo que se puede afirmar que tanto Cambio como Página 7 consideraron que el tema era principalmente político y no jurídico. Sin embargo, Cambio concentró las noticias sobre ese tema en política, en opinión y en menor cantidad en la sección de Editorial; en relación con Página 7 que publicó además una cantidad alta de noticias en las secciones Opinión, Especial, Editorial, Economía, Tapa y últimas.

Lo anterior demuestra que las estructuras de noticias en ambos medios son similares, respondiendo así a una estrategia discursiva similar, sobre todo porque enfocan las noticias sobre el tema



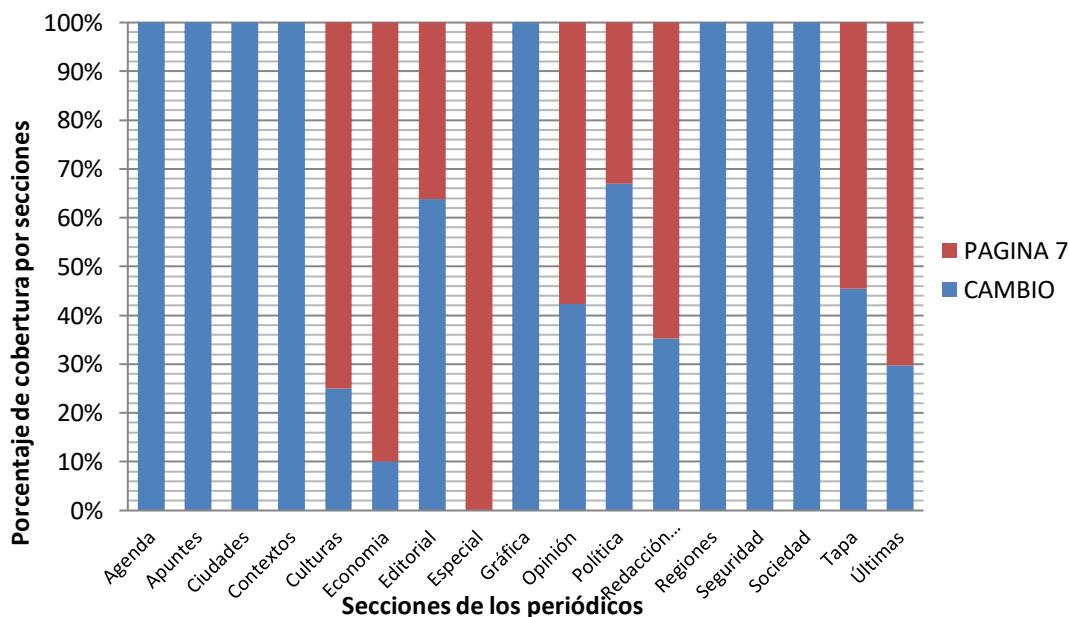
en cuestión desde lo político y desde la opinión, aunque Página 7 tiene algunos enfoques también desde otras secciones de su diario.

También se comprueba que el tema “político” tiene en general baja referencialidad a los hechos en sí y más bien se tiene una tendencia a dar datos a través de las secciones de opinión y editorial; generando que el tema no sea analizado de manera objetiva, desde su área de origen que es la jurídica. Como descargo, se debe decir que la sección “Especial” de Página 7 no trabaja un tema específico sino publica noticias más elaboradas o mejor aún, apela a reportajes y a veces a periodismo de investigación.

Lo anterior, diferencia la Estrategia Discursiva de Página 7 y la de Cambio en el entendido que, si bien ambos medios escritos consideran el tema como político de forma general, el tratamiento de la información en Página 7 permite una información con más datos, (referencialidad alta), mientras que cambio prefiere una información de opinión (referencialidad baja), lo que puede llevar a este medio a una distorsión de los hechos, como se ha visto en otras estrategias anteriormente.

En la siguiente gráfica se expresa en cantidades porcentuales las secciones que más utilizó para difundir las noticias o reportajes relacionados con el tema de la Sentencia del Tribunal Supremo Constitucional (TSC) 0084/2017 sobre la re postulación en más de dos ocasiones continuas.

Figura No. 9  
Cobertura por secciones



Como se dijo en el párrafo anterior, con esta gráfica se puede apreciar las secciones en las que cada medio concentró la publicación de las noticias u opiniones con mayor claridad. Se puede ver que Página 7 concentra en las secciones: especial, economía y hasta en culturas, por lo que lo político, porcentualmente en la comparación con Cambio, queda relegado a un pequeño porcentaje.

Asimismo, se puede ver que secciones como Agenda, Apuntes, ciudades, entre otras, son secciones en las que la cantidad que sea de noticias referidas al tema de la Sentencia, es única y llega incluso al 100% correspondiendo ese resultado al periódico CAMBIO únicamente.

Esto es, que, de la cantidad de notas seleccionadas en una sección sobre el tema comparada con el otro diario, sólo tiene la presencia de uno de ellos, creando un mapa de secciones (no en cantidad sino en tratamiento), que genera un mapa que visibiliza la Estrategia discursiva de cada medio, según la sección en la que se publican noticias (no cantidad sino sólo secciones) y opiniones.

#### **4.3. UBICACIÓN DE LAS NOTICIAS POR MEDIO**

Otra de las maneras en las que se verificó la estructura de las estrategias discursivas fue a través de la ubicación de las noticias en las páginas publicadas, ya que de acuerdo a las reglas de la diagramación en general, y de la jerarquización de noticias en el diseño gráfico de periódicos, aquellas que están más arriba o hacia la derecha tienen mayor importancia que aquellas que se publican en la parte inferior y hacia la izquierda.

Para identificar con mayor detalle, y dado que el diseño de los diarios cambio y Página 7 no son iguales, se estableció una escala que incluye posiciones como “Abajo centro”, “Centro izquierda”, arriba derecha o izquierda entre otras, que permitieron diferenciar la manera de jerarquizar las noticias relacionadas con el tema de la Sentencia del TCP que es el motivo de este análisis.

Por los resultados, se corrobora que ambos diarios tienen casi los mismos criterios para la jerarquización de las noticias en cuanto a su ubicación en el diseño de sus páginas.

En Página 7, las noticias acerca de la Sentencia Constitucional 0084/2017 del TCP han sido priorizadas al lado derecho y arriba. 27% de las noticias de Página 7 tienen esa ubicación; por lo que están en el lugar de mayor visibilidad de acuerdo a las teorías de la diagramación.

En el diario Cambio, predomina la ubicación de esas noticias arriba y a la izquierda (22%), en un lugar menos visible y con menor importancia por el impacto visual pero que, de todos modos, tiene relativa jerarquía.

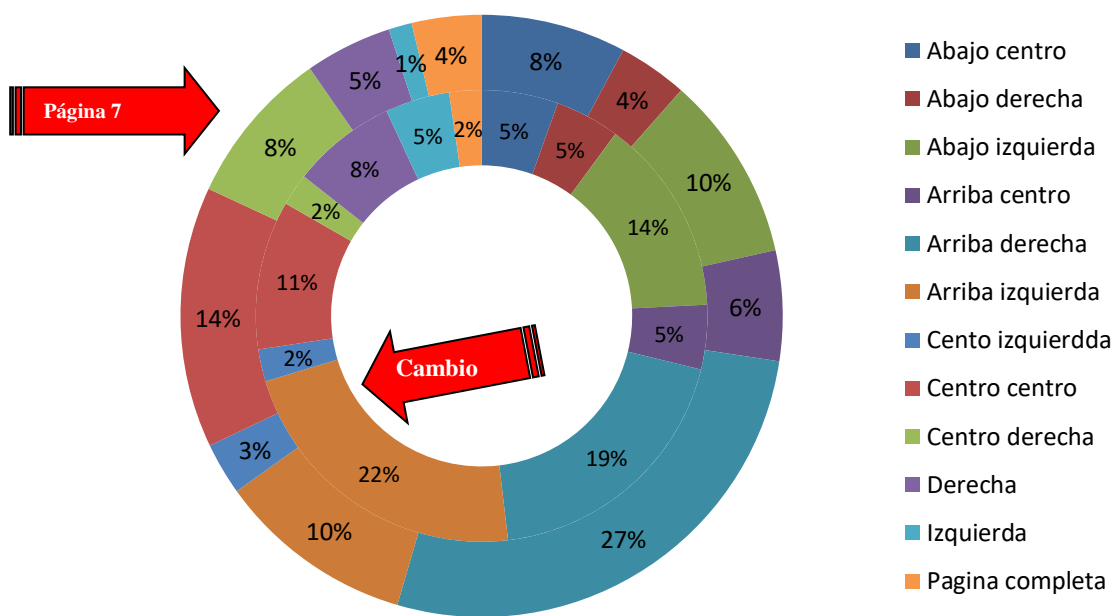
El segundo lugar de importancia para Página 7 fue al centro de la página, (14%), mientras que cambio jerarquizó la noticia arriba y a la derecha (19%). En términos del lenguaje de la imagen, esto significa que la noticia es ubicada al centro para llamar la atención, no tiene jerarquía en sí pero sí es “llamativa” y sirve para direccionar la lectura hacia puntos de interés dentro de un cuadro; mientras que Cambio habría colocado la noticia arriba a la derecha para darle mayor importancia.

