

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS



**FACULTAD DE DERECHO Y
CIENCIAS POLÍTICAS**

CARRERA DE CIENCIA POLÍTICA Y GESTIÓN PÚBLICA

MENCIÓN EN GERENCIA POLÍTICA

CRÍTICA A LA PROPAGANDA

DE *PÁGINA SIETE* Y *LA RAZÓN* ANTES DEL 21-F:

DISPOSITIVOS INDUCTIVOS PARA PERSUADIR ELECTORES

**Postulante: Univ. Mayra Deyanira Navarro Manrique
Tutor: Marco Antonio Saavedra Mogro, Ph. D.**

**La Paz, Bolivia
2024**

**CRÍTICA A LA PROPAGANDA DE
PÁGINA SIETE Y *LA RAZÓN* ANTES DEL 21-F:
DISPOSITIVOS INDUCTIVOS PARA PERSUADIR ELECTORES**

MAYRA DEYANIRA NAVARRO MANRIQUE

A Delmira y César por sus orientaciones intelectuales, de cuidados
y por el acceso a herramientas analógicas que me permitieron
llegar a mi inquietud en sí para el conocimiento en sí.

AGRADECIMIENTOS

Transitar esta etapa de cierre de la carrera con la defensa y la publicación del proyecto de grado se convierte en la hazaña más conmovedora de una estudiante por las promesas propias de cumplir metas, alcanzar sueños o encontrar el camino. Terminar esta investigación ha sido una aventura extensa de aprendizajes cargados de aciertos, borradores, errores, reinicios y pausas, sin embargo, en ninguna de ellas involucro abandonar la idea de ir tras un hecho por hallar la verdad.

Escribir los párrafos finales de este proyecto de investigación supone plantear e interpelar que el recorrido que avance hasta este punto está lleno de personas que me escucharon por primera vez platicar de este proyecto, de aquellas que aportaron con sus escritos o ideas a construir una base en el enfoque de análisis, como es la lista larga de textos adquiridos con el pretexto de aprender y el entusiasmo de encontrar ideas más concretas a conceptos que fueron hallados en el camino y; la inagotable fuente de ideas extraídas de borradores y apuntes tomados en clases que inspiraron muchas de propuestas.

Le agradezco al profesor Blithz Lozada Ph.D., quien desempeñó un papel significativo en la configuración de las herramientas metodológicas, conceptuales y narrativas de mi investigación durante los Talleres I y II lo que me permitió encontrar el *studium* en mi proyecto de grado; y de la misma manera, le expreso mi gratitud con el profesor Marco Antonio Saavedra Ph.D., mi supervisor de investigación, quien no escatimó esfuerzos en revisar los avances, retroalimentar la proceso de obtención de datos, alentar la conclusión de mi proyecto e influir en buscar más opciones en otras diciplinas.

En el proceso de investigación encontré diferentes voces, con mucha empatía y apertura, dispuestas a aportar desde su conocimiento y experticia mediante la oralidad a mi proyecto donde las conversaciones fueron más allá de las entrevistas y, en algunos casos, se presentaron como la apertura a viabilizar documentos, libros y textos que puedan ampliar la sustentación de mi investigación; y en otros, la apertura a un mundo laboral académico. Quiero agradecer a Rubén Atahuchi López, periodista de *La razón*, sobre todo a, Alcides Flores Moncada, periodista de *Página siete*, por aceptar las entrevistas y responder a cada una de las preguntas invertidas en esta investigación.

De la misma manera agradezco el enorme aporte del periodista Mauricio Carrasco Ayala quien a su vez me facilito varios textos sustanciales para este trabajo; a la profesora Daniela Murillo Casanovas con quien sostuve una entrevista extensa y pude desarrollar varios conceptos de ciencia política y comunicación política como núcleo de varias etapas, como también observar las dimensiones/niveles del análisis crítico del discurso que propone Van Dijk acerca del racismo implícito en las proposiciones, que en este caso se observan como patrones misóginos; a Julio Peñaloza Bretel por sintetizar en un conjunto no-extenso de palabras los aportes significativos a esta investigación, pues desde esta observación me permitió indagar con mayor relevancia la composición de las oraciones (invertidas en los titulares) que guardan relación con los hechos políticos destacados e innostrados, como también por la oportunidad de permitirme ampliar mis horizontes académicos haciéndome participe en grupos de investigación que él lideró en ciencias sociales.

De manera extensa agradezco el aporte académico de Carlos Hugo Cordero Carraffa, Amanda Dávila Torrez, Mario Espinoza Osorio, Fernando Molina Monasterios, María Teresa Zegada, sobre todo a Susana Bejarano Auad, quien desde la apertura de facilitarme una extensión más amplia en cuanto al estado de arte de este proyecto me facilito un trabajo suyo evocado a los acontecimientos vinculados entre la prensa y Gabriela Zapata.

La carrera de Ciencia Política se ha transformado en un espacio donde podemos coincidir tantas/os estudiantes y la cantidad necesaria de profesores que están dispuestos a disputar la práctica de la enseñanza como principio socrático del *conocimiento en sí*. En el camino tuve la suerte de presenciar clases magistrales en aulas conformadas por el conjunto de estudiantes que enfrentaban al docente más interpelado por su cualidad de sacarnos de la caverna y empujarnos a la constante crítica de las sombras que nos fueron impuestas desde las montañas; de no ser por aquellas clases no habría hallado el placer de la investigación en el campo de las ciencias sociales que nombra Roland Barthes en la *Cámara lúcida* cuando describe porque las fotografías de la guerra de Francia contra Argelia lo impulsaron a desarrollar la aventura por la semiología que él nombra como *studium*. Por tanto, quiero agradecer a aquellos profesores que influyeron de forma significativa en todo el camino que he tomado en esta carrera: Diego Ayo Sausedo Ph.D., MGr. Julio Ballivián Ríos, Carlos Cordero Carrafa Ph.D., Dr. Marco Centellas Castro, Marcelo Fernández Iraola Ph.D., Luis Flores Ramírez Ph.D., Mario Galindo Soza Ph.D., MSc. Marcelo Peralta García, Blithz Lozada Pereira Ph.D., MSc. Iván Miranda (+), MSc. Daniela Murillo Casanovas, Lic. Marta Peñaranda, Marco Saavedra Mogro Ph.D., y MGr. Marcelo Varnux Garay (+).

Finalmente quiero agradecer a aquellas personas que desde el principio de esta investigación han escuchado mi entusiasmo por encontrar elementos que sean insertados como letras, me han cooperado de forma significativa en estos meses, por ser paciente con mis retrocesos y aprendizajes; en efecto gracias por su escucha, comentarios y cuidados he logrado cerrar esta etapa, gracias: César Navarro, Delmira Manrique, Inti Navarro, sobre todo a Kantuta Navarro quien me ayudo en la recolección hemerográfica, Rose Mary Manrique, Elvira Manrique, Fabián Cordero, Eduardo Conesa, Ayelén Lema, Arleth Escobar, Wara Godoy y Silvia Mena.

Quizás el lector no conoce aún el significado de esta palabra,
pero estoy segura que ya se siente su peso.

Poesía Nacer hombre
Adela Zamudio Ribero

Ese raro siglo, las imágenes y la letra impresa eran más
reales que las cosas y sólo lo publicado era verdad.

El otro
Jorge Luis Borges

Lo que nos interesa en este breve estudio “en abismo” – que
los términos del campo sólo cobran sentido oponiéndose
entre sí, y que si estas oposiciones
se mantienen el sentido
no es ambiguo.

La cámara lucida
Roland Barthes

RESUMEN

El proyecto de investigación, titulado “Crítica a la propaganda de *Página siete* y *La razón* antes del 21F: Dispositivos inductivos para persuadir electores”, se centra en el análisis de la influencia de la prensa en la opinión pública y en las decisiones de los votantes durante el referéndum constitucional de 2016 en Bolivia. Este referéndum buscaba una modificación parcial de la Constitución Política del Estado para habilitar a Evo Morales como candidato como cuarta (re)elección. En este estudio, se emplean diversos métodos cualitativos, como el análisis lexicométrico y semiótico, con el propósito de examinar cómo los periódicos construyeron y transmitieron discursos ideológicos y políticos a lo largo de las diferentes etapas del proceso electoral.

Además, se realiza una comparación entre los editoriales, los titulares principales y el uso de caricaturas editoriales para evaluar su impacto en la percepción pública de los lectores. La investigación también toma en cuenta la influencia de factores como el contexto político, social e internacional en la cobertura (agenda) mediática.

ABSTRACT

The research project, entitled “Criticism of the propaganda of *Página siete* and *La razón* before 21F: Inductive devices to persuade voters”, focuses on the analysis of the influence of the press on public opinion and voters' decisions during the 2016 constitutional referendum in Bolivia. This referendum sought a partial modification of the Political Constitution of the State to enable Evo Morales as a candidate as a fourth (re)election. In this study, various qualitative methods are employed, such as lexicometric and semiotic analysis, with the purpose of examining how newspapers constructed and transmitted ideological and political discourses throughout the different stages of the electoral process.

In addition, a comparison is made between editorials, main headlines and the use of editorial cartoons to evaluate their impact on the public perception of readers. The research also takes into account the influence of factors such as the political, social and international context on the media coverage (agenda).

ÍNDICE

Introducción	17
Primer capítulo	21
Especificaciones metodológicas	
1. Problema de investigación	21
2. Tipo de investigación y enfoque metódico	22
3. Objetivo general y objetivos específicos	23
4. Hipótesis y variables de investigación	24
5. Operacionalización de las variables	24
6. Técnicas, recursos e instrumentos	29
7. Pertinencia e impacto de los resultados	29
Segundo capítulo	31
Marco teórico y estado del arte	
1. Marco Teórico	31
1.1 Análisis estructural de la noticia	32
1.1.1 Estructuras del análisis del discurso	34
1.1.2 Estructuras del análisis del discurso periodístico	36
1.1.3 Esquema periodístico	38
1.2 Análisis estructural del mensaje fotográfico	40
1.2.1 Estructura semiótica de la fotografía	41
1.2.2 Procedimientos de la connotación	42
1.2.3 El texto y la imagen	43
2. El poder de los medios masivos de comunicación	44
Tercer capítulo	49
La prensa en la coyuntura del referéndum 21-F	
1. La coyuntura política en el tercer gobierno de Evo Morales	49
1.1 Trayectoria del Mas-Ipsp	49
1.2 Capital electoral del Mas-Ipsp	54
2. Referendo del 21 de febrero de 2016	57
2.1 La decisión de realizar el referéndum constitucional	57
2.2 La presentación oficial de los resultados	58

3. Los medios de comunicación en Bolivia	60
3.1 Oligopolios de la información	60
3.2 Etapas de estudio	64
Cuarto capítulo	69
Comparación de los editoriales de dos medios de prensa	
1. Los editoriales de <i>Página siete</i>	69
1.1 Etapa preparatoria	70
1.2 Etapa propagandística	74
1.3 Etapa intensiva	79
1.4 Etapa de refuerzo	86
1.5 Etapa de resultados	91
2. Los editoriales de <i>La razón</i>	95
2.1 Etapa preparatoria	96
2.2 Etapa propagandística	98
2.3 Etapa intensiva	105
2.4 Etapa de refuerzo	113
2.5 Etapa de resultados	117
3. Comparación de editoriales	121
Quinto capítulo	127
Comparación de los titulares principales	
1. Los encabezados de <i>Página siete</i>	127
1.1 Etapa preparatoria	127
1.2 Etapa propagandística	129
1.3 Etapa intensiva	133
1.4 Etapa de refuerzo	136
1.5 Etapa de resultados	138
2. Los titulares de <i>La razón</i>	140
2.1 Etapa preparatoria	141
2.2 Etapa propagandística	143
2.3 Etapa intensiva	148
2.4 Etapa de refuerzo	151
2.5 Etapa de resultados	153
3. Comparación de los titulares principales	155

Sexto capítulo	167
Comparación de las caricaturas en <i>La razón</i> y en <i>Página siete</i>	
1. Caricaturas de editorial de <i>Abercor</i>	167
1.1 Etapa preparatoria	168
1.2 Etapa propagandística	170
1.3 Etapa intensiva	171
1.4 Etapa de refuerzo	172
1.5 Etapa de resultados	174
2. Caricaturas de editorial de <i>Al-azar</i>	175
2.1 Etapa preparatoria	176
2.2 Etapa propagandística	177
2.3 Etapa intensiva	179
2.4 Etapa de refuerzo	180
2.5 Etapa de resultados	181
3. Comparación de caricatura de editorial	183
CONCLUSIONES	191
BIBLIOGRAFÍA	195
ANEXOS	203
ANEXO 1 Matriz de Vester	203
ANEXO 2 Nómina de entrevistados	207
ANEXO 3 Guía de preguntas para entrevistas	211
ANEXO 4 Cuadro comparativo de editoriales	215
ANEXO 5 Glosario	217

INTRODUCCIÓN

El proyecto de grado titulado “Crítica a la propaganda de *Página siete* y *La razón* antes del 21F: Dispositivos inductivos para persuadir electores”, investiga el análisis del discurso de dos periódicos nacionales que impulsaron y mediatizaron a través de su red de prensa la persuasión de sus lectores para decidir por una opción política que corresponde a la línea editorial ideológica del periódico.

Fue en febrero de 2016 cuando el fenómeno mediático se presentó como una alternativa para describir los eventos electorales, con una clara inclinación política para sus lectores: elegir la opción del Sí o del No. Este fenómeno no se presentó simplemente nombrando estas opciones, sino que mostró una forma explícita de inducir hacia una postura. Esto se logró nombrando los logros gubernamentales y exponiendo las fallas de los gobernantes. Esta característica central se encuentra en la repetición de palabras específicas que crean significados en un contexto preciso. Estas palabras inciden en el sentido común de los lectores y tienen un impacto significativo en su percepción.

Esta investigación contó con la orientación metodológica de Blithz Lozada, Ph.D., Marco Antonio Saavedra Ph.D, las personas que amablemente accedieron a proporcionar entrevistas para el desarrollo de esta investigación, como Mauricio Carrasco Ayala, Susana Bejarano, Amanda Dávila, Daniela Murillo, María Teresa Zegada, Daniela Murillo, Julio Peñaloza, Fernando Molina, Carlos Cordero, Rubén Atahuichi. Alcides Flores Moncada. Y a mi padre César Navarro quien en repetidas ocasiones me brido de herramientas metodologías para el análisis político desarrollado en este trabajo.

En cuanto a las dificultades, el desafío se presentó como un reto doble, pues esta investigación comenzó en 2018 y finalizó en 2023, siendo marcada por el inesperado quiebre institucional de 2019, que me llevó a salir del país en busca de asilo político hasta la restitución del orden constitucional, que se logró con las elecciones de 2020. Los dos años siguientes se utilizaron para profundizar esta investigación a través de prácticas laborales en espacios institucionales, lo que proporcionó enfoques de investigación adicionales y una estructura metodológica-conceptual interdisciplinaria.

Para llevar a cabo esta investigación se utilizaron las ediciones de 352 periódicos de *Página siete* y *La razón*, así como las referencias de varios textos destacados sobre el análisis crítico del discurso. Estos libros proporcionaron críticas explícitas a los medios masivos, enfoques semánticos para analizar imágenes y caricaturas, y la clasificación de cómo los titulares se mueven a través de objetivos políticos y económicos.

En el trabajo de investigación, el capítulo 1 titulado “Especificaciones metodológicas” se enfoca en el establecimiento de las bases metodológicas y la contextualización del problema bajo investigación. Se inicia con la descripción del origen de la investigación, que se remonta a los acontecimientos que forjaron el referéndum constitucional de 2016 en Bolivia. Este evento político generó una serie de preguntas sobre la influencia de los medios de comunicación en la opinión pública y en las decisiones de los votantes, lo que condujo a la

siguiente pregunta de investigación: “¿Cómo y en qué medida influyó la coyuntura política y cuál fue el impacto electoral que se produjo por la inducción propagandística de los periódicos *Página siete* y *La razón* desplegada durante cinco meses antes del referéndum del 21 de febrero de 2016, tendiente a que los receptores de dichos medios voten contra o a favor de la modificación de la Constitución Política del Estado?”.

Se optó por un enfoque cualitativo donde se empleó la técnica de matrices de selección de noticias para evaluar la frecuencia de temas en los periódicos y la construcción de etapas de tiempo. Esta investigación es aplicada y explicativa, con el propósito de analizar el comportamiento de los electores y la influencia de la propaganda mediática. Los objetivos generales y específicos abordan el análisis de la propaganda en los periódicos, la explicación de la coyuntura política, la descripción de la realización del referéndum y la evaluación del impacto de la propaganda en la votación.

La formulación de la hipótesis de investigación se enfoca en la inclinación política de ambos periódicos que influyó en las preferencias electorales en el referéndum del 21F: *i) Se indujo a los lectores de La razón a votar a favor de la reforma constitucional a nivel nacional, especialmente a la población urbana paceña. ii) Se indujo a los lectores de Página siete a votar en contra de la reforma constitucional a nivel nacional, especialmente a la sociedad urbana paceña. iii) La coyuntura política en torno a febrero de 2016 también tuvo una incidencia significativa en las preferencias de las opciones del referéndum.* Las variables de investigación se enfocaron en: v. independiente aborda la “propaganda de *Página siete* y *La razón*” y la v. dependiente se refiere a los resultados o efectos susceptibles de influencia, que podrían consistir en las “preferencias de los votantes” en el referéndum constitucional.

En el capítulo 2 titulado “Marco teórico y estado del arte”, se abordan conceptos fundamentales relacionados con el análisis del discurso y la estructura de las noticias que buscan un resultado político. Se comienza examinando la estructura del discurso, que engloba diversos componentes, como palabras, oraciones, párrafos, sistemas de valores, ideologías y construcciones sociales, culturales y económicas. Se analiza el papel esencial de los medios de comunicación masivos en la difusión de información y su influencia en la percepción de eventos públicos y en la opinión pública. También se exploran las metodologías del análisis del discurso periodístico, que abarcan dimensiones como la sintaxis, la semántica, el estilo, el léxico, las proposiciones, la secuencia de proposiciones, la retórica, las reglas de especificación y la presuposición.

En el capítulo 3 titulado “La prensa en la coyuntura del referéndum del 21-F” se analiza la historia política del MAS-IPSP destacando tanto sus logros como sus desaciertos desde que Evo Morales constituye su figura como proyección nacional. Se explica el contexto de los comicios y se analizan los resultados que el MAS obtuvo en tres elecciones nacionales en cual conduce a una comprensión sobre el cómo se tomó la decisión de realizar el referéndum del 21F, que guarda relación al capital electoral de la victoria en las elecciones de 2014; los resultados a nivel nacional y el efecto connotativo del evento electoral en la opinión pública.

El capítulo 4 “Comparación de los editoriales de dos medios de prensa” se analiza el contenido político situado en los patrones de palabras, frases, universo semántico y connotaciones valorativas hallados en la selección de editoriales. *Página siete* se presenta como un canal que influye cognitivamente desde las valoraciones morales y específicas de

acontecimientos que involucren al gobierno nacional, sobre todo a la figura pública de Evo Morales. En *La razón* se observa un fenómeno distinto pues se enfoca en la imagen presidencial, destacando su rol en la administración gubernamental y su capacidad de actuar ante la crisis, sin mencionar el referéndum, donde la búsqueda de mencionar las acciones públicas se presenta como indicadores de crecimiento económico y/o estabilidad social.

El capítulo 5 titulado “Comparación de titulares principales” investiga la construcción del mensaje político en ambos medios, que guarda relación con los editoriales. En *Página siete* los aspectos más destacados son sintetizados en palabras y expresiones sencillas y de gran impacto como “reelección indefinida”, “la expareja del presidente” y “Bolivia dijo No” resaltando su contrariedad al liderazgo y al partido de gobierno. Por otro lado, *La razón* se presenta como un instrumento mediático progubernamental cuyo enfoque se focaliza en mencionar temas económicos y proyectos de inversión gubernamental cuya figura destaca por la frecuencia repetitiva de un mensaje en diferentes oraciones.

El capítulo 6 “Comparación de las caricaturas en *Página siete* y *La razón*” se analiza a través del cuadrado semiótico de Julián Greimas la estructura del mensaje político de las caricaturas de editorial producidas por Abel Bellido, conocido como Abecor que publica en *Página siete*, y Alejandro Salazar, conocido por Al-Azar que publica en *La razón*. En el primer caso se observó una postura implícita política que guarda relación con los editoriales y titulares principales centralizando todo lo políticamente incorrecto en la figura del mandatario Evo Morales; en el segundo caso se observa un caso diferente pues mantiene una postura contraria a la línea editorial y sintetiza análisis políticos muy coherentes con relación a todos los acontecimientos a nivel nacional.

En conclusión, esta investigación crítica la influencia significativa de ambos diarios en la percepción pública y el discurso político en el período previo al referéndum constitucional del 21 de febrero de 2016. Esta influencia se ejerció principalmente a través de los editoriales, que desempeñaron un papel central en la configuración de los titulares de prensa y que reflejaron de manera elocuente la línea política de estos dos medios de comunicación. Los hallazgos más destacados de la investigación son los siguientes:

- Estos diarios adoptaron estrategias discursivas contrastantes. *Página siete* se destacó por su oposición y confrontación sobre el rol del referéndum como del candidato por el “Sí”, Evo Morales; hicieron uso de una construcción simbólica del poder y enfocaron su narrativa en torno a conceptos como la “reelección indefinida”, “la expareja del presidente” y “Bolivia dijo No”. *La razón* se enfocó en resaltar los logros del gobierno, sobre todo el del presidente Evo Morales.
- Ambos diarios presentaron enfoques específicos a lo largo de las etapas del proceso. *Página siete* se enfocó en el impacto político, críticas a la gestión de Morales y la propagación de errores gubernamentales. Por otro lado, *La razón* destacó las acciones gubernamentales y sus efectos en la economía y la sociedad, evitando la exageración de los logros. Sorprendentemente, ninguno de los diarios abordó el tema del referéndum en sus editoriales.

- Las caricaturas desempeñaron un papel crucial en la representación de eventos políticos y expresaron el desacuerdo con el referéndum. *Abecor* se centró en la imagen de Morales, resaltando temas como la “reelección” y la corrupción en su gobierno, dibujando a Morales como una figura arrogante y poderosa. En contraste, el caricaturista de *La razón* criticó al gobierno sin recurrir a la violencia, enfocándose en la imagen de arrogancia de Morales y señalando la falta de seguridad estatal y una alternativa política sólida en la oposición. También denunció lo que denominó “guerra sucia” y la intervención de la embajada de EE.UU.
- Ambos diarios ejercieron una influencia notable, más allá de la simple publicación de titulares. *Página siete* contribuyó a la polarización, destacando críticas a Morales y su presunta participación en el tráfico de influencias, particularmente en el caso Zapata. En contraste, *La razón* mantuvo una posición neutral y enfatizó los logros del gobierno. La influencia de las caricaturas radicó en destacar la imagen de Morales y sus acciones, lo que tuvo un impacto en el discurso político en Bolivia.

CAPÍTULO 1

ESPECIFICACIONES METODOLÓGICAS

1. Problema de investigación

El problema de investigación surgió a raíz de un acontecimiento político crucial en Bolivia, que es el referéndum constitucional del 21 de febrero de 2016. En septiembre de 2015, la Coordinadora Nacional por el Cambio (CONALCAM) presentó a la Asamblea Legislativa una propuesta de modificación del Artículo 168 de la Constitución Política del Estado y del Artículo 23 de la Ley N° 026 del Régimen Electoral. Esta propuesta tenía como objetivo permitir al entonces presidente, Evo Morales, y al vicepresidente, Álvaro García, postularse como candidatos para un tercer mandato constitucional, poniendo fin a la restricción de una sola reelección continua para el Órgano Ejecutivo.

El proyecto de ley fue tratado y sancionado el 25 de septiembre de 2015 como la Ley N° 757, conocida como la "Ley de convocatoria a referendo constitucional aprobatorio". Esta ley fue aprobada en la Asamblea Legislativa con ciento trece (113) votos a favor y cuarenta y cuatro (44) votos en contra. Posteriormente, en noviembre del mismo año, el Tribunal Constitucional Plurinacional publicó y aprobó la pregunta que se incluiría en las papeletas del referendo constitucional.

¿Usted está de acuerdo con la reforma del artículo 168 de la Constitución Política del Estado para que la Presidenta o Presidente y la Vicepresidenta o Vicepresidente del Estado puedan ser reelectas o reelectos por dos veces de manera continua?

Por Disposición Transitoria de la Ley de Reforma Parcial a la Constitución Política del Estado, se considera como primera reelección al periodo 2015-2020 y la segunda reelección el 2020-2025.

SÍ **No**



Pregunta de la papeleta de sufragio

Desde septiembre de 2015 hasta febrero de 2016, Bolivia experimentó un periodo de intensas campañas y actividades políticas diseñadas para persuadir a los votantes a favor o en contra de la reforma constitucional propuesta. Este periodo se caracterizó por la participación de actores políticos externos a los partidos tradicionales, lo que se alinea con la teoría de Pierre Bourdieu sobre la influencia de los campos políticos. Los medios de comunicación, en particular, desempeñaron un papel significativo en la persuasión y orientación de los electores.

En este contexto, los medios de comunicación masivos, que incluyen prensa escrita y medios digitales, jugaron un papel central en la formación de la opinión pública y en la toma de decisiones de los votantes. Los periódicos, como parte esencial de los medios de comunicación, se destacaron por su capacidad para jerarquizar los temas a través de la selección y presentación de noticias en sus portadas. Las portadas de periódicos, con sus titulares principales y secundarios, ofrecen una visión rápida de los eventos más relevantes del día, condensando la información que será objeto de discusión.

En la ciudad de La Paz, dos de los periódicos más influyentes a nivel nacional, *Página siete* y *La razón*, desempeñaron un papel destacado durante el referéndum constitucional de febrero de 2016. A través de sus titulares principales, editoriales y caricaturas de editorial, estos medios de comunicación transmitieron mensajes políticos que influyeron en la percepción pública y en la toma de decisiones de los votantes. Estos tres elementos se convierten en un punto focal de la presente investigación, ya que nos permiten analizar cómo los medios de comunicación influyeron en la opinión pública y si sus mensajes estaban orientados hacia la aprobación o el rechazo de la reforma constitucional propuesta. La pregunta de investigación que guiará este estudio se centra en el papel de la prensa en la formación de la opinión pública durante este período electoral:

¿Cómo y en qué medida influyó la coyuntura política y cuál fue el impacto electoral que se produjo por la inducción propagandística de los periódicos *Página siete* y *La razón* desplegada durante cinco meses antes del referéndum del 21 de febrero de 2016, tendiente a que los receptores de dichos medios voten contra o a favor de la modificación de la Constitución Política del Estado?¹

2. Tipo de investigación y enfoque metódico

La presente investigación es aplicada y explicativa se analiza cómo el interés político e ideológico de los medios de prensa funciona como un dispositivo inductivo tanto para los lectores como para otros medios de comunicación. Los titulares principales de prensa se erigen como un factor de influencia en la agenda mediática, determinando en gran medida los temas de discusión y la construcción de percepciones públicas durante cinco meses previos al día del referéndum del 21-F. Los resultados son categóricos puesto que se muestran cómo la prensa opera y ejercen influencia en tiempos electorales sobre sus lectores. moldeando percepciones, opiniones y decisiones en lo político.

¹ Véase anexo N°1,

3. Objetivo general y objetivos específicos

OBJETIVO GENERAL

Criticar la inducción propagandística realizada por los periódicos *Página siete* y *La razón* durante cinco meses antes del referéndum del 21 de febrero de 2016, para que los receptores de tales medios voten contra o a favor de la modificación de la CPE.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Criticar la inducción propagandística realizada por los periódicos *Página siete* y *La razón* durante cinco meses antes del referéndum del 21 de febrero de 2016, para que los receptores de tales medios voten contra o a favor de la modificación de la CPE.
- Identificar la coyuntura política prevaleciente en Bolivia a fines del año 2015.
- Explicar la decisión del gobierno de realizar el referéndum del 21 de febrero de 2016, teniendo en cuenta la coyuntura política.
- Establecer los medios de influencia que disponía el gobierno para dirigir la votación ciudadana en el referéndum de febrero de 2016.
- Señalar la influencia del gobierno y las tendencias políticas e ideológicas de los medios de prensa a inicios del año 2016.
- Describir la realización y los resultados del referéndum del 21 de febrero de 2016.
- Analizar los resultados del referéndum valorando, en general, la influencia de los medios de comunicación masiva y, en particular, de la prensa.
- Evidenciar la inducción propagandística realizada por los periódicos *Página siete* y *La razón* cinco meses antes del referéndum del 21 de febrero de 2016.
- Aplicar métodos de interpretación semiológica a la inducción propagandística de *Página siete* y *La razón* desde mediados de septiembre de 2015 para influir en el referéndum del 21-F.
- Analizar el discurso político e ideológico *Página siete* y *La razón* para influir en la votación de los ciudadanos en el referéndum del 21-F.
- Evaluar el impacto electoral de la propaganda de *Página siete* y *La razón* desde mediados de septiembre de 2015 hasta febrero de 2016.
- Analizar la evolución de la preferencia electoral desde septiembre de 2015 hasta febrero de 2016 teniendo en cuenta, en general, la influencia de los medios de comunicación masiva.
- Relacionar la acción periodística de *Página siete* y *La razón* con las campañas electorales del gobierno, de la oposición y de actores políticos para persuadir a favor o en contra de cambiar la Constitución Política del Estado.

- Criticar desde el punto de vista de la ética periodística, la inducción de la propaganda *Página siete* y *La razón* desde mediados de septiembre de 2015 para que los receptores de tales medios voten contra o a favor de cambiar la CPE.

4. Hipótesis y variables de investigación

La inducción propagandística que los periódicos *La razón* y *Página siete* generaron sobre la preferencia electoral en el referéndum del 21 de febrero de 2016 fue la siguiente: i) *La razón* indujo a los lectores a votar a favor de la reforma constitucional a nivel nacional, especialmente, a la población urbana paceña. ii) *Página siete* indujo a los lectores a votar en contra de la reforma constitucional a nivel nacional, especialmente, a la sociedad urbana paceña. iii) La coyuntura política en torno a febrero de 2016 tuvo también una incidencia significativa en la preferencia de las opciones del referéndum.

5. Operacionalización de las variables

VARIABLE INDEPENDIENTE

PRIMERA VARIABLE INDEPENDIENTE

La coyuntura política en torno a febrero de 2016.