Aunque no se llegó a precisar con exactitud, de modo empírico se puede afirmar que las noticias de Página 7 más críticas (y que tienen más datos según se ha visto en el punto anterior), son publicadas tanto arriba a la derecha como al centro para generar importancia entre los lectores; además de estar en la sección política como ya se explicó líneas atrás; y las noticias con más opinión que dato objetivo en el diario cambio parecen estar arriba y a la derecha, mientras que las menos críticas o con menos datos a la izquierda.

Si se resumen las tres principales ubicaciones de las noticias de Página 7 se encuentra que son arriba-derecha (27%), centro-centro (14%) y abajo-izquierda/arriba izquierda (10%); mientras que en el diario Cambio predominan arriba-izquierda (22%), arriba-derecha (19%), y abajo-izquierda (14%), casi como un diseño gráfico de opuestos entre ambos diarios.

Por lo anterior, es posible afirmar que las estrategias discursivas son similares en general, y que las diferencias se encuentran en el enfoque, así como en la jerarquización estética basada en la ubicación de las noticias en el diagramado de sus páginas.

Figura No. 10  
Ubicación de las Noticias



#### 4.4. FUENTES QUE PREDOMINAN POR MEDIO

De acuerdo al registro que se hizo durante el análisis, ambos diarios acudieron a diferentes fuentes según la ocasión, coyuntura, tipo de noticia, enfoque y otros criterios. En ambos casos se verifica que en las noticias se tiene una parte y una contraparte. En el caso de Página 7, la declaración principal (parte), corresponde a fuentes como autoridades tanto del Gobierno como del Poder Judicial, mientras que la contraparte es generalmente del Poder Legislativo, de los grupos políticos o de la ciudadanía. En el diario cambio, las fuentes que predominan son el Presidente Morales y el Vicepresidente García, mientras que las contrapartes son autoridades del Poder Legislativo, de la policía o en varios casos no hay contrapartes.

Para verificar el dato anterior, se reagruparon las fuentes con base en la cantidad de veces que aparecen durante el período de análisis. De ese modo, se establecieron cinco categorías para poder sistematizar la información, priorizando aquellas fuentes que son consultadas o que son referencia en el discurso en el 95% de las veces, aquellas que de forma recurrente, entre el 50% y 89% de las veces aparecen en las noticias, se ha denominado fuentes ocasionales a las que son consultadas o son

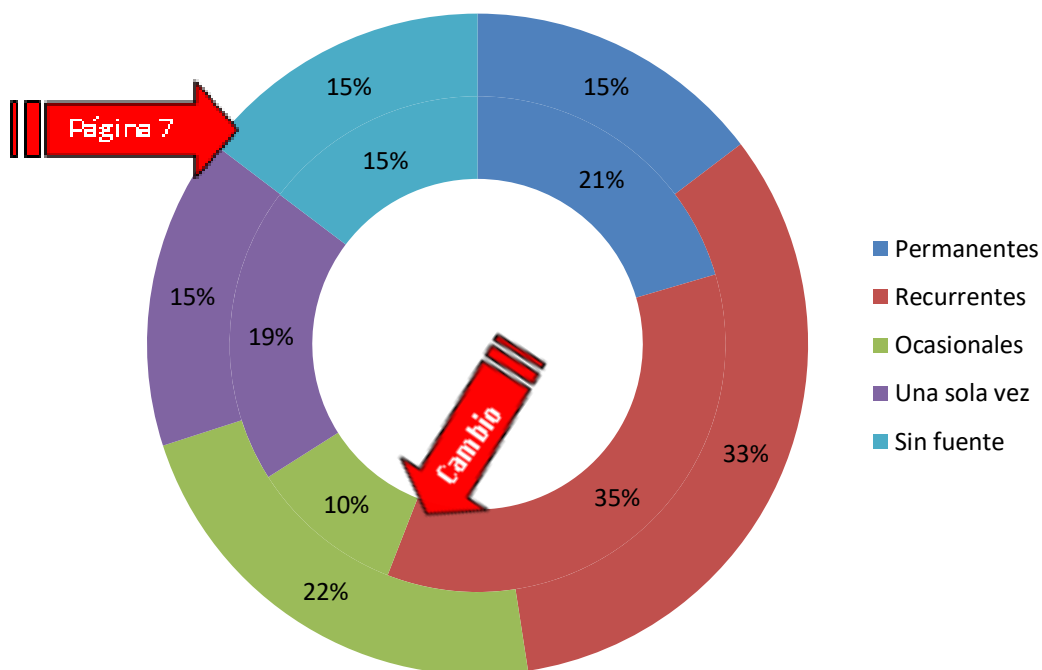
referenciadas entre 30% y 49% de las veces, verificando que un porcentaje entre 5% y 29% aparecen una sola vez, y un 5% de las noticias no tienen fuente.

En esa reagrupación por motivos estadísticos y de mejor comprensión de los resultados, se obtiene que tanto el diario Página 7 como Cambio, tienen la misma estrategia en cuanto a fuentes: recurren a las mismas fuentes en sus noticias, en un 33% (Página 7), y un 35% (Cambio). Sin embargo, Cambio tiene un 21% de sus noticias con fuentes permanentes que son el Presidente Morales y el Vicepresidente García, frente a un 15% de Página 7 que tiene como fuentes Permanentes al Presidente Morales y alguna autoridad del Tribunal Constitucional Plurinacional.

Por otro lado, Página 7 y Cambio tienen un 15% de sus noticias sin fuente, siendo una mayoría de las veces noticias de comentario o descripciones desde el punto de vista del periodista.

También llama la atención que Cambio tenga en un 19% fuentes que aparecen una sola vez, y que generalmente son líderes sindicales o de movimientos sociales; mientras que Página 7 tiene un 15% de sus noticias con fuentes que aparecen una sola vez y son generalmente líderes cívicos, vecinos o “expertos” que opinan sobre temas específicos. Lo anterior argumenta la reflexión de que las estrategias discursivas de ambos medios son en general las mismas, en este caso la apelación a fuentes, pero que en cada caso se diferencian por el enfoque siendo que en el caso de Cambio las fuentes están relacionadas con el oficialismo y en Página 7 con la oposición; una cuestión de forma que determina el discurso de cada medio.

Figura No. 11  
*Frecuencia de Fuentes en Cambio y Página 7*



En cuanto a las principales fuentes, se ha elaborado la siguiente tabla que muestra el porcentaje de veces que aparecen en las noticias analizadas. En aquella se puede apreciar que el Presidente Morales tiene un 29% del total de noticias en cambio y 14% en Página 7. En ambos casos, el Presidente Morales ha sido considerado como fuente Permanente (gráfica anterior), ya que siempre está nombrado, citado o referencialmente incorporado en los textos de las noticias de ambos diarios.

Otra de las fuentes principales, pero no permanentes sino recurrentes, ha sido la Ministra de comunicación, Guísela López quien aparece en un 14% de las noticias en Cambio y 6 % en Página 7. Este ejemplo ayuda a visualizar con claridad la estrategia de selección de fuente que tienen ambos diarios. Siendo la Ministra una autoridad con voz oficial, no es considerada por el periódico Página 7 como fuente importante mientras que en Cambio aparece más del doble de las veces que en el periódico considerado de oposición. Con este ejemplo, también se comprende que el periódico Cambio canaliza la información de manera “oficial” mientras que Página 7 lo hace de manera referencial cuando apela a sus declaraciones.

El tercer lugar ocupado por el Vicepresidente Álvaro García, comprueba lo ya analizado en el anterior punto, respecto a que es en un 27% de las noticias en Página 7 aparece como fuente mientras que en Cambio sólo en un 12%. Es decir que Página 7 selecciona a esta fuente en casi el doble de veces que Cambio, siendo éste oficialista. Sin embargo, este dato estadístico debe ser contrastado con un cualitativo que demuestre si la mayor presencia de García en Página 7 es cualitativamente positiva o si, al contrario, aparece muchas veces, pero bajo un tratamiento discursivo negativo.

De todos modos, con estas cifras se sigue comprobando que la Estrategia Discursiva de ambos diarios es similar, pero apelan a enfoques diferentes y, en este caso, apelan a la misma fuente, pero en cantidades que diferencian el enfoque: para Cambio la principal fuente es el Presidente, para Página 7 es el Vicepresidente. Entre ambos, la Ministra de Comunicación no es relevante para el periódico llamado de “oposición”, mientras que sí lo es para el diario oficialista Cambio.

Otros actores que también aparecen en porcentajes notables en las noticias analizadas son el Ministro de Coordinación con Movimientos sociales, Alfredo Rada (8% en Cambio y 3% en Página 7), Héctor Arce, Ministro de Justicia (15% en página 7 y 8% en Cambio), el diputado Ramos y la senadora Montaña, ambos del Movimiento al Socialismo (M.A.S.).

Las noticias que usan a estas fuentes en los porcentajes anotados en la tabla, refuerzan el análisis anterior, por el que García, Arce y Montaña serían más frecuentados por Página 7, mientras que López, García y Rada por Cambio.

En este detalle se encuentra la principal forma operativa en la que se desarrolla la Estrategia Discursiva de ambos diarios. La apelación a fuentes diferentes y su valoración dentro de la noticia parecen ser las características estructurales (y por tanto narrativas), que diferencian la manera de poner en práctica la estrategia en sí, aunque ésta sea similar en un diario de “oposición” y uno “oficialista”.