DEFINICIÓN CONCEPTUAL

En el segundo año del segundo mandato de Evo Morales como Presidente del Estado de Bolivia, se reconstituyó la coyuntura política del país. El conflicto en torno al TIPNIS y la sucesión e incremento de denuncias de corrupción aumentaron la falta de credibilidad en el gobierno; surgió descreimiento sobre su consecuencia política respecto de su discurso y se generó una creciente disminución del consenso. Pese a que la tercera gestión de Evo Morales iniciada desde 2015 otorgó al gobierno amplio margen de gobernabilidad gracias a la presencia del MAS en el poder legislativo, su proyecto político cayó en el escepticismo; surgieron diversas manifestaciones sectoriales contra el gobierno y los abusos de poder para preservar la hegemonía del partido gobernante se incrementaron, especialmente contra la oposición; además, la situación económica del país se agravó por la tendencia decreciente de la bonanza. Si bien los resultados del 21 de febrero de 2016 dieron lugar a consolidar un cambio significativo de la coyuntura política -transformación que se gestó desde fines de 2015- la realización de la consulta democrática se dio en una coyuntura configurada desde fines de 2011 y que abarca tres años de la segunda gestión de Evo Morales y un año de su tercera gestión.

DIMENSIÓN N. 1:

La coyuntura política de 2011 a 2016.

DEFINICIÓN OPERATIVA

La coyuntura política de Bolivia se reconstituyó en torno al conflicto del TIPNIS, las denuncias de corrupción, la falta de credibilidad en el gobierno, el descreimiento y la disminución del consenso. Pese a su amplio margen de gobernabilidad, el proyecto político del MAS cayó en el escepticismo, hubo manifestaciones sectoriales contra el gobierno y

abusos de poder por la hegemonía, arremetiendo contra la oposición en un contexto decreciente de la bonanza.

DIMENSIÓN N. 2:

La preparación del referéndum del 21-F

DEFINICIÓN OPERATIVA

En la tercera gestión de Evo Morales iniciada el año 2015, pese a la amplia gobernabilidad, el proyecto político del MAS cayó en el escepticismo, hubo manifestaciones sectoriales contra el gobierno y abusos de poder especialmente contra la oposición. La economía se agravó por el declive de la bonanza ante lo que el MAS pretendió prorrogar a Evo Morales siendo candidato pese a la prohibición de la Constitución Política del Estado. Hubo acciones parlamentarias a fines de 2015, aprobándose la ley 757 que fijó la realización del referéndum constitucional el 21 de febrero de 2016. Durante cuatro meses se desplegó una intensa campaña para influir en la ciudadanía de modo que vote aceptando o rechazando la reforma constitucional.

SEGUNDA VARIABLE INDEPENDIENTE

Inducción propagandística de los periódicos *Página siete* y *La razón*.

DEFINICIÓN CONCEPTUAL

A inicios de noviembre de 2015 comenzó una intensa campaña de propaganda para inducir a la ciudadanía para que el 21 de febrero de 2016 votase a favor o en contra de la reforma constitucional que habilitaría a Evo Morales como candidato en las elecciones presidenciales de 2019. El periódico *Página siete* indujo a sus lectores a rechazar la reforma constitucional haciendo hincapié en las denuncias de corrupción y el ultraje del gobierno a la libertad de prensa. Hasta febrero de 2016 se intensificó de manera progresiva la inducción propagandística a favor y en contra de la reforma, siendo decisiva la noticia difundida por Carlos Valverde sobre el caso de Gabriela Zapata. El periódico *La razón* indujeron a sus lectores a apoyar la reforma constitucional argumentando los resultados de sus propias encuestas de preferencia de voto poco confiables.

DIMENSIÓN N. 1:

Inducción propagandística del periódico *Página siete*.

DEFINICIÓN OPERATIVA

El periódico *Página siete*, con alcance nacional; desde septiembre de 2015 indujeron a sus lectores a rechazar la reforma constitucional que habilitaría a Evo Morales como candidato para las elecciones de 2019. Ambos remarcaron los estudios de empresas privadas especializadas que señalaron el rechazo al cambio, en promedio, del 65% de los futuros votantes. Además, incrementaron progresivamente las denuncias de corrupción contra autoridades del Movimiento Al Socialismo en los poderes ejecutivo y legislativo y enfatizaron el ultraje del gobierno a la libertad de prensa. La noticia sobre la relación de Evo Morales con Gabriela Zapata y el supuesto hijo que ambos tuvieron, fue el reporte sensacionalista que mayor inducción provocó en los lectores de ambos periódicos. Las portadas, los titulares, los editoriales, los *comics* y las columnas de opinión indujeron con intensidad creciente a que la decisión del 21 de febrero sea emotiva para rechazar la

reforma constitucional. La denuncia de Carlos Valverde señaló al Presidente de Bolivia como un padre irresponsable que no cumplía sus obligaciones con el hijo que habría tenido con Gabriela Zapata. Al parecer, un grupo político de periodistas, opositores, ex-militantes del MAS, empresarios y otros actores, urdieron una estrategia de impacto político sensacionalista, para inducir progresivamente a un rechazo generalizado de la población a la reforma constitucional. Especialmente *Página siete* asumió una defensa incondicional de Carlos Valverde, en tanto que *Página siete* publicó columnas de opinión que con insistencia creciente invalidaban los argumentos de defensa de Evo Morales mostrándolos como poco convincentes. Implicada en la noticia inicial, apareció una empresa china, CAMC, que, según las nuevas denuncias de corrupción, habría contratado a Gabriela Zapata para desempeñar funciones sin tener la calificación indispensable.

DIMENSIÓN N. 2:

Inducción propagandística del periódico *La razón*.

DEFINICIÓN OPERATIVA

El periódico *La razón*, con cobertura nacional; desde septiembre de 2015 indujeron a sus lectores a apoyar la reforma constitucional remarcando consultas previas de preferencia de voto. Sus argumentos se basaron en encuestas de instituciones especializadas y en sus propios sondeos de opinión, estos últimos poco confiables. Hasta febrero de 2016 se intensificó la propaganda a favor de la imagen de Evo Morales, su gestión de gobierno, las obras realizadas, la bonanza económica, el escenario internacional y los acuerdos diplomáticos. Las portadas, los titulares, los editoriales, los *comics* y las columnas de opinión indujeron con intensidad creciente a que la decisión del 21 de febrero sea emotiva a favor de la reforma constitucional. Después de la noticia de Carlos Valverde, ambos medios recurrieron a la falacia *argumentum ad hominem*. El ataque a las personas se dio más por el periódico *La razón*, inclusive antes de la noticia sobre Gabriela Zapata. El medio esporádicamente atacó a periodistas y políticos opositores al gobierno. La respuesta a la noticia de Valverde fue, en el caso de *La razón*, insultar al periodista inclusive acusándolo de tener vínculos con el narcotráfico; además *La razón* dio una intensa cobertura a las amenazas de la empresa china CAMC que varias veces advirtió que demandaría a Valverde por difamación. *La razón* dio amplia cobertura a Evo Morales que acusó a Valverde de ser un agente de la oposición y de la embajada de Estados Unidos; sobre las denuncias referidas a CAMC, hubo una cantidad grande de artículos patrocinados por el periódico que negaban el tráfico de influencias y defendían la transparencia de la empresa china.

INDICADORES DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

- El conflicto del TIPNIS.
- Las denuncias de corrupción.
- El descreimiento y la disminución del consenso.
- Escepticismo en torno al proyecto político.
- Manifestaciones sectoriales contra el gobierno.
- Abusos de poder por la hegemonía.
- Arremetida contra la oposición.
- Gobernabilidad del partido de gobierno
- Datos sobre la tendencia decreciente de la bonanza.

- Las portadas de *Página siete* y *La razón*.
- Los titulares de *Página siete* y *La razón*.
- Los editoriales de *Página siete* y *La razón*.
- Los *comics* de *Página siete* y *La razón*.
- Las columnas de *Página siete* y *La razón*.
- La frecuencia comunicativa de *Página siete* y *La razón*.
- Preferencia informativa de *Página siete* y *La razón*.

ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA VARIABLE INDEPENDIENTE

- Lectura, resumen y sistematización de bibliografía especializada.
- Búsqueda, selección y resumen de información hemerográfica.
- Colecta de información documental.
- Realización de entrevistas a cinco politólogos, tres economistas, siete periodistas, tres líderes del oficialismo y cinco de la oposición.
- Encuestas a 40 personas que votaron en el referéndum constitucional.

FUENTES DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

- 20 artículos y ocho libros nacionales especializados.
- 300 artículos periodísticos digitales de cuatro periódicos nacionales.
- 50 documentos del BCB, el Ministerio de Economía y otras fuentes institucionales.
- Alrededor de 22 personas entrevistadas.
- Documentos de la Asamblea Legislativa.
- 80 artículos periodísticos digitales de cuatro periódicos nacionales.
- Alrededor de 11 personas entrevistadas.

VARIABLE DEPENDIENTE

Resultados del referéndum del 21 de febrero de 2016.

DEFINICIÓN CONCEPTUAL

A mediados de marzo del 2016 se oficializaron por el Órgano Electoral Plurinacional los resultados del referéndum constitucional llevado a cabo el 21 de febrero del mismo año con un total de 5.490.919 votos emitidos. En contra de la reforma constitucional hubo 2.682.517 votos que representaron el 51,3% de los votos válidos. A favor de la reforma constitucional hubo 2.546.135 votos que representaron el 48,7% de los votos válidos. 193.422 fueron votos nulos y se contaron 68.845 votos en blanco. La diferencia entre quienes se opusieron a la reforma constitucional que habilitaría a Evo Morales como candidato para que, eventualmente cumpliera la cuarta gestión de gobierno y quienes apoyaron la reforma constitucional fue de 136.382 votos, equivalentes al 2,6%. Por segunda vez después de más de once años de gobierno, el Movimiento Al Socialismo perdió una elección a nivel nacional, en esta ocasión con profundas consecuencias políticas respecto de la estrategia de prórroga de Evo Morales como presidente. Este hecho marcó el inicio de una nueva coyuntura política evidenciándose la polarización.

DIMENSIÓN N. 1:

Influencia sobre los resultados.

DEFINICIÓN OPERATIVA

Es posible conjeturar que el 51,3% de los votos válidos haya sido en contra de la reforma constitucional, se debió al menos en el 60% a la inducción propagandística, especialmente de *Página siete*. Paralelamente, la inducción propagandística motivada con más fuerza por *Cambio*, aunque también por *La razón*, motivando a los lectores a que votaran a favor de la reforma constitucional tuvo un impacto de 55%. Como reacción a la inducción propagandística de los cuatro periódicos estudiados, se puede estimar que hubo un impacto del 20% en la emisión de votos blancos y nulos.

DIMENSIÓN N. 2:

Inicio de una nueva coyuntura política

DEFINICIÓN OPERATIVA

El referéndum nacional sobre el Estatuto Autonómico llevado a cabo en septiembre de 2015 fue la primera vez en que una consulta popular tuvo mayoría contra la posición del Movimiento Al Socialismo. Cinco meses después, el 21 de febrero de 2016, el referéndum nacional sobre la modificación de la Constitución Política del Estado consolidó la derrota de la estrategia política del partido gobernante. Desde inicios de 2016 se puede considerar el comienzo de una nueva coyuntura política evidenciada en el rechazo a la prórroga de Evo Morales en la que sería su cuarta gestión como Presidente, en el cuestionamiento a los viejos actores y partidos políticos y en la movilización polarizada de la ciudadanía que al margen de las organizaciones partidarias, constituyeron plataformas y grupos sociales activistas que adquirieron relevancia política por los efectivos mecanismos de presión que ejercieron.

INDICADORES DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

- Resultados electorales del 21-F.
- Resultados de los sondeos previos al referéndum constitucional.
- Inducción propagandística de *Página siete* y *La razón*.
- Resultados del referéndum autonómico.
- Polarización de la ciudadanía.
- Conformación de las plataformas ciudadanas, grupos sociales activistas.

ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA VARIABLE INDEPENDIENTE

- Colecta de información documental.
- Búsqueda, selección y resumen de información hemerográfica.
- Realización de entrevistas a diez periodistas, cuatro politólogos, tres especialistas en semiología, tres líderes de oposición y cuatro líderes de oficialismo.
- Realización de sondeos de opinión a 40 personas.

FUENTES DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

- Documentos del Órgano Electoral, IPSOS.
- 60 artículos periodísticos digitales de cuatro periódicos nacionales.
- Alrededor de 24 personas entrevistadas.
- Alrededor de 60 personas encuestadas.

6. Técnicas, recursos e instrumentos

La presente investigación es cualitativa porque se hizo un uso del programa *AntConc* para llevar a cabo un análisis del discurso que combina herramientas computacionales con análisis lingüísticos con el fin de desentrañar la estructura y el contenido del discurso en textos escritos. Esta aproximación es comúnmente empleada en diversos campos, tales como el análisis del discurso, comunicación política y, específicamente, la ciencia política. En este contexto, se realizaron aproximadamente 12 entrevistas a politólogos, periodistas de los medios de comunicación *Página siete* y *La razón*; además de otras fuentes.

El corpus de la investigación incluyó un total de 356 periódicos nacionales, de ambos periódicos, centrándose en: Las portadas de los periódicos, con especial énfasis en los titulares principales, los editoriales de prensa y las caricaturas de editorial. La sistematización de los datos se llevó a cabo considerando la relevancia de cada uno de estos componentes en la temporalidad que se desarrolla este proyecto de investigación, lo que permitió obtener una comprensión más completa de la influencia y el impacto del discurso mediático en la percepción política y en la opinión pública.

7. Pertinencia e impacto de los resultados

La presente investigación describe cómo y en qué medida las noticias connotan un accionar político en un acontecimiento relevante como lo fue el 21-F cuyo desenvolvimiento marco un antes y después en la correlación de fuerzas legítimas en el país. El énfasis radica como analogía al acontecimiento de la muerte de Sócrates donde la filosofía pasa a ser política, donde Platón expone que la condena de muerte no habría sido posible de no ser que Sócrates usara la retórica, entendida como mecanismo de persuasión, como defensa legal y en frente de los jueces; pues bien, la construcción narrativa de *Página siete* y *La razón* describen un rol político a ser ejecutado la de extrapolarizar un escenario electoral que dejó de vincularse con la democracia participativa y situó a varias fuerzas políticas a disputarse la caída de la hegemonía del MAS a través de la retórica. Por tanto, esta investigación describe de manera pormenorizada hallando 3 puntos principales de canalización de mensajes cómo los periódicos disputan el escenario político con estrategias narrativas.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

1. Marco Teórico

Toda sociedad gira alrededor de los actos performativos aquellas que nos exponen a los discursos orales y escritos, descritos y actuados, mencionados y censurados; dicho de una manera menos abstracta las y los individuos estamos constituidos por palabras, códigos que, construyendo nuestros espacios y hábitos de relación con el mundo exterior, muchos de ellos alterados en su raíz inicial: el significado del significante. Los discursos están contruidos por palabras, oraciones, párrafos, performances, sistemas de valores, ideologías, religiones, construcciones sociales, culturales y económicas. Hablamos del discurso desde la multiplicidad de componentes: oral, escrito, visual, cognoscitivo que son mencionados desde aquellos espacios que pretenden transfigurarlos, en ello el campo político. En este sistema se van alojando un sinfín de sistemas que son desarrollados por las instituciones públicas, las y los actores políticos, los acontecimientos sociales que configuran periodos históricos, las personas quienes interpretan los hechos y, en una gran medida, el transmisor de los mensajes impartidos por los medios de comunicación.

En ello Judith Butler reflexiona sobre el acto póstumo de las palabras en el comportamiento: *Los filósofos raramente reflexionan sobre la actuación en el sentido teatral del término, pero desde luego tienen un discurso sobre los “actos” que mantiene significados semánticos asociados con aquellos de las teorías de la representación y de la actuación. Por ejemplo, los “actos de habla” de John Searle, estas garantías y promesas verbales, que no parecen reenviar sólo un intercambio de palabras, sino construir un vínculo moral entre los hablantes, ilustran uno de los gestos ilocucionarios que constituyen el escenario de la filosofía analítica del lenguaje.*²El efecto colateral de los actos performativos, expresados en los discursos, mantiene una línea delgada con lo moral, es decir, las y los receptores recibirán un mensaje cuyo fin o forma de descifrarlo puede desenvolverse en una respuesta provocada desde la inducción de quien emite el mensaje; en ello pocas veces existe el detenimiento exhausto en analizar o decodificar el mensaje que contiene el mensaje o el discurso que contiene las palabras escuchas o leídas.

Los discursos sólo son posibles a partir de la conjunción de los elementos lingüísticos que van situándose alrededor del intercambio constante de mensajes (palabras, códigos). La capacidad de los medios de comunicación masivos nos lleva a la interrogante que en su

² Véase, “Actos performativos y constitución del género”. *Op. Cit.* p. 296.

momento Hannah Arendt³ planteaba sobre la cultura de masas que cuando la sociedad de masas pretende abstenen los transmisores de pensar [desde la composición de inquietudes] llevándolos a un molde de espacios: deporte, novelas, cine, reportaje, etc. donde la masificación de la información es para el entretenimiento, uno que es difundido repetidas veces; no se mantiene alejado de aquellos programas que informan lo que acontece en las sociedades en cuanto a lo público, la economía y otros, pues estos han amoldado su estrategia de difusión para ser sintonizados de forma masiva. Los medios de comunicación masiva reproducidos en prensa, radio y televisión hacen posible la conjunción de elementos lingüísticos y suponen un rol relevante cuando asignan un sistema de valor a una noticia en espacial, el efecto de cómo se va reproduciendo un acontecimiento es determinado por cómo es interpretado sin dejar de lado que aquello tiene como razón genealógica el transmisor: el componente de cómo estructuro dicho mensaje en la nota de prensa para ser comunicado.

1.1 ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA NOTICIA

El origen del análisis del discurso surge con el hallazgo de las clases dictadas por Frenad Saussure⁴ sobre el signo describiéndolo desde sus componentes analíticos que se van configurando en la sociedad mediante el intercambio constante de espacios, culturas, temporalidades y alteraciones significativas. Por ello, que los sistemas lingüistas forman parte estructural de la metodología de investigación que ira transmutando de varias disciplinas sociales. En la literatura Teun Van Dijk resaltó el trabajo de Vladimir Propp⁵ quien sostuvo, desde los cuentos rusos, la posibilidad de contribuir al análisis del discurso una metodología sistémica basada en reglas de proposiciones, la alteración de los significados en base a la cultura de cada sociedad y la influencia del discurso en las dos variantes expuestas previamente; todo ello desde lo escrito. En el campo de la antropología se halló un resultado parecido, confirmando el anterior, con el aporte de Clade Levi-Strauss creando desde la observación a las comunidades indígenas en Brasil: los códigos de comunicación son compuestos por alteraciones geográficas, pues cada grupo presenta comportamientos a ser modificados el cual tiene una enorme influencia en los significados de los significantes de aquellos espacios.

En los medios masivos de comunicación Noam Chomsky sintetiza el total de aportes para analizar de cerca a la noticia transmitida desde la prensa, radio o televisión; aquella investigación giró alrededor de la gramática del texto en la prensa estadounidense durante los conflictos bélicos de 1917 que reclutó jóvenes para las Fuerzas Armadas, para aquel entonces ciertos valores “patrióticos” jugaron un rol importante para lograr el número alto de enlistados, sin embargo, aquel valor fue parte de una construcción masiva y periódica de reproducción como noticia persuasiva: Fue la construcción de convicción patriótica y la construcción de un enemigo externo (lo extranjero) que motivo la defensa de aquella nación. La prensa llegó a publicar titulares y noticias sobre el “peligro” que acontecida a los Estados Unidos siendo Woodrow Wilson, presidente de aquella nación, el único sujeto que puede asumir una postura para frenar la oleada de miedo a través de la seguridad. Aquello dio origen al Ministerio de la Propaganda lo que comúnmente es denominado como Ministerio

³ Véase, “*Entre el pasado y el futuro*”. *Op. Cit.* p. 2.

⁴ Véase, *La noticia como discurso*. *Op. Cit.* p. 37.

⁵ Ídem, p. 37.

de Comunicación en la región de América latina. Noam Chomsky recopiló la información de qué periódicos se encontraban impulsando los reclutamientos, cuáles fueron las palabras reproducidas y qué sistema de valores fueron impuestos, a su vez evidencio la alianza que mantuvo el gobierno estadounidense con grupos influyentes de medios de comunicación a través de un único discurso: la patria.

El análisis del discurso es un enfoque de estudio que busca describir, explicar la estructura del signo, la influencia de su significado en la sociedad; como disciplina que es comprende subestructuras de estudio, como lo es en los medios de comunicación masiva, aquella rama se denomina análisis de la noticia. Esta estructura estudia: la noticia como objeto central de análisis, n. como actor estratégico al momento de enviar el mensaje, a las y los receptores como resultado del mensaje.

La redacción de prensa sobre los acontecimientos sociales, culturales, históricos, económicos o políticos cumplen el rol de difusión importante: que el mensaje sea comprendido, visto desde el enfoque del análisis del discurso, aquellas noticias publicadas son seleccionados para su publicación acompañada de una investigación periodística sobre los hechos y una oración que sintetice todo lo que pretende informar. La selección los permite situarlos en posiciones jerárquicas y relevantes de un medio masivo de comunicación: en el periódico lo más importantes los hallamos en las portadas, en la radio en los programas de líderes de opinión, en la televisión en los programas de mayor audiencia; y quizás, se encuentren muchas más variantes que determinen este detalle como la cantidad de espectadoras y espectadores, el prestigio del medio o la relación del medio con el gobierno u otros sujetos de influencia. Toda noticia redactada cumplirá funciones de decisión en sus receptores que se depositan en el sistema de valores de la opinión pública.

Teun Van Dijk plantea el siguiente esquema para describir el análisis del discurso de la noticia en cuanto a la estructura de su construcción: 1. Nueva información sobre acontecimientos, sucesos cotidianos, objetos, fechas o personas; 2. Programas (televisión, radio, columnas de opinión) que se describen como ítems periodísticos; 3. Un ítem o informe periodístico es un texto o discurso, se almacena la información sobre el contexto.

Para la descripción de espacio y discurso se Van Dijk describe dos dimensiones: textuales y contextuales; la dimensión textual gira alrededor de la sintaxis y la semántica, es decir la comprensión de lo que indica el mensaje de la noticia; la dimensión contextual comprende los factores sociales, socioculturales, sociopolíticos y el proceso cognitivo, todo lo externo que va a predeterminar la influencia de cierta variante en una noticia: economía, política, conflicto, bloqueo u otros. En la misma dimensión se encuentra las 'proposiciones' cuya función es encontrar o hallar en una estructura global cuál o cuáles son las noticias para el objeto de estudio localizado [en este caso, aquellas que van a inducir], éstas p. al momento de ser seleccionadas y agrupadas se constituyen grupos denominados macro proposiciones, microestructuras y macroestructuras; según el objetivo, todas estas 'macros' pueden condensarse en una única estructura descriptiva jerárquica: la superestructura.

1.1.1 ESTRUCTURA DE ANÁLISIS: CONCEPTOS, DIMENSIONES Y REGLAS

Una aproximación metodológica comprende conceptos, dimensiones y reglas que se aplicaran en la presente investigación, Van Dijk sitúa lo siguiente como herramientas aplicables a las estructuras jerárquicas, ellas son descritas como reglas: Texto y contexto, sintaxis, semántica, estilo, léxico, proposiciones, secuencia de proposiciones, retórica, reglas de especificación y presuposición.

TEXTO Y CONTEXTO

Primera dimensión: En el texto hallamos de manera análoga lo es: las palabras expresadas de forma oral, así como los discursos en espacios públicos, en proclamaciones, en entrevistas o divulgación propia en espacios privados o redes sociales, también encontramos a la escrita aquella que puede ser la transcripción de la primera, a la construcción de oraciones o párrafos. En el texto se almacenan los dispositivos disciplinarios cuyo efecto radica en la alteración del significado (lo que representa) y obstruye por completo su relación con el significante (lo que es). En cuanto al contexto, también, se (auto)describe por sí mismo: su función se sitúa en el valor que va a designarle al texto pues este está determinado por todo lo que acontece a su alrededor conflicto, fechas históricas, discursos públicos o privados, crisis, elecciones y otros; un contexto configura el proceso cognitivo del receptor a través del texto.

SINTAXIS

Segunda dimensión: En la sintaxis vamos a encontrar, detectar los patrones o fenómenos repetitivos en una estructura gramatical, pues su estudio se encuentra almacenada en hallar en las palabras, oraciones, preposiciones y texto cuál es el mensaje que están emitiendo, la influencia en las oraciones de los textos publicados en las portadas de los periódicos. Teun Van Dijk la describe como una herramienta: *“No se limitaban a una oración si no que más bien caracterizaban secuencias de cláusulas, proporciones o textos completos: los pronombres; los artículos definidos e indefinidos, los demostrativos; muchos adverbios, conjunciones de varios tipos y fenómenos como la presuposición, la coherencia y la actualidad”*⁶. Es decir, describe el orden y relación en las palabras, detectando patrones. Esto construye un significado en el lector.

SEMÁNTICA

Tercera dimensión: su objetivo se va a centrar únicamente en el significado de las palabras, es decir, va a describir aquello que fue configurado para alterar el significado de un significante; las palabras (escritas), frases, discursos o entrevistas son el objeto de estudio para ver el mensaje a decodificar. Se constituye como la herramienta que (auto)formula las reglas para asignar, a través de los significados, interpretaciones a las unidades estructurales combinando interpretaciones de *unidades mayores*⁷.

ESTILO

Cuarta dimensión: El estilo analiza y describe el resultado de las decisión o elecciones de palabras (en cuanto al sistema de valores) que la o el hablante empleo en un discurso; el significado de las palabras se ve en cuanto a la orientación ideológica, política, social o económica que se puede hallar en las oraciones. Van Dijk sita el siguiente ejemplo: *El hecho*

⁶ Véase, *La noticia como discurso. Op. Cit.* p. 41.

⁷ Ídem, p. 46.

de decir “médico” en lugar de “doctor”, “terroristas, en lugar de “grupos armados”, transformándose es un elemento del estilo del léxico. Es por ello que, el estilo es una indicación principal del rol del contexto.⁸

LÉXICO

Quinta dimensión: El léxico es el análisis del significado que hay en las palabras de forma individual y su relación con el exterior o variantes como: el contexto, siendo el dialecto que va a responder al significado de una palabra previamente asignada en un contexto geográfico específico; la construcción social cultural, la geografía identitaria, la inclinación ideológica y otros. Siendo esta dimensión una que hace mucho hincapié en lo connotativo.

PROPOSICIONES

Sexta dimensión: La proposición está compuesta por variables que pueden dar certeza a la afirmación de la oración o rechazar la certeza, al estar compuesta por un sujeto y predicado permite localizar al predicado siendo este el constructor de dar paso a la certeza de la oración. Esta dimensión permite identificar si existe o no una afirmación principal y los argumentos en la oración; Van Dijk menciona “*Las proposiciones se construyen con un ‘predicado’ y ‘cierto número de argumentos’*. *Estos argumentos pueden ser variables, como x, y, z o constantes como a, b y c o Mary, Peter y mi viejo gato. Antes que nada, una preposición puede modificarse mediante operadores de diferentes tipos. Estos operadores construyen proposiciones a partir de preposiciones.*⁹

SECUENCIA DE PROPOSICIONES

Séptima dimensión: La aplicabilidad de las proposiciones comprende una estructura analizada a partir de las secuencias cuya función es explicar el análisis del discurso mediante los mecanismos de información que aparecen y desaparecen en las oraciones o párrafos. A partir del siguiente ejemplo se explica su función:

- a. Silvia Lazarte ganó las elecciones porque articulo las principales causas de la agenda feminista, el voto de las mujeres le dio la victoria.
- b. Silvia Lazarte ganó las elecciones. Las mujeres votaron por ella.

En el primer ejemplo existe la descripción de la ‘victoria electoral’ de Silvia Lazarte a partir del componente ideológico plasmado en una propuesta política; en cambio, en la segunda oración sólo explica la ‘victoria electoral’ por el voto de mujeres desapareciendo el factor clave que garantizó dicha victoria.

RETÓRICA

Octava dimensión: La retórica comprende un rol estratico en la estructura ya que se encarga ver el efecto connotativo de las palabras para un discurso, es decir, en un discurso la retórica puede persuadir sobre lo que desea ser mencionado por los actores sociales que desean captar la orientación del debate público. Es la *dimensión más empírica, la que estudia los aspectos sociopsicológicos de la persuasión basados en el uso de estructuras retóricas específicas.*¹⁰

⁸ Ídem, p. 50.

⁹ Ídem, p. 92.

¹⁰ Ídem, p. 50.

REGLAS DE ESPECIFICACIÓN

Novena dimensión: La función está compuesta en dos partes: 1. Las especificaciones de alto nivel, se dan en el principio de la estructura en la cual se contará con la información totalizadora de la noticia identificando con mayor relevancia a las connotativas; 2. Los detalles, están situados en el nivel más bajo por la importancia jerárquica que representan, son la descripción detallada de la estructura. Estas serán utilizadas en los sistemas de las macrorregla y las macroestructuras.

PRESUPOSICIÓN

La décima y última dimensión: La presuposición es el conjunto o total de proposiciones que desarrollan una acción para asignar significados a un discurso, esta mediante el análisis, con mayor frecuencia lo harán connotativamente. Esta función incluye información direccionada siendo los argumentos, fechas, nombres, lugares, reuniones, etcétera los que permiten comprender cuál es el posicionamiento ideológico del discurso periodístico. Es por ello que su aplicabilidad es más cognoscitiva.

1.1.2 ESTRUCTURAS DEL ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO

MACROESTRUCTURA

Es la estructura en la cual se compilan el total de variantes encontradas en un discurso constituyendo un solo engranaje para articular, jerárquicamente, y explicar el ítem periodístico. La organización jerárquica de los temas se da mediante la dimensión e importancia del contexto. Las macroestructuras están construidas por sistemas de macroproposiciones, las mismas son estructuras de proposiciones. Cada una está relacionada con una secuencia de proposiciones, cláusulas y oraciones.

MACROREGLAS

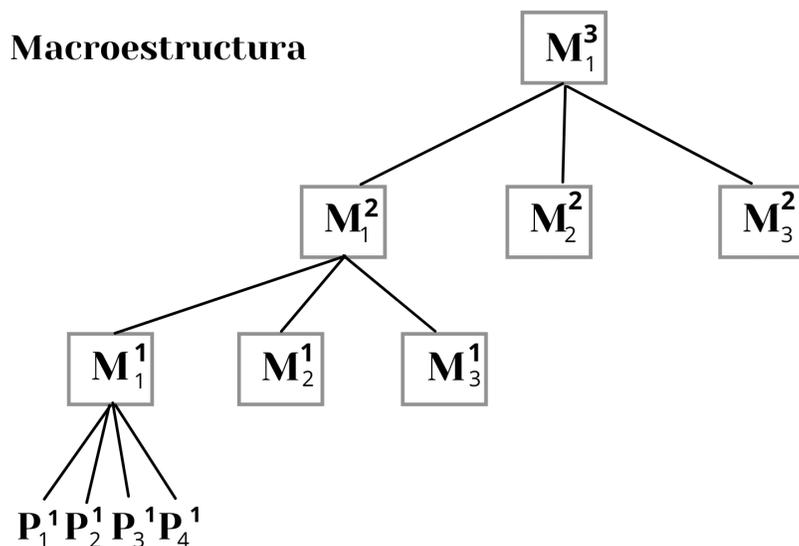
Son estructuras más amplias partiendo de proposiciones en un nivel más bajo para construir macroproposiciones en el nivel más alto; *esto significa que los asuntos o temas derivan de los significados de un texto a través de un resumen de macroreglas. Estas reglas definen el resultado final, que es el núcleo, la información más importante y por lo tanto el tema o asunto para cada secuencia de proposiciones de un texto como el párrafo.*¹¹

Las macroreglas representan el resumen de la información, noticia y lenguaje pues esta estructura será útil para ítems periodísticos de investigación como las columnas de opinión. Se consolidan en tres dimensiones: 1. Suprimir toda información que no sea relevante en el resto del texto, como los detalles locales; 2. Tomar en cuenta la secuencia de proposiciones y se reemplazando por una generalización, es decir, en lugar de mencionar “gato, perro, canario” se reemplaza con “animales domésticos”; 3. Reemplazar una secuencia de proposiciones que denoten las condiciones usuales, los componentes o las consecuencias de un acto o suceso, por una macroproposición que denote el acto o suceso como un todo, es decir, “Ir al aeropuerto, presentar el billete, encaminarse a la puerta” reemplazarla con la macroproposición “fui al avión a..”. Estas tres formas son reglas que se pueden o no utilizar para resumir un ítem periodístico son reglas de funcionamiento. *La supresión, la*

¹¹ Ídem, p. 56.

generalización y la construcción, pues pueden considerarse como las tres principales macroreglas que reducen la información de un texto a sus temas.¹²

El siguiente paso es sistematizar a través de las dimensiones los datos obtenidos de los ítems periodísticos, para esto utilizaremos el siguiente esquema:



La “M3, M2,” del primer y segundo nivel representa la macroestructura y las macroestructuras que según la recopilación de datos; la “M1” del tercer nivel representa las macroproposiciones que estas estructuradas por la secuencia de las proposiciones representadas por la “P1”.

SUPERESTRUCTURA

Es la *estructura global del discurso definida por categorías y reglas superestructurales específicas de manera semejante a la de los relatos.*¹³

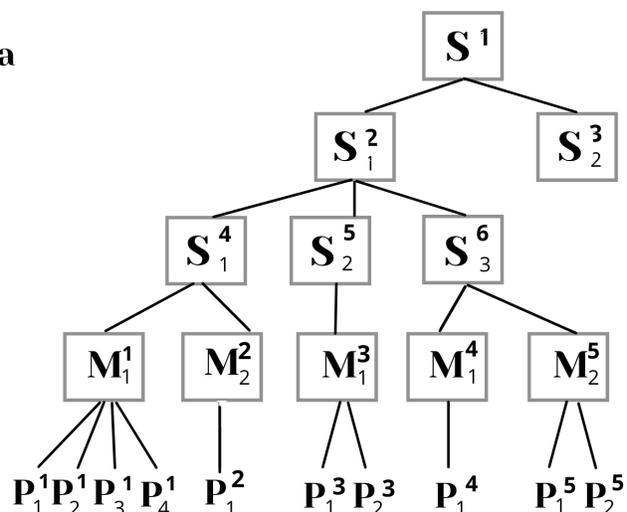
El rol de la superestructura es otorgarles funcionamiento a las dimensiones, específicamente de la macroproposición, la secuencia de oración y proposición. *La necesaria relación con otras estructuras del discurso se establece a través de macroestructuras semánticas (temas). Es decir, sin de asignar una forma o esquema global a un texto, debemos relacionarlo con un significado global que pueda llenar esa forma o esquema. Así, cada categoría de la superestructura se asocia con una macroproposición (tema) de la macroestructura semántica.*¹⁴

¹² Ídem, p. 56.

¹³ Ídem, p. 80.

¹⁴ Ídem, p. 80.

Superestructura



En el esquema la “S1, S2, S3, S4, S5, S6” representan categorías de la superestructura ya constituidas; “M1, M2, M3, M4, M5” constituye a la macroestructura que ya forma parte estructural de la superestructura; “P1, P2, P3, P4, P5” son las proposiciones.

1.3 ESQUEMA PERIODÍSTICO

El esquema periodístico es la forma en la cual están compuesta una noticia por cinco elementos estructurales.

RESUMEN: TITULAR Y ENCABEZAMIENTO

El titular y encabezamiento son ítems periodísticos su función estructural es desarrollar y describir los principales temas del acontecimiento o acontecimientos en una sola oración dependiendo su ubicación la forma puede ser más extensa o creativa. Su estructura funciona como un resumen. *De aquí que, como en los relatos normales, también podamos introducir la categoría del resumen rigiendo a las de titulares y encabezamiento.*¹⁵

*Cada ítem informativo de la prensa tiene, por ejemplo, un titular y mucho tiene un encabezamiento, ya sea que lo distinguan mediante un tipo especial de letra o no. También poseemos una regla elemental para ellos: el titular precede al encabezamiento y juntos preceden al resto del ítem informativo.*¹⁶

EPISODIO

Son acontecimientos principales en el contexto asociados a lo social, sociocultural y sociopolítico donde los antecedentes explicaran los escenarios. El contexto se construye con los sucesos principales; por indicadores que marcan la simultaneidad como “mientras” o “durante” pues la información será aquella que denote la situación actual para construir los sucesos informativos estructurales. Por otro lado, observaremos que en repetidas ocasiones la construcción del contexto es la totalidad de los acontecimientos importantes “*en este*

¹⁵ Ídem, p. 83.

¹⁶ Ídem, p. 83.

sentido, el contexto difiere de los antecedentes, que tienen una naturaleza histórica o estructural más comprensiva.”¹⁷

Los antecedentes son la construcción investigativa del episodio, es decir, es la investigación detrás de la noticia transformándose en la parte más importante de la redacción de un ítem periodístico y al mismo tiempo el punto con mayor frecuencia no se informa o no se utiliza. El origen de las *fake news* vienen desde estos niveles. En repetidas ocasiones los antecedentes llegan a aparecer más tarde en la selección de ítems donde se mencionan las raíces de su función: los acontecimientos actuales o principales.

CONSECUENCIA

Es el valor informativo de los acontecimientos sociales, políticos, económicos, culturales, etc., se encuentran parcialmente determinado por la seriedad de sus consecuencias. Estas devienen de la discusión real detrás de cada noticia y su importancia, no es un ítem periodístico pues son la acción que va a anteceder a la selección de noticias para evaluar el impacto previa su publicación. La evaluación le da a la consecuencia coherencia causar a los acontecimientos informativos. *A veces, las consecuencias son incluso más importantes que los propios acontecimientos informativos principales. Por lo que pueden tener la misma posición jerárquica que el tema en los sucesos principales, e incluso pueden llegar a convertirse en el tema de más alto nivel y reflejarse en los titulares.*¹⁸

REACCIONES VERBALES

Son las acciones de las y los periodistas sobre los acontecimientos más relevantes donde buscan formular “opiniones” en las/los líderes de opinión. Estas opiniones no son la construcción misma de los periodistas si no vienen a ser la construcción o formulación verbal. La pregunta de una/un periodista no es una reacción verbal, pero la respuesta de la o el actor a esta respuesta sí se convierte en una reacción verbal. Las reacciones verbales son tratadas en las consecuencias donde se evalúa cuál es la importancia/impacto que debería obtener en caso de que se convierta en un ítem periodístico. *La categoría de las reacciones verbales viene señalada por los nombres y los roles de los principales periódicos y por las citas directas o indirectas de declaraciones verbales. Por lo general esta categoría se sitúa después de sucesos principales, contexto y antecedentes.*¹⁹

COMENTARIOS

*La categoría de los comentarios consiste en dos subcategorías principales: evaluación y expectativas. La evaluación caracteriza las opiniones evaluativas sobre los acontecimientos informativos actuales; la categoría de las expectativas formula consecuencias políticas o de otro tipo sobre los sucesos actuales y la situación.*²⁰

Los comentarios, representan la parte elemental de la construcción de la noticia que es: la dirección ideológica del diario, y a su vez, también representa la caracterización de la editorial de la prensa que es la columna vertebral de opinión de cada periódico.

¹⁷ Ídem, p. 85.

¹⁸ Ídem, p. 87.

¹⁹ Véase, *La noticia como discurso. Op. Cit.* p. 87.

²⁰ Ídem, p. 87.



1.2 ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL MENSAJE FOTOGRÁFICO

El análisis semántico de la fotografía está diseñado para analizar la fotografía de prensa compuesta como la: 1. denotación y connotación, 2. la construcción del texto y contexto alrededor de la fotografía que construye un significado para el lector que recibe el mensaje.

La fotografía de prensa es un mensaje. El conjunto de ese mensaje está formado por una fuente emisora, un canal de transmisión y un medio receptor. La fuente emisora es la redacción del diario, el grupo de técnico, entre los cuales algunos sacan la foto, otros la seleccionan, la componen, la retocan y finalmente, otros la ponen un título, le agregan una leyenda al pie y la comentan. El medio receptor es el público que lee el diario. Y el canal de transmisión es el mismo diario o, más precisamente, un complejo de mensajes concurrentes, en cuyo centro se encuentra la fotografía, y cuya periferia consiste en el título, la leyenda, la maquetación y de un modo más abstracto, pero no menos importante, el nombre mismo del diario (porque ese nombre constituye un saber que puede modificar notablemente la lectura del mensaje propiamente dicho: una foto puede cambiar de sentido al pasar de L'Aurore a L'Humanite).²¹

Se observa lo siguiente: *La estructura de la fotografía no es una estructura aislada; se comunica por lo menos con otra estructura, que es el texto (título, leyenda o artículo) que acompaña toda fotografía de prensa.²²*

El mensaje fotográfico en dos dimensiones estructurales: la fotografía y el texto. Estas dos estructuras son concurrentes, pero como sus unidades son heterogéneas, no pueden mezclarse (texto) la sustancia del mensaje está constituida por palabras, en el otro (en la

²¹ Véase, *Un mensaje sin código*. Op. Cit. p. 7.

²² Ídem, p. 8.

*fotografía), por líneas, superficies, tonos.*²³ Es decir, la fotografía y el texto son dos componentes aislados al momento del análisis ya que el código, la denotación y connotación son conceptos de estudio específico por el efecto del mensaje.

*Lo que transmite la fotografía es por definición, la esencia en sí, lo real literal. Del objeto a su imagen hay ciertamente una reducción: de proporción, de perspectiva y de color. Pero esta reducción no es en ningún momento una transformación (en el sentido matemático del término); para pasar de lo real a su fotografía, no hace falta en lo más mínimo dividir esa realidad en unidades, ni constituir esas unidades en signos sustancialmente distintos del objeto que ofrecen a la lectura; entre ese objeto y su imagen, no hace falta en lo más mínimo disponer de un revelado [relais], es decir, de un código, es cierto que la imagen no es lo real, pero al menos es el analogon perfecto, y es precisamente esa perfección analógica la que, para el sentido común, define a la fotografía. Así, se revela la característica particular de la imagen fotográfica: es un mensaje sin código, proposición de la que debemos inferir de inmediato un corolario importante: el mensaje fotográfico es un mensaje continuo.*²⁴

*La fotografía de prensa nunca es una fotografía “artística”. Dado que la fotografía se presenta como un análogo mecánico de lo real, su mensaje primario colma en cierto modo su sustancia y no deja lugar para el desarrollo de un mensaje secundario. En suma, de todas las estructuras de información la fotografía sería la única en estar exclusivamente constituida y ocupada por un mensaje “denotado”, que agotaría” o, si se quiere, de plenitud analógica, es tan fuerte que la descripción de la fotografía es, en rigor imposible, ya que describir consiste precisamente en adjuntar al mensaje denotado un relevo o un mensaje secundario, obtenido de un código que es la lengua, y que constituye fatalmente, por más esfuerzos que hagamos para ser exactos una connotación en relación con el análogo fotográfico: describir no es, entonces solo ser inexacto o incompleto, es cambiar de estructura, es significar algo diferente a lo que se muestra.*²⁵

El mensaje de la fotografía y la estructura semiótica se entiende por dos mensajes: Un mensaje denotado que es el *analogon* en sí, “lo analógico de la imagen lo que es”; el mensaje connotado que es cómo la sociedad, en cierta medida, da a interpretar lo que piensa al respecto, lo que llega a representar el sentido secundario.

1.2.1 ESTRUCTURA SEMIÓTICA DE LA FOTOGRAFÍA

El estudio de la fotografía está compuesto en dos partes: 1. La connotación de la imagen, 2. El texto y la imagen. En la primera parte se va a desarrollar aquellos conceptos y dimensiones y códigos semióticos que parten de la fotografía en las portadas de periódicos. En la segunda se describe con tres parámetros: a. Cómo el texto puede transformar el mensaje de la fotografía, b. Connotación del texto en la fotografía y, c. La denotación y connotación de la fotografía como esencia.

²³ Ídem, p. 9.

²⁴ Ídem, p. 9.

²⁵ Ídem, p. 10.

1.2.2 PROCEDIMIENTOS DE LA CONNOTACIÓN

Los procedimientos de la connotación cumplen la función de explicar los códigos o el mensaje que tiene la fotografía. Estos procedimientos están conformados por seis técnicas, siendo los tres primeros relacionados a modificación de lo real o del mensaje denotado (esa preparación, evidentemente, no es propia de la fotografía). La connotación para la estructura representa, *la imposición de un sentido secundario al mensaje fotográfico propiamente dicho se elabora en los diferentes niveles de producción de la fotografía (selección, tratamiento técnico, encuadre, maquetación): Es, en suma, una codificación del análogo fotográfico; por ende, es posible ir desentrañando procedimientos de connotación.*²⁶

TRUCAJE

*El interés metódico del trucaje consiste en que este interviene en el interior mismo del plano de denotación, sin aviso; utiliza la credibilidad particular de la fotografía, que se limita como hemos visto, a su excepcional poder de denotación, para hacer pasar por simplemente denotado un mensaje que, en realidad, esta marcadamente connotado; no hay ningún otro tratamiento donde la connotación se oculte de un modo tan completo detrás de la máscara “objetiva” de la denotación.*²⁷ Es decir, la manipulación de la materialidad icónica de la foto, manipular lo que es y lo que no es.

POSE

*Es la pose misma lo que prepara la lectura de los significados de connotación, especialmente desde los estereotipos-; la fotografía, evidentemente solo es significativa porque existe una reserva de actitudes estereotipadas que constituyen elementos de significación ya conocidos; una “gramática histórica” de la connotación iconográfica debería buscar las metáforas corrientes que es la “cultura”. La pose no es el procedimiento específicamente fotográfico, pero es difícil ignorarlo, porque deriva su efecto del principio analógico fundamental de la fotografía: el mensaje no es aquí “la pose” sino “Kennedy rezando”: el lector recibe como simple denotación lo que el hecho es una estructura doble, denotación-connotación.*²⁸ La construcción de valores físicos mediante la captura fotográfica de las y los actores políticos, sociales, sus gestos, su postura, su rostro frente a hechos sociales.

OBJETO

*La importancia particular a lo que podríamos llamar la pose de los objetos, pues el sentido connotado surge entonces de los fotografiados (tanto si el fotógrafo ha tenido la oportunidad de ubicar artificialmente esos objetos delante del objetivo, como si el maquetado ha elegido de entra varias fotografías la que contienen tao o cual objeto). Estos objetos son inductores comunes de asociaciones de ideas (biblioteca=intelectual). Estos elementos construyen excelentes elementos de significación: por un lado, son discontinuos y completos en sí mismos, lo que es una propiedad física del signo; y por el otro, remiten a significados claros, conocidos; por consiguiente, son los elementos de un verdadero léxico, tan estables que uno puede construir con ellos fácilmente una sintaxis.*²⁹ Los objetos vamos a ir seleccionando a partir de la importancia que resaltan de la construcción social.

²⁶ Ídem, p. 11.

²⁷ Ídem, p. 13.

²⁸ Ídem, p. 14.

²⁹ Ídem, p. 14.

FOTOGENIA

Parte de la teoría de la fotogenia que desde la estructura informativa: el mensaje connotado está en la imagen misma, “embellecida” (es decir, en general, sublimada) mediante técnicas de iluminación, de impresión y de revelado.³⁰ De esta técnica se recurre mediante la saturación de los colores en las fotografías siendo el recurso que más se ha usado para los periódicos.

ESTETICISMO

Cuando la fotografía se hace pintura, es decir, composición o sustancia visual deliberadamente tratada como un “empaste”, sea para significarse a sí misma como “arte” (es el caso del pictoralismo de comienzos de siglo), sea para imponer un significado por lo general más sutil y más complejo de lo que sería posible mediante otros procedimientos de connotación.³¹

SINTAXIS

Varias fotografías pueden construir una secuencia (suele verse en las revistas ilustradas); el significante de connotación entonces ya no se encuentra a nivel de ninguno de los fragmentos de la secuencia, si no al nivel (suprasegmental, dirían los lingüistas) del encadenamiento.³²

1.2.3 EL TEXTO Y LA IMAGEN

La función de la fotografía de prensa, mediante el texto, es ilustrar con palabras el mensaje que quiere enviar mediante lo siguiente: primero la fotografía/imagen y luego el texto. Esta estructura desde la presentación es vulnerada porque no cumple este requisito y no vemos desde los procedimientos de la connotación, no obstante, el texto también transforma de distinta forma la presentación de la fotografía de prensa agregando significados e ilustraciones que el lector recibe al leer y ver la portada. El texto y la imagen que representan otra categoría se los estudia como hecho aislado con el fin de entender cuáles son los efectos de los textos alrededor de la fotografía de prensa, de los cuales no sólo es el titular o título si no todos los ítems periodísticos seleccionados que entran en la portada.

Roland Barthes desarrollo tres observaciones para entender el efecto del texto y la imagen: La primera, que es la imagen parasitaria: *el texto constituye un mensaje parásito, destinado a connotar la imagen, es decir, a “introducirle” uno o varios significados secundarios. Dicho de otro modo, la imagen ya no ilustra la palabra, es la palabra la que, estructuralmente, es parasitaria de la imagen, lo que implica un vuelco histórico importante; y este vuelco tiene su precio: en los modos tradicionales de “ilustración”, la imagen funcionaba como un regreso episódico a la denotación, a partir de un mensaje principal (el texto) que se sentía connotado, porque necesitaba, precisamente, una ilustración; la relación que mantiene en la actualidad es distinta porque la imagen no viene a aclarar o “realizar” la palabra, sino que la palabra viene a sublimar, patética o racionalizar la imagen.³³*

³⁰ Ídem, p. 15.

³¹ Ídem, p. 16.

³² Ídem, p. 16.

³³ Ídem, p. 17.

La segunda, representa el efecto del habla, *el efecto de connotación probablemente sea diferente según el modo de presentación del habla; mientras más próxima este el habla de la imagen menos parece connotar. Es probable que la leyenda al pie tenga un efecto de connotación menos evidente que el titular o el artículo; título y artículo se separan sensiblemente de la imagen, el título por su impacto, el artículo por su distancia, uno porque se rompe, el otro porque aleja el contenido de la imagen; la leyenda al pie, al contrario, parece referir la imagen, es decir, participar en su denotación.*³⁴

La tercera, el significado de inversa, *la posibilidad de que la palabra “duplica” la imagen, porque en el pasaje de una estructura a otra se elaboran fatalmente significados secundarios. ¿Cuál es la relación entre estos significados de connotación y la imagen? Pues se trata de un énfasis, la mayor parte de los casos el texto se limita a amplificar un conjunto de connotaciones que ya están incluidas en la fotografía; pero a veces el texto también produce (inversa) en significado enteramente nuevo y que de alguna manera se proyecta retroactivamente en la imagen, hasta el punto de parecer denotado en ella. A veces, la palabra también puede llegar a contradecir a la imagen de tal manera que se produce una connotación compensatoria.*³⁵

2. El poder de los medios masivos de comunicación

Los países cuyos sistemas políticos se rigen por las vías democráticas (que son en su totalidad en el mundo) los medios de comunicación masivos se han posicionado como actores estratégicos de difusión de propuestas electorales construyendo en sus receptores la opción de optar por aquello que vaya a beneficiarlo; también se sitúan como aquellos mediadores de los círculos de poder empresariales, políticos, religiosos para resolver o construir un conflicto y; entre las más destacadas tareas se encuentran el proceso de investigación que corre alrededor de algo irregular nombrado como periodismo de investigación que en muchos casos es propuesto por los reporteros de calle quienes han logrado identificar con mayor rigurosidad el estado de ánimo cotidiano.

Los sistemas políticos democráticos empujan constantemente a la vigencia de actores políticos que asuman roles de debate para asumir direcciones públicas oficialistas como opositoras; sin embargo, estos no se han limitado únicamente a aquellos que actores que van en el camino de las contiendas electorales como candidatas y candidatos pues la presencia continua de otros medios pretenden sumarse, no de forma electoral, tampoco visible entre menos notoria sea su opción es ideal, la de los medios masivos de comunicación. La prensa, radio y televisión que ahora transmiten sus ítems periodísticos mediante las redes sociales han intervenido los sistemas políticos con un carácter participativo constante en la formación o construcción de sistema de valores sobre acontecimientos sociales, económicos, internacionales y políticos donde el espacio de relación que tienen con el Estado o las empresas es la orientación objetiva de cada noticia publicada a través de la retórica cuyo efecto es visible en la opinión pública.

³⁴ Ídem, p. 18.

³⁵ Ídem, p. 18.

Los medios de comunicación masivos son los constructores de los mensajes, es decir ellos son los que emiten un mensaje a través de sucesos que creen importantes o aquellos que la misma sociedad los empuja a mencionarlos, estos mensajes son ‘noticias’ transmitidas en los periódicos, en la radio, en la televisión o en el formato digital de las redes sociales; las ‘noticias’ son el mensaje aquella que está compuesta por: información (el contenido o estructura) y comunicación (el canal o medio a ser difundido); los receptores de los mensajes o ‘noticias’ son las personas (lectores, radioescuchas, televidentes) o espectadores de algún medio específico. La estructura del mensaje o noticia es aquella que va a describirse a través del efecto que causa en la opinión pública.

INFORMACIÓN

El periodista Andrés Gomes Vela describe el proceso por el cual ha transmutando la información cuyo proceso dejó de ser, desde la estructura periodística, aquella que busca el conjunto de actores, situaciones, espacios para describir un acontecimiento particular; el cambio que hoy se puede percibir es mediante la contaminación empresarial (la participación de espacios de poder que vuelcan la información o someten una idea a ser informada) y la intoxicación mediática (aquella que es vista como cultura de masas) lo que ha modificado una de sus definiciones funcionales, en el periodismo: *la transmisión de hechos públicos, a través de los medios masivos de comunicación, para facilitar la participación de la sociedad en los temas que le conciernen.*³⁶ Es decir, aquello que no es visto cotidianamente es investigado, descrito y expuesto para que las personas sean partícipes de lo que sucede alrededor suyo.

Ignacio Ramonet³⁷, escritor y periodista crítico sobre medios hegemónicos, describe a la información sujeta al gran esquema industrial, las empresas de entretenimiento, círculos de poder influyente o instituciones públicas; dichos espacios transfiguran su esencia como mercancía de intercambio a favor de intereses; todas son objeto a ser negociables a través de la publicidad, ya que en la creación de los medios de comunicación (sobre todo del periódico) uno de los grandes inconvenientes para su difusión se alojó en la manutención económica que fue ampliamente escuchada como respondida por todo sistema que necesite informar algo; Ramonet aproxima su descripción en el objeto que se convirtió la información y el objetivo que se fue diluyendo cuyo fin tuvo impacto en el esclarecimiento de lo público y el debate democrático, que no esté sometido a círculos de poder.

Por otra parte, Alejandro Llano³⁸ localiza a la información a lado de la opinión pública relacionada por la base de la participación de las personas cuyo efecto connotativo se verá expresado de forma oral, escrita, o en el elecciones: Una ‘buena información’ genera un ‘buen juicio’ un ‘buen juicio’ conduce a una ‘buena decisión’ y una ‘buena decisión’ construye una sociedad soberana (sin persuasión) y democrática (que elige); en cambio, una ‘mala información’ conduce a un ‘mal juicio’ y un ‘mal juicio’ deriva a una ‘mala decisión’. Es decir, la dicotomía moral del efecto de la información.

³⁶ Véase, *Medio poder: La libertad de expresión y derecho a la comunicación en la democracia de la*

sociedad de la información. Op. Cit. p. 26.

³⁷ Véase, *La tiranía de la comunicación. Op. Cit. p. 56.*

³⁸ Véase, *Medio poder. Op. Cit. p. 22.*

Las y los periodistas se ven volcados a asumir la responsabilidad de la información como variante elemental para cualquier estructura que vaya a ser descrita en una noticia; observamos en Llano y Ramonet el efecto de la información en las personas como también quienes desean o pretenden edificar intenciones para dicha elección transformando a la ‘información’ como una herramienta ‘clave’, aquella que es relevante tendrá un efecto en la elección decisiva de las personas mientras la que no se nombre su existencia estará sujeta a ser nombrada o silenciada; como también para aquellos espacios o círculos de poder que pretenden alguna participación directa o indirecta en un hecho noticioso. La información para los esquemas estructurales es un o muchos códigos que es transmitido o comunicado a sus receptores, el fin u objetivo se reduce en ¿qué buscan informal? Y en efecto colateral en la opinión pública y su reproducción de sentido común.

Sin embargo, no toda información radica en la estructura metodológica de investigación, es decir, confirmar o declarar nula la hipótesis, los círculos o espacios de poder han demostrado a lo largo de muchos países o ciudad que, si bien una información es real al momento de ser comunicada, ya que por la publicación empieza su existencia y dicha respuesta será sometida en el tiempo, una des-información puede ser real el mismo procedimiento. ¿La des-información es intoxicación informativa?, ¿cuál o cómo son las formas en las cuales se fueron desarrollando? Pues se encuentran la base de datos alrededor de la información como: ‘especulación’, ‘falsedad’, ‘mentira’ y ‘fake news’, siendo variantes que se contraponen a lo que fue la esencia (inicialmente) de la información. Esta segunda parte se compone como objeto de estudio en el que los medios de comunicación masivos, el periodismo y la noticia constituyen su rol persuasivo o inductivo para el espacio que pretenden comunicar.

COMUNICACIÓN

El Diccionario de Política describe a la comunicación como el conjunto de mensajes que circulan en el interior de un sistema político que condicionan su actividad cotidiana desde la formación y emisión de demandas continuando con efecto de los emisores que lo traducen en respuestas aquel sistema. Marcelo López cree que la comunicación existe porque hay más de uno llevando un mensaje donde la participación de otro es sustancial dicho efecto puede ser demostrado en la participación o la construcción de la opinión pública; siendo así una forma de *comunión* para el sistema político: público-privado.³⁹ Lejos de la convivencia, el efecto de la comunicación no sólo radica en la construcción de la opinión pública sino su alteración sujeta a los estímulos emotivo en ello Gonzales Gaitano describe a la comunicación que contiene en su estructura objetivos para ‘comunicar’: sentimientos, opiniones, imposición de órdenes, economía, crisis etc., los cuales pueden transmitirse mediante el arte, el formato audiovisual, las manifestaciones, la empatía, o un texto o discurso.

La información y la comunicación como estructura del mensaje o la noticia también comprenden una relación íntima con la libertad de prensa, pues sin ella emitiría noticia alguna en territorio geográfico que impida su debate o que la libertad sea comprendida como un rol estratégico para participar como actor político. Cual fuese la situación la libertad de prensa es y se ha transformado en contrapeso para los poderes, u órganos, de Estados, siendo su denominación como la de ‘cuarto poder’, ‘agentes políticos’, ‘grupos de interés’, ‘grupos de

³⁹ Véase, *Diccionario de política. Op. Cit.* p. 264.

presión' o 'miembros de la élite política'; con autonomía plena para la redacción del texto, pero sujetos al intercambio de pautas publicitarias de diversas instituciones públicas, privadas, religiosas o influyentes.⁴⁰

Los medios de comunicación masivos son actores (cuya orientación haya sido elegida por quienes la administran) indispensables los estados democráticos. Ángel Benito explica que, en el escenario democrático, los medios de comunicación cumplen el papel de amplificadores de universos individuales y del diálogo social, pues desde ellos es posible actuar racionalmente sobre los destinatarios de los mensajes y sus categorías de interpretación para conseguir una opinión pública más sana y crítica.⁴¹

El mismo autor señala dos funciones de los medios:

- Presentar la realidad tal cual es, “para que todos tengan conocimiento de lo que es bueno y necesario conservar, y de lo que es preciso desterrar o rectificar”.
- Ponerse al servicio de los objetivos comunes, que, “debidamente estudiados, y libre y socialmente queridos, se estiman como convenientes en un momento social dado”.

Según Carl Friedrich, la función primordial de los medios es construir la democracia como un ámbito de convivencia que mejor consagra los límites de la política; sin embargo, advierte que, en este proceso de construir la democracia como ámbito de convivencia, los medios deben tener bastante cuidado en el uso del lenguaje porque “muchos conflictos políticos resultan de defectos lingüísticos”, puesto que es precisamente el lenguaje el lugar de encuentro de los debates sociales.⁴²

⁴⁰ El concepto es de María José Canel. *Comunicación política: Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. p. 15.

⁴¹ Véase, *Medio poder*. Op. Cit. p. 29.

⁴² Véase, *Medio poder*. Op. Cit. p. 33.

CAPÍTULO 3

LA COYUNTURA POLÍTICA EN TORNO AL PLEBISCITO DEL 21-F

1. La coyuntura política del gobierno de Evo Morales

1.1 TRAYECTORIA DEL MAS-IPSP

La participación de Evo Morales en la política boliviana es un proceso que se gestó a lo largo de varios años con antecedentes que se remontan a la década de 1990. Su presencia en el escenario político nacional cobró relevancia en el año 2002 cuando se postuló como candidato a la presidencia de Bolivia y, al mismo tiempo, como primer diputado plurinominal por el departamento de Cochabamba.

En las elecciones de 2002, Morales y su compañero de fórmula, Antonio Peredo, obtuvieron el 20.77% de los votos a nivel nacional, consolidando al MAS-IPSP como la segunda fuerza política en Bolivia. En el mismo año Gonzalo Sánchez de Lozada ganó aquella elección en la cual firmó un acuerdo conocido por “*el acuerdo de la mega coalición*” con cuatro partidos políticos: MNR, el MIR y NFR; contando con una coalición multipartidaria no logró establecer un proyecto de país en el gobierno a largo plazo.