Tabla  
*Principales Fuentes*

FUENTE	CAMBIO en %	PAGINA 7 en %
E. Morales	29	14
G. López	14	6
A.García L.	12	27
A. Rada	8	3
H. Arce	8	15
D. Ramos	7	3
G. Montaña	7	19

#### 4.5. MANEJO DISCURSIVO DE LA FUENTE

Se ha dicho hasta aquí que las estrategias discursivas son similares entre ambos diarios, las diferencias son de fondo en el enfoque que refleja el pensamiento de la oposición en el caso de Página 7, y del oficialismo gubernamental en el caso de Cambio. Asimismo, se ha dicho que, en el fondo, el tratamiento de las noticias es con más datos en Página 7 mientras que de mayor opinión en cambio. En cuanto a la forma, se han descrito diferencias en el tratamiento de las noticias, pero similitud en las estrategias. Así, la ubicación espacial en el diagramado de ambos diarios es similar, pero en cada caso coherente y favorable al punto de vista ya sea de oficialismo o de oposición. De la misma manera se ha demostrado que el tratamiento de las fuentes, tanto en la jerarquización como en el manejo del discurso (texto), mantiene esa constante que es “estrategias similares, pero enfoques diferentes”.

A este último punto, y en relación con la manera en la que se narran las historias a través de las fuentes (principio del periodismo), se añade el siguiente análisis que está en relación con la actitud o el tipo de dato de la fuente que cada diario presente al lector. Se han considerado estos indicadores: 1) predominio de opiniones del periodista antes que la fuente, 2) fuentes de las que sólo se informa una declaración (y uso de dijo, afirmó, concluyó, indica, entre otros conectores), 3) noticias que incluyen además de declaraciones u opiniones, hechos datos que sustenten o enriquezcan la información.

Los resultados muestran que en las noticias predomina la opinión tanto en Cambio como en Página 7. Se debe aclarar previamente que una cosa es el género de Opinión y otra la participación del periodista con frases que opinan de manera mimetizada. En este caso, se han considerado las opiniones

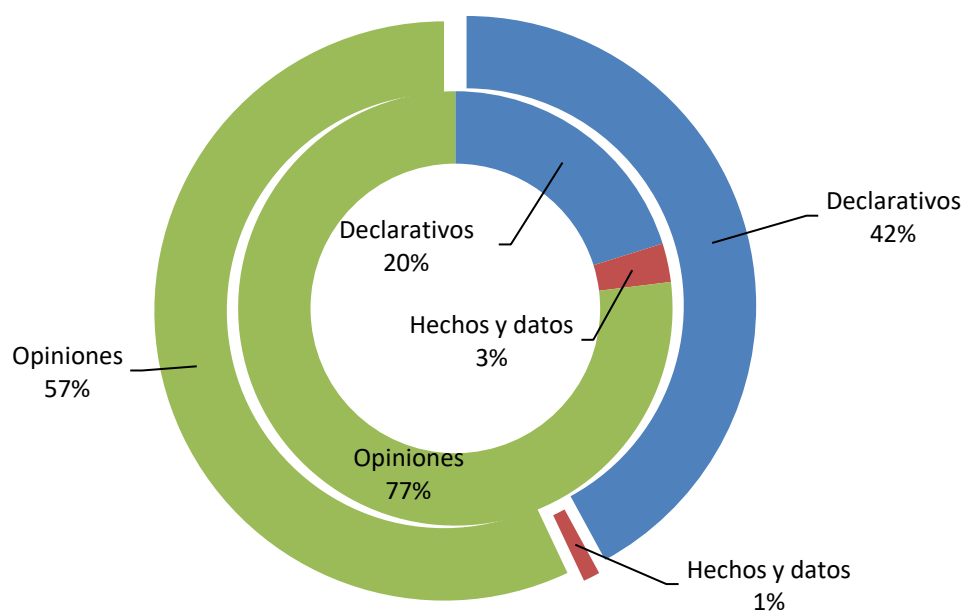


como aquellas noticias del género como tal, aunque en algunas noticias denominadas “Declarativas” también se han encontrado rasgos de opinión.

Por lo anterior, se verifica que, en las noticias analizadas, un alto porcentaje son opiniones en ambos diarios; 57% en Página 7 y 77% en Cambio. Comparando con las otras formas de tratamiento del discurso de la fuente, Cambio tiene un muy alto porcentaje de sus “noticias” que en realidad son opiniones, apenas un 20% que son noticias con declaraciones y sólo un 3% con sólo datos y hechos a consideración del lector. En Página 7 la manera de tratamiento del discurso de las fuentes es un tanto más equilibrada, aunque predomina en la redacción la opinión (57%), y se apela a la declaración en un 42%, dejando así la responsabilidad de lo dicho a la fuente. El enriquecimiento de datos es minoritario en Página 7, lo que cuestiona si efectivamente el género que más usa es el informativo frente al de Opinión que es el que más desarrolla el diario Cambio. Por otro lado, se prueba que el tratamiento de la información en Página 7 tiene una estrategia discursiva que recurre a las declaraciones, dejando así la responsabilidad de lo que se dice a la fuente, sin enriquecer la información con información “propia”, resultado de su reflexión; y por otro que Cambio tiene la estrategia de redactar con menos fuentes declarativas y más opinión del medio; estrategias que marcan la diferencia en la construcción del contenido del discurso.

Figura No. 12

*Tratamiento de la Forma de las Noticias*



Algunos ejemplos al respecto ayudan a comprender mejor el tratamiento discursivo que los medios analizados le han dado a la narrativa de la noticia.

Entre los ejemplos de **Periodismo de versión o declarativos** se cuentan:

1. “(...) Afirmó que el Secretario General de la OEA es un funcionario que tiene que responder a los mandatos y decisiones de los Estados miembros” (Cambio, 25/12/2017. Pary: Almagro no dejará de apoyar a la oposición boliviana. *Cambio*).
2. Indicó que el problema para la derecha no es el Código del Sistema Penal (Cambio, 13/01/2018. ‘Vice` pide defender el proceso en las calles y derrotar a los fascistas. *Cambio*).

Ejemplos de **Periodismo de hechos y datos**:

1. Por tierra, por ríos y por aire, alrededor de un millón de personas llegó a Cochabamba para proclamar a Evo Morales como candidato a las elecciones de 2019. (ABI, 7/1/2018. Evo constructor del Estado Plurinacional. *Cambio*).
2. Encuesta: ocho de cada diez aprueban la gestión de Evo, pero cuestionan repostulación. (Página 7. 21/01/2018) Encuesta: ocho de cada diez aprueban la gestión de Evo. *Página 7*).

Ejemplos de **Periodismo de opinión**:

1. Miles de ciudadanos participaron en los festejos por el Día del Estado Plurinacional y reafirmaron su apoyo al Jefe de Estado debido a los éxitos de su gestión. (Cambio. 28 de enero de 2018, Miles de ciudadanos festejan el Día del Estado Plurinacional. *Cambio*).
2. Fracasó el paro de labores contra la implementación del Código del Sistema Penal y la repostulación de Evo Morales a las elecciones presidenciales de 2019 en Trinidad. (ABI, 18/01/2018, *Cambio*).

#### **4.6. EL ORDEN DEL DISCURSO**

Una de las maneras en las que se puede diferenciar las estrategias discursivas de fondo y de superficie, según se ha tomado de Prieto (2000), es a través del Análisis de las estructuras narrativas. Una de las maneras de identificarlas es mediante el análisis del orden en la que se presentan elementos como

verbos, sujetos, adjetivos o adverbios, la manera en la que se inicia o en la que se cierra el discurso analizado.

En ese sentido, la teoría clásica y moderna del periodismo, indica que las estructuras básicas de la narración periodística son las noticias o hechos relevantes para el desarrollo de las actividades de una comunidad, sobre todo “novedosas” que permiten orientar, informar y educar la actividad de la ciudadanía.

Las noticias tienen básicamente un lead o encabezamiento, un cuerpo y un cierre que son el orden en que se presenta una noticia para narrar una historia o una serie de hechos y datos que cuenten situaciones de importancia y de novedad al público.

La narrativa literaria tiene una introducción, un nudo y un desenlace, cuenta una historia con datos, pero la diferencia con la noticia es que su contenido es de carácter contemporáneo, único en tiempo y espacio en ese momento, relatado como novedad para la comunidad y con una estructura que describe desde el inicio lo que sucedió. Por ello, la diferencia está en que el lead resume o presenta el tema de modo sintético, el cuerpo no es de narrativas literarias sino de descripción y argumentación de hechos y datos, y el cierre, dependiendo del género, debe contener el objetivo final del periodista o la conclusión desde el género periodístico con el que se ha redactado la noticia.

A continuación, se presenta el análisis de estos elementos, que descubren que el orden del discurso sí varía entre ambos medios; diferenciando de ese modo sus estrategias. El análisis empírico ha sido también elaborado en base a indicadores que caracterizan a cada parte de la noticia y que permitieron comparar los detalles en los que se diferencia el discurso del diario Página 7 con el diario Cambio cuando se habla de enfoque.

#### **4.6.1. LOS LEADS O ENCABEZAMIENTOS**

Además de las clásicas formas para iniciar el lead de una noticia en base a respuestas de preguntas básicas como qué, quién, cuánto, dónde entre otras (según la teoría del periodismo), se ha considerado en el análisis de este trabajo de grado otros inicios como la afirmación y el cuestionamiento o incógnita acerca del hecho a narrar.