Evo Morales ingresó al parlamento como diputado marcando su participación con una fuerte influencia en la coyuntura política y social que atravesaba el país. Cabe destacar que la acumulación histórica se estructuró en las bases sindicales del Trópico de Cochabamba que representaba a los productores de coca. Su postura ideológica se forjó en los años 80 y 90, influenciada por su experiencia con la presencia de la DEA cuyas acciones se centraron en la erradicación de la hoja de coca en la región del trópico.

Durante los años 1987 a 2002, el Trópico vivió constantes asedios en respuesta a los esfuerzos de erradicación de la hoja de coca, caracterizados por la violencia estatal contra los productores de coca. La participación parlamentaria del MAS-IPSP inauguró un período de tensiones políticas, marcado por eventos significativos como el referéndum sobre el gas, donde el MAS votó a favor de tres preguntas y en contra de otras dos. También se destacó la denuncia de la venta de misiles y la devolución de cuatro millones de bolivianos a la Corte Electoral por parte de Evo Morales. En 2002, Morales fue expulsado del parlamento, que a su vez logró impugnar la decisión ante la Corte Electoral, que falló a su favor,

indemnizándolo con un año de su salario. Morales destinó este salario a los familiares de las víctimas de los sucesos de octubre negro de 2003.

En 2002, el movimiento campesino y diversas organizaciones barriales de la ciudad de El Alto comenzaron a movilizarse, protestando contra las decisiones del gobierno, en particular, la venta de gas a través de un puerto chileno y la privatización de YPFB desde 1996. Estas movilizaciones se basaron en la defensa de los recursos naturales no renovables y la demanda de la nacionalización de los hidrocarburos para redistribuir los excedentes económicos

Las tensiones alcanzaron su punto máximo con la represión estatal sangrienta en la planta de YPFB de Senkata donde las Fuerzas Armadas ingresaron con violencia marcando un hito en la sucesión constitucional en la Presidencia de Bolivia. En 2003, debido a la creciente presión, Gonzalo Sánchez de Lozada renunció y se autoexilió en Estados Unidos. Fue reemplazado por Carlos Mesa, quien asumió la presidencia en un momento de gran agitación y desafíos para el país.

El año 2004 estuvo caracterizado por una serie de demandas de cambio que culminaron con la dimisión del presidente Carlos Mesa; renuncia que fue una respuesta a la incapacidad de alcanzar una solución aceptable para las demandas de nacionalización de los hidrocarburos, y otras reivindicaciones populares que habían generado un ambiente de conflicto constante en Bolivia. Además, su gobierno se encontraba en un estado de parálisis política, con una falta de consenso en el Congreso que impedía la adopción de reformas significativas.

La sucesión constitucional generó una disputa entre los partidos tradicionales y el bloque campesino. Orlando Vaca Díez, presidente del Senado electo por Santa Cruz, y Mario Cossio, presidente de la Cámara de Diputados electo por Tarija, asumieron roles protagónicos en la disputa por la presidencia del país. Ambos representantes de corrientes de derecha. Trasladaron la sesión del parlamento a la ciudad de Sucre para debatir la sucesión constitucional. Durante esta sesión las protestas se intensificaron ante el rechazo de esta forma de elección, lo que llevó a frenar la renuncia de Hormando Vaca Díez y a que la sucesión constitucional pasara a la Corte de Justicia, que estaba presidida por Eduardo Rodríguez Veltzé quien se convierte en presidente transitorio por el periodo 2004-2005.

En 2005 Rodríguez Veltzé convocó a elecciones nacionales, y en diciembre de ese año, el MAS-IPSP, liderado por Evo Morales y Álvaro García, ganó las elecciones generales con un impresionante 54% de los votos, convirtiéndose en el primer presidente en obtener la mayoría absoluta en las elecciones. Morales asumió la presidencia el 22 de enero de 2006. El triunfo marcó el inicio de un período de profundos cambios en Bolivia, conocido como el *Proceso de Cambio*. Se aprobó la Ley de Necesidad de Reforma a la CPE y se convocó a una Asamblea Constituyente para redactar una nueva Constitución que reflejara la plurinacionalidad del país, los roles del estado y la inclusión sustantiva de las mujeres. Además, se enfatizó la propiedad y control estatal de los recursos naturales, como el gas y el petróleo, y se estableció un límite a la propiedad privada de la tierra.

El 6 de agosto de 2006, se instaló la Asamblea Constituyente, donde la oposición al MAS no aceptaba la aprobación por mayoría absoluta y buscó controlar mediante los 2/3. El 28 de noviembre de 2006 se promulgó la Ley 3545 de reconducción de la reforma agraria, cuyo objetivo principal fue la reversión de tierras al estado que no cumplían la función económica y social, especialmente en las tierras del oriente boliviano.

El año 2007 se caracterizó por el surgimiento del debate sobre las autonomías departamentales en Bolivia, un tema que desencadenó importantes cambios en la estructura política del país. Varias regiones, en particular el departamento de Santa Cruz, comenzaron a promover la idea de la autonomía departamental, lo que les otorgaría un mayor control sobre sus asuntos internos, abarcando aspectos económicos, judiciales y administrativos. La motivación detrás de estas demandas radicaba en la protección de los intereses económicos regionales y en el deseo de ejercer un mayor control sobre los recursos naturales dentro de sus fronteras del país.

Este debate sobre las autonomías departamentales se produjo paralelamente a la redacción de una nueva Constitución para Bolivia. La Constitución, una vez aprobada, otorgaría un mayor reconocimiento a las comunidades indígenas y establecería principios de justicia social, así como la propiedad estatal de los recursos naturales. Este contexto generó tensiones y divisiones en el país, ya que algunas regiones, lideradas por Santa Cruz, expresaron su deseo de obtener una mayor independencia en la toma de decisiones y control sobre sus recursos. Esta situación llevó a conflictos de naturaleza racial y patriarcal, especialmente en relación con el movimiento indígena.

En mayo de 2008, el departamento de Santa Cruz llevó a cabo un referéndum departamental con el propósito de aprobar su estatuto autonómico. Este evento estuvo marcado por la polarización y la confrontación política. Tras la victoria en los resultados, la denominada *media luna*, conformada por autoridades de Pando, Beni, Santa Cruz, Tarija y Cochabamba, aliadas en contra del gobierno central, impulsaron un referéndum revocatorio para destituir a Evo Morales y colocar a Óscar Ortiz, presidente del Senado y representante del partido PODEMOS, en la presidencia.

En agosto del mismo año, Morales fue ratificado en el cargo con un sólido 67.79% de apoyo. Sin embargo, los representantes de la *media luna* fueron revocados, como el caso de Mario Cossio en Tarija, Manfred Reyes Villa en Cochabamba y Luis Paredes en La Paz. Estos eventos marcaron el inicio de una escalada de tensiones y conflictos persistentes en los años posteriores, contribuyendo a la polarización política y a la fragmentación del país en términos de regionalismo y etnicidad. El referéndum revocatorio también llevó a la destitución de varios prefectos opositores, lo que alteró significativamente la composición política en los departamentos y exacerbó la confrontación entre el gobierno central y las regiones departamentales.

Tres eventos clave durante este período ilustran el factor racial como parte del conflicto político. El 11 de septiembre, una marcha hacia la capital de Pando fue intervenida por funcionarios de la prefectura de Pando, lo que llevó a un enfrentamiento en el que tres personas perdieron la vida a causa de disparos. Ese mismo día, el presidente Morales decretó el estado de sitio en la ciudad de Pando y detuvo al prefecto Leopoldo López. Al día siguiente, el 12 de septiembre, el embajador Philip Goldberg fue expulsado del país bajo acusaciones de intervención en asuntos internos de Bolivia, lo que agudizó las tensiones entre Bolivia y Estados Unidos. Estos acontecimientos reflejan la complejidad de la política boliviana en ese período y su impacto en la sociedad boliviana.

El año 2009 fue reelegido de Evo Morales como presidente con un amplio respaldo popular de 64,22% de los votos válidos. Ese mismo año, Bolivia adoptó una nueva Constitución

Política del Estado que estableció un marco legal completamente renovado para el país. Esta nueva Constitución fue un documento fundamental que reconoció los derechos de los pueblos indígenas, promovió una división de poderes más equitativa y expandió las garantías sociales para la población boliviana. Un cambio significativo fue el cambio de nombre del país a *Estado Plurinacional de Bolivia*, en reconocimiento de la diversidad cultural y étnica que caracteriza a la nación.

En cuanto a la gestión económica y política del gobierno de Morales, se llevaron a cabo medidas importantes como la nacionalización de la Empresa Eléctrica de Tarija y empresas mineras. Estas acciones buscaban aumentar el control estatal sobre los recursos naturales y redistribuir los beneficios de estas industrias en beneficio de la población boliviana. Esto reflejó el compromiso del gobierno de Morales con la soberanía y el beneficio de la nación en lugar de intereses extranjeros o corporativos.

En cuanto a los conflictos que marcaron la gestión del presidente Evo Morales esta: Potosí y el Tipnis. En primer lugar, se debe abordar una cuestión de división territorial que ha persistido durante varias décadas. Se refiere al límite entre los departamentos de Oruro y Potosí, específicamente entre los municipios de Quillacas y Uyuni, que incluye la comunidad de Coroma. A lo largo de la historia, el cerro de Coroma, ubicado en dicha comunidad, ha estado sujeto a disputas territoriales. Originalmente, el cerro era parte del territorio del departamento de Potosí, pero los habitantes de Quillacas han cultivado quinua en él, asumiendo su propiedad. Además, el cerro de Pabua también ha sido objeto de disputas territoriales sin resolución.

Este conflicto marcó el inicio de los desafíos que enfrentó Evo Morales, involucrando una confrontación entre dos departamentos, Oruro y Potosí. Además, representó la primera gran huelga que Morales tuvo que afrontar, la cual se prolongó durante 19 días y fue liderada por el departamento de Potosí en oposición a Evo. En ese momento, se planteó la insuficiente capacidad del Estado para resolver estas disputas territoriales de manera adecuada. Se intentó abordar el conflicto mediante un enfoque republicano liberal, a pesar de la existencia del Estado Plurinacional. Esto desencadenó un conflicto significativo que resultó en un enfrentamiento entre el departamento de Potosí y el presidente Evo Morales, ocurriendo aproximadamente en agosto y septiembre de 2010.

En el año 2011, surgió otro problema bajo la administración de Evo Morales debido a la falta de implementación de un principio fundamental del Estado Plurinacional: El reconocimiento de los pueblos indígenas originarios campesinos como sujetos históricos. Se requería llevar a cabo una consulta previa con los pueblos indígenas en la región entre Beni y el departamento de Cochabamba, particularmente en el Trópico de Cochabamba y los municipios limítrofes con Cochabamba, que incluían a Beni y varias comunidades indígenas, entre otros. Evo Morales buscó la construcción de una carretera destinada a mejorar la comunicación entre dos departamentos, pero lo hizo siguiendo un enfoque similar al antiguo estado republicano, en el cual se informaba a los pueblos indígenas sobre el proyecto, pero no se obtenía su consentimiento. Esto generó el mayor conflicto indígena contra el gobierno hasta ese momento. Este conflicto no solo marcó un punto de enfrentamiento entre los indígenas y el gobierno, sino que también resaltó la capacidad de los medios de comunicación para destacar la situación. La tensión aumentó considerablemente, incluso llevando al secuestro del canciller y dos viceministros durante una marcha cerca de Yucumo.

Se intentó una intervención militar que resultó infructuosa, representando una victoria moral para los indígenas en su enfrentamiento con el gobierno de Evo. Tras este logro moral, los indígenas fueron aclamados como héroes en la ciudad de La Paz, incluso por sectores de la clase media y la derecha. Además, obtuvieron simpatía a nivel nacional al demostrar su derecho a ser escuchados públicamente.

Este episodio marcó un punto crítico en la presidencia de Evo Morales, ya que tanto el conflicto en Potosí como el conflicto con los indígenas continúan sin resolverse hasta la fecha. El conflicto con Potosí resultó en una ruptura con la ciudad de Potosí, mientras que en el caso del Territorio Indígena y Parque Nacional Isiboro Sécore (Tipnis), se evidenció una división, ya que algunos líderes indígenas comenzaron a colaborar con el Partido Verde y posteriormente con los Demócratas de Rubén Costas, generando una división política en el sector indígena que persiste.

En 2012, también surgió un conflicto relacionado con la nacionalización de Mallcocota. El conflicto se centró en una empresa conocida como *Sudamérica Silver Corporation*, que estaba explorando un importante yacimiento de plata en el norte de Potosí. Esta empresa adoptó una estrategia colonial al cooptar a indígenas y dividirlos, incluso promoviendo una organización paralela a la Federación de Ayllus del Norte de Potosí, que no contaba con reconocimiento. La empresa estableció esta organización en colaboración con autoridades originarias que obtenían empleo y otros beneficios de la empresa. El conflicto desencadenó un enfrentamiento entre las partes e incluso resultó en una víctima mortal. La prefectura tuvo que intervenir, y el secretario general René Navarro fue secuestrado en el norte de Potosí. Finalmente, este conflicto condujo a la nacionalización del importante yacimiento mineral en el año 2012.

En 2013, se abordó el tema de la Ley de Minería, durante el cual se comenzaron a construir consensos sobre dicha legislación. El Ministro de Minería colaboró con cooperativas y sindicatos de asalariados, entre otros, aunque hubo limitaciones en este proceso. En 2014, se presentaron objeciones significativas a la Ley de Minería, lo que generó una fuerte oposición. A pesar de la controversia, la ley finalmente fue aprobada. El Ministro de Minería presentó la ley a Evo Morales y mencionó que dos o tres artículos habían sido impuestos por las cooperativas. Esto provocó la movilización de los cooperativistas, que se enfrentaron al gobierno y lamentablemente resultó en la pérdida de tres vidas de cooperativistas durante el enfrentamiento. Este conflicto llevó a un cambio en la cartera.

En 2012, la presidencia de la Cámara de Diputados, liderada por Héctor Arce, y la presidencia de la Cámara de Senadores, encabezada por Gabriela Montaña, llevaron a cabo una consulta al Tribunal Constitucional para determinar la viabilidad de una nueva elección de Evo Morales. Esta consulta surgió debido a la reelección de Evo en 2009, y se buscaba clarificar si era pertinente otra elección. El Tribunal Constitucional concluyó que efectivamente era posible una nueva elección, dado que la primera elección se realizó bajo la lógica de la República de Bolivia en 2009, y la elección de 2014 sería la primera bajo la lógica del Estado Plurinacional. Esto marcó la primera reelección de Evo Morales bajo el Estado Plurinacional, o la segunda reelección en general. A pesar de algunas críticas por parte de la oposición, esta no tenía el suficiente respaldo para oponerse a la candidatura de Evo Morales. Por lo tanto, la postulación de Evo en las elecciones de 2014 se llevó a cabo sin mayores contratiempos.

1.2 CAPITAL ELECTORAL DEL MAS-IPSP

En el año 2002, el movimiento campesino en Bolivia había permanecido en gran medida invisibilizado en el ámbito político, y se tenía la creencia de que seguiría respaldando al MNR siguiendo su lógica tradicional. No obstante, se había observado un comportamiento oscilante en el movimiento campesino en décadas anteriores. En 1993, muchas organizaciones campesinas y campesinos apoyaron a Víctor Cárdenas y Víctor Hugo Cárdenas, lo que resultó en una disminución de la visibilidad del movimiento campesino en ese momento, ya que no se le otorgó la importancia necesaria. Cuando los campesinos decidieron establecer su propio instrumento político en ese período, había varias organizaciones políticas dentro del movimiento campesino, como el MTK, el Partido Comunista, el movimiento campesino de bases y el MNR, entre otros. Sin embargo, no se les concedió la debida relevancia.

Es relevante señalar que no todos los campesinos y sectores campesinos en Bolivia compartían el mismo nivel de demandas y enfrentamientos contra el gobierno. Por ejemplo, los campesinos quechuas y aymaras se movilizaron en contra de la Ley INRA y promovieron la Ley INCA en su lugar para oponerse al gobierno. Sin embargo, los conflictos más persistentes y mortales involucraron a los coccaleros. Desde la aprobación de la Ley 1008 en mayo de 1998, los coccaleros rodearon el cuartel de Villa Tunari, lo que desencadenó un enfrentamiento en el que murieron 8 personas.

En este contexto, la primera consigna de los coccaleros fue “Soberanía y Coca”, que vinculaba la coca con la soberanía nacional. Posteriormente, se agregaron otras consignas como “Coca, Soberanía, Tierra y Territorio” y, finalmente, “Coca, Soberanía, Tierra, Territorio e Instrumento Político”. Estas consignas se construyeron a partir de las experiencias vividas por el movimiento campesino, especialmente el movimiento coccalero. En 1995, surgió la Asamblea por la Soberanía de los Pueblos como un instrumento político. La elección del término “Asamblea” en su nombre respondió a la idea de superar la democracia liberal representativa. La ASP abogó por el asambleísmo como un principio fundamental para la soberanía. Además, al incluir “pueblos” en su nombre, se pretendía destacar la diversidad y la representación de los sindicatos como pueblos. Esta elección de nombre marcó una ruptura con la tradición de las siglas y consignas de la izquierda.

En 1995, la ASP decidió participar en las elecciones municipales bajo las siglas de Izquierda Unida (IU). Sin embargo, solo lograron una respuesta positiva en el Trópico de Cochabamba, donde ganaron alcaldías y concejalías en las primeras elecciones municipales bajo la Ley de Participación Popular. En 1997, participaron en las elecciones nacionales bajo las siglas de Izquierda Unida y obtuvieron cuatro diputados. Esto evidenció un alto grado de politización y organización política en el movimiento coccalero.

Después de las elecciones de 1995 y 1997, con las siglas de IU, Evo Morales se postuló como candidato a diputado uninominal y se convirtió en el candidato más votado en porcentaje de todos los diputados uninominales, con un aproximado del 70% de su circunscripción. Los otros tres diputados también eran uninominales, lo que indicó un alto grado de politización en el Trópico de Cochabamba, el Valle Alto y, en cierta medida, en Cochabamba en general.

Esta elección marcó un paso significativo de cara a las elecciones municipales de 1999. En ese momento, la ASP ya había sido fundada en 1995 y solicitó la personería jurídica, pero esta solicitud fue rechazada. A pesar de ello, participaron en las elecciones municipales de 1995 y 1997 bajo las siglas de IU. En 1999, se produjo un quiebre en este, ya que el Movimiento Boliviano de Liberación (MBL) se desvinculó de esta coalición política, dejando al Partido Comunista como el único miembro. Esto marcó el fin de la IU.

En ese contexto, David Pedraza, un líder progresista de la Falange Socialista Boliviana, entregó la sigla MAS a Evo Morales, quien lideraba el movimiento cocalero en ese momento. Esta elección de sigla y colores del partido marcó un cambio en la trayectoria política de Evo Morales y su movimiento.

En las elecciones municipales de 1999, el movimiento campesino cocalero, liderado por Evo Morales, participó en aproximadamente el 30% de los gobiernos municipales bajo la sigla del MAS. Obtuvieron alcaldías en varios lugares, incluyendo Tinquipaya, Potosí, Tacobamba y Vitichi. La mayoría de los municipios en el Trópico de Cochabamba estaban bajo el control del Instrumento político.

Estos eventos indicaron una transformación en la participación política del movimiento campesino, que ya no se limitaba a demandas sindicales o sectoriales, sino que también planteaba demandas políticas y el derecho a participar en el proceso político. La elección de Evo Morales como presidente en 2002 fue un reflejo político de estas luchas y la creciente politización y organización del movimiento campesino en Bolivia. Cabe mencionar que el gobierno del MNR había perdido su influencia en el mundo campesino, como se evidenció en la declinación del gonismo de presentar a Rene Joaquina como candidato a vicepresidente. La expulsión de Evo Morales del parlamento también tuvo un impacto significativo en su ascenso político, ya que fortaleció su posición en el escenario político nacional. Estos eventos marcaron un punto de quiebre en la política boliviana y contribuyeron a la consolidación del liderazgo de Evo Morales y del MAS en el país.

En el año 2005, se destacan tres eventos clave en la política boliviana. El primero de ellos fue la dimisión de Gonzalo Sánchez de Lozada en 2003, como consecuencia de una extensa movilización a nivel nacional conocida como la “Guerra del Gas”. El segundo acontecimiento relevante se relaciona con el referéndum sobre el gas que incluyó cinco preguntas. En este referéndum, el MAS desempeñó un papel activo y respaldó tres de las cinco primeras preguntas.

De manera simultánea, el tercer evento importante fue la renuncia de Carlos Mesa, quien se negó a promulgar la ley de hidrocarburos antes de su dimisión. Estos eventos, que incluyeron las denuncias de Mesa, el referéndum y su posterior renuncia, resultaron cruciales en el panorama político del país. En el período intermedio, otro hecho de gran importancia fue la celebración de elecciones municipales en 2004. Durante estas elecciones, el MAS consolidó su presencia con éxito al participar en casi el 80% de los gobiernos municipales en todo el país. Esto marcó un notable crecimiento del partido, pasando del 30% de participación en 1999 al 80% en 2004, lo que reflejó su creciente presencia territorial en Bolivia.

El año 2005 marcó un nuevo escenario político en Bolivia. La figura de Gonzalo Sánchez de Lozada, un defensor del neoliberalismo se desvaneció, y el partido Acción Democrática Nacionalista (ADN), uno de los pilares del neoliberalismo, desapareció. El MIR se debilitó

significativamente, también perdió su relevancia. El MNR quedó reducido a su mínima expresión. Sin embargo, se produjo un esfuerzo por reorganizar a la derecha, liderado por Jorge Tuto Quiroga, quien fundó el partido PODEMOS (Poder Democrático Social). Este nuevo partido contó con la participación de diversos sectores de la derecha, incluyendo la agroindustria cruceña a través de Óscar Ortiz de Santa Cruz, así como Tito de Vilá y Walter Guiteras del MNR. Luis Vásquez Villamor representó al MIR en La Paz, y Carlos Bort se convirtió en senador por Oruro. La reorganización de la derecha bajo el liderazgo de Jorge Tuto Quiroga fue un elemento esencial en el nuevo panorama político.

En 2005, Felipe Quispe ya no tenía un papel relevante en la política, y en su lugar, Evo Morales emergió como una figura central que unificó al movimiento campesino y de izquierda. La presencia territorial del MAS en el país, resultado de las elecciones de 2004, desempeñó un papel fundamental en esta evolución.

En 2009, la estrategia electoral experimentó un cambio de calendario. La elección presidencial, inicialmente programada para 2010, se adelantó a 2009 debido a la aprobación de la nueva Constitución en febrero de ese año. La Unión Europea ejerció presión para que se promulgara una nueva ley electoral y se convocaran elecciones nacionales. Durante la Semana Santa de 2009, se observó la iniciativa de Evo Morales, quien llevó a cabo una huelga de hambre en todo el país con el fin de impulsar la convocatoria a elecciones nacionales. Esta acción ejerció suficiente presión para que se aprobara una ley de convocatoria electoral que modificó la forma de elección de senadores. Anteriormente, dos senadores eran designados para la primera fuerza y un senador para la segunda fuerza en cada departamento. Con el cambio, los senadores se elegirían de acuerdo con el número de votos que obtuviera cada partido en cada departamento.

En este contexto, tanto los diputados como los senadores amenazaron con renunciar a sus cargos si no se adelantaba un año su mandato, lo que resultó en el adelanto de las elecciones celebradas en diciembre de 2009. La estrategia electoral se basó en dos eventos fundamentales. En primer lugar, el éxito obtenido en el referéndum revocatorio de agosto de 2008, y, en segundo lugar, la aprobación de la Constitución en enero de 2009. Estos dos acontecimientos electorales constituyeron una base sólida para la campaña del MAS.

En 2014, se hizo hincapié en la estabilidad y se promovió la consigna “vamos bien”. A diferencia de años anteriores, como 2005 con el enfoque en "nacionalización y asamblea constituyente" y 2009 con la prioridad de “construir la nueva CPE”, en 2014 la consigna adoptó un enfoque más reformista y electoral, abandonando en cierta medida el lema “vamos bien”. En ese periodo, la economía gozaba de robustez, con un sólido crecimiento del PIB y proyectos de inversión de gran envergadura en marcha. Esta estabilidad económica se percibía en todo el país y se asociaba estrechamente a la figura de liderazgo del presidente Evo Morales.

2. Referendo del 21 de febrero de 2016

2.1 LA DECISIÓN DE REALIZAR EL REFERÉNDUM CONSTITUCIONAL

Las discusiones acerca del 21F comenzaron a surgir a mediados de 2015, tras las elecciones de autoridades departamentales y municipales. En ese momento, ya se estaba planteando una agenda para modificar la constitución. Las organizaciones propusieron la convocatoria a un referéndum, pero dado que se requería que estas organizaciones estuvieran respaldadas por un mínimo del 20% de firmas, esta iniciativa fue sustituida automáticamente. Los líderes de bancada firmaron para permitir la modificación de la constitución y su sometimiento a una consulta constitucional, conocido como el 21F.

En septiembre inicia el periodo electoral con el anuncio de la CONALCAM de que presentará un proyecto de ley que proponga la reforma parcial de la Constitución Política del Estado con el objetivo de habilitar a Evo Morales para una cuarta postulación a la presidencia. El hecho fue festejado y entregado en la vicepresidencia. Y no es hasta el 25 de septiembre que la Asamblea Legislativa Plurinacional sanciona el proyecto de ley de reforma parcial a la Constitución Política del Estado, con 113 votos a favor y 44 en contra. De esta forma se trabajó la pregunta que iría en las papeletas. La consulta del referéndum fue consultada en el Tribunal Constitucional Plurinacional, que a fines de mes respondió declarando la constitucionalidad de la ley. Por tanto, se inauguró el periodo de campañas electorales en un corto y estrecho margen de tiempo con relación a las elecciones nacionales desarrolladas en 2014.

La narrativa discursiva de las opciones del sí y del no estuvo marcada por las siguientes posturas. En la opción del sí se planteaba como primer elemento la esencialidad de la norma como fin, y de esta forma, no nombrar la cuarta participación de Morales. “La norma no definía la reelección del presidente Evo Morales ni mucho menos la modificación de la constitución, sino que se trataba de un proyecto que permitiría a la población aceptar la posible modificación del artículo 168 de la Carta Magna, para una posible repostulación en el año 2019”⁴³. La exautoridad Lenny Valdivia⁴⁴ enumeró seis puntos que se trabajaron desde el MAS y el gobierno para impulsar la propuesta del Sí:

- El liderazgo de los movimientos sociales por encima de los partidos políticos que se han convertido en sujetos de poder.
- El proceso de la inclusión social, es decir, la plurinacionalidad reconocida en la nueva Constitución Política del Estado.
- El crecimiento económico del país.
- La nacionalización de los recursos naturales como los hidrocarburos, las empresas mineras y empresas estratégicas como Entel.

⁴³ Véase, *La gran estafa del 21-f*. Op. Cit. p. 14.

⁴⁴ Ídem.

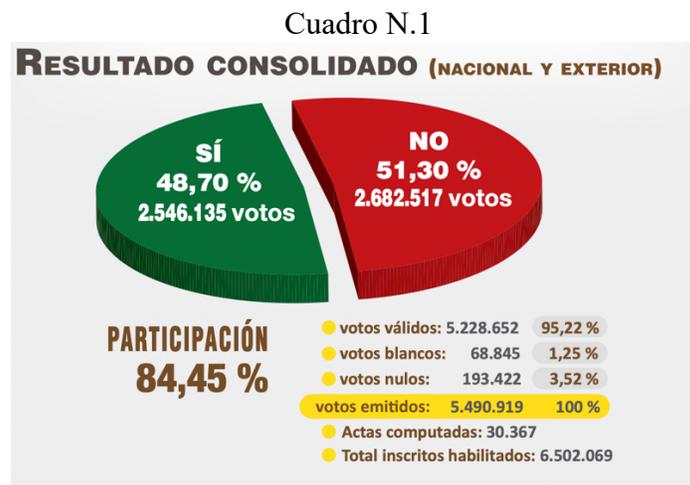
- El liderazgo a nivel internacional de la figura de Evo Morales que colocó en el mapa a Bolivia.
- El liderazgo nacional de Morales como factor de identificación política. Es decir, se centra en la gestión pública y en el sujeto histórico del MAS: lo indígena.

En cuanto a las posturas que caracterizaron al No, son descritas en dos mensajes. El primero tiene que ver con las denuncias de corrupción al gobierno, cuyo núcleo se asienta en el Fondo Indígena y las denuncias contra la dirigencia orgánica, en el cual hubo muchos detenidos. Y segundo, está el valor de la alternancia como pilar de la democracia.

Ambas posturas marcaron el inicio de la campaña electoral, consolidando sus mensajes que son reproducidos directa y connotativamente en varios medios. En cuanto a las figuras públicas, ambas opciones marcaron liderazgos. En la opción del sí, el presidente Evo Morales fue el epicentro de la presentación de las campañas. En cambio, la opción del no tuvo varios líderes que asumían representar esta opción mejor que otros. Sin embargo, esta multiplicidad de personas enarbolando la opción de no llegó a dejar claro el efecto o el beneficio que obtendrían con los resultados. Por tanto, el factor simbólico se guardó en los votantes polarizados.

2.2 LA PRESENTACIÓN OFICIAL DE LOS RESULTADOS

La presentación de los resultados oficiales estuvo marcada por la percepción y la polarización política que se vivió durante todo el proceso de la campaña electoral. Estos datos fueron dados a conocer tres días después del referéndum, el cual arrojó los siguientes resultados a nivel nacional y departamental:



Fuente: Órgano Electoral Plurinacional (OEP)

Cuadro N.2



Fuente: Órgano Electoral Plurinacional (OEP)

Como se puede observar, la opción del “No” llevaba una ventaja ligeramente superior al 1%. Esta ventaja se consideró una victoria simbólica, ya que, a pesar de la estrecha diferencia en comparación con la opción del “Sí”, representó un cambio significativo en la coyuntura nacional. Según las interpretaciones, análisis e investigaciones realizadas, la derrota de la opción del “Sí” presentó las siguientes características, identificadas a través del estudio de Helena Artigastis⁴⁵:

- *Desplazamiento de la conciencia de clase de las nuevas facciones emergentes de clase media urbana heterogénea:* El aumento de votantes en el referéndum del 21 de febrero estuvo caracterizado por jóvenes que participaron por primera vez en un comicios. Esta participación determinó la composición del nuevo padrón electoral, y las estrategias utilizadas por la opción del “Sí” no lograron generar una identificación sólida con esta nueva generación que creció durante el primer gobierno de Evo Morales. Esta generación está marcada por los logros y fallos de la gestión de Morales, y sus decisiones se basaron en sus experiencias sociales y económicas. La opción del “No” se mostró como una alternativa atractiva, ya que presentaba una imagen sin líderes políticos que no habían visto antes y que los representaba simbólicamente.
- *Críticas hacia la gestión de gobierno:* La opción del “No” también atrajo a votantes que habían participado en muchas elecciones anteriores y que encontraron en esta opción la posibilidad de rechazar las políticas de Morales y su gestión de gobierno. Muchas de

⁴⁵ Véase, Revista La migraña N. 17. “Los resultados del referéndum del 21 de febrero de 2016 como excepcionalidad política y electoral”. p. 88.

estas críticas fueron impulsadas por campañas mediáticas en televisión, radio y prensa. La opción contraria no solo se basaba en consideraciones económicas, sino que también se centraba en valores estéticos e intereses económicos.