En ese sentido, sobre la muestra se ha obtenido que la tendencia es, en ambos diarios, Cambio y Página 7, iniciar la noticia con el sujeto o protagonista de la información (¿quién?). Es decir, que las noticias

anclan su veracidad y su existencia en las personas que declaran. Cambio, más que Página 7, tiende a esa decisión que coloca como protagonistas de la noticia a los declarantes quienes inician el relato; le sigue el inicio con la descripción del hecho (¿qué sucedió?), y en pocos casos, Página 7 inicia la noticia con el lugar donde sucede el hecho probablemente porque Página 7 tiene una sección de su diario que se denomina “Nacional”, y, por tanto, una gran cantidad de noticias ocurridas en el país, casi siempre de temática política, se publican en esta sección, obligando a iniciar las notas con el lugar en el que se desarrolla el hecho noticioso; mientras que el diario “Cambio” lo hace jerarquizando la temporalidad de la noticia (cuándo), probablemente para dar veracidad y actualidad a los hechos, connotando que la noticia es actual y por tanto vigente.

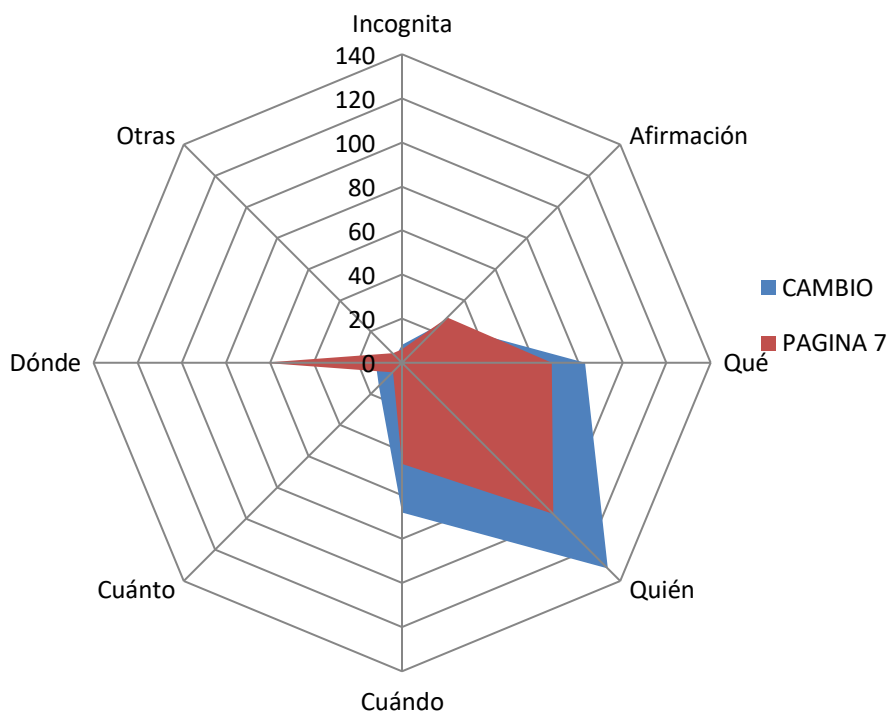
Por otro lado, queda corroborado que predomina la declaración y opinión como principal forma de periodismo que se “ancla” o se basa en lo que las autoridades dicen y no así en el dato verificado por el periodista; por eso la fuente siempre es una persona y no una institución o un documento.

En otras palabras, se reitera lo que ya se anotó: el periodismo de ambos diarios es en la estrategia discursiva de fondo y superficie muy similar. En la estructura narrativa ambos diarios recurren a la fuente testimonial que declara un hecho, siendo la palabra de los “declarantes” la que se considera como veraz y válida, y dejando el dato comprobado por el periodista en una segunda instancia. Así, el periodismo es narrativamente basado en versiones y no en datos de un hecho.

La gráfica que se presenta a continuación refleja lo dicho anteriormente, mostrando una gran cantidad de noticias acumuladas entre el quién y el qué, algunas pocas en la afirmación o el lugar (dónde), en el lead, a manera de tesis que usa Página 7, y algunas de datos sobre cantidades que se identifican en Cambio, pero sin una relación directa con la Sentencia del TCP que es el tema central analizado.

Figura No. 13

Tendencia de Recursos del Lead en “Cambio” y “Página 7”



Algunos ejemplos del manejo de personajes que declaran o sobre los que se personaliza la información se encuentran en estos leads:

1. “Tuto ni Almagro tienen la solvencia moral para cuestionar el fallo del Tribunal Constitucional, afirmó el vicepresidente Álvaro García Linera” (Cambio, 13/03/2018, *Cambio*).
2. “El Viceministro de Coordinación con los Movimientos Sociales, Arturo Alessandri, dijo que las organizaciones sociales defenderán el 21 de febrero su derecho político a participar en los próximos comicios con el "proyecto histórico" que dirige el presidente Evo Morales”, (ABI. 13/11/2018; Organizaciones sociales defenderán su derecho político. *Página 7*).
3. El presidente Evo Morales instó a avanzar en el reconocimiento de los derechos de los pueblos indígenas y reformar el nombre del Foro Permanente de Cuestiones Indígenas de las Naciones Indígenas. (ABI. 21/05/2018, “Debemos avanzar en el reconocimiento de los derechos de los pueblos indígenas”, *Cambio*).

#### 4.6.2. EN EL CUERPO DE LA NOTICIA

Los datos del análisis del cuerpo de las noticias corroboran lo que se presentó en el análisis de los leads: predomina la versión de la fuente, producto de una declaración antes que los datos descritos por el periodista. Tanto Página 7 como Cambio apelan a colocar en los principales párrafos del cuerpo de la noticia la confirmación de lo anunciado en el lead. Así, por ejemplo, en el diario oficialista Cambio (mayo 15, 2018), se encuentra el siguiente texto:

*“Las movilizaciones que se efectuaron el 21 de febrero en las capitales de departamento son de carácter pacífico y democrático. Dijo ayer el ministro de la presidencia Alfredo Rada”, y un caso similar en febrero de 2019 cuando se afirma: “Varios movimientos sociales, indígenas y campesinos se organizan para participar en la marcha por el Día de la mentira que se realizará el miércoles 21 de Febrero” (Cambio, 17/02/2018; La movilización de CONALCAM será pacífica y democrática, Cambio).*

En los casos anteriores se puede identificar que existe un complemento entre el lead y el texto del cuerpo en el que se dan algunos datos, no hechos, y se refuerza la declaración (versión), de una fuente.

Un ejemplo del manejo de datos en el cuerpo de la noticia se encuentra en este texto de Página 7:

*“CONTEXTO: Hace dos años, el 21 de febrero de 2016, se realizó el Referéndum Constitucional en el que el No se impuso con menos de dos puntos al Sí. El Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), mediante un fallo, viabilizó la repostulación, dictamen que es rechazado por la oposición...” (Página 7. 21/02/2018; Contexto, Pagina 7).*

Otros ejemplos que dan cuenta que en el cuerpo noticioso existen opiniones y versiones de los periodistas antes que datos objetivos se encuentra en este texto del diario Cambio que apela a una comparación:

*“(…) Por tierra, por ríos y por aire, alrededor de un millón de personas llegó a Cochabamba para proclamar a Evo Morales como candidato a las elecciones de*

2019” (Cambio. 22/02/2018. Seis regiones proclaman candidato a Morales para comicios de 2019, *Cambio*).

#### 4.6.3. LAS ESTRATEGIAS DE CIERRE

Una de las recomendaciones de Daniel Prieto (2000), para identificar las estrategias del discurso de fondo y de superficie, es el análisis del cierre. En él, afirma, se concentra la intención final del autor. En esa medida, propone que el cierre puede ser de dos tipos: 1) previsible y 2) imprevisible.

En los primeros entran la casi totalidad de los mensajes de difusión colectiva, indica Prieto, siendo que la inmensa mayoría de las series de televisión, telenovelas, espectáculos radiofónicos o audiovisuales y algunos del periodismo sensacionalista, siguen la estrategia del “Final feliz (para los héroes)”. El público no solo presiente ese final, sino que lo espera, indica (Prieto, 2000, p. 87 y ss).

Según explica este autor, si toda narración termina de esa manera y se acepta esos relatos, (incluyendo toda narrativa occidental posterior al drama griego), es porque ellos plantean puntos de referencia para la vida diaria, orientan de manera general la manera en la que se puede seguir adelante, enfrentando de modo previsible los acontecimientos que tienen finales comunes. Es decir, en todo relato hay algo previsible que se identifica en los mensajes.

Sin embargo, hay otros relatos que provocan finales no comunes, no previsible precisamente porque no persiguen persuadir sobre situaciones ya conocidas, sino cuestionar sobre la existencia de un hecho, sus protagonistas y la situación relatada para proponer alternativas diferentes de final, o para dejar al lector la posibilidad de tomar la decisión de concluir de la manera en la que considere mejor a su necesidad informativa.

En el caso de las noticias analizadas, Página 7 tiene un 51% de sus noticias con finales imprevisibles, mientras que Cambio tiene un 49% de sus noticias con final imprevisible. Esto supone que en el caso de Página 7 existiría una tendencia a cerrar la noticia sin redundar ni resumir, sino alertando sobre las repercusiones de los hechos relatados, mientras que, en Cambio, el final imprevisible se da por la relación que hace el periodista con elementos que no estaban en el hecho o que pretenden llevar a un final abierto.