- *Debilidades en la estrategia de campaña del “Sí” al asociar el impacto de la inversión pública y la entrega de mega proyectos con el rendimiento electoral:* La estrategia del gobierno se centró en destacar los logros de la gestión pública, pero no logró comunicar adecuadamente su propuesta a una parte de la población que buscaba algo más que el éxito económico. La gestión de Morales se había convertido en un factor político, pero la falta de énfasis en este aspecto afectó su capacidad para movilizar a sus seguidores.
- *Clivaje político causado por la guerra sucia:* La campaña electoral se caracterizó por el uso de la “guerra sucia” como estrategia. Este tipo de propaganda electoral se centró en provocar emociones como la rabia, el enojo y la decepción entre los electores. La visibilidad de denuncias, como el caso Zapata, a solo tres semanas del referéndum, y la organización de los medios de comunicación promovieron que cualquier acontecimiento mencionado en los medios no fuese cuestionado y dado como veraz.
- *La trampa de la extraterritorialidad de las redes sociales:* La participación de los medios de comunicación en las plataformas sociales creó un nuevo espacio para la comunicación política. Sin embargo, esta democratización de la información en las redes sociales tenía un doble filo. Por un lado, permitía la disputa con los medios hegemónicos y la difusión de noticias de interés público. Por otro lado, eliminaba los filtros necesarios para garantizar la veracidad de las noticias. Durante el referéndum, las redes sociales desempeñaron un papel relevante en la opinión de los electores, quienes a menudo expresaban sus opiniones de manera agresiva, alimentando la polarización.
- Los resultados del referéndum del 21 de febrero de 2016 marcaron un punto de inflexión en la política boliviana. La victoria del “No” limitó la capacidad de Evo Morales para buscar una nueva reelección y generó tensiones en el país. Contribuyó a la polarización política y la movilización de grupos a favor y en contra del gobierno. Los partidos políticos no lograron capitalizar completamente este voto, y el desafío de construir una identidad política que abarque todas las demandas se mantuvo abierto. La polarización y la participación de nuevos electores contribuyeron a un nuevo ciclo político en Bolivia, con repercusiones a largo plazo en las elecciones futuras.

3. Los medios de comunicación en Bolivia

3.1 OLIGOPOLIOS DE LA INFORMACIÓN

Los oligopolios de información en Bolivia se caracterizan por pertenecer a grupos de poder regionales. Estos grupos de poder se concentran en los círculos empresariales, políticos y alianzas privadas-estatales, puesto que los medios de comunicación estatales, a pesar de contar con presencia en todos los departamentos del país, no han adquirido un nivel de influencia a gran escala, ni mucho menos han impuesto acontecimientos para la agenda mediática. Por tanto, el gobierno nacional, al no consolidar el impacto en la agenda mediática nacional, opta por los medios de comunicación privados a través de la propaganda estatal,

que son mensajes de difusión que contienen acciones implementadas en la gestión de gobierno. Estos mensajes tienen un costo por la cantidad de reproducción difundida en los días de la semana y en los horarios especiales. Lo mismo sucede con los gobiernos departamentales y municipales.

El factor de la propaganda o las pautas publicitarias es un suceso que no es nuevo; hizo su aparición con los primeros periódicos publicados en Inglaterra, donde uno de los mecanismos de control de la información se ejerció a través de quitar las pautas publicitarias a aquellos periódicos que apoyen las huelgas de los obreros del carbón o quienes critiquen la corona. Este acontecimiento dio paso a contemplar el valor de la propaganda con otros fines, es decir, no solo se limitaba la publicación de información relevante para la opinión pública, también podía servir para crear redes de conexión para la difusión de otros acontecimientos relevantes. ¿Qué nos permite ver esto? La funcionalidad de los medios de comunicación en base a quienes publicitan sus espacios.

El ingreso de la publicidad representa un tema más relevante que la reproducción de acontecimientos importantes, pues esto se convierte, no en todos los casos, en una fuente de ingreso permanente y según las conexiones, se convierte en un medio de comunicación que difunde sucesos específicos. Las empresas privadas y los grupos de poder económicos empresariales entendieron el objetivo que puede representar ser parte, accionista o dueño de medios de comunicación, puesto que el objetivo de sus intereses se comparte en el plano político y económico. Uno de los departamentos que ha construido más producción audiovisual en los últimos años es Santa Cruz, que a través de la intervención de grupos económicos de poder influyentes constituyeron los canales de difusión nacional ubicados en los 9 departamentos. En este trabajo de investigación se describirá el origen de los medios de comunicación disgregados en todos los departamentos, y la tabla que se verá a continuación está elaborada en base a la casa matriz de cada espacio mediático. La investigación de Sacha Llorenti⁴⁶, Raúl Peñaranda⁴⁷ y Rafael Archondo⁴⁸ muestra un mapa de cómo la construcción de los medios de comunicación se basa a través de los propietarios, pero a su vez a la representación regional de sus intereses. Es por ello que en las siguientes menciones se describe la hegemonía empresarial estructurada en el oriente.

En cuanto a los medios de comunicación televisivos, los canales más importantes pertenecen a grupos económicos influyentes en la ciudad de Santa Cruz, tal como es el caso de: Unitel, Red Uno, PAT, ATB y el periódico El deber. Por otro lado, la influencia de la iglesia católica se ve plasmada en la radio emisora Panamericana.

- Unitel: El dueño de la televisora es Osvaldo Monasterio, quien es un empresario fundador de la CAO, primer presidente de la Asociación de Ganaderos de Santa Cruz y director de la Sociedad Aceitera del Oriente (SAO). Económicamente, él fue senador por el MNR en la gestión de Sánchez de Lozada en 1993-1997. Como televisión, se nombra a Red Unitel de “empresa de comunicación del oriente”. Una de las empresas que más ingreso da en pautas publicitarias es el Banco Ganadero, y

⁴⁶ Véase, *La verdad secuestrada: Medios de comunicación privados y el proceso de cambio en Bolivia*.

⁴⁷ Véase, *Control remoto: De cómo el gobierno de Evo Morales creó una red de medios paraestatales y un plan para acosar a la prensa independiente*.

⁴⁸ Véase, *Incesto y blindajes: Radiografía del campo político – periodístico*.

el accionista con mayores acciones es Osvaldo Monasterios. Propietarios parciales son Compañía Ganadera y Exportadora CEIBO, Sociedad Agropecuaria de Santa Cruz, Matadero Frigorífico Santa Cruz (Frigor S.A.).

- Red Uno: Ivo Kuljis, empresario cruceño vinculado a la Logia “Caballeros del Oriente” que invierte en la producción de soya. La familia Kuljis, con otros socios, fundó en 1996 el Banco Santa Cruz, siendo Ivo el director de la entidad financiera durante 15 años. En 1991, esta familia también fundó el Banco Económico S.A., conocido por la tasa de ahorro más baja para préstamos de viviendas, entre otros espacios que dirige Kuljis está la cadena nacional de supermercados Hipermaxi y Fridosa S.A., entre otros. En el ámbito político, Ivo Kuljis estuvo ligado a la campaña de Carlos Palenque en las elecciones generales de 1993, donde fue candidato a la vicepresidencia. Posteriormente, en 1997, representó a la USC como candidato a la presidencia, cuyo partido alcanzó el 16,77% de los votos. En el periodo de la democracia pactada, fue nombrado Ministro de Desarrollo Económico. En 2002, el NFR, a la cabeza de Manfred Reyes Villa, lo invitó como compañero de fórmula como candidato a vicepresidente. Su rival, Gonzalo Sánchez, lo invitó a formar parte del bloque político de alianza parlamentaria, el cual estaba conformado por el MNR, MIR, UCS y MBL, y representar al presidente como delegado para los acuerdos de los Corredores Bioceánicos.
- Red PAT: La red televisiva Periodistas Asociados Televisión Ltda., está dirigida por la familia Daher, en la cual forma parte Abdala Daher Bulus y Assad Daher Gargui, dueños del 60% de las acciones del canal. La familia Rivero, que son dueños del periódico El Deber, también son empresarios cruceños. Ambos empresarios cruceños tienen propiedades e inversiones en Aerosur en sociedad con Humberto Roca, aerolínea que en 2012 dejó de operar en el país por problemas económicos. Se encuentra Beicruz, una comercializadora de llantas y lubricantes con presencia en 4 departamentos, Agropecuaria Tres Hermanos del Oriente SRL, empresas importadoras como Fuxion SRL, EDM SRL; inversionista en el centro comercial más grande de Bolivia Ventura Mall. En lo político, Abdala Daher tuvo una participación en los acontecimientos de la “Autonomía plena” en la ciudad de Santa Cruz, donde fue presentado como comentarista que expresaba su postura sobre la necesidad de aprobar el estatuto autonómico en Santa Cruz, impulsado por el prefecto Rubén Costas y el presidente del Comité Cívico pro Santa Cruz, Branko Marincovik. Dicha postura se caracterizó por apoyar la decisión de que cada departamento dirigiera sus recursos naturales sin dirección del estado central. En el año 2008, PAT fue adquirido por el empresario venezolano Carlos Gil que adquirieron el canal de televisión a un precio reducido en comparación con lo que representaba antes. De esta forma, también surgieron evidencias de que quien impulsó la compra del medio de comunicación fue Álvaro García Linera, vicepresidente del estado. En el caso de Gil, se observa que su participación empresarial trasciende lo regional y mantiene una estrecha relación con las empresas que trabajaron con el gobierno nacional desde la primera gestión de Evo Morales. Este mismo adquirió el periódico *La razón*.
- ATB: El canal Asociación de Teledifusoras Bolivianas operó en 1984. El dueño fue Raúl Garafulic Gutiérrez, empresario paceño. La postura del medio se caracterizó por criticar constantemente el gobierno de Hernán Siles Suazo. Garafulic dirigió con su

socio Andrés Petriev, quien fue ministro de Transportes y Comunicaciones en el gobierno de Paz Estenssoro en 1985. Sin embargo el canal tuvo un giro destacado con la compra del medio por el ya mencionado empresario Carlos Gil y Marcelo Hurtado, quienes fueron nombrados simpatizantes del gobierno de Evo Morales, particularmente con el vicepresidente Álvaro García. El grupo que dirige tal periódico muestra a Jaime Iturri como uno de los principales accionistas, al mismo que le surgieron críticas sobre el origen del dinero adquirido para comprar uno de los canales más grandes de Bolivia, hasta la fecha no existe aclaraciones del caso y sí una larga lista de eventos y acciones que vinculan la compra con la influencia de García Linera.

- El Deber: Fundado por Lucas Saucedo Sevilla y actual miembro de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). Es representado por la Editorial Santa Cruz S.R.L., la cual está representada por Álvaro Monasterio Vergara en coordinación con la familia Rivero (Pedro Rivero Mercado, Rosa Jordán de Rivero, Guillermo Edmundo Rivero Jordán, Pedro F. Rivero Jordán, María del Rosario Rivero Jordán, Teresa Rivero Jordán de Saucedo y Juan Carlos Santa Cruz Rivero Jordán). Pedro Rivero, a diferencia de otros dueños cruceños, no perteneció a ninguna de las tres logias de poder cruceñas; por el contrario, se enfrentó a ellas. Eso tampoco quiere decir que, al estar enfrascado en aquellos grupos, se presente como coincidente hacia el MAS-IPSP. En lo político, Pedro Rivero fue embajador de Bolivia ante la UNESCO y en Francia en 2001, en los gobiernos de Hugo Banzer Suárez, Jorge Tuto Quiroga y Gonzalo Sánchez.
- Radio Panamericana: Miguel Antonio Dueri Antonmaria, Miguel Antonio Dueri, Johny Dueri Saba (accionista del Sistema Cristiano de Comunicaciones), Henry Dueri Saba, Miriam Saba de Dueri son accionistas y figuran como representantes legales de la radio emisora con presencia nacional, Panamericana. Miguel Dueri es dueño del Hotel Presidente y de la empresa disquera Discolandia. En lo político, ocupó el cargo de embajador de Bolivia en Egipto durante el gobierno de Hugo Banzer Suárez y Jorge Tuto Quiroga.

La posesión de los medios de comunicación determina su línea editorial y, a partir de sus intereses políticos, influyen en la posición de las noticias en la agenda mediática. En el caso de la prensa, solo vamos a mencionar a *Página Siete* y *La razón*, en cuanto a sus orígenes, momentos que determinaron su influencia y quiénes son los dueños.

Los dueños del periódico *Página siete* pertenecen al Grupo Garafulic. La cabeza del grupo, Raúl Garafulic Gutiérrez, empresario paceño, contaba con inversiones en dirección de empresas mineras en el país, y su relevancia notoria radicó en su relación con el poder político como actor principal y detrás de escena. Este mismo fue dueño del periódico *La razón* en 1995, del periódico El Extra, del periódico El Nuevo Día posicionado en el departamento de Santa Cruz y de la red ATB. En cuanto a la participación política de Raúl Garafulic Gutiérrez (padre), en 1971 se hizo cargo de la dirección de Bolivia TV, canal estatal. Para aquel entonces, el gobierno nacional fue administrado por la junta militar de Hugo Banzer, quien ingresó con un golpe militar contra el presidente Gral. Juan José Torrez. En 1989 fue designado como embajador de Bolivia en España en el gobierno de Jaime Paz Zamora. Garafulic contaba con acciones en la Administradora de AFP, y las acciones de Garafulic fueron asociadas al banco español de BBV. Presidió esta entidad en el período de la

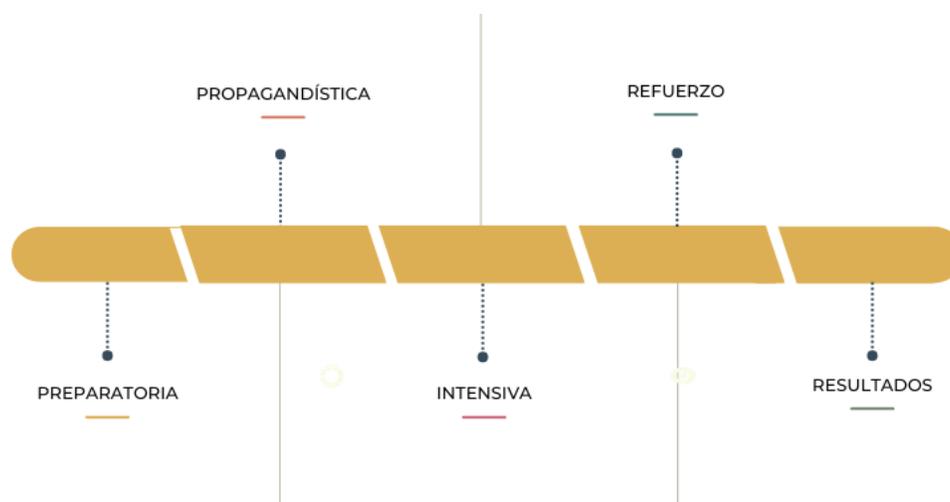
privatización ejecutada en el primer gobierno de Gonzalo Sánchez de Lozada. Por tanto, el camino comunicacional del empresario paceño se vinculó a grandes elementos influyentes en la historia del país.

El periódico *La razón* se creó bajo la dirección de Raúl Garafulic Gutiérrez, bajo la dirección del actual presidente del Directorio de *Página siete*, Incestos y Blindajes proporciona información muy importante. No solo se alinearon a favor del entonces presidente Banzer, sino que llenaron sus páginas de opiniones de aliados de ADN. Como ejemplo, se menciona un episodio vivido el 6 de agosto de 1998, cuando Garafulic Lehm reemplazó una página de evaluación negativamente “moderada de la gestión de Banzer por un aviso comercial”⁴⁹. En 2008 para a ser dirigida por el Grupo Prensa IGMC S.A., adquirida por el empresario venezolano Carlos Gil.

3.2 ETAPAS DE ESTUDIO

Este proyecto de investigación se llevó a cabo mediante el análisis exhaustivo de 356 periódicos de *Página siete* y *La razón*. Durante este proceso, se evaluaron minuciosamente los editoriales, los titulares principales y las caricaturas de editorial con el propósito de identificar tendencias narrativas específicas en ambos periódicos; estas mismas se encontraron en relación con los acontecimientos que marcaron la agenda mediática.

Como resultado de este análisis, se ha desarrollado una sistematización temporal que se divide en cinco etapas. El objetivo de esta sistematización es explicar y comprender las características específicas con las que ambos periódicos construyen y comunican sus mensajes. Cada etapa refleja un período distinto en el tiempo y se asocia con los eventos clave que influyeron en la narrativa y estrategias de comunicación de estos medios. Las cinco etapas, que son la etapa preparativa, propagandística, intensiva, de refuerzo y de resultados, permiten una comprensión más profunda de cómo los medios de comunicación abordan los acontecimientos relevantes y adaptan sus discursos a lo largo del tiempo.



⁴⁹ El párrafo es citado por Sacha Llorenti en *La verdad secuestrada*. p. 102.

Etapa preparatoria

La etapa preparatoria, conocida por este nombre debido a su enfoque en la anticipación de posturas políticas e ideológicas sobre el referéndum constitucional, abarca el período desde el primero de septiembre hasta el 18 de septiembre de 2015. Durante esta fase, varios acontecimientos notables tuvieron lugar en el contexto político y económico de Bolivia.

El contexto nacional que caracterizó esta fase se desarrolla a principios de septiembre, la Coordinadora Nacional por el Cambio (CONALCAM) inició un debate sobre las posibles vías que permitirían a Evo Morales presentarse como candidato en las elecciones nacionales de 2019 para una cuarta participación. Este debate marcó el inicio de una serie de discusiones en torno a la figura del presidente Morales y su futuro político.

En el contexto económico, la caída de los precios del barril de petróleo afectó a los países exportadores de petróleo, incluyendo Bolivia. Ante esta crisis, el gobierno boliviano emitió fideicomisos para los Gobiernos departamentales, priorizando a aquellos que se verían más afectados. El presidente Evo Morales, en una de sus actividades públicas, enfatizó la necesidad de ajustarse los cinturones debido a la crisis económica y delegó responsabilidades a miembros del ejecutivo para diseñar una estrategia de respuesta.

Por tanto, se destaca por un debate político en torno a las posibilidades de participación de Evo Morales en futuras elecciones y un contexto económico marcado por la crisis de los precios del petróleo, que obligó al gobierno boliviano a tomar medidas para enfrentarla. Los periódicos jugaron un papel importante al anticipar posturas políticas e ideológicas sobre el referéndum constitucional.

Etapa propagandística

La etapa propagandística, así denominada por la definición de estrategias discursivas y la incesante avalancha de noticias que la caracteriza, se extiende desde el 19 de septiembre hasta el 9 de diciembre de 2015.

Durante este período, se marcan hitos significativos en el panorama político boliviano. La CONALCAM presenta el Proyecto de Ley 3365 como una propuesta ciudadana, marcando el inicio de esta fase. En el contexto nacional, la atención se centra en varios eventos clave. El préstamo otorgado por el gobierno chino genera controversia debido a las condiciones y el propósito de su uso en infraestructuras. La II Conferencia Mundial de los Pueblos sobre Cambio Climático y Defensa de la Vida, celebrada en Cochabamba y con la participación destacada de Ban Ki-Moon, Secretario General de las Naciones Unidas, se convierte en un punto de interés. Además, la proyección de un segundo aguinaldo para las instituciones públicas y empresas privadas genera preocupaciones económicas. Por otro lado, los conflictos relacionados con la construcción del Centro de Investigación Nuclear reflejan las tensiones internas en el país.

En el ámbito internacional, la caída continua de los precios del petróleo y la baja cotización de minerales afectan la economía global, influyendo en las dinámicas políticas y económicas de Bolivia. Por tanto, esta etapa se caracteriza por la definición de estrategias discursivas, el inicio de las campañas políticas y el intenso flujo de noticias que marcan el camino hacia el

referéndum constitucional. Tanto a nivel nacional como internacional, diversos eventos y tendencias económicas impactan en las decisiones políticas y en la forma en que se moldea la opinión pública durante este periodo.

Etapa intensiva

La etapa intensiva, así denominada debido a la consolidación y la especificación rigurosa de la estrategia mediática, se extiende desde el 11 de diciembre de 2015 hasta el 4 de febrero de 2016, abarcando un total de 58 días de intensa actividad política y económica. Esta fase se caracteriza por varios acontecimientos significativos que influyen en la estrategia política y económica del país. En la segunda semana de diciembre, el gobierno nacional confirma, a través del De D.S. 2631, el pago del segundo aguinaldo, programado para abril del año siguiente. Este anuncio se realiza estratégicamente antes de fin de año, cuando las personas suelen gastar su ingreso en bienes de consumo, y se presenta como un incentivo adicional para competir en el plebiscito.

Durante todo el mes de enero de 2016, el enfoque se centra en el décimo aniversario de la administración del MAS-IPSP y de Evo Morales en la presidencia. Este hito marca un récord de tiempo en el poder, superando a sus predecesores. En este contexto, la atención se dirige al nuevo PGN y a las estrategias del gobierno para hacer frente a la crisis causada por la caída de los precios del petróleo.

A nivel internacional, las elecciones presidenciales en Argentina, que resultaron en la elección de Mauricio Macri como nuevo presidente, generan un nuevo escenario en las relaciones bilaterales y la venta de gas. A pesar de las diferencias ideológicas, se observa la necesidad de adaptarse a una nueva dinámica política. Además, los precios del barril de petróleo continúan en declive, lo que agudiza la crisis económica.

El enfoque político y público del gobierno es la estructura de esta. El pago del segundo aguinaldo, la celebración del décimo aniversario de la administración del MAS-IPSP y la atención al PGN son aspectos clave en el ámbito nacional. A nivel internacional, las elecciones en Argentina y la persistente caída de los precios del petróleo son factores que influyen en la toma de decisiones y estrategias políticas y económicas durante este periodo.

Etapa de refuerzo

La cuarta etapa es nombrada de refuerzo debido a un cambio completo en la estrategia de ambos medios de comunicación, enfocándose en reforzar su narrativa a través de la tendencia de votos revelada en las encuestas. Esta fase abarca desde el 5 de febrero hasta el 21 de febrero de 2016, comprendiendo un total de 17 días. El punto de inflexión que marca esta etapa es la emisión del programa televisivo conducido por el periodista Carlos Valverde en la noche del 4 de febrero de 2016. En este programa, se expuso la historia de Gabriela Zapata Montañó, quien en ese momento ocupaba un cargo ejecutivo en la empresa transnacional china CAMC. La historia reveló su supuesta relación de pareja con el presidente Evo Morales Ayma y la afirmación de que habían tenido un hijo juntos. Esta revelación, apenas tres semanas antes del plebiscito, se vinculó a acusaciones de tráfico de influencias debido a la gran cantidad de contratos que el Estado boliviano había suscrito con la empresa CAMC.

La respuesta del presidente Evo Morales ante esta revelación fue emitida a través de conferencias de prensa y actividades públicas. El tema de Gabriela Zapata se convirtió en un punto central en su discurso, y su reacción a esta controversia se convirtió en una estrategia de refuerzo de su narrativa. En conclusión, esta etapa se caracteriza por un cambio en la estrategia mediática de ambos medios, centrando su narrativa en las tendencias de votos en las encuestas. El escándalo en torno a Gabriela Zapata y su relación con Evo Morales se convierte en un elemento central en esta fase, influyendo en la estrategia de comunicación del presidente y de los medios de comunicación.

Etapa de resultados

La etapa de resultados es descrita de esta manera debido a su enfoque en la construcción narrativa de posturas políticas en relación con la presentación de los resultados. Esta fase se desarrolla desde el 22 hasta el 25 de febrero de 2016.

El contexto nacional se destacó por lo siguiente, el calendario electoral, publicado por el Tribunal Supremo Electoral, indicaba que la presentación oficial de los resultados se llevaría a cabo el 24 de febrero, tres días después del plebiscito. Dos semanas antes de la votación, los resultados de intención de votos mostraban un cambio en la tendencia del “No” y una aceleración en la estrategia del “Sí” para adaptarse a esta situación. Un aspecto destacado que pasó desapercibido para muchas personas fue el incremento en la cantidad de indecisos. Además, las encuestas a boca de urna apuntaban a la ventaja del “No” sobre el “Sí” como un hecho de victoria electoral, en lugar de una mera posibilidad. El día siguiente al día del plebiscito marca el inicio de una nueva etapa de evaluación. Los estrategas de ambas opciones comienzan a evaluar el impacto de sus mensajes y estrategias. En el caso del “Sí”, la “espera” y el “tiempo que aún les queda por administrar” se convierten en factores que influyen en la decisión de no anunciar la victoria del “No”.

En conclusión, la etapa de resultados se enfoca en la construcción narrativa de posturas políticas en relación con la presentación de los resultados del plebiscito. Los cambios en las tendencias de voto y los resultados de encuestas influyen las estrategias de ambos bandos, mientras que la evaluación posterior al día del plebiscito se convierte en un componente esencial en la toma de decisiones y la comunicación política.

CAPÍTULO 4

COMPARACIÓN DE LOS EDITORIALES DE DOS MEDIOS DE PRENSA

1. Los editoriales de *Página siete*

El presente capítulo explica cómo la motivación política de *Página siete* fue la principal causa que dio lugar a los contenidos de los editoriales del periódico, desde el primer día de septiembre de 2015 hasta el 25 de febrero de 2016. El objetivo general del capítulo es poner en evidencia cómo la motivación señalada constituye la principal causa que, junto a los factores ideológico, institucional y económico; dio lugar a los contenidos referidos, analizándose los cambios que se dieron en los mensajes publicados.

Metodológicamente, en primer lugar, realicé una búsqueda exhaustiva y una selección rigurosa de los editoriales representativos de cada uno de los cinco periodos previamente establecidos. En segundo lugar, constaté que, de los 178 editoriales de cada periódico, 75 de *Página siete* (42,13%) tratan temas del referéndum; en tanto que, de *La razón*, fueron 57 editoriales, correspondientes al 32,02%. En tercer lugar, empleé el programa *Antcont* para analizar la lexicometría de los 356 editoriales estudiados en dos grupos. *Antcont* es una herramienta especializada para encontrar los patrones de uso gramatical, frases que se repiten y frecuencia de las palabras en *corpus* previamente establecidos. En cuarto lugar, elabore metodológicamente cinco etapas de estudio para destacar los mensajes clave en el discurso y la influencia del contexto, estos son denominados como: Etapa Preparatoria, Etapa Propagandística, Etapa Intensiva, Etapa de Evaluación y Etapa de Apremio.

1. Etapa preparatoria: Abarca el periodo inicial del primero de septiembre al 18 de septiembre de 2015. Se caracteriza por el inicio del debate sobre la participación del Presidente Evo Morales a un nuevo evento electoral que habilitaría su participación para las elecciones de 2015; esta etapa muestra los principales actores, la línea discursiva del periódico.
2. Etapa propagandística: Se extiende desde el 19 de septiembre de 2015 hasta el 9 de diciembre de 2015, con una duración de 82 días. Durante esta etapa, se observa un bombardeo de propaganda a favor y en contra, con énfasis en asuntos gubernamentales y el uso repetitivo de palabras clave como

reelección que busca identificar e influir en los lectores. El inicio de esta etapa inicia con la presentación del Proyecto de Ley N. 757 “Ley de convocatoria a referendo constitucional aprobatorio”.

3. Etapa intensiva: Comprende desde el 11 de diciembre de 2015 hasta el 4 de febrero de 2016 (58 días), se caracteriza por la profundización en los mensajes dirigidos hacia los lectores. Aquí, se identifican patrones discursivos con mensajes persuasivos y connotativos, específicamente dirigidos a ciertos grupos de audiencia.
4. Etapa de refuerzo: Abarca desde el 5 de febrero hasta el 21 de febrero de 2016 (17 días). Durante esta fase, se destaca la cobertura del Caso Zapata, denuncia sobre el presunto tráfico de influencias de Gabriela Zapata Montaña, expareja del Presidente Evo Morales, de la empresa China CAMC con el Gobierno nacional. Esta coyuntura revela un viraje discursivo en ambos periódicos y la construcción de significados persuasivos mediante la frecuencia de publicación de ciertos temas.
5. Etapa de resultados: Se desarrolla desde el 22 hasta el 25 de febrero de 2016 (4 días), muestra cómo el periódico redacta la espera de los resultados oficiales del referéndum constitucional. Las etapas previas permitieron identificar mensajes implícitos y posturas explícitas que se ven reflejadas en esta etapa con el anuncio de los ganadores y perdedores del referéndum.

En los siguientes subtítulos se desarrollará la investigación en detalle, abordando cada una de las etapas descritas anteriormente para comprender la evolución de los mensajes y discursos en los editoriales. Cada etapa será desarrollada con sus respectivas características proporcionando un enfoque cronológico para entender la evolución de los mensajes.

1.1 ETAPA PREPARATORIA

La etapa preparatoria estudia cómo el periódico *Página siete* prepara a sus lectores cognoscitivamente, es decir, en términos de conocimiento y comprensión, para nombrar el referéndum constitucional del 21 de febrero de 2016 con relación a la posibilidad a la participación de Evo Morales a un tercer mandato consecutivo en las elecciones nacionales de 2019. En esta etapa se examina un solo corpus que aborda el debate sobre Morales, el sistema democrático y su candidatura. El corpus se titula “El principio de alternancia” y consta de 627 palabras.

Esta etapa descompone el contenido del corpus seleccionado, que se centra en el debate de la reelección, mediante análisis de palabras, frases y connotaciones morales, se examinan diferentes aspectos del discurso, lo que permite comprender los mensajes connotativos. La identificación y desarrollo de argumentos que el periódico está presentando con relación al hecho político del referéndum, esto incluye conceptos que se relacionan con la idea de democracia y sistema político.

El análisis se divide en cinco estructuras: 1. Análisis de las palabras: Se identifican términos recurrentes que son fundamentales en el debate, como *alternancia*, *reelección* y *presidente*. Se analizan cómo estos términos son descritos en el contexto del debate sobre la posibilidad

de la reelección de Evo Morales y cómo se relacionan con la idea de democracia y cambio en el liderazgo. 2. Análisis de frases: Se examinan expresiones connotativas que se utilizan en el debate. Estas destacan conceptos como *cambiar de modelo*, *cambio de liderazgos* y *principio de alternancia*. Se explora cómo estas frases contribuyen a la construcción del argumento en contra de la repostulación de Evo Morales. 3. Análisis de connotación moral: Indaga cómo se utiliza el término *poder* para señalar indirectamente el ejercicio de este en prácticas autoritarias. Este análisis sugiere que la permanencia indefinida en el gobierno puede llevar a un autoritarismo no deseado. 4. Universo semántico: Se destaca la importancia de cuatro estructuras previas como esenciales para comprender el debate.