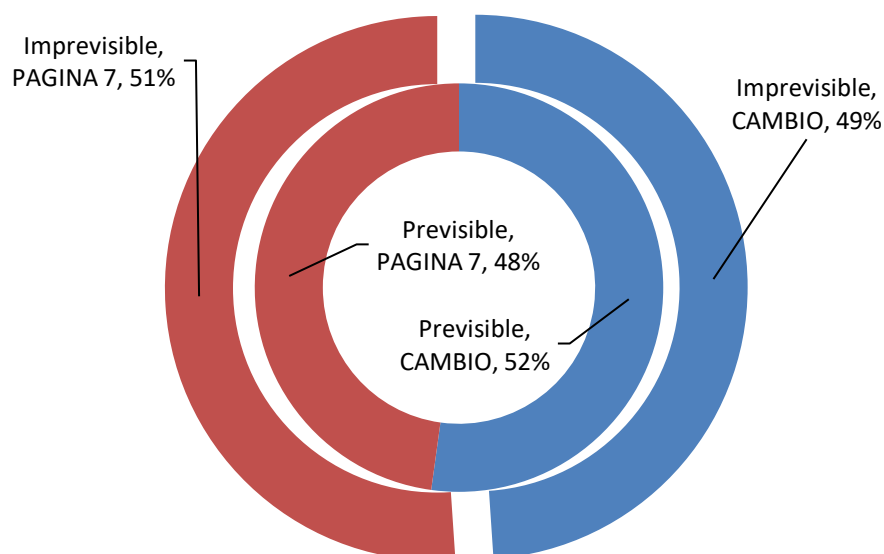
De modo complementario, Página 7 tiene un 48% de sus noticias con finales previsible mientras que Cambio cierra sus noticias de forma previsible en un 52%. Esto es que en Cambo se intuye en mayor

cantidad de veces el final que es retórico, redundante del lead y que lleva a lo que indicado durante el relato; mientras que en Página 7 los finales son menos retóricos y más informativos.

En la gráfica siguiente se puede apreciar el manejo del cierre noticioso por parte de cada medio de información impreso.

Figura No. 14

*Tipos de Cierre de las Noticias de “Cambio” y “Página 7”*



Desde el punto de vista ideológico, aunque sin generalizar, se puede afirmar que los finales previsibles, literalmente cerrados, corresponden a una estrategia cuyo sostén es ideológico, y que refleja la desconfianza hacia el destinatario a quien no se le permite concluir ni analizar, todo queda narrado sin tener la opción (el lector), de agregar ideas nuevas; mientras que los finales abiertos dan la posibilidad de cuestionar o reflexionar. Esto que es teóricamente el objetivo de las narrativas no está comprobado con este trabajo, pero sí se dan pautas para reflexionar al respecto.



#### 4.7. LA ESTRUCTURA NARRATIVA EN EL CUERPO NOTICIOSO

Toda narrativa tiene una estructura general o un esquema básico de narrativa que generalmente presenta un inicio de la situación, la duda, una problematización, los datos, el climax, la solución y el final.

En algunos casos, esta estructura se enriquece con un epílogo al final que puede ser de tipo reflexivo, cuestionador, abierto entre varias opciones. De igual modo, el climax puede tener un momento previo en el que la o el protagonista deben enfrentar situaciones de peligro o recibir un poder (mágico), que le permite luego confrontar y vencer para culminar con el restablecimiento del orden inicial. Otros relatos parten de una situación inestable y luego, mediante la participación de otros actores, se recompone terminando en un nuevo planeamiento luego de una reflexión generalmente de aprendizajes individuales y colectivos.

En el caso del relato periodístico, estas estructuras que comienzan por el climax que es la descripción del hecho, ya sea mediante un testimonio o sólo con el relato del periodista, luego se describen momentos del hecho, se incluyen datos y argumentos, nuevos testimoniales que fortalecen la idea central pero no reiterando lo ya dicho por aquel concepto que se llama “economía de redacción”, por el cual se escribe solamente lo necesario, de forma breve y directa, llegando al final o cierre con diferentes modalidades. Durante el relato, generalmente el periodista no se refiere a un héroe sino a un protagonista que debe incluir además la contraparte o versión que corrobore o antagonice la afirmación del protagonista.

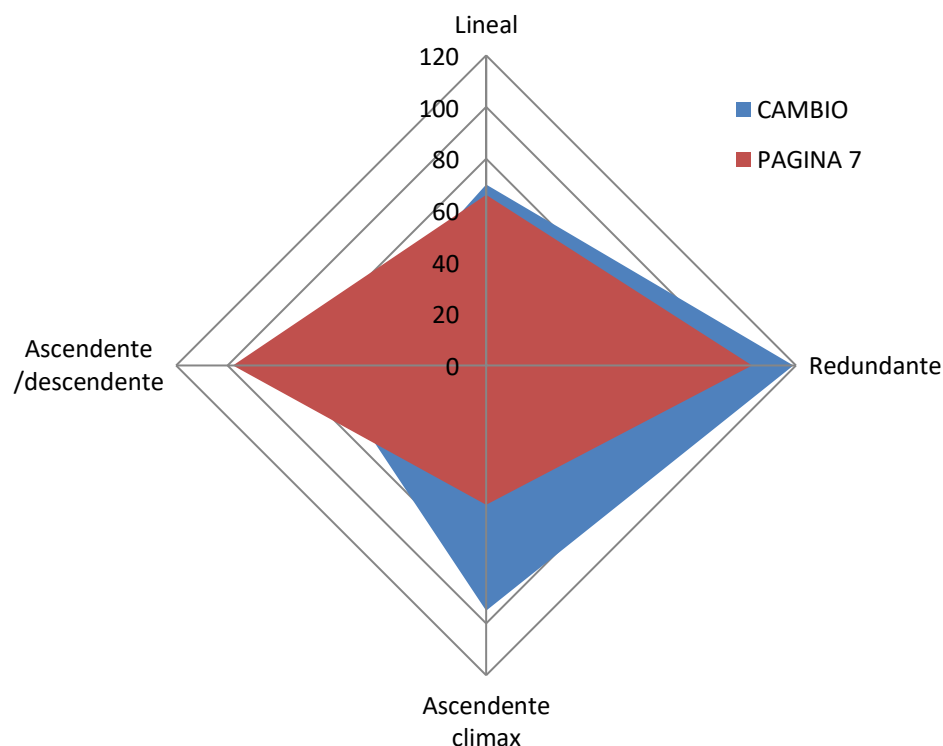
En el caso de las noticias analizadas, las estructuras encontradas son generalmente lineales, es decir cada párrafo presenta un nuevo dato con una declaración de apoyo y luego se pasa a una nueva idea. Sin embargo, como se ve en la gráfica, en el caso del diario cambio, la estructura tiende a ser redundante del hecho, es decir que una tendencia de las noticias de Cambio es a repetir en el desarrollo las ideas principales, llenando el espacio con más testimonios o datos que confirman el hecho principal y no con datos “nuevos” que enriquecen la comprensión de lo sucedido.

Otra estructura que predomina en los relatos de Cambio son las llamadas “ascendentes con climax”. Es decir que, si bien el climax se presenta al inicio, en los últimos párrafos se refuerza la idea inicial llevando al lector, a través de los testimoniales o datos redundantes, a picos de información que reiteran lo dicho en el lead y que, por tanto, son un nuevo climax, estructura propia del discurso político que busca convencer o por lo menos persuadir en este caso a los lectores.

En el caso del diario Página 7, como se ve en la gráfica, la cantidad de noticias que muestran un relato entre lineal, redundante y ascendente/descendente es equilibrado; y una menor cantidad de ascendente y climax permite deducir que existe una narrativa que no es literaria y que no pretende, mediante la redundancia llegar o repetir el climax ni tampoco convencer sino informar. Se puede afirmar que el diario Cambio tiende a una redacción más literaria, persuasiva, en la que el fin es contar la historia mediante personajes, mientras que Página 7, tiende a repetir lo dicho en el lead, buscando una redacción que argumente, que llame la atención sobre los hechos y no sólo sobre los personajes.

Figura No. 15

*Estructuras Narrativas del Cuerpo Noticioso por Medio*



Asimismo, se puede deducir que el diario Cambio tiene una tendencia por su estructura narrativa, a la persuasión mientras que Página 7 a la información con redundancias. Ambos diarios, además de tener la misma estrategia, usan, sin embargo, las estructuras del discurso político en general.

## Capítulo 5

### 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

*“Busco la manera de que el lector no se distraiga con nada. Pongo algunos adjetivos, algunas palabras que no tendrían por qué estar allí, que no significan nada, pero que son recursos imperceptibles de estilo con el objeto de que no haya tropiezo. (...) Quiero tenerlo agarrado por el cuello, desde la primera hasta a la última línea”. (Gabriel García Márquez)*

Luego de los datos y análisis realizado en el capítulo anterior, en éste se exponen las conclusiones. El orden de exposición comienza con las respuestas o datos a los que se arriba en relación primero con los objetivos específicos. Esas conclusiones permiten comprender y argumentar las conclusiones que responden y demuestran el cumplimiento del objetivo central: y con esa información se expondrá al final de este capítulo la principal respuesta al problema central, cerrando así académicamente la exposición de este trabajo de grado.

Seguendo el orden de objetivos específicos, se concluye en lo siguiente:

#### 5.1. RECURSOS NARRATIVOS ESTRATÉGICOS

1. Los recursos más usados en las estrategias de fondo y de superficie en el discurso de las noticias publicadas por los periódicos bolivianos de circulación nacional *Página 7* y *Cambio* entre noviembre de 2017 y junio de 2019, acerca de la Sentencia Constitucional 0084/2017 del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), del Estado Plurinacional de Bolivia son:

##### a. Recursos informativos

##### i. Tipos de noticias

1. Temáticamente predominan las noticias con enfoque político y opiniones. Se expresan en las secciones de los diarios analizados con una mayor cantidad de noticias publicadas. Sin embargo, el diario *Cambio* tiene una mayor cantidad de ellas, 190 noticias en la sección política, mientras que *Página 7* tiene 105 noticias. En el diario *Página 7*, las opiniones

tienen casi la misma cantidad que las noticias en la sección “Especial”, que son reportajes o noticias con un tratamiento de mayor elaboración.

Por ello, un recurso informativo que predomina es la selección de los hechos para que sean publicados en la sección de políticas o de opinión preferentemente.

2. El tema, a pesar de ser jurídico o tener base en el análisis de la Ley, aparece en mayor cantidad en la sección de políticas y en opiniones. Éstas tampoco son jurídicas o relacionadas con la Ley si no, en un alto porcentaje, con el proceso electoral.

3. Otro recurso informativo es el manejo de datos y la manera de presentarlos en las noticias. En ambos diarios predomina la OPINIÓN; es decir, no es el dato sino el comentario acerca de una versión o de una información la que se publica en ambos diarios. En el caso de Cambio, el principal recurso informativo de opinión se verifica en un 77% de las veces, mientras que el diario Página 7, tiene un 57% de noticias con opiniones antes que datos.

4. El segundo recurso informativo del diario Página 7 es el testimonio o declaración que se presenta en el 42% de las noticias, mientras que en el diario Cambio el testimonial, declaración o versión (como la llaman), se presenta en sólo un 20% de las noticias.

**5. Lo anterior permite concluir que el mayor recurso informativo de estos dos diarios no es el dato periodístico sino la opinión principalmente acerca de la versión reproducida de las fuentes.**

Esto lleva a pensar que el periodismo de “versiones” y de “opiniones” es el que se publica en estos dos medios de prensa analizados; recursos lejanos a la teoría del periodismo que se basa en la descripción del hecho y la visibilización de los datos.

**En palabras simples, el recurso informativo de “opinar” y sacar “versiones” de las fuentes es lo que caracterizaría el tratamiento informativo en estos medios de prensa escrita analizados.**

Como reflexión se puede indicar que esa manera de hacer periodismo no se sustenta en hechos sino en la credibilidad o no de las fuentes; convirtiendo la noticia en apreciaciones de la realidad y no en hechos que son de interés social para orientar a la población. Asimismo, se

puede concluir que los recursos informativos dependen de las fuentes y de la manera en la que el periodista exponga lo que “percibe” de ellas.

6. Por último, estos recursos condicionan las estrategias discursivas, porque se amparan en lo que “otros” dicen, escondiéndose en la selección de fuentes y testimonios, lo que realmente tiene el medio como discurso, disimulando a través de las fuentes lo que se debe informar.

7. En suma, se concluye que los recursos informativos aportan a una estrategia similar en ambos periódicos analizados; siendo que el diario Página 7 equilibra de mejor forma el testimonial, versión o declaración en relación con el diario Cambio que tiene una estrategia de opinar y no informar.

## **ii. Fuentes**

1. El manejo de fuentes, producto de lo anterior, muestra que el diario Cambio prioriza al presidente Morales mientras que Página 7, al Vicepresidente García Linera. Sin embargo, esto sólo refuerza la percepción de que en el diario Cambio se condiciona la opinión del periódico a las declaraciones del Presidente Morales, mientras que en el diario Página 7 se tiene una cobertura que opina acerca de lo que dice el Vicepresidente pero además contrasta con lo que dicen autoridades cívicas, políticas u otras generalmente identificadas con los partidos o pensamientos contrarios al oficial del gobierno de turno.

2. Por otro lado, el diario Cambio tiene como segunda opción de fuente a la Ministra de comunicación que, reforzando lo anterior, reitera o redundante en la opinión oficial del Gobierno. Al contrario, el diario Página 7 coloca como un tercer actor (o fuente), al Ministro de economía, dando a entender que todo lo político tiene una repercusión en la economía. Pero, al ser sólo versiones y predominar la opinión, se tiende a presentar al Ministro Arce como un factor influyente sobre el tema de la Sentencia.

3. Curiosamente, en ambos diarios, la fuente jurídica que es el Tribunal Constitucional Plurinacional que debería ser la principal fuente, no aparece sino entre “otras fuentes”; convirtiendo así el tema de la Sentencia del TCP 0084/2017 en un asunto político de opinión,

siendo que la línea del diario es “marcada” ya sea por el propio presidente Morales o la Ministra en el caso de Cambio, y por el Vicepresidente y las opiniones que refuten entre la oposición por parte de Página 7.

4. Por último, la estrategia discursiva se construye también con el manejo de las fuentes que, según se ha expuesto, hacen la diferencia en el tratamiento y contenidos de la noticia; pero, que, como estrategias de comunicación, son las mismas.

### **iii. Temas o tópicos y recursos retóricos**

1. Los tópicos que acompañan el tema central que es la Sentencia del Tribunal Constitucional Plurinacional objeto para el análisis de las noticias, son diferentes en el tratamiento discursivo de ambos diarios. En el caso de Cambio, los tópicos están relacionados a adjetivaciones relativas a desacreditar las versiones de la oposición, generalmente con palabras como “neoliberal”, “imperialista” o similares. Por su lado, el diario Página 7 recurre más al tópico del “21 de febrero” para justificar posiciones, opiniones, declaraciones o sustentar las noticias.

**2. Por lo anterior, se puede concluir que la estrategia discursiva de superficie de ambos diarios es también tópica, pero diferenciándose en la temática específica.**

## **5.2. RECURSOS DEL ORDEN DEL DISCURSO**

En cuanto al orden del discurso que es la manera de descubrir y describir los recursos narrativos se concluye lo siguiente:

### **1. Sobre los leads**

a. Todas las noticias en general siguen el esquema de la pirámide invertida; vale decir tienen un lead, un cuerpo o desarrollo y un cierre o detalles.

b. Los leads tienden más a iniciarse con la declaración de la fuente o con la descripción del hecho. En el caso del diario Cambio, predomina el quién declara antes que el hecho en sí, mientras que el diario Página 7, también inicia los leads con la fuente o su

testimonio, y ubica temporalmente la noticia, provocando así credibilidad por la vigencia (actualidad), de la noticia.

c. En algunos casos el diario Página 7 inicia el lead con el lugar desde donde se reporta el hecho, probablemente porque esas noticias son publicadas en la sección “Nacional”, lo que obliga a diferenciar el origen de las mismas.

d. Por lo anterior, se concluye que, en coherencia con la estrategia discursiva de fondo y superficie, y complementando la estrategia de personalización y el manejo estratégico de los recursos informativos que descubren que se basan en la declaración de una fuente, **el lead inicia la noticia con la declaración de la misma, validando el discurso**. Es decir, se concluye que **la estrategia es validar las noticias porque que se basan en el testimonio de una persona que ejerce autoridad o es referente de lo que se afirma, y no porque se verifican los hechos**. Luego, los comentarios o los datos, giran alrededor de lo que dice una persona a la que se la considera creíble, no por lo que dice sino por el cargo que ejerce; y esto hace que las noticias sean difundidas ya sea a favor o en contra de la Sentencia que es objeto de este estudio.

## 2. El cuerpo de la noticia

a. En general desarrolla el lead, se presenta como un texto donde se priorizan los argumentos según la fuente. Predominan los textos de opinión y estos se destacan por la presencia de adjetivos y adverbios que califican a los sujetos y sus acciones que dan sus versiones o “declaraciones”.

b. La estrategia del cuerpo es seguir el lead. Las noticias del diario Cambio priorizan los argumentos que validan palabras o conceptos como “neoliberal”, “imperialista”, “Mentiras de la derecha”, entre otras similares, mientras que en el diario Página 7 predomina el argumento de “Bolivia dijo No”, o “el 21 de febrero votó el pueblo” entre las principales frases reiterativas.

c. De modo coherente con la redundancia que se descubre en el tratamiento de las noticias, ya sea en las predicaciones como estrategias discursivas, o en las estructuras narrativas que fortalecen y sustentan el esqueleto discursivo; **la redundancia es un recurso**

**informativo al que apela principalmente el diario Cambio, pero Página 7 no queda atrás porque también redunda en sus mensajes con las frases ya anotadas.**

d. Por lo anterior, se concluye que **el cuerpo de las noticias** es parte de la estrategia discursiva de fondo y superficie, siendo **la parte del texto que refuerza las estrategias de tópicos, redundancia; y donde se construye la referencialidad**, siguiendo en el orden del discurso, lo determinado en el lead en el que predomina la declaración de una fuente como dato válido para argumentar la veracidad de una noticia; cosa que no necesariamente es verdadera pero que así es como se construye en el imaginario social.

### 3. Cierres

a. Los cierres desde los indicadores usados, son en su mayoría imprevisibles para Página 7 (51%), y Previsibles para el diario Cambio (52%).