Análisis de palabras: Se identificaron tres términos recurrentes que construyen el núcleo de significados: *alternancia*, *reelección* y *presidente*. La palabra *Alternancia* (14 ap.) este término se refiere al sistema político de representación que debe ser evaluado. En el enfoque de *Página siete*, este sustantivo se asocia fuertemente con el término *democracia*, como si se tratase de direccionar a la idea de un sistema de representación por elección. También se le atribuye la acción de permitir que otros candidatos y partidos políticos participen en las elecciones nacionales, tal como ocurrió en el periodo 1985-2002, el periodo de la democracia pactada donde los presidentes fueron diferentes partidos alegando que la alternancia de presidentes como partidos puede garantizar el funcionamiento del sistema democrático, se discrepa sobre aquella mención y periodo. En resumen, se presenta como un concepto clave para entender un sistema democrático.

En la democracia representativa la **alternancia** en el poder o alternancia política es un principio fundamental, que permite el cambio o renovación de líderes y gobiernos mediante elecciones libres, tanto en los sistemas parlamentarios como presidencialistas⁵⁰.

En cuanto a *reelección* (3 ap.) este término remite a una crítica explícita hacia Evo Morales y la forma en que el ejercicio del poder puede afectar negativamente un sistema democrático representativo. Se menciona que algunos gobernantes pueden buscar prolongar su mandato utilizando mecanismos ilegales, lo que podría generar un desequilibrio en el poder. Sin embargo, también se sugiere que los votantes y procedimientos legales pueden limitar esta prolongación, buscando mantener la democracia en el país.

El sinónimo *Presidente* (3 ap.) la mención está estrechamente vinculada a los comentarios extraídos de sus discursos y las respuestas del diario donde el mensaje explícito es la crítica a la forma en la cual estarían observando la *alternancia*, el periódico menciona una oración acusatoria de par a par cuando se dirige al presidente y al gobierno.

Así como cuando se quiere llamar repostulación a la **reelección**, es un eufemismo obvio que pretende cambiar la carga que tiene el término, el gobierno está buscando ansiosamente validar sus propios proyectos olvidando que justamente alguno de ellos, como el principio de alternancia que se comenta, está el sentido de la democracia⁵¹.

⁵⁰ En este proyecto de grado los ejemplos que se incluye como citas literales remarcados con negrita son marcados por la autora del proyecto.

⁵¹ Véase, '*Principio de alternancia*'. En *Página siete*. P. 14.

El **presidente** y el partido de gobierno (MAS) entienden mal lo que representa el principio de la alternancia y aunque la interpretación que le dan sea funcional a los propósitos de prolongar indefinidamente el mandato de Evo, es poco seria para el resto de los ciudadanos⁵².

Análisis de frases: Son tres expresiones connotativas sobre el debate en torno al sistema político de representación y la figura del Presidente Evo Morales, estas frases son: *cambiar de modelo*, *cambio de liderazgos* y *principio de alternancia*, además de una frase que acusa al gobierno de querer *prolongar indefinidamente el mandato de Evo*. La primera frase *Cambiar de modelo*, mencionada más veces con la palabra *modelo* (8 ap.) esta frase tiene como mensaje la construcción de crear la idea de reflexión sobre el sistema político representativo actual. El periódico señala que, en las últimas tres elecciones nacionales, sólo se ha elegido a un presidente, lo que sugiere que este patrón podría indicar un problema en el sistema. La expresión "cambiar de modelo" se utiliza como una metáfora para referirse a la necesidad de una transformación en la forma en que se eligen y rotan los líderes políticos. El editorial implícitamente critica la falta de variabilidad en el liderazgo, lo que puede afectar negativamente la imagen del Gobierno.

El Presidente y el partido de gobierno (MAS) entienden mal lo que representa el principio de la alternancia y aunque la interpretación que le dan se funcional a los propósitos de prolongar indefinidamente el mandato de Evo, es poco seria para el resto de los ciudadanos. La premisa de alternancia o cambio de liderazgos no implica necesariamente un cambio de modelo –si es que evidentemente este funciona de forma prolongada–⁵³.

Continuando con *Cambio de liderazgos*, mencionada más veces con *cambio* (4 ap.) el mensaje de esta frase coincide con la anterior, pues apunta al sistema político de representación, destacando que ciertos liderazgos desean continuar en el poder de manera prolongada. El término *cambio* se utiliza con una connotación negativa, sugiriendo que no se busca un verdadero cambio de modelo, sino simplemente un cambio en las personas que ocupan los cargos, lo que no resolvería la falta de alternancia en el poder. Se resalta la importancia de la "alternancia" como una verdadera renovación de liderazgos políticos que refresque y fortalezca la democracia.

La premisa de alternancia o **cambio de liderazgos** no implica necesariamente un cambio de modelo –si es que evidentemente este funciona de forma prolongada–; el propio presidente, en las declaraciones que comentamos, dijo que en el pasado sólo había cambiado de personas, no cambió de modelo⁵⁴.

En cuanto a *Principio de alternancia* (3 ap.) que está ligado a *principio fundamental* (1 ap.) ambas frases indican sugiere que el cambio de personas en el poder es una regla o condición esencial para mantener la democracia saludable y efectiva. De acuerdo con el editorial de líderes o gobiernos, este principio implica que la permanencia indefinida de una misma figura en el poder podría ser perjudicial para el sistema democrático, ya que limitaría la participación y el acceso al poder de otros actores políticos.

52 Ídem.

53 Ídem.

54 Ídem.

[...] el gobierno está buscando ansiosamente validar sus propios proyectos olvidando que justamente en alguno de ellos, como el **principio de alternancia** que se comenta, está el sentido de la democracia⁵⁵.

Prolongar indefinidamente el mandato de Evo (1 ap.) sugiere una intención por parte del gobierno de actuar de manera cuestionable y sin escrúpulos. Al resaltar esta idea, se busca inducir explícitamente a los lectores a considerar y formar una posición sobre el tema de la reelección. Aquí, la intención es dar un significado específico al debate sobre la repostulación, dejando en claro que se trata de postularse nuevamente para otra participación, pero no de buscar una reelección indefinida. Con este énfasis, se busca llamar la atención sobre la importancia de la alternancia en el poder como un pilar fundamental del sistema democrático en el país.

Análisis de connotación moral: La palabra *poder* (3 ap.) que es mencionada para señalar de forma indirecta al cargo de autoridad del Presidente. Al cual de forma indirecta señala que en ciertos casos el uso excesivo del poder que se alojan en las instituciones públicas puede derivar en prácticas autoritarias, donde las autoridades en cuestión actúan de manera dominante y arbitraria. Aunque el término "autoritarismo" no es mencionado explícitamente en el texto, se busca establecer una analogía clara con esta forma de gobierno para destacar la importancia de evitar cualquier inclinación hacia prácticas autoritarias. Se reforzó este tema, con la mención dos frases adicionales que enfatizan la necesidad de reformar la percepción y el ejercicio del poder en las instituciones públicas.

Como dijo el historiador inglés Lord Acton: "el poder tiende a corromper, el **poder** absoluto corrompe absolutamente". O en palabras de Winston Churchill: "la alternancia fecunda el suelo de la democracia"⁵⁶.

Universo semántico: Universo semántico, el análisis del presente corpus, se destaca de manera prominente la recurrente aparición de la palabra *alternancia*, tal como se constata en el Cuadro N.1 Universo del discurso⁵⁷. No obstante, cabe resaltar que el término central que sobresale en el conjunto de texto es *reelección*. En torno a esta noción se han agrupado diversas palabras que han sido designadas como parte del universo semántico con el propósito de describir su significado e implicaciones.

Algunas de estas palabras incluyen: *renovación, liderazgos, poder, cambio, prologar indefinidamente, mandato de Evo y prolongada*. La presencia y relevancia de estos términos en el corpus señala la trascendencia del tema de la reelección y su entorno conceptual en el discurso político en estudio. Es fundamental subrayar la importancia de profundizar en el análisis de estos vocablos para comprender su impacto y alcance en el contexto político actual.

Quinta estructura: Análisis de contenido, se identifica que el editorial en cuestión posee un carácter persuasivo, orientado hacia la modificación parcial de la Constitución nombrada como reelección prolongada. El editorial expone una postura desfavorable ante la posibilidad de una nueva candidatura de Evo Morales. Es relevante notar cómo la denominación de esta

55 Ídem.

56 Ídem.

57 Véase, Anexo N. 4.

acción como *reelección* revela una clara intencionalidad de asignar significados particulares a las acciones políticas para que sus lectores sean persuadidos con una postura particular. El periódico recurre a contextos democráticos para efectuar comparaciones con el gobierno de Evo Morales, con el fin de construir una representación imaginaria de “bueno” frente a “malo”. Esta dicotomía planteada busca comparar buen funcionamiento del sistema democrático mencionando al periodo de la democracia pactada: varios presidentes, varios partidos políticos, alternancia política; mientras que proyecta al periodo democrático del MAS como objeto de crítica y desaprobación.

Este tipo de enfoque editorial se basa en la utilización estratégica de lenguaje, selección de términos y referencia a contextos específicos, con el objetivo de persuadir a la audiencia y moldear su percepción respecto a la figura de Evo Morales y su posible repostulación. Asimismo, se resalta la importancia de examinar el trasfondo ideológico y político del medio de comunicación, así como sus objetivos, para comprender plenamente el mensaje transmitido y su impacto en el debate político en curso. Una reflexión crítica acerca de cómo se configuran estas narrativas persuasivas es esencial para comprender la dinámica política y mediática en una sociedad democrática.

1.2 ETAPA PROPAGANDÍSTICA

En la etapa propagandística de esta investigación, se aborda un periodo crucial caracterizado por la intensificación de esfuerzos persuasivos en el ámbito político. Esta fase se centra en analizar en profundidad la estrategia de persuasión empleada durante ese período, la cual se enfocó en observar y presentar una postura crítica al despliegue de obras públicas como vehículo para promocionar los logros gubernamentales. Mediante la identificación de patrones lingüísticos, temas recurrentes y connotaciones morales, la investigación busca describir los métodos persuasivos empleados para influir en la opinión pública bajo la estrategia de crítica hacia el gobierno.

Segundo, analizar las palabras más repetidas y las narrativas que se utilizaron para crear significados, conceptos que se enfatizaron durante el período. Tercero, examina si existieron contradicciones entre los discursos y los resultados reales de la gestión. Se busca determinar si la estrategia de persuasión logró ocultar posibles deficiencias o críticas en la gestión gubernamental. Cuarto, se describen cómo los patrones que emergen y se relacionan con la dirección política subyacente. Y quinto, se busca comprender cómo se construyó la imagen pública del presidente Evo Morales y su gobierno durante este período. Esto incluye analizar la forma en que se presentaron sus logros, sus interacciones diplomáticas y su posición en el referéndum constitucional.

Los corpus presentan una variación en su extensión, oscilando entre un mínimo de 442 palabras y un máximo de 700, con un promedio de alrededor de 5.489 términos. Los siguientes diez ejemplos ilustran la diversidad en la cantidad de términos encontrados en editoriales publicados desde el 19 de septiembre hasta el 9 de diciembre de 2015: “Resistencia contra el centro nuclear” con 674 palabras (30-10-2015); “Nuevos planes para el Mutún” 663; “Contradicciones en el cambio climático” 655; “Flexibilidad en el segundo aguinaldo” 463; “Mallasilla logró ser oída” 449; “Crecimiento de Bolivia y la región” 443; “Crédito chino por \$7.000 millones” 442; “Bolivia importa más de lo que exporta” 437;

“Elevados costos laborales en Bolivia” 434; “Cita con empresarios” 427; y “La gira europea del presidente Morales” 402 (11-11-2015). En conjunto, estos ejemplos evidencian la variabilidad en la longitud y contenido de los segmentos estudiados.

Análisis de frases: Se observa la reiteración de los términos *Gobierno* y *Bolivia*. La mención de *Gobierno* (36 ap.) el cual denota a la entidad encargada de ejercer el poder político en el contexto nacional. Este término hace referencia quienes están administrando el poder político en el país y refleja una serie de problemas, como la falta de coherencia en las decisiones, la discrepancia entre la imagen proyectada y la práctica real en relación con el medio ambiente, la ausencia de participación de la sociedad civil en la toma de decisiones y ciertas cuestiones relacionadas con la gestión económica y los recursos.

En esta construcción de la imagen institucional pública para los lectores, en la cual es resaltada como aquella que presenta una tendencia a retroceder en sus decisiones y cambiar de postura ante los conflictos; sugiriendo una falta de claridad en la dirección que está tomando. Con respecto al *medio ambiente*, en la práctica, esta visión difiere de la imagen que proyecta. Los editoriales señalan específicamente aquellos proyectos que han tenido o podrían tener un impacto negativo en la naturaleza y en las personas. Sobre las decisiones unilaterales, estas son descritas como aquellas que son tomadas sin considerar la opinión de la sociedad civil.

En este contexto, la sociedad civil se representa como *vecinos*, lo que sugiere una desconexión entre el gobierno y las demandas de la población. Finalmente, se realiza la orientación económica bilateral del gobierno, describiéndola como dependiente de inversión extranjera. Esta descripción señala la dirección que deberían tomar los recursos, tanto en el ámbito de la infraestructura como en proyectos nacionales, aludiendo a una falta de correlación entre la inversión efectuada y su impacto en la esfera social interna del país.

Ni siquiera el Estado garantiza ese pago. Con un cinismo y un autoritarismo evidente, el **gobierno** simplemente señala que las empresas estatales que no tienen utilidades no pagarán ese beneficio, que sí exige a las empresas privadas formales.⁵⁸

[...]lo más grave de los actuales planteamientos del **gobierno**, aunque no expresados oficialmente, es que se piensa volver a la idea de EBX, de usar carbón vegetal como medio energético⁵⁹.

El II foro contra el Cambio Climático realizado en Tiquipaya es una demostración de la hipocresía del **gobierno** al respecto: Bolivia se muestra ante el mundo como defensor de la naturaleza, pero hace exactamente lo contrario⁶⁰.

Al parecer, el **gobierno** –como ya lo hemos visto con otras obras que causan resistencia en la población, como la línea blanca del teleférico– no piensa debatir, escuchar a nadie y menos retroceder en el propósito.⁶¹

En el contexto político y económico, la recurrencia de la palabra *Bolivia* (15 ap.) refleja una connotación negativa en términos económicos, destacando un persistente déficit comercial y

⁵⁸ Editorial, ‘Elevados costos laborales en Bolivia’. En *Página siete*. p. 14.

⁵⁹ Editorial, ‘Nuevos planes para el Mutún’. En *Página siete*. p. 14.

⁶⁰ Editorial, ‘Contradicciones en el cambio climático’. En *Página siete*. p. 14.

⁶¹ Editorial, ‘Resistencia contra el centro nuclear’. En *Página siete*. p. 14.

una marcada discrepancia entre importaciones y exportaciones. Se subraya la influencia de la subvención de la moneda boliviana en las importaciones, planteando un desafío para la competitividad interna.

Se presenta evidente la necesidad de inversiones en infraestructura, especialmente en carreteras y generación de energía. Los costos laborales en aumento y sus posibles implicaciones en políticas sociales, como la entrega del segundo aguinaldo, también emergen como aspectos relevantes. A pesar de estos desafíos, se sugiere un optimismo cauteloso en relación con el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) y la posibilidad de superar el promedio de crecimiento en América Latina. En conjunto, la repetición de "Bolivia" articula una narrativa donde los aspectos económicos negativos predominan, con llamados a mejorar la infraestructura y enfrentar los desafíos laborales, mientras se vislumbran perspectivas de crecimiento a largo plazo.

Bolivia importa más de lo que exporta⁶²

Al mantener **Bolivia** su moneda sobrevaluada, alienta la importación de productos, ya que estos bajan comparativamente de precio con respecto a los que se producen en el país.⁶³

Análisis de frases: *Millones de dólares* (26 ap.) su mención en los editoriales funciona como una connotación política para persuadir a los lectores sobre la gestión económica y política del Presidente Evo Morales y el Gobierno. Cada término repetitivo es relacionado con diferentes aspectos negativos, como la falta de cumplimiento de promesas, la mala ejecución de proyectos, la manipulación de datos, la dependencia externa y la falta de beneficios concretos para la economía y el país en general.

Primer elemento, esta frase connota cómo los anuncios del presidente Morales, que pueden parecer propuestas positivas, se convierten en malas noticias debido a su ejecución problemática como proyectos; sugiriendo que en lugar de generar inversión y generar ingresos, están afectando negativamente a la economía. Segundo elemento, la frecuencia de la frase señala que las prometidas inversiones estatales en millones de dólares no se han cumplido como se anunció, lo que implica un incumplimiento de las promesas gubernamentales.

También es mencionado para describir los contratos del Estado con empresas internacionales no se han concretado debido a la falta de garantías en infraestructura, lo que implica problemas en la planificación y ejecución de proyectos donde la responsabilidad recae en el Gobierno. Cuarto, en cuanto a las exportaciones e ingresos, connotan el significado de esta frase para resaltar la disminución del valor de las exportaciones y los ingresos para el sector exportador de productos; sugiriendo que las cifras millonarias no están traducéndose en beneficios concretos para el país.

Quinto, el término se emplea para sugerir un hecho que no es real o cierto acerca del gobierno y la manipulación de datos sobre el crecimiento económico del PIB; el mensaje construye el imaginario sobre una situación crítica económicamente donde se modifican los datos para aparentar que el país está en orden. Y el último elemento, sobre los créditos externos, la

⁶² Editorial, 'Bolivia importa más de lo que exporta'. En *Página siete*. p. 14.

⁶³ Ídem.

repetición de la frase es mencionada para criticar el alto monto del crédito que Bolivia recibió de China en millones de dólares. Se sugiere que este crédito podría llevar a un endeudamiento problemático para el país y se critica la dependencia económica de Bolivia de otros países, como China.

La danza de miles de **millones de dólares** continúa⁶⁴.

La cifra es enorme considerando que la economía boliviana en su conjunto es de sólo 30.000 millones de dólares, así que este crédito implicaría un endeudamiento de cerca del 25% del total del PIB, que llegaría al 35% si se suma la deuda actual, que sobrepasa los 6.000 **millones de dólares**⁶⁵.

De acuerdo con el informe del INE, durante los primeros siete meses del 2014 las ventas fueron de 7.800 millones de dólares, pero este año alcanzaron solamente a 5.300 millones, una reducción de 2.400 **millones de dólares**⁶⁶.

Según una nota de Página siete, que tomó datos oficiales, el intercambio comercial negativo se da con varios países, especialmente con China (676, 8 millones de dólares de déficit), Perú (183, 2 millones de dólares), España (37,5 millones de dólares) y Japón (15,1 millones de dólares).⁶⁷

Análisis de connotación moral: *Presidente Evo Morales* es mencionada para resaltar críticas y contrastes en los anuncios de inversiones, los resultados de viajes diplomáticos; y la conexión con asuntos polémicos como el referéndum constitucional y la *reelección*. Partiendo por la primera premisa que son los anuncios, nos permite observar que existe un enfoque pre anticipado en la acción que vaya a ser emanada por él, por tanto, anuncios como inversiones, también cuestionados bajo una percepción negativa y remarcado por un historial de materialización. El periódico subraya que los anuncios a menudo no logran concretarse de manera efectiva nombrando algunos ejemplos del pasado, sin mencionar que se haya resuelto aquel conflicto; esta presunción se presenta como un indicador de dudas de credibilidad sobre los anuncios para los lectores.

Un segundo punto es, el contraste en las posturas del presidente con respecto a las inversiones. A pesar de sus promociones de inversión, el país se encuentra en un periodo de “ajuste de cinturones” anunciado por el mandatario. Este contraste de discursos que señala Pagina siete puede interpretarse como una forma de criticar o cuestionar la capacidad del Estado en concretar contratos de inversiones.

En relación con los viajes diplomáticos del presidente en la que busca fomentar inversiones, *Presidente Evo Morales* se asocia con la frase *gira europea*. El análisis destaca tanto los aspectos positivos, como la recepción por parte de mandatarios extranjeros y los posibles beneficios de la gira; pero, resalta con mayor énfasis y connota los aspectos negativos, como los elevados costos del viaje y la percepción de que los objetivos no se cumplen en su totalidad. La descripción de estos viajes tiende a trivializar su importancia al compararlos con unas vacaciones, lo que podría restar peso a los encuentros con otros líderes y las posibles implicaciones políticas y económicas.

⁶⁴ Editorial, ‘Crédito Chino’. En *Página siete*. p. 14.

⁶⁵ Ídem.

⁶⁶ Editorial, ‘Bolivia importa más de lo que exporta’. En *Página siete*. p. 14.

⁶⁷ Ídem.

Por último, el sustantivo se introduce en el contexto de un referéndum constitucional, en el cual se le tilda de *antidemocrático* debido a su negativa a responder preguntas sobre el tema y se enfatiza la palabra "reelección". Esto sugiere que la repetición busca asociar la figura presidencial con cuestiones controversiales y debates en torno a la democracia y la continuidad en el cargo; para el cual no se dudó en mencionar la duración de su mandato, destacando que ha estado en el cargo durante casi 10 años.

La gira europea del **Presidente Morales**⁶⁸

Acompañado de una numerosa delegación de ministros y otras autoridades, el **presidente** aprovechó su estancia en Europa, en la primera visita oficial que realizó al viejo continente en casi 10 años en el poder, para estrechar lazos políticos y también empresariales y económicos⁶⁹.

Excepto el tema del pago de un monto elevado para su organización, que de todas maneras ha sido compartido con algunas entidades internacionales de crédito, la reunión que se realizó el lunes en Nueva York entre el **presidente Evo Morales** y cientos de empresarios y representantes de organizaciones de préstamo ha sido muy positiva⁷⁰.

En los últimos años fracasaron primero la iniciativa del gigante brasileño EBX expulsada del país en el inicio del **gobierno de Evo Morales**⁷¹.

En cuanto al término *Evo Morales* (1 ap.) es utilizado con una repetición, contrastado a *presidente* que permite identificar otras connotaciones; su mención enfoca la atención en el reconocimiento y la distinción que recibió durante el viaje diplomático. Los dos títulos de honoris causa subrayan su prestigio y la importancia atribuida a su papel político. Esto sugiere que la repetición de *Evo Morales* se utiliza para resaltar la valoración externa y los logros notables del político en el contexto de relaciones diplomáticas y reconocimientos académicos. La ausencia del título de *presidente* en la repetición puede indicar un intento de dirigir la atención hacia los aspectos individuales y personales de Evo Morales más allá de su posición oficial. Esto puede servir para resaltar sus logros y méritos específicos que no están vinculados directamente con su cargo político.

En 2 ocasiones durante el viaje **Evo Morales** fue investido con el título de honoris causa, la primera en la Universidad de la Sapienza, de Roma, y la Universidad de Pau, en los Pirineos Atlánticos franceses⁷².

Universo semántico: Las palabras más mencionadas que constituyen grupos de significados son, *Gobierno* (36 ap.), *millones de dólares* (26 ap.), *Bolivia* (15 ap.), *Presidente Evo Morales* (3 ap.) las cuales nos permiten observar cómo son descriptos con otras variables en la extensión de los corpus estudiados.

Dentro del universo semántico de *Gobierno* (36 ap.), el término se asocia con una serie de palabras y conceptos que delinean un espectro de significados y contextos relacionados a las actitudes en la gestión política, abordados desde la autoridad, la toma de decisiones hasta los resultados, la relación con la sociedad y el entorno ambiental: *autoridades* (14 ap.), *ejecutivo*

⁶⁸ Editorial, 'La gira europea del presidente Morales'. En *Página siete*. p. 14.

⁶⁹ Ídem.

⁷⁰ Editorial, 'Cita con empresarios'. En *Página siete*. p. 14.

⁷¹ Editorial, 'Nuevos planes para el Mutún'. En *Página siete*. p. 14.

⁷² Editorial, 'La gira europea del presidente Morales'. En *Página siete*. p. 14.

(3 ap.), *empecinado* (3 ap.), *daño al medio ambiente* (3 ap.), *retroceder* (2 ap.), *oculta* (2 ap.), *señal de flexibilidad* (1 ap.), *confiscado empresas* (1 ap.), *excesos* (1 ap.), *cargas laborales* (1 ap.), *no escucha* (1 ap.), *imponer* (1 ap.), *hipocresía* (1 ap.), *conflicto* (1 ap.), *agua hasta el cuello* [doble aguinaldo] (1 ap.), *pretensión* (1 ap.), *ganar el referéndum* (1 ap.), *planes rechazados al gobierno* (1 ap.) Además, aparecen conectores como *más* (31 ap.) y *pero* (15 ap.) que apuntar un contraste a los avances que no están evolucionando en el gobierno.

En *millones de dólares* (26 ap.), la repetición del término establece un marco focal que está intrincadamente relacionado a una imagen compleja, diversa de los contextos en los que se manejan sumas económicas y sus implicaciones para la economía y el desarrollo: *Inversión no realizada* (5 ap.), *exportaciones* [como disminución] (5 ap.), *inversión concretada* (4 ap.), *crédito* (4 ap.), *endeudamiento* (3 ap.), *déficit* (3 ap.), *mega obras* (1 ap.), *promesas bolivianas* (1 ap.), *la gira europea del presidente Morales*, *reducción* (1 ap.). Es mencionado el término *menos* (14 ap.), lo que podría sugerir un enfoque en la restricción o reducción de recursos financieros en diversas instancias del contexto mencionado.

Sobre *Bolivia* (15 ap.); la palabra se encuentra entrelazado de connotaciones relacionadas con el país, contexto, económica y social: *Caída* [de ingresos económicos para el país] (5 ap.), *costos laborales* (4 ap.), *importa* [productos] (2 ap.), *moneda sobrevaluada* (2 ap.), *mejorar las infraestructuras* (2 ap.), *insuficiencia de gas* (2 ap.), *importación* (1 ap.), *rebajas en previsiones PIB* (1 ap.). Aparecen términos como *por ejemplo* (1 ap.) y *se muestra* (1 ap.) indicando la posibilidad de que Bolivia sea utilizado como caso de estudio o punto de referencia en ciertos contextos analíticos o comparativos.

La repetición de la combinación *Presidente Evo Morales* (3 ap.) pone de relieve diversos aspectos de su presidencia, abarcando desde su papel como líder político y su participación en eventos internacionales hasta las percepciones sobre su gestión, incluidas las críticas. Estos términos ofrecen una imagen multifacética de la figura del Presidente Evo Morales en el contexto político y público: *Visita* (4 ap.), *presidente* (3 ap.), *mandatario* (2 ap.), *presidente Morales* (1 ap.), *anuncios*, *reunión positiva* (1 ap.), *reunión*, *estancia en Europa* (1 ap.), *lazos políticos, económicos, y empresariales* (1 ap.), *gira europea* (1 ap.), *suma astronómica* (1 ap.). En términos de crítica y controversia, se incluyen palabras como *antidemocrático* (1 ap.) y *reelección* (1 ap.) sugiriendo que la figura del Presidente Evo Morales ha estado rodeada de debates y cuestionamientos en torno a su estilo de gobierno y las posibilidades de mantenerse en el poder.

Por último, *Evo Morales* (1 ap.) es mencionado por el término *Honoris causa* (1 ap.) esto enfatiza la valoración y la distinción que se le ha otorgado. Cabe resaltar que la mención que se realiza es en un solo párrafo donde no hay un cuerpo o universo semántico amplio y connota la ausencia de descripción como de mención del título de *presidente*.

1.3 ETAPA INTENSIVA

La etapa intensiva observa la influencia de elementos electorales en el discurso editorial. El factor de las encuestas que resaltan a los indecisos, mostrándolos desapercibidos, connotan un aspecto a largo plazo de la estrategia persuasiva; la agudización sobre la crítica hacia la gestión no abandona el foco de atención de *Página siete*, pero no es reforzada puesto que

mientras más cercano es el periodo del referéndum los mensajes giran en relación con el referéndum del 21 de febrero.

En esta etapa de investigación se logra identificar patrones cambiantes en el discurso político, como sucede con las encuestas la forma en la cuál es narrada, si bien la utilidad cualitativa permite una aproximación o una imagen a un posible resultado, en la narrativa de los corpus es mencionada como un elemento que debe ser muy destacado. Aborda temas políticos como el decenio, en cambio los económicos y sociales son descritos en la medida de lo gubernamental y lo electoral como impacto en la toma de decisiones de los lectores o quienes vayan a crear un efecto de repercusión de estas.

En cuanto a los corpus, se analizaron conjuntos de textos que muestran una amplia gama de extensiones, variando desde un mínimo de 426 palabras hasta un máximo de 660 palabras, con un promedio de alrededor de 450 términos. A través de los siguientes nueve ejemplos, se destaca la variedad de palabras en editoriales publicadas entre el 11 de diciembre de 2015 y el 4 de febrero de 2016: “El año económico se acaba” con 667 palabras (31/12/2015); “Luces y sombras del decenio de Evo” 660; “Prórroga para el pago del segundo aguinaldo” 448; “Lo que está en juego en el referendo” 457; “El peso de los indecisos” 453; “Discurso presidencial” 446; “Acusaciones sin debate” 426 (22/01/2016).

Análisis de palabras: Se hallaron tres menciones recurrentes que construyen que son *bolivianos*, *gobierno* e *indecisos*, el tercer es el más relevante de la investigación en cuanto a mensajes. El término *bolivianos* (12 ap.) resaltado en los corpus analizados, la analogía que se establece es que los *bolivianos* son equivalente a *electores*, resaltando su papel fundamental en el proceso democrático del país.

Esta palabra no encapsula una identidad geográfica, por el contrario, representa una identidad política y social que desempeña un papel crucial en la toma de decisiones. Estas decisiones consideran factores como la situación económica y democrática del país al optar por una elección específica. En este contexto, esta elección se refiere a la opción contraria al “Sí”.

La mención de bolivianos con relación a de opciones en el referéndum resalta como una acción fundamental para definir la nueva coyuntura del país. Por esta razón, el término se emplea para designar a los habitantes y ciudadanos de Bolivia, como quienes emergen como actores principales en el escenario político con poder y capacidad de decisión, especialmente en el contexto de un referéndum. Con ello se puede observar que los editoriales se refieren a la población mediante una persuasión cognitiva dirigida hacia los electores. Este enfoque sugiere que el voto de los bolivianos no sólo se considera un ejercicio democrático, sino también una herramienta para influir el acontecimientos.