Desde el punto de vista ideológico, un cierre imprevisible se relaciona con un pensamiento liberal que otorga al lector la posibilidad de cerrar la historia otorgándole opciones que decide tomarlas, en cambio un cierre es previsible cuando el creador de la historia requiere que se entienda el final de acuerdo a sus preceptos.

b. Desde la estrategia discursiva, el cierre determina la estructura ya que puede o no terminar la historia de acuerdo a lo que se espera o de acuerdo a lo que son opciones que el escritor deja para el lector. En el caso de análisis, **los diarios reflejan su manera de pensar en el cierre. Así, el diario Página 7 deja que los finales sean acordes a las noticias, mientras que el diario Cambio debe cerrar de acuerdo a la idea central que ha redundado durante todo el cuerpo de la noticia.**

### 5.3. RECURSOS DE DIAGRAMACIÓN

5.4. Se analizó principalmente la ubicación de la noticia y si la gráfica que acompañaba era a color o blanco y negro. En el 95% de los casos fueron fotos en blanco y negro, el otro 5% eran noticias publicadas en tapa. La ubicación principal fue **“Arriba derecha”** para el diario Página 7 y **“Arriba izquierda”** para el diario Cambio.



5.5. Por la ubicación, se interpreta que el diario Cambio jerarquiza la noticia en espacios donde no son de importancia; mientras que el diario Página 7 prioriza la publicación de esas notas en un lugar de importancia de acuerdo a los códigos periodísticos.

**5.6. Siguiendo las conclusiones anteriores, se verifica que la diagramación es parte de la estrategia discursiva, colocando lo importante en el lado derecho y lo menos importante en el izquierdo, por lo que el diario Cambio no le daría tanta importancia, mucho más si las noticias son de opinión, mientras que el diario Página 7 coloca las noticias sobre el tema a la derecha dándoles más relevancia.**

5.7. Por lo anterior, se concluye que la diagramación puede ser parte de la estrategia discursiva, y que apoya a que ella se visibilice ante los ojos del lector.

#### **5.4. TIPOS DE RELACIÓN ENTRE ESTRATEGIAS DISCURSIVAS**

Las conclusiones que se refieren al segundo objetivo específico permiten concluir que los tipos de estrategias discursivas que predominan, según el análisis de las noticias publicadas por los periódicos bolivianos de circulación nacional Página 7 y Cambio entre noviembre de 2017 y junio de 2019, acerca de la Sentencia Constitucional 0084/2017 del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), del Estado Plurinacional de Bolivia son:

##### **Estrategia discursiva de fondo**

**a. Predomina la estrategia de referencialidad y Tipificación.**

Referencialidad porque cada noticia apela (se refiere) a un testimonio o declaración además de una opinión que se adjetiva o “adverbia” (modifica el sujeto o el verbo), ya sea presentándolos como “los hechos del 21 de febrero”, “el gobierno corrupto” o similares en el caso del diario Página 7; ya sea como la “oposición que es “de derecha”, “neoliberal” e “imperialista”.

**b. No hay referencia a datos o hechos en sí.**

**c. Es de Tipificación porque otorga “tipos” de temáticas, de posiciones ideológicas o no, de argumentaciones válidas o no, de calificaciones tanto para el oficialismo gubernamental como para la oposición política partidaria y cívica.**

d. **Se descubre un periodismo que no relata los hechos en sí, sino que se ancla en versiones que califican el hecho, dando por válida una situación, es decir, tipificándola según la versión, fuente o argumento.**

#### **Estrategia discursiva de superficie**

a. **Predominan las estrategias de Personalización, Comparación y Sentido de Oportunidad.** Personalización porque ponen de relieve a un personaje quien valida el discurso (en cada noticia), por la autoridad que ejerce o por la posición social reconocida que tiene. Se personaliza ya sea en autoridades del gobierno o en políticos tanto oficialistas como de oposición; validando de ese modo la información mediante personas a las que se les da el atributo de ser quienes afirman o niegan los hechos, aunque esas afirmaciones no sean correctas ni ciertas.

Comparación de situaciones, sobre todo aquellas que se publican en el diario Cambio, que publica explicaciones o alocuciones que giran alrededor de la comparación entre lo que fue un período anterior al gobierno del MAS y lo que este partido habría hecho por la población.

El sentido de oportunidad es relativo entre ambas publicaciones, aunque varias de ellas se apropian de tópicos como una festividad o un acto cívico o una fecha patriótica, para que, a partir de ello, se generen noticias (aprovechando la oportunidad), ya sea a favor o en contra de los postulados de los diarios analizados.

### **5.5. INTENCIONES RETÓRICAS E INFORMATIVAS**

Cumpliendo el tercer objetivo específico, las intenciones que se deducen a partir de las semejanzas y diferencias utilizadas en las estrategias discursivas de fondo y de superficie de las noticias publicadas por los periódicos bolivianos de circulación nacional Página 7 y Cambio entre noviembre de 2017 y junio de 2019, acerca de la Sentencia Constitucional 0084/2017 del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), del Estado Plurinacional de Bolivia, son:

a. Ambos diarios tienen la intención de persuadir acerca de la veracidad o falsedad de la Sentencia antes que comprobar los hechos mediante datos y reflexiones lógicas.

b. Los argumentos para validar o rechazar aparecen junto a la noticia de hechos de coyuntura que se relaciona o no con la Sentencia, dependiendo del diario. Esto hace que se utilice todo hecho político (aunque también aparecen hechos económicos, culturales u otros), que es de interés de cada diario, para opinar de modo favorable o no acerca de dicha Sentencia.

c. Se confunde la argumentación de autoridades mediante sus declaraciones con la exposición de datos sobre los hechos, lo que es resultado de la manera en la que cada diario selecciona las versiones de las fuentes a las que consulta. Por ello, se deduce que la intención de ambos diarios es persuadir argumentando en versiones y testimonios, y no informar sobre los hechos.

d. Se deduce que las estrategias casi similares en ambos medios de comunicación impresos tienen la intención de hacerse creíbles ante sus lectores. Esta intención se basa en que predomina una mayor cantidad de declaraciones -en ambos diarios- que son de autoridades o personajes reconocidos socialmente (Presidente o Vicepresidente del Estado, Ministra de Comunicación o políticos de oposición ya sean cívicos o parlamentarios), frente a menos cantidad de hechos y datos sobre el tema.

e. Por último, es importante para el análisis de las estrategias discursivas de fondo y superficie entender la intención (aún mediante un proceso deductivo empírico), porque da la pauta del entorno en que se desarrolla el discurso analizado, construyendo el contexto en el que debe ser entendido el mismo. En este caso, el hecho de que ambos diarios pretendan persuadir para influir, mimetizando la intención en una aparente información opinativa y de versiones de fuentes; contextualiza la posición que cada uno tiene respecto del tema central que es el resultado de la Sentencia del TCP que favorece a las autoridades del gobierno para una repostulación indefinida en procesos electorales. En el caso del diario Cambio para persuadir de que el TCP tiene la razón y que todo argumento es producto de una visión imperialista o neoliberal, frente a la intención de persuadir del diario Página 7 para rechazar

dicha sentencia. En ambos casos, las versiones de las fuentes o las opiniones de los periodistas terminan siendo argumentos para ello.

## **5.6. RELACIONES DE INTERDEPENDENCIA**

Cumpliendo el objetivo general del trabajo académico, se determina que la relación entre la prensa y el poder político es del tipo interdependiente, una vez que:

5.6.1. Ambos medios de comunicación impresos tienen las mismas estrategias discursivas de fondo y de superficie. De superficie la personalización y la comparación; y de fondo la referencialidad y la tipificación.

5.6.2. Sin embargo, ambos diarios analizados se diferencian por el enfoque de la noticia al apelar a una fuente que valida su posición (política ideológica) como ser autoridades de gobierno o dirigentes cívicos, de movimientos sociales o líderes de partidos políticos y principalmente de la Asamblea Legislativa Plurinacional. Esto hace que la noticia se “personalice” en todos los casos, y no se informe sobre los hechos sino sobre la versión de “personas” acerca de los hechos.

5.6.3. Asimismo, existe interdependencia cuando los periodistas construyen una referencialidad que tiene la misma intención en ambos diarios (persuadir a favor de la ideología del medio impreso), pero que no se constituye en dato objetivo sino en argumento retórico o de aprobación colectiva como ser que “los hechos son neoliberales o imperialistas” del lado del diario Cambio, o son “el respeto a los resultados del referéndum del 21 de febrero de 2016”, del lado del diario Página 7.

5.6.4. Del mismo modo, las noticias son interdependientes del poder político porque éste determina la versión a ser difundida con base en el tipo de tema del que se informa (o que el periodista requiere). Así, el tema jurídico no es presentado con la misma insistencia (redundancia), que el tema político; demostrado por la cantidad de noticias sobre la Sentencia Judicial que aparece en las secciones política o nacional, con actores políticos. Por tanto, los políticos aparecen en los medios de comunicación impresos dependiendo del enfoque que decide

el periodista (lo sepa o no, como dice Prieto (2000)), y éstos dependen de la versión política que aquellos emitan para construir su noticia.

### **5.7. MECANISMOS DE LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS**

Por otro lado, el objetivo general de este trabajo académico pretendía descubrir si esas relaciones se daban en las estrategias discursivas y cómo se presentaban en las noticias publicadas por los periódicos bolivianos de circulación nacional Página 7 y Cambio entre noviembre de 2017 y junio de 2019, acerca de la Sentencia Constitucional 0084/2017 del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), del Estado Plurinacional de Bolivia.