Por lo tanto, la mención de esta palabra se presentará en oraciones que planteen preguntas abiertas sobre la evaluación de la gestión gubernamental, haciendo hincapié en aquellas donde la relación causal esté relacionada con la disminución de ingresos debido a la caída en el precio del petróleo o la baja cotización de los minerales. Se puede observar que *bolivianos* funciona como una analogía de electores van a cambiar el curso de la historia del país y su actividad política.

De lo otro, de que obstinarnos por qué deberíamos o no reformular una carta magna que hace pocos años estrenamos; de cuánto valen ciertos criterios y principios básicos de la

democracia como la alternancia de poder; de los proyectos y bondades del continuismo –si lo hay– y del panorama que se los apronta los **bolivianos** ante un escenario de incertidumbre económica, no hay prácticamente nada⁷³.

Sin embargo, al margen de estas y otras medidas que es imposible enumerar en este espacio, este diseño deja deudas y tareas pendientes que no deberían olvidarse con los festejos y mucho menos ante los nuevos aires de campaña electoral –que, dicho sea de paso, tienen ocupados a los electores **bolivianos** de forma casi constante en los últimos cuatro años–⁷⁴.

La segunda palabra objeto de análisis es *gobierno* (10 ap.), la cual desvela una serie de connotaciones en relación con la concentración de poder, divergencia de opiniones, crítica a la gestión gubernamental y decisiones políticas y económicas. En un primer plano, el término *gobierno* se vincula con anuncios sobre decisiones políticas realizadas por el presidente Evo Morales, tales como el anuncio del pago del segundo aguinaldo y la presentación del PDES 2016. Además, la Ley de Incentivos es puesta en entredicho debido a su estructura concebida en el contexto de la crisis en el precio del petróleo y la disminución en la cotización de los minerales. La mención resalta que las estrategias económicas no parecen ser eficaces, ya que han tenido un impacto negativo en el empleo.

Otro aspecto relacionado con el término *gobierno* es la exploración de la posible acumulación de poder en caso de que los resultados del referéndum favorezcan la opción *Sí*. La línea editorial de *Página siete* busca transmitir la idea de que la oposición al *Sí*, representada por el *No*, podría contribuir a mantener un equilibrio en la distribución del poder. Esta noción se refuerza con repetidas menciones acerca de por qué podría surgir una concentración de poder en caso de un resultado positivo para el *Sí*.

Asimismo, se aborda otro matiz dentro de esta dimensión, donde se alude a la presencia de simpatizantes del gobierno que podrían votar en contra de la posición oficial en el referéndum. Esto sugiere divisiones internas dentro del partido gobernante, evidenciando que incluso en las filas de este existen voces disidentes o en contra del *Sí*.

En conjunto, el análisis del término *gobierno* en el texto resalta su relevancia en diversos aspectos políticos y administrativos. A través de sus menciones, se transmiten connotaciones que abarcan desde la toma de decisiones gubernamentales hasta la evaluación de poder, las divisiones internas y el efecto de las políticas económicas. Este análisis demuestra cómo el término *gobierno* se convierte en un hilo conductor para explorar una serie de dimensiones interrelacionadas en el contexto político del referéndum.

Muchos de quienes aseguran votar por el *No* apoyan en líneas generales al **gobierno**, pero no desean que una sola persona tenga derecho de gobernar el país durante 20 años⁷⁵.

El **gobierno** tiene todos los mecanismos para hacer campaña masiva y contundente para disuadir a los opositores a la modificación constitucional, por una parte, captar a los indecisos, por otra⁷⁶.

⁷³ Editorial, 'Guerra de acusaciones'. En *Página siete*. p. 14.

⁷⁴ Editorial, 'Luces y sombras del decenio de Evo'. En *Página siete*. p. 14.

⁷⁵ Editorial, 'El peso de los indecisos'. En *Página siete*. p. 14.

⁷⁶ Ídem.

Pero volviendo a los escenarios de cada resultado posible, si gana el Sí no cabe duda de que la concentración de poder será mayor en el partido oficialista que lo que ya hemos visto con una década de **gobierno** y esto es una señal que preocupa a muchos analistas⁷⁷.

El término *indecisos* (8 ap.) emerge como un elemento central en la descripción de los datos más relevantes obtenidos de las encuestas, describiéndolos como un grupo de electores muy importantes que desempeñaran un papel crítico en el referéndum. Estos individuos, definidos como aquellos que aún no han tomado una decisión definitiva sobre su voto, adquieren una relevancia significativa debido a su capacidad potencial para alterar los resultados electorales. Se subraya que su influencia es capaz de cambiar por completo la dirección de los resultados, lo que pone de relieve su poder de inclinar la balanza hacia una u otra opción.

La presencia de *indecisos* en las encuestas introduce una dosis de incertidumbre en la predicción de tendencias electorales. Su naturaleza impredecible dificulta la identificación temprana de qué opción podría salir victoriosa en los comicios. Esto es especialmente relevante considerando el tamaño significativo de este grupo, representando el 20% del valor de los datos, un cambio notable en comparación con elecciones anteriores, cuando eran considerados una minoría. En un contexto más amplio, se plantea que los *indecisos* han adquirido una posición prominente en la narrativa política, superando el enfoque tradicional en el voto duro del MAS.

Por tanto, los editoriales connotan que las estrategias de campaña construirán sus objetivos y mensajes direccionados y orientados hacia la conquista de los *indecisos*; en este punto podemos observar que los actores políticos que llevan a cabo las direcciones de campaña no los únicos que apuntarán a los indecisos puesto que el mismo medio impreso interpela de forma persuasiva a aquellos nuevos lectores que serán captados mediante otro tipo de lenguaje cognitivo en segunda persona.

Dos cosas sobresalen de este análisis: por primera vez en 10 años el MAS está por debajo del 50% y no tiene asegurado una elección; en un segundo lugar, hay un elevado porcentaje de **indecisos**, alrededor del 20% que puede volcar el resultado en uno u otro sentido⁷⁸.

El otro elemento es la elevada cantidad de **indecisos**, que hasta hace poco respaldaban a la opción del No. Lo curioso es que estos no se han movido hacia el Sí, que se mantienen inalterables desde hace seis meses, sino hacia los indecisos. Es probable que la campaña oficialista, incluida la “campaña del miedo”, esté dando resultados: El Vicepresidente ha llegado a decir que si la “derecha: vuelve al país, la gente perderá sus casas”⁷⁹.

Análisis de frases: La repetición del término *segundo aguinaldo* (6 ap.) constituye un análisis multidimensional de la realidad política y económica en Bolivia, resaltando especialmente las desventajas de los empresarios y las críticas dirigidas hacia su implementación gubernamental. En primer lugar, se enfoca en la centralidad que adquiere la ampliación del pago del segundo aguinaldo. Esta prolongación se respalda mediante el Decreto Supremo 2671 y guarda relación con el desarrollo económico del país. No obstante, la interpretación divergente del nivel de crecimiento y anunciado por el INE y el presidente

⁷⁷ Editorial, ‘Lo que está en juego en el referendo’. En *Página siete*. p. 14.

⁷⁸ Editorial, ‘El peso de los indecisos’. En *Página siete*. p. 14.

⁷⁹ Ídem.

Evo Morales requerido para su ratificación apunta a discrepancias en la percepción y evaluación de este fenómeno.

En segundo lugar, se destaca la relevancia de las entidades sindicales y empresariales en este contexto. La COB surge como un actor crítico de la ampliación del segundo aguinaldo, representando a los trabajadores. Sin embargo, su mención también se relaciona con la postura opuesta de la línea editorial del periódico respecto al pago del *segundo aguinaldo*, argumentando que la orgánica obrera se equivoca al cuestionar la ampliación, ya que, de lo contrario, afectaría más a los trabajadores. Esta tensión refleja perspectivas encontradas entre los sindicatos y las empresas.

El impacto económico negativo en las empresas es mencionado como un aspecto muy relevante. El *segundo aguinaldo* es tildado de "carga" para las empresas, comparándolo con el equivalente a "4 sueldos" en uno solo. Esto provoca dificultades, especialmente para las empresas más pequeñas. Se plantea una crítica en relación con la falta de diferenciación en la estructura de los pagos, lo que podría mitigar los desafíos económicos para algunas empresas. La mención de cierres empresariales en el contexto del *segundo aguinaldo* apunta a efectos adversos en la economía. La repetición persistente del término *segundo aguinaldo* junto a esta problemática subraya los impactos económicos y laborales.

La implicación política es un aspecto que no pasa desapercibido en el discurso. Se señala que el segundo aguinaldo se ha convertido en una obligación para las empresas, con posibles connotaciones políticas, siendo interpretada como una estrategia "demagógica" del gobierno para asegurar apoyo electoral para el referéndum.

Otra implicación se evidencia en la construcción gramatical del término *segundo aguinaldo*, el cual hace referencia a un beneficio social dirigido a los trabajadores bolivianos. Se observa una discrepancia entre la nomenclatura oficial del gobierno, que lo denomina *doblo aguinaldo*, y la denominación editorial del periódico, que opta por otra para resaltar su carácter suplementario en lugar del beneficiario. Por tanto, la descripción editorial sobre el carácter de beneficios sociales sugiere una alusión a la instrumentalización con fines políticos.

Los **empresarios privados** impugnaron la decisión gubernamental por considerar que la mayoría de los sectores económicos crecieron por debajo de la tasa. Lo lógico era conceder el beneficio únicamente a los trabajadores de los sectores que crecieron por encima del 4,5%, pero las autoridades rechazaron de plano ese planteamiento.⁸⁰

En el futuro se demostrará que esta medida, altamente **demagógica** porque está destinada a ganar votos, será considerada como la más perniciosa para la consolidación del sector formal boliviano (el sector informal no paga ni siquiera un aguinaldo y emplea el 70% de la población económicamente activa).⁸¹

Análisis de connotación moral: El nombre *Evo Morales* (13 ap.) se convierte en un dispositivo político para explorar diversas dimensiones de su presidencia: su gestión, su transformación de imagen, su estilo de liderazgo, su impacto histórico y su relación con el proceso político actual. A través de estas repeticiones, los editoriales buscan analizar de

⁸⁰ Editorial, 'Prórroga al pago del segundo aguinaldo'. En *Página siete*. p. 14.

⁸¹ Editorial, 'El año económico se acaba'. En *Página siete*. p. 14.

manera crítica las múltiples facetas del presidente y su influencia en la política que tendrá impacto en el referéndum.

Primero, se destaca la gestión de gobierno de *Evo Morales*, caracterizada por avances notables, como la nueva Constitución Política del Estado, de 2009, y la inclusión de grupos indígenas y mujeres en el sistema político. Sin embargo, se ponen de relieve los errores cometidos como la corrupción en el Fondioc y la controvertida carretera del Tipnis. Esta dicotomía entre logros y deficiencias dibuja un panorama adverso a la percepción pública de su gestión. Segundo, se aborda la idea de transformación de la imagen de Evo Morales por el tiempo; donde subrayan que su perfil en 2006 difiere considerablemente en 2016 debido a los errores cometidos durante su mandato. Esta transformación también sugiere una crítica a su habilidad de liderazgo.

Tercero, el decenio. Como elemento resaltado: La longevidad en el poder, como antónimo a decenio. El tiempo de mandato de *Evo Morales* es comentado desde una crítica al *récord de 10 años* consecutivos como presidente, donde la importancia en la historia política de Bolivia es cuestionar la dinámica democrática en el país más que mencionar que se trata del primer presidente en ser electo con mayoría absoluta por el electorado.

Por tanto, todo aquello que es referido al decenio será objeto de crítica connotada. Se observa aquel fenómeno en la descripción del discurso del decenio pues al tratarse de un acto conmemorativo la retórica de *Evo Morales* fue evaluada como extensa y cargada de cifras estadísticas sobre su gestión, es decir, no resaltaron el mensaje, sino la superficialidad de la presentación física.

Finalmente, se presenta ambos sinónimos son presentados como una crítica política a la acumulación de poder en manos de una sola persona o partido, insinuando que esta concentración es problemática; donde el referéndum constitucional implica una acción hecha o realizada por el gobierno y para el mismo.

Hoy se cumple una década de la primera asunción de **Evo Morales** al poder. Es un récord de permanencia en la conducción del país, un récord en la sostenibilidad de un modelo político y económico, un período con luces y sombras de diversos matices que han marcado a toda una generación de bolivianos.⁸²

A lo largo de la corta democracia boliviana ha habido alguno de esos mensajes potentes, por ejemplo el que dio Carlos Mesa cuando llegó al poder tras los sucesos de octubre, el que ofreció Hernán Siles al iniciarse la democracia o el que leyó Víctor Paz al asumir el gobierno, cuando el país estaba sumido en una profunda crisis económica y política. El discurso del decenio de **Evo Morales** estuvo lejos de ello y repitió la misma hermenéutica de 10 años anteriores, al lanzar decenas y decenas de cifras sin mayor orden.⁸³

El discurso, el segundo más **largo** de su gestión y uno de los más extensos de la historia incluso a nivel regional, duró a nivel regional cinco horas y 48 minutos e hizo un pormenorizado recuento de los éxitos del gobierno, como la reducción de la pobreza, la estabilidad social y política, el empoderamiento de sectores indígenas y el aumento de los ingresos gracias a la nacionalización de los hidrocarburos, entre varios otros.⁸⁴

⁸² Editorial, 'Luces y sombras del decenio de Evo'. En *Página siete*. p. 14.

⁸³ Editorial, 'Discurso presidencial'. En *Página siete*. p. 14.

⁸⁴ Ídem.

La palabra *campana* (7 ap.) pone de manifiesto una serie de elementos en el proceso electoral estudiado, como connotación política sobre el uso de recursos estatales, la concentración de poder, estrategias comunicativas específicas y la influencia en diversos sectores de la sociedad. Estos aspectos reflejan la dinámica de la competencia política y la forma en que las estrategias de campaña pueden moldear la opinión pública y el comportamiento electoral.

El termino es asociado con el uso de recursos de instituciones públicas y medios de comunicación para amplificar el mensaje electoral del partido de gobierno. Esta conexión sugiere un aprovechamiento de los recursos del Estado en beneficio de la campaña a favor del *Sí*. Además, es criticada la inexistencia de sanciones por el uso de espacios públicos para estas actividades de campaña, lo que plantea cuestionamientos sobre la transparencia institucional en el proceso electoral.

Se subrayan con el término que el partido de gobierno incursiona en un modelo de campaña persuasiva cuyo objetivo es persuadir a los votantes en base a advertencias y estímulos emocionales vinculados al temor. También, señalan que la difusión de estos mensajes lo realizan mediante los medios de comunicación masiva. No obstante, hay una mención de la palabra *campana* con un significado distinto al gubernamental que está dirigido hacia la importancia o el valor que representan los indecisos para las estrategias.

Universo semántico: Las palabras *Evo Morales*, *bolivianos*, *gobierno* e *indecisos* son desarrollados en base al número de veces que fue mencionado, de esa forma fueron ordenadas jerárquicamente para que pueda entenderse qué palabras contienen más mensajes y cuerpos de conceptos que permiten observar cómo fueron abordados.

En el universo semántico relacionado a *Evo Morales* (13 ap.) es la siguiente en el cual se encuentran varios términos que encapsulan su figura política y el contexto en el que dirigió la presidencia de Bolivia durante 10 años, se asocia con conceptos subrayando su influencia, posición en el país y en relación a su gestión: *poder* (10 ap.), *década* (7 ap.), *presidente* (6 ap.), *largo* (6 ap.), *discurso* (5 ap.), *luzes y sombras* (4 ap.), *10 años* (4 ap.), *democracia* (4 ap.), *MAS* (3 ap.), *extenso* (2 ap.), *record* (2 ap.), *reelección* (2 ap.), *décimo* (1 ap.), *continua* (1 ap.), *falló* (1 ap.), *refundación* (1 ap.), *texto constitucional* (1 ap.), *corrupción* (1 ap.), *desafíos* (1 ap.), *renovación de liderazgos* (1 ap.), *engañosa* (1 ap.), *continuismo* (1 ap.), *desgaste* (1 ap.).

La palabra *bolivianos* 12 (ap.) está rodeada de palabras que condicionan su acción como un sujeto electoral influido por decisiones políticas: *referendo* (6 ap.), *desarrollo* (4 ap.), *voto* (4 ap.), *electores* (2 ap.), *incertidumbre* [económica] (2 ap.), *social* (2 ap.), *ciudadanos* (1 ap.), *carta magna* (1 ap.), *decidirán* (1 ap.), *autorizan* (1 ap.), *aspectos positivos y negativos* [economía] (1 ap.), *clase media* (1 ap.).

En cuanto a *gobierno* (10 ap.) fue nombrado en términos que describen a la institución, connotación a las acciones vinculadas la gestión pública y económica, a la valoración de quienes la administran: *Autoridades* (8 ap.), *gubernamental* (5 ap.), *precios internacionales* (5 ap.), *desarrollo* (4 ap.), *No* (4 ap.), *crecimiento económico* (3 ap.), *crisis económica* (2 ap.), *MAS* (2 ap.), *éxitos* (1 ap.), *reducción de la pobreza* (1 ap.), *PDES* (1 ap.), *bicentenario* (1 ap.), *defectos* (1 ap.), *corrupción* (1 ap.), *crisis política* (1 ap.), *régimen* (1 ap.), *ajustes* (1 ap.), *resisten* (1 ap.), *principio democrático* (1 ap.), *desesperada necesidad* (1 ap.), *ley de incentivos* (1 ap.).

Finalizando, la palabra *indecisos* (8 ap.) fue mencionada en solo dos editoriales sin embargo la frecuencia repetitiva de la palabra genero grupos de significados y semánticos en los cuales podemos observar: *encuestas* (4 ap.), *elevado* (3 ap.), *creciente* (1 ap.), *determinante* (1 ap.), *resultado final* (1 ap.), *volcar el resultado* (1 ap.), *cantidad* (1 ap.), *porcentaje* (1 ap.) que resaltan a la palabra como objeto a evaluación.

1.4 ETAPA DE REFUERZO

Esta etapa de la investigación busca describir y analizar las conexiones y patrones subyacentes en la retórica utilizada, especialmente en lo que respecta a la connotación moral y a las estrategias retóricas empleadas en el Caso Zapata anunciada diecisiete días antes del referéndum. Los objetivos esta etapa es identificar cómo la repetición de términos clave como “encuesta”, “tráfico de influencias”, “presidente Evo Morales” y “Gabriela Zapata”, juega un papel en la construcción de narrativas políticas, también como términos que influyen en la percepción pública y en la opinión de los lectores, moldeando sus perspectivas y emociones.

Con relación a los corpus, se han analizado conjuntos de textos, con un promedio de 450 palabras. A través de los siguientes cuatro ejemplos, se resalta la cantidad comparativa de palabras presentes en editoriales publicadas desde el 5 hasta el 21 de febrero de 2016: “Reflexiones en torno al caso Zapata” 694 palabras (7-2-2016); “Sobre el caso Zapata Montaña” 671; “La incidencia de una encuesta” 650; y editorial “La jornada electoral de hoy” 453 palabras (21-2-2-16).

Análisis de palabras: La repetición de *encuesta* (11 ap.) revela que el significado contiene mensajes connotativos para el ámbito político electoral. Las encuestas emergen como herramientas multifacéticas que van más allá de la simple medición de opiniones, y se convierten en elementos cruciales para la comprensión de las dinámicas políticas y sociales, la toma de decisiones estratégicas y la formación de la opinión pública; pero, en este caso la implicancia es persuasiva para causar impacto en los lectores en cuando a los resultados de sus estudios y el estado de ánimo del caso Zapata.

El término *encuesta* a través de su reiteración establece un enfoque significativo en la importancia y el valor que las encuestas poseen en el escenario político, social y electoral que son observados por los lectores. En esta narrativa, asume distintos matices y funciones que merecen una consideración exhaustiva.

En primer lugar, *encuestas* se erige por la relevancia de los datos extraídos del consorcio de medios de comunicación y una empresa especializada, desempeñando un papel influyente en la opinión pública; estos datos no solo ofrecen una instantánea del sentir de la población, sino que también influyen en la interpretación de eventos y tendencias políticas. Por otro lado, la implicancia de la capacidad de las encuestas para medir las reacciones del público ante eventos específicos, como un escándalo político.

Esta aplicación evidencia la versatilidad estas como una herramienta que trasciende la simple medición de intenciones de voto. En este caso, las encuestas actúan como indicadores del estado de ánimo público y permiten una evaluación de las implicaciones políticas y electorales de situaciones relevantes.

La connotación del término *encuesta* adquiere aún más complejidad cuando se conecta con el caso Zapata, identificado como un factor determinante en los resultados. Aquí, las encuestas no solo miden opiniones generales, sino que se convierten en instrumentos para medir la influencia de eventos específicos en el panorama político. Así, las encuestas son capaces de capturar la dinámica cambiante de la opinión pública y sus fluctuaciones en respuesta a eventos políticos cruciales.

La repetición persistente de la palabra *encuesta* en los corpus conlleva un intento de legitimar el papel de estas herramientas como representantes legítimas de la voz popular. Sin embargo, esta repetición también plantea preguntas sobre la relación entre la información recopilada en las encuestas y la verdad objetiva. Al destacar la reiteración de la palabra, el texto sugiere que las encuestas no solo son una herramienta, sino que también se presentan como una especie de verdad subyacente, respaldada por la repetición misma.

Finalmente, las *encuestas* se presentan como un punto de conflicto entre el gobierno y los resultados presentados por los medios de comunicación. Esto refuerza la idea de que no son simplemente herramientas neutras, sino que tienen implicaciones políticas generando un ambiente de polarización.

Esta **encuesta** sigue teniendo una alta cantidad de indecisos pero gracias a preguntas dirigidas a detectar las tendencias a quienes dicen que no saben por cuál opción votarán, se reducen algo la incertidumbre⁸⁵.

La “**encuesta flash**” revela que el No obtiene una importante diferencia frente al Sí en las ciudades del eje⁸⁶.

La “**encuesta flash**” también establece que más de la mitad de los entrevistados del eje troncal no cree que el presidente esté diciendo toda la verdad sobre su relación con Zapata; tampoco cree que ambos hayan cortado sus relaciones por completo desde 2007, como afirmó Morales. Otro buen porcentaje considera que Zapata llegó a su elevado puesto gerencial en la empresa China CAMC gracias a favores políticos; finalmente, que el presidente ayudó a la empresa CAMC a obtener millonarios contratos con el estado⁸⁷.

Análisis de frases: *Tráfico de influencias* (5 ap.) revela que es un constructo semántico entrelazados en la preocupaciones morales, estrategias políticas, dinámicas de poder y la relación entre las Evo Morales y Gabriela Zapata. En el ámbito electoral, *tráfico de influencias* se presenta –de manera persuasiva– como una acción inmoral y des aprobable. La recurrencia del término refuerza su connotación negativa, asociación con el abuso de poder y la corrupción. Se utiliza para crear escenarios a partir de la descripción de actos que involucran la manipulación indebida de las conexiones y la posición de una figura de influencia, sobre el primer mandatario del país que habría beneficiado a Gabriela Zapata para adquirir el puesto de gerente comercial en CAMC, y mediante este espacio cerrar contratos con el Estado de Bolivia.

Por otro lado, la frecuencia de esta frase muestra que está relacionada a la alusión sobre el presidente Evo Morales y su *expareja* Gabriela Zapata. Esto sugiere que el término se ha

⁸⁵ Editorial, ‘*La incidencia de una encuesta*’. En *Página siete*. p. 14.

⁸⁶ Ídem.

⁸⁷ Ídem.

convertido en un marco interpretativo que la sociedad utiliza para evaluar y cuestionar la conducta de figuras de alto nivel.

La interacción del término con la dinámica política en la relación con las estrategias electorales nos permite observar que las confrontaciones entre el gobierno y la oposición se convierte en un arma retórica para socavar la credibilidad de los oponentes –contra el Sí– y movilizar el apoyo público –a favor del No–. Con relación a la opinión pública también es evidente que la frase fue empleada como un indicador de influencia en la percepción colectiva y en las decisiones electorales. Aquí, el término se convierte en una herramienta que puede moldear la narrativa política y, por lo tanto, tener un impacto real en el curso de los eventos políticos.

Esto es porque la primera vez que el **Presidente Evo Morales** se ve afectado directamente por una polémica, aunque no existan pruebas sobre un presunto tráfico de influencias. Por ello mismo, es importante el esclarecimiento de los hechos, tarea que ha sido encomendada al contralor general, un funcionario designado por el gobierno, y una comisión mixta del legislativo, dominada por la mayoría oficialista, lo que no induce a pensar en una investigación neutral.⁸⁸

Evo afirmó al principio que había roto su relación en 2007, tras la muerte del hijo, y que no la veía desde entonces, pero posteriormente surgieron evidencias de que la relación se mantuvo o se reanudó en los últimos años. El presidente tuvo que admitir que una fotografía que los muestra en el palco oficial del carnaval de Oruro 2015 era real, aunque afirmó que fue un encuentro casual, ocurrido cuando ella se le acercó y le vio “**cara conocida**”.⁸⁹

Análisis de connotación moral: La mención repetitiva de las palabras *presidente* Evo Morales y *Gabriela Zapata*. Sobre el primer término, el uso reiterado de *presidente* (17 ap.) en los corpus editoriales previos al referéndum revela su función como un marcador discursivo de relevancia política y narrativa. La repetición constante de esta palabra en dichos textos se asocia con un enfoque enfático en la figura central de *Evo Morales* en un contexto electoral caracterizado por la polémica del caso Zapata. Este recurso lingüístico subraya la posición política de Morales, las acusaciones de tráfico de influencias.

La cantidad de veces que es mencionado *presidente* cumple con la tarea de establecer conexiones y anclajes de significado en el discurso. En primer lugar, Evo Morales es presentado como el protagonista central en la narrativa política, representando la autoridad del país que supuestamente habría incurrido en una acción inmoral. El contexto en el que se enmarca esta narración es la relación entre Morales y Gabriela Zapata y existencia de un hijo que murió, y este conflicto se centra en las alegaciones de tráfico de influencias. La recurrencia de *presidente* y *relación* resalta la importancia de estos elementos y su vinculación ineludible con la situación descrita.

El escándalo político que antecede al referéndum se vincula con posibles actos de tráfico de influencias, y esta cuestión es fundamental en el análisis. La reiteración de *presidente* en todas las menciones a conferencias de prensa y pruebas relacionadas con la conexión entre Zapata y Morales refuerza la idea de que tales pruebas podrían sostener el caso Zapata. Esto tiene un efecto inmediato en la percepción de la figura presidencial, presentándola como aislada de su papel como servidor público y líder político.

⁸⁸ Editorial, ‘*La incidencia de una encuesta*’. En *Página siete*. p. 14.

⁸⁹ Editorial, ‘*Reflexiones en torno al caso Zapata*’. En *Página siete*. p. 14.

En el ámbito de las respuestas institucionales al caso Zapata, la recurrencia de *presidente* se utiliza para cuestionarlas. A pesar de que las acciones de investigación llevadas a cabo por la Contraloría General del Estado y una Comisión Mixta de la Asamblea Legislativa son respuestas institucionales ante las acusaciones de tráfico de influencias, la reiteración del término *presidente* en este contexto sugiere que estas acciones son objeto de crítica. La connotación de corrupción asociada al presidente contrarresta los intentos de presentar una respuesta institucional sólida.

La frecuencia del término *presidente* refleja la percepción pública. La frecuencia con la que se emplea sugiere que el mensaje central se relaciona con la cuestionable conducta moral ligada al cargo de Evo Morales; buscando incitar a los lectores a cuestionar la presidencia y la figura del presidente, especialmente en la proximidad de la emisión de sus votos en el referéndum. En síntesis, la repetición persistente de la palabra *presidente* en los textos editoriales previos al referéndum cumple una función retórica y comunicativa al destacar la figura de Evo Morales en medio de la controversia, resaltando su posición política y su papel en los eventos narrados, y buscando influir en la percepción pública acerca de su liderazgo y moralidad.

El gobierno afirma que las denuncias sobre un supuesto tráfico de influencias que vincula a Gabriela Zapata con el **Presidente Evo Morales** son infundadas y están siendo digitadas por la oposición con miras al próximo referendo.⁹⁰

El momento de la publicación de las mismas daría la razón al gobierno, pero la falta de transparencia y las contradicciones en que en este han incurrido dañan su credibilidad. El **Presidente** pidió a la Contraloría General de la República que investigue los contratos suscritos por la empresa China en el que Gabriela Zapata es una alta ejecutiva de la CAMC, y después propuso la conformación de una comisión mixta legislativa con el mismo objetivo. Son iniciativas loables, pero probablemente no ayudarán a echar luz sobre el caso ya que el contralor Gabriel Herbas es un militante del MAS y ejerce el cargo interinamente; en tanto que la comisión legislativa estará dominada por el MAS.⁹¹

Esto es porque la primera vez que el **Presidente Evo Morales** se ve afectado directamente por una polémica, aunque no existan pruebas sobre un presunto tráfico de influencias. Por ello mismo, es importante el esclarecimiento de los hechos, tarea que ha sido encomendada al contralor general, un funcionario designado por el gobierno, y una comisión mixta del legislativo, dominada por la mayoría oficialista, lo que no induce a pensar en una investigación neutral.⁹²

En cuanto a *Gabriela Zapata* (17 ap.) como un personaje encarna una mezcla de influencia política, relaciones empresariales y polémica: Su estilo de vida ostentoso a una temprana edad se destaca como un símbolo visual moral para el electorado. A través de su mención repetitiva, el discurso político construye una imagen múltiple que involucra elementos de corrupción, tráfico de influencias y ambición, sirviendo como un estudio de caso en la intersección entre política y empresariado en Bolivia.

El nombre *Gabriela Zapata* emerge como el segundo eje central en el entramado político con efecto económico y polémico descrito desde lo empresarial de Bolivia; tejido con relaciones

⁹⁰ Editorial, 'Reflexiones en torno al caso Zapata'. En *Página siete*. p. 14.

⁹¹ Ídem.

⁹² Editorial, 'La incidencia de una encuesta'. En *Página siete*. p. 14.

personales y controversias de gran relevancia. En el núcleo de esta narrativa se encuentra su vinculación íntima con el *presidente Evo Morales* en el año 2007, estableciendo una conexión directa entre su figura y la esfera política institucional; que se convierte en el punto de partida para la construcción del mensaje del discurso electoral.

La descripción pública de Gabriela Zapata como la gerente comercial de la empresa china CAMC introduce una dimensión empresarial y económica. Esta asociación cobra peso debido a los contratos mantenidos entre empresa China y el Estado boliviano durante el mandato de Evo Morales, insinuando la posibilidad de tráfico de influencias, ya que su presencia en una empresa con lazos gubernamentales puede ser interpretada como un potencial canal para beneficios no éticos.