En ese sentido, se puede concluir que las estrategias discursivas de fondo y superficie de ambos diarios recurren a niveles de referencialidad baja en el caso del diario Cambio y alta en el caso del diario Página 7. Baja porque predomina la opinión y la referencia no es al hecho sino al argumento del personaje, Alta porque el periodista recurre al contexto o a la versión de la fuente que redundan en datos del referéndum y no de la Sentencia que es el objeto de noticia. Ambos medios impresos usan la referencialidad, pero cada cual lo expresa de manera diferente.

Por otro lado, la estrategia discursiva tiene similitudes en la ubicación física de la noticia que en ambos casos es en la parte superior de las páginas, pero la diferencia es que el diario Cambio prioriza el lado izquierdo arriba y el diario Página 7 prioriza arriba a la derecha. Desde el punto de vista del diseño gráfico y la lectura de periódicos, esto demuestra que ambos medios impresos valoran el hecho, pero el diario Cambio lo coloca en un lugar poco visible mientras que el diario Página 7 lo ubica en un lugar de mayor visibilidad durante la lectura.

Por último, las relaciones entre poder político y noticias se dan en las estrategias a través de las estructuras mismas de las noticias que tienen un lead basado en la persona (quién), y una referencia al hecho (qué). En el cuerpo de la noticia se verifican redundancias de versiones y no datos, siendo el esquema narrativo general del diario Cambio ascendente a un climax y luego un cierre previsible; mientras que el diario Página 7 mantiene un relato que coloca el climax al inicio y el desarrollo parece ir entre ascendente y descendente hacia un cierre imprevisible.

Estas estructuras narrativas responden en el caso del diario Cambio a la manera cotidiana o llamada “de sentido y narración común”; mientras que el diario Página 7 tienden a la llamada “Pirámide invertida” pero con un cierre ambiguo o imprevisible.

Así, la manera de contar las historias podría afectar en la manera de relacionar lo político con lo periodístico; lo que queda bajo beneficio de inventario con otro tipo de análisis.

### **5.8. COHERENCIA PERSONALIZADA Y REFERENCIALIDAD OPORTUNISTA**

Como conclusión general y respondiendo a la pregunta central acerca de cuál es la relación entre la prensa y el poder político que se descubre en las estrategias discursivas de las noticias publicadas por los periódicos bolivianos de circulación nacional Página 7 y Cambio entre Noviembre de 2017 y junio de 2019, acerca de la Sentencia Constitucional 0084/2017 del Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP), del Estado Plurinacional de Bolivia, que definió el 28 de noviembre de 2017 habilitar al Presidente en ejercicio Evo Morales, al Vicepresidente Álvaro García Linera y a todas las autoridades electas para repostularse de manera indefinida, siendo que el art. 168 de la Constitución Política del Estado lo prohíbe; se puede afirmar que es del tipo coherente una vez que todos los elementos analizados llevan a la misma conclusión general:

1. El personalizar la información caracteriza las estrategias en ambos medios de comunicación impresos, y permite el enfoque desde el punto de vista ideológico que periodistas y el diario determinan.
2. La baja referencialidad en el caso del diario Cambio permite el predominio de opiniones lo permite valoraciones subjetivas como si fueran verdades periodísticas, mientras que en el diario Página 7, a la alta referencialidad construye el contexto, pero no se cierra de modo contundente por el cierre imprevisible.
3. Otros elementos como los temas, tópicos, argumentaciones, ubicación en el diagramado y en las secciones de cada diario son elementos que dan la oportunidad al poder político de encontrar coherencia (no verdad), en su discurso persuasivo y no informativo mediante las noticias que se publican y que tienen el sesgo político.

**Por lo anterior, se concluye finalmente que las estrategias discursivas de fondo y superficie son similares, pero los enfoques, herramientas e interpretación de las fuentes son diferentes y en correspondencia a la línea editorial de cada medio.**

## **6. RECOMENDACIONES**

Ante los resultados de este análisis, se recomienda:

1. Profundizar en las maneras en las que los discursos se presentan a la sociedad en relación con los contenidos en sí.
2. Ampliar la cantidad de medios de comunicación para validar lo encontrado según los contextos de otras ciudades como Cochabamba y Santa Cruz, que son centros de conglomerados humanos importantes en el país.
3. Verificar con mayor detalle las declaraciones de las fuentes, su relación con el poder político y el uso del lenguaje.
4. Todo lo anterior requiere también de validaciones con otras metodologías como el análisis de contenido o el análisis lingüístico.

### Bibliografía

- Alonso, I. E., & Fernández Rodríguez, C. J. (2006). Roland Barthes y el Análisis del Discurso. *EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, N° 12, pp. 11-35.
- Archondo, R. (19 de 8 de 2013). Recordando al 'Imperio Garafulic'. *La Razón*, p. *Opinión*.
- Benavides, J. (2017). El Newsmaking, un nuevo enfoque para el abordaje del periodismo. *Comhumanitas: revista científica de comunicación*, s/n, pp. 28-41.
- Calsamiglia, H. y Tusón, A. (2002). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Ariel S.A.
- Cambio. (13 de 1 de 2018). Vice pide defender el proceso en las calles y derrotar a los fascistas. *Cambio*.
- Cambio. (15 de 1 de 2018). Vice advierte una asonada de la clase media en decadencia. *Cambio*.
- Cambio. (18 de 1 de 2018). Fracasó paro convocado por la Coordinadora en Trinidad. *Cambio*.
- Cambio. (26 de 2 de 2018). Tuto ni Almagro tienen la solvencia moral para cuestionar fallo del Tribunal Constitucional. *Cambio*.
- Cambio. (28 de 1 de 2018). Sectores destacan que Bolivia desarrolló gracias a Morales. *Cambio*.
- Cambio. (28 de 2 de 2018). Elogian avances logrados por Bolivia en este tipo de derecho. *Cambio*.
- Correa, L y Guerrero L. (2008). *Estrategias discursivas*.
- Correo del Sur. 28 de 11 de 2017. Procedente acción de inconstitucionalidad abstracta. *Correo del Sur*.
- Correo del Sur. (28 de noviembre de 2017). Respostulación es un derecho humano. *Correo del Sur*.
- Díaz, H. (2017). Frases de Gabriel García Márquez. <https://www.centrogabo.org/gabo/hablemos-de-gabo/12-frases-de-gabriel-garcia-marquez-sobre-el-oficio-de-escribir>
- Fernández, M. (2015). *Curso de lenguaje. Recursos del lenguaje literario*.
- Foucault, M. (1992). *El orden del discurso*. Tusquets.
- Foucault, M. (1999). *Estrategias de poder*. Paidós.
- González, J. (1973). *La retórica de Aristóteles*. Gredos.



- Lahor, M. (28 de noviembre de 2017). Jura como nuevo presidente del TCP. *Correo del Sur*.
- La Razón. Condori, E. Política. 10 de octubre de 2017. Ministro Romero cuestiona a la oposición, *La Razón*.
- López N., F. (2007). Análisis de contenido como método de investigación. *Revista de educación*. V. 4, pp. 167-179 <https://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf>
- Meersohn, C. (12 de 12 de 2005). Introducción a Van Dijk: Análisis de Discurso. [www.moebio.uchile.cl](http://www.moebio.uchile.cl).
- Morales, A. (2005). Recursos expresivos, condicionamiento pragmático y variación dialectal: las oraciones hendidas, en [https://www.researchgate.net/publication/248905357\\_Recursos\\_expresivos\\_condicionamiento\\_pragmatico\\_y\\_variacion\\_dialectal\\_Las\\_oraciones\\_hendidas](https://www.researchgate.net/publication/248905357_Recursos_expresivos_condicionamiento_pragmatico_y_variacion_dialectal_Las_oraciones_hendidas)
- Órgano Electoral Plurinacional. (OEP) (08/ 12/ 2016). Referendo Constitucional 2016. [www.oep.org.bo/procesos-electorales](http://www.oep.org.bo/procesos-electorales): <https://www.oep.org.bo/procesos-electorales-y-consultas/referendos/referendo-constitucional-2016/>
- Página 7. 24 de 02 de 2018. Funcionario mexicano arremete contra Cuba. *Página 7*.
- Página 7, Sociedad. 30 de 11 de 2017. Marchas contra el fallo chocan con la policía en dos ciudades. *Página 7*.
- Peñaranda, R. (2014). Control remoto. Plural.
- Peredo, N. (29 de noviembre de 2017). Tribunal Constitucional avala la reelección indefinida de Evo Morales, *Los Tiempos*.
- Prieto C., D. (2000). Análisis de mensajes. Quipus, CIESPAL.
- Riffe, D. Lacy S. y Fico, F. (1998). Análisis de los mensajes de los medios. Mahwah.
- Sánchez, F. (2009). Estudio pragmático del discurso periodístico político español. [Tesis de Doctorado no publicada]. Universidad de Granada. Repositorio institucional de la Universidad de Granada. <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/2703/18426074.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Teso, G. (2013). Metodología aplicada para el análisis de las noticias televisivas. Universidad Complutense de Madrid.

Tribunal Constitucional Plurinacional del Estado Plurinacional de Bolivia. (TCP), 2017. Sentencia Constitucional 0084/2017 - noviembre de 2017.

Universidad Pompeu Fabra. Research and Expertise Centre (S/d de s/d de 2019).

[www.netquest.com/es/gracias-calculadora-muestra](http://www.netquest.com/es/gracias-calculadora-muestra)

Van Dijk, T. (1992 2da. reimpresión). La ciencia del texto, un enfoque interdisciplinario. PAIDOS.