La edad joven de Gabriela Zapata al comenzar su carrera empresarial es resaltada, generando interrogantes sobre la rapidez con la que alcanzó una posición de poder. La insinuación de que su relación pasada con el presidente Evo Morales pudo influir en su ascenso agrega un matiz de sospecha, contribuyendo a la narrativa de posible corrupción en la concesión de cargos influyentes. Las acusaciones en su contra y la controversia que rodea su figura son acusadas por el lugar de origen que son sectores críticos al gobierno de Evo Morales, sin embargo, esta mención es descalificada por el gobierno.

La problemática radica en el hecho de que la presunta ex compañera sentimental del presidente sea ejecutiva de la transnacional China CAMC, una empresa que ha logrado varios contratos por invitación directa con el estado y es responsable de la ejecución de diversos megaproyectos en el país, calculados en más de 500 millones de dólares. Más allá de las consideraciones sobre su meteórica carrera, pues con 28 años tiene dos profesiones y es gerente comercial de una transnacional, **Zapata Montaña** fue lo suficientemente indiscreta para hacer declaraciones por doquier sobre “sus” megaproyectos y expresar a través de las redes sociales su profundo cariño y admiración por el presidente en días recientes.⁹³

Universo semántico: Las palabras más repetidas se centra en la descripción sus frecuencias que están relacionadas con ciertos temas políticos y controversias. Los términos clave son *presidente Evo Morales*, *Gabriela Zapata*, *encuesta* y *tráfico de influencias*. Estas mismas se encuentran asociadas con significados específicos que son replicados en varios corpus formando un patrón causal de menciones en los corpus.

La mención de *presidente Evo Morales* (17 ap.) resalta como elemento fundamental porque está relacionada como una figura la polémica. Los términos asociados incluyen: *Relación* (9 ap.), *gobierno* (8 ap.), *CAMC* (8 ap.), *Caso Zapata* (8), *Estado* (8 ap.), *contratos* (6 ap.), *hijo* (6 ap.), *millones* (3 ap.), *vida privada* (3 ap.), *transparencia* (2 ap.), *polémica* (2 ap.), *corrupción* (2 ap.), *contrataciones* (2 ap.), *2007* (2 ap.), *8 años* (2 ap.), *fallecido* (1 ap.), *fotos* (1 ap.), *afecta* (1 ap.), *duda* (1 ap.), *millonarios* (1 ap.), *ayudó* (1 ap.), *favores políticos* (1 ap.), *especulaciones* (1 ap.), *escándalo político* (1 ap.), *cara conocida* (1 ap.), *chisme* (1 ap.), *telenovela* (1 ap.), *investigar* [la legalidad de los contratos] (1 ap.), *Contraloría* (1 ap.), *comisión mixta* (1 ap.), *admitir* (1 ap.) y *reelectos* (1 ap.). Estos términos se refieren a aspectos de la controversia en la que está involucrado Evo Morales, como sus conexiones gubernamentales, contratos, vida personal y transparencia.

⁹³ Editorial, ‘Sobre el caso Zapata Montaña’. En *Página siete*. p. 14.

La segunda mención es *Gabriela Zapata* (17 ap.) muestra una conexión con Evo Morales y todo el contexto político. Los conjuntos de significados son: *Relación* (9 ap.), *hijo* (6 ap.), *contratos* (6 ap.), *poder* (3 ap.), *ejecutiva de la transnacional china Camc* (2 ap.), *megaproyectos* (2 ap.), *amistad* (2 ap.), *joven* (1 ap.), *excompañera sentimental* (1 ap.), *especulaciones* (1 ap.), *gerente* (1 ap.), *meteórica carrera* (1 ap.), *28 años* (1 ap.) y *18 años* (1 ap.). Todas estas palabras se centran en los aspectos de la relación, así como su papel en contratos y proyectos en los cuales son acusados como campaña electoral.

Sobre la palabra *encuesta* (11 ap.) existe una relación con la frecuencia de menciones y los términos connotativos a los cuales está asociado su mensaje: *Indecisos* (5 ap.), *caso zapata* (4 ap.), *impacto* (4 ap.), *flash* (3 ap.), *mensual* (3 ap.), *alta cantidad* (3 ap.), *no* (3 ap.), *sí* (2 ap.), *incidencia* (1 ap.), *Zapatagate* (1 ap.), *desacreditar* (1 ap.) y *gobierno* (1 ap.). Por tanto, este cuerpo semántico describe que los términos se refieren a cuestiones relacionadas con encuestas, opinión pública y el impacto del caso Zapata en las tendencias políticas.

Finalizando con la frase *tráfico de influencias* (5 ap.) que es asociada con la suposición de acciones en el caso de Evo Morales y Gabriela Zapata. Las palabras relacionadas son: *Opinión pública* (4 ap.), *denuncias* (2 ap.), *tendencias de voto* (2 ap.), *referendo* (1 ap.), *falta de transparencia* (1 ap.), *contradicciones* (1 ap.), *opción No* (1 ap.) y *esclarecimiento de los hechos* (1 ap.). Todos ellos vinculados a la percepción pública persuadida y las posibles implicaciones políticas.

1.5 ETAPA DE RESULTADOS

La investigación desarrollada en la etapa de apremio muestra un análisis profundo del discurso de *Página siete* sobre el cómo son presentadas las palabras y frases en relación con al contexto de los resultados del referéndum abarcando connotaciones morales y políticas. Este estudio puede contribuir a la comprensión de cómo los términos influyeron en la opinión pública y la polarización. Para llevar a cabo este análisis, se ha seleccionado un corpus titulado “El escrutinio del referendo”, que consta de 709 palabras.

Análisis de palabras: *Ciudadanos* (3 ap.) en el contexto los resultados del se convierte en un término cargado de connotaciones de emoción y políticas. Actúa como un recordatorio de quienes ejecutan una participación cívica que está vinculado con la afiliación política, un anclaje emocional con la identidad nacional y el panóptico electoral cívico. Este análisis resalta la manera en que una sola palabra puede encapsular capas complejas de significado, la intersección entre ciudadanía y polarización.

La semántica se profundiza al vincularla con el término *bolivianos*. Aquí, se emplea una técnica retórica al crear una analogía connotativa entre ambas palabras. Esta asociación busca establecer un enlace emocional y nacionalista entre los ciudadanos y su identidad como aquellos que sí son miembros de la nación. Este término adquiere así un papel persuasivo, al invocar un sentido de comunidad compartida y fomentar la conexión entre los individuos y su país. Esta estrategia de retórica política sugiere una voluntad de unificar a la población en torno al proceso conductual y persuasivo posterior a la votación.

La connotación se expande aún más al abordar su papel en la transparencia electoral. Los jueces de mesa, asociados a este término, fueron aquellos que participaron en el envío de información a las autoridades electorales, contribuyendo así a la precisión de los datos preliminares; adquiriendo un matiz de responsabilidad, ya que su acción es percibida como un “acto de transparencia”. El término se convierte en una representación de la vigilancia ciudadana y su capacidad para influir en la legitimidad del proceso electoral, subrayando su papel crucial en la supervisión democrática.

Finalmente, el término *ciudadanos* también se vincula con las preferencias políticas en el referéndum. Aquellos que defienden la opción del “No” son catalogados como *ciudadanos*, mientras que otros no lo son. Esto destaca la polarización política y cómo este término puede ser utilizado para establecer una distinción entre diferentes facciones dentro de la sociedad. Además, sugiere que ser reconocido como un *ciudadano* va más allá de la mera participación electoral, abarcando la defensa de posturas políticas y la afiliación a ciertos colectivos que se movilizan en zonas urbanas.

La segunda, que el tribunal alentará la participación de los **ciudadanos** –mediante el envío de fotos– de los resultados electorales de cada mesa para constatar los con los que se han publicados luego.

Colectivos de ciudadanos que defienden el No se han apostado en el campo ferial para “vigilar” su voto y han denunciado además de irregularidades no plenamente comprobadas, la imposibilidad de ingresar a dicho recinto para presenciar el recuento de votos.

Análisis de frases: *Recuento de votos* (5 ap.) través de su recurrencia, aborda conceptos políticos con relación a la desconfianza y lentitud del proceso electoral. En primer lugar, su repetición en el contexto de causalidad de la votación enfatiza la influencia directa que este proceso tiene sobre la percepción de las personas que están al tanto de los resultados oficiales y, por ende, sobre el rumbo político.

Una segunda dimensión, es la cuestión de la transparencia y visualización del proceso nombrado como *recuento de votos* pues las repeticiones construyen un imaginario de aprensiones respecto a una potencial falta de transparencia o confianza en el sistema electoral. Resaltan que el proceso debería ser público para todos, sugiriendo una preocupación constante por la seguridad de los resultados, donde la insistencia en esta temática connota el quiebre de legitimidad institucional del Tribunal Supremo Electoral sobre con los votantes.

Esta frase se convierte en un catalizador de desconfianza y especulación en ciertos sectores de la población, particularmente aquellos que simpatizan con el *No*; siendo un recordatorio de las tensiones y dudas que pueden surgir en torno a la confiabilidad y equidad del proceso electoral. Por último, la insistencia en la repetición del término culmina en una llamada a la modernización del sistema electoral en respuesta a la demora en la divulgación de los datos del recuento. *Recuento de votos* se convierte en un elemento que objeta a pensar que se necesita la reforma en la maquinaria electoral.

Esta repetición describe cómo la eficiencia de la connotación y la credibilidad narrativa del proceso electoral están interconectadas, y cómo la insatisfacción con el recuento puede servir como catalizador de una revisión más profunda de las prácticas electorales.

Será importante que, acabado este proceso de **recuento de votos**, el TSE emprenda el anunciado proceso de modernización que, sumado a la constatación de su necesaria independencia política, le devuelva la credibilidad que el país le demanda⁹⁴.

Análisis de connotación moral: *Resultados* y *gobierno* son descritas en el análisis de connotación moral. El término *resultados* (6 ap.) connota su función como indicador de polarización y funcionalidad del proceso electoral; son más que cifras, encapsulan la confianza de los electores con el reflejo de tensiones políticas y la integridad del sistema. En primer lugar, el término se erige como un signo de la necesidad intrínseca de transparencia y credibilidad en el proceso electoral; al describir las acciones que va desarrollando el TSE el efecto de causalidad está en mencionar que sus movimientos son los adecuados para establecer la integridad de las elecciones y la legitimidad del sistema. Son embargo, el contraste del contexto al cual está asociado muestra que esta credibilidad es una cuestión trivial, un factor que influye en la percepción pública polarizándola.

En segundo lugar, la repetición del término sugiere que los *resultados* son un punto de tensión en el proceso electoral. La demora en su publicación y la necesidad de un proceso más ágil son ejemplos de cómo los tiempos de espera contribuyen a la incertidumbre y a la polarización de la sociedad. Esto se relaciona con la noción de que los *resultados* no solo son números, sino que también actúan como reflejo del pulso social y político del momento. Su demora puede intensificar la confrontación y minar la estabilidad. La recurrencia del término muestra cómo el referéndum puede ser interpretado en un contexto polarizado. La sospecha de falta de credibilidad cuando los resultados son parejos evidencia cómo los sesgos políticos pueden influir en la lectura y aceptación de los datos. Por tanto, también se puede observar que este término no solo se presenta como datos cuantificables, sino como interpretaciones dinámicas que pueden ser permeadas por la polarización.

La diversidad de sistemas de divulgación de los *resultados* explica la percepción de rapidez y eficiencia que los sistemas puede impactar en la confianza pública en el proceso. Si los estos pueden ser obtenidos y comunicados de manera eficiente, esto puede reducir la incertidumbre y reforzar la legitimidad del proceso, si es caso fuese contrario el imaginario connotaría todo lo descrito anteriormente. La relación entre los *resultados*, la crítica al sistema electoral y el ambiente social refuerza aún más la connotación del significado.

Sin embargo, cuando se escriben estas líneas el martes 23, todo ello ha sido puesto en duda: ante lo que aparentemente será un **resultado** muy ajustado, la demora en conocer resultados oficiales ha generado un clima de confrontación verdaderamente lamentable.

A las 12:00 de la noche del domingo, el sistema preliminar “**rápido**” de la corte entregó resultados al 73,5% de las actas verificadas. y luego vino una interrupción no aclarada, después una lentitud exasperante (subió el recuento sólo al 85% en las siguientes 36 horas) y finalmente aún goteo de datos igualmente incomprensibles.

⁹⁴

Editorial, ‘*El escrutinio del referendo*’. En *Página siete*. p. 14.

¿Por qué tanta **lentitud**? El “sistema rápido” del tribunal, si pudo procesar el 73% de las actas en pocas horas, pudo haber completado el 28% restante en menor tiempo. Está claro que hay que recorrer largas distancias para la llegada de ánforas de zonas rurales, pero la demora resulta excesiva para estos tiempos.⁹⁵

El término *gobierno* (2 ap.) refleja las connotaciones entre la retórica política y las percepciones públicas. En primer lugar, la palabra adquiere una dimensión amplia al referirse a aquellos individuos que habrían votado a favor de la opción del *Sí*. Sin embargo, se le atribuye un matiz negativo al acusar acusándolo de promover la polarización en el país; se convierte en un marcador de diferenciación y antagonismo, identificando a un sector de la población que, desde la perspectiva del editorial, contribuye a la fragmentación de la sociedad que atraviesa un periodo altamente electoral.

En otro orden de ideas, *gobierno* se utiliza para referirse a la entidad estatal encargada de la administración del país. En esta acepción, el término es un reflejo de la autoridad y el poder ejecutivo. No obstante, el texto sugiere que este mismo ente también está involucrado en acciones que generan *tensión* generando un efecto de causalidad la integridad del proceso electoral. Los simpatizantes del *Sí* son asociados con el término *oficialismo*.

Para describir que sus acciones tendrán efecto moral sobre el gobierno, esta connotación muestra que es un uso político del término, donde se convierte en el emisor de mensajes que buscan definir a los actores políticos en términos de antagonismo y conflicto, reforzando la narrativa de la división y la desconfianza.

Por último, se presenta una crítica a la actuación del *gobierno* en la gestión del ambiente de confrontación. El término denota la responsabilidad de la administración en la mitigación de la tensión política. La sugerencia de que no está tomando medidas adecuadas para calmar la situación y, en cambio, está fomentando la confrontación, subraya la relación directa entre el accionar de este y el nivel de agitación política.

Frente a ello, de parte del **oficialismo** y quienes defienden el *Sí* se generó también un clima de intolerancia, que llegó a acusar a los grupos contrarios de racistas y “jailones” y de querer “atropellar” el voto campesino e indígena.

Es muy lamentable que las principales autoridades de **gobierno**, en vez de llamar a la reconciliación y a la paciencia, alienten a las visiones confrontacionales.⁹⁶

Universo semántico: Las palabras que se repiten en el editorial y con relación a la percepción del referéndum y los elementos que influyen en la percepción. Estas palabras clave son *resultados*, *recuento de votos*, *ciudadanos* y *gobierno*.

Resultados (6 ap.): Esta palabra está asociada con la institución encargada del recuento oficial de votos y la influencia persuasiva en el tiempo de publicación. El universo semántico de *resultados* incluye conceptos como: *Tribunal* [Supremo Electoral] (4 ap.), *lentitud* (4 ap.), *exasperante demora* (2 ap.), *datos* (2 ap.), *confrontación* (2 ap.), *fotos* (1 ap.), *duda* (1 ap.), *ajustado* (1 ap.), *actas* (2 ap.), *interrupción* (1 ap.) y *preliminares* (1 ap.).

⁹⁵ Ídem.

⁹⁶ Ídem.

Recuento de votos (5 ap.): Esta expresión se asocia con la credibilidad de los resultados y la connotación semántica que influye en cómo las personas perciben los datos oficiales, las palabras asociadas: *Votos* (4 ap.), *Tse* (2 ap.), *modernización* (2 ap.), *oficial* (2 ap.), *vigilar* (1 ap.), *irregularidades* (1 ap.), *independencia política* (1 ap.), *credibilidad* (1 ap.) y fotos (1 ap.). Describiendo de esta manera el contexto de la espera de los resultados del recuento.

Ciudadanos (3 ap.): Aquí se describe cómo se utilizan el término para representar a quienes apoyan y votaron por una opción específica, en este caso, la opción del *No*. El universo de palabras es relacionado con: *Bolivianos* (1 ap.), *participación* (1 ap.), *defienden el No* (1 ap.) y *colectivos* (1 ap.).

Gobierno (2 ap.): La palabra se desliga de su descripción habitual como institución pública y se utiliza para referirse a quienes están detrás de la polarización de las protestas y cómo se relacionan con la opción del "Sí": *Reforma constitucional* (1 ap.), *reelección presidencial* (1 ap.), *extremos* (1 ap.), *tensión* (1 ap.), *polarización* (1 ap.), *autoridades* (1 ap.), *fraude* (1 ap.), *defienden el Sí* (1 ap.) e *intolerancia* (1 ap.).

2. Los editoriales de *La razón*

Para la segunda parte del capítulo se realizará la investigación de los editoriales publicados en el periódico *La razón*, durante un periodo específico comprendido entre el primero de septiembre de 2015 al 25 de febrero de 2016. El objetivo de esta investigación es examinar y comparar las tendencias discursivas de los mensajes presentados en los editoriales. Se utilizó el programa *Antcont*, una herramienta especializada en el análisis de grandes conjuntos de textos o corpus. Esta herramienta permitió identificar patrones de uso gramatical, frases repetitivas, frecuencia de palabras y similitudes de significado en las oraciones de los editoriales. La estructura de etapas muestra el enfoque y dirección de los mensajes en base al contexto del país.

1. Etapa Preparatoria: Se extiende desde el 1ero de septiembre hasta el 18 de septiembre de 2015, marcando el inicio del debate sobre la participación del Presidente Evo Morales en un nuevo evento electoral que habilitaría su candidatura para las elecciones de 2015. En esta fase, se cómo es presentado el Presidente Evo Morales, puesto que la reproducción de sus comentarios indica la construcción del gobernante para los lectores.
2. Etapa Propagandística: Cubre el período desde el 19 de septiembre de 2015 hasta el 9 de diciembre de 2015, con una duración de 82 días. Durante este lapso, se observó una intensa propagación de mensajes a favor enfocándose en asuntos gubernamentales, haciendo uso repetitivo de palabras clave con el objetivo de influir en las posturas de los lectores. Esta etapa inicia con la presentación del Proyecto de Ley N. 757 "Ley de convocatoria a referendo constitucional aprobatorio"; las obras públicas resaltan con mayor insistencia que los actores políticos.
3. Etapa Intensiva: Inicia el 11 de diciembre de 2015 hasta el 4 de febrero de 2016, abarcando un total de 58 días. En este período, la promulgación del

Decreto Supremo N. 2631 para diferir los pagos para el doble aguinaldo como estrategia política del Gobierno con las empresas profundiza el objetivo de los mensajes dirigidos hacia los lectores, identificándose patrones discursivos persuasivos y connotativos, dirigidos a ciertos grupos de audiencia.

4. Etapa de Evaluación: Se extiende desde el 5 de febrero hasta el 21 de febrero de 2016, abarcando 17 días. Durante esta fase, se destaca la cobertura del Caso Zapata, donde el periódico objeta una crítica discursiva contra los medios de comunicación que agendaron un acontecimiento dirigido hacia el Presidente Evo Morales por motivos electorales. Esta coyuntura revela un cambio brusco en el discurso del periódico y la construcción de mensajes persuasivos, pues en esta etapa buscan responder los vacíos críticos la denuncia de Gabriela Zapata.
5. Etapa de Apremio: Se desarrolla desde el 22 hasta el 25 de febrero de 2016, abarcando 4 días. En esta etapa, es la presentación de los resultados oficiales del referéndum constitucional. Las etapas anteriores permitieron identificar mensajes implícitos y posturas explícitas, permitiendo comprender aquella codificación en los resultados.

En el desarrollo de todo este capítulo se profundizará cada una de las etapas descritas anteriormente, abordando con detalle la evolución de los mensajes y discursos en los editoriales. Cada etapa será analizada en términos de sus características y periodos de duración, proporcionando así un enfoque cronológico para entender el contenido editorial.

2.1 ETAPA PREPARATORIA

La etapa preparativa analiza el mensaje del presidente Evo Morales sobre la necesidad de autoridad económica en un contexto de crisis debido a la caída de los precios del petróleo, esta descripción se enfoca en cómo se construya la imagen gubernamental a través de la frecuencia de la frase emitida por el mandatario considerando aspectos semánticos, connotativos y económicos. Por tanto, la investigación identifica el tema central que es la respuesta gubernamental hacia el tema económica narrada desde el periódico *La razón* y las dimensiones léxicas en las cuales son narradas. Esta imagen es el inicio de dirección de cómo será presentado Morales y el gobierno para el referéndum.

En esta etapa, se analiza un corpus titulado “Ajustar los cinturones”, que consta de 455 palabras, seleccionado de editoriales publicados por diversas fuentes entre el primero y el dieciocho de septiembre de 2015. El objetivo es comprender cómo se construye la imagen gubernamental y presidencial a través de mensajes metafóricos. Por tanto, se analizará en tres dimensiones estructurales: análisis de frases, connotación moral y universo semántico.

Análisis de frases: *Ajuste de cinturones* (5 ap.) es mencionada para describir la necesidad de tomar medidas de austeridad debido a desafíos económicos, como la caída en los ingresos estatales, especialmente relacionada con la disminución en el precio del petróleo. El término se asocia con recortes en el gasto público y la gestión más prudente de los recursos. La expresión también es vinculada a la distribución de ingresos y la necesidad de precaución económica en tiempos de incertidumbre.

La repetición de la expresión varía en sus detalles, todas comparten la idea central de la necesidad de austeridad económica y medidas cautelares en momentos de dificultades financieras. La frase parece haberse convertido en una metáfora ampliamente aceptada para describir la respuesta gubernamental, más aún aquella que fue anunciada por el presidente Evo Morales, a los desafíos económicos.

La asociación de la expresión con el presidente, otras autoridades nacionales y regionales sugiere que es una consigna o directiva que proviene de las altas esferas del gobierno que tiene que buscar una solución en diversas situaciones, como la re-distribución de ingresos del IDH y en diferentes aspectos de la política económica.

El editorial implica que *ajuste de cinturones* va más allá de la esfera económica, ya que se menciona que comienza como una analogía e intrínseca participación de las finanzas familiares y se expande al presupuesto general del país. Esto sugiere que la expresión lleva consigo un llamado a la responsabilidad individual y colectiva en tiempos difíciles, transmitiendo la idea de que todos deben contribuir a superar las dificultades económicas.

La actual coyuntura debería impulsar a las autoridades nacionales en materia económica elaborar un plan de contingencia consensuado con la población, como la mejor manera de sincerar las posibles escenarios futuros que podrían afectar los bolsillos de todos; además, para que el “**ajuste de cinturones**” sirva para tomar conciencia sobre las necesidades de ser austeros y evitar después “apretar” a los de siempre para un posible aterrizaje forzoso⁹⁷.

Análisis de connotación moral: El término *opinadores* (1 ap.) en el contexto económico de Bolivia es utilizado para referirse a analistas políticos y económicos que expresan sus opiniones en medios de comunicación críticos hacia el gobierno. La palabra lleva consigo connotaciones de oposición y disenso, sugiriendo un contraste entre las perspectivas de estos opinadores a la administración gubernamental. La elección de esta palabra en lugar de términos más neutrales como "analistas" o "comentaristas" sugiere cierta evaluación negativa o despectiva por parte de quien utiliza el término. El contexto político y la mención de medios críticos al presidente Evo Morales enfatizan este matiz.

Universo semántico: Se ha centrado en dos términos del corpus, *ajustar los cinturones* y *opinadores*. La descripción de cada término nos permite observar la ampliación del mensaje. La frase *ajustar los cinturones* (5 ap.) está intrínsecamente vinculado al ámbito económico y describe la necesidad de medidas de austeridad en respuesta a problemas financieros. Las palabras relacionadas enfatizan la situación económica, las decisiones gubernamentales, los recursos, el gasto público y las estrategias de respuesta. Las palabras relacionadas y sus repeticiones son: *Económico* [adverso], (3 ap.), *economía* [formal] (2 ap.), *expresión* (2 ap.), *austeridad* (2 ap.), *autoridades* (2 ap.), *PGE* [Presupuesto General del Estado] (1 ap.), *IDH*, (1 ap.), *gasto público* (1 ap.), *recursos* (1 ap.), *gobernación* (1 ap.), *Presidente* (1 ap.) y *plan de contingencia* (1 ap.).

El término *opinadores* (1 ap.) deriva de "opinión" y se refiere a analistas políticos que expresan sus puntos de vista críticos a las medidas económicas del gobierno y a la frase empleada por el presidente Evo Morales. La única palabra relacionada es: *Algunos* (1 ap.).

⁹⁷ Editorial, 'Ajuste de cinturón'. En *La razón*. p. A2.

2.2 ETAPA PROPAGANDÍSTICA

Esta parte de la investigación busca desentrañar las dimensiones semánticas y retóricas subyacentes en la comunicación política durante la etapa propagandística del referéndum en Bolivia. A través del análisis de los corpus, se explorarán las estrategias persuasivas, los objetivos políticos como el préstamo de China, la visita del Secretario General de las Naciones Unidas y el desempeño económico del país, entre otros, influyeron en la dinámica geopolítica y económica, en favor de la imagen gubernamental.

Los corpus investigados presentan una variación en su extensión, oscilando entre un mínimo de 430 palabras y un máximo de 470, con un promedio de alrededor de 440 términos. Son diez ejemplos que ilustran la diversidad en cuanto a la cantidad de términos encontrados en editoriales publicados desde el 19 de septiembre hasta el 9 de diciembre de 2015: “Hacia el referéndum” con 467 palabras (9/11/2015); “Préstamo de China” 462; “Campaña en plazas” 458; “El examen de febrero” 458; “Inversión para crecer” 457; “Batalla en las redes” 455; “Doble aguinaldo” 445; “Ley de incentivos” 433; “Ciudadanía cívica” 432; “Presupuesto 2016” 431 (28/11/2015). Todos los corpus mencionados muestran la variación en la longitud y contenido de los segmentos estudiados durante el periodo mencionado.

Análisis de palabras: Está compuesto por tres palabras que destacaron *Bolivia* (14 ap.), *referéndum* (13 ap.) y *presidente* (7 ap.). El primer caso es el que mayor incidencia destacó en toda la etapa. El término *Bolivia* (15 ap.) se encuentra intrínsecamente ligada a conceptos fundamentales como *inversión* (13 ap.), *país* (12 ap.), *gobierno* (7 ap.) y *economía nacional* (4 ap.). Esta interconexión refleja una serie de dinámicas político-económicas que muestran una orientación estratégica connotativa y la forma de mencionar un panorama agradable en cuanto a lo económico.

El término *Bolivia* resuena con un enfoque inequívoco en la inversión como motor del desarrollo económico. Se hace hincapié en la inversión pública destinada a la construcción de infraestructuras críticas como carreteras y grandes proyectos nombrados como: “*megaproyectos*” de integración. Este énfasis refleja un intento de optimizar la conectividad territorial y la movilidad de recursos. En consonancia con este propósito, se plantea la atracción de inversionistas extranjeros, evidenciando el deseo de fomentar la cooperación internacional y la participación en la economía mundial.

La asociación de *gobierno* con *Bolivia* refleja la importancia de la administración gubernamental en la planificación y ejecución de políticas económicas. El gobierno es el actor central que promueve la inversión, anuncia iniciativas económicas clave y se posiciona como intermediario en las relaciones internacionales para obtener recursos y apoyo financiero. La conexión entre ambas palabras pone de manifiesto cómo la dirección política impacta en las decisiones económicas y en la percepción del país.

En cuanto a la palabra *país* con relación a *Bolivia* denota la materialización de las estrategias de desarrollo a nivel territorial. La integración regional y la mejora de la infraestructura se presentan como pilares para consolidar la cohesión interna y la proyección nacional. Los proyectos de infraestructura financiados con créditos chinos, que atraviesan diversos departamentos, simbolizan la búsqueda de una conectividad que trasciende las fronteras geográficas y promueve un sentido de unidad y desarrollo.

El análisis léxico también revela un enfoque en la transformación económica a través de la inversión. El énfasis en la inversión como un catalizador para contrarrestar la baja actividad económica a nivel mundial sugiere una adaptación estratégica a las tendencias económicas cambiantes. Sin embargo, este enfoque no está exento de desafíos. Se menciona la gestión de la deuda y su relación con el Producto Interno Bruto (PIB). Aunque se proyecta que la deuda del país es manejable en comparación con otras economías, se plantea la necesidad de mantener un equilibrio para evitar desestabilizaciones.

Por otro lado, se observó en el análisis un panorama en el cual el *gobierno de Bolivia* juega un papel estratégico en la dirección de la inversión y el desarrollo económico. El gobierno se presenta como el factor de arranque para canalizar los recursos financieros necesarios de proyectos de inversión pública. La percepción positiva de inversores internacionales, junto con el interés de empresas extranjeras, sugiere que el país se considera un destino atractivo para los negocios, lo que a su vez fortalece la posición internacional de Bolivia.

En ese sentido, potenciar la inversión en la **economía nacional**, conjugando el capital extranjero, el nacional y la participación estatal, forma parte de lo que se requiere para capear el temporal de baja actividad económica en el ámbito global y sentar las bases para una paulatina diversificación de la economía nacional.⁹⁸

[...]perciben a **Bolivia** como un territorio atractivo para hacer negocios⁹⁹.

En el marco de los logros, resulta relevante resaltar el desempeño económico del 5% y más de ‘crecimiento’ del Producto Interno Bruto (que aseguró el pago del **segundo aguinaldo**), cifra superior al promedio del 2,5% correspondiente a los países de la región, además de mantener una tasa de inflación menor a un dígito y consolidar cerca de \$us 14.000 millones en Reservas Internacionales Netas que son el estandarte monetario ante los embates de la crisis financiera global.¹⁰⁰

El término *referéndum* (13 ap.) se posiciona como una herramienta crucial para la evaluación, cambio y desafío del sistema político boliviano durante el proceso de modificación constitucional de 2016. En primer lugar, se destaca que las acciones de los *comicios* son organizadas con el propósito específico de modificar parcialmente el artículo 168 de la Constitución Política boliviana, lo que permitiría otra postulación de Evo Morales y Álvaro García Linera en las elecciones de 2019.

Esta enmienda constitucional se convierte en el epicentro del debate, revelando cómo la palabra *referéndum* encapsula la intención y el impacto del proceso sobre el sistema político y la posible continuidad de las autoridades gubernamentales.

En un contexto más amplio, este acontecimiento se presenta como un examen exhaustivo de varios niveles políticos. Es una evaluación para el sistema político actual en Bolivia, que enfrenta una carencia de nuevos líderes en todos los partidos políticos. Esto subraya cómo el referéndum no es meramente una consulta, sino una oportunidad para evaluar la eficacia y la salud del sistema político en su totalidad. También resalta la amplitud de la evaluación y

⁹⁸ Editorial, ‘*Inversión para crecer*’. En *La razón*. p. A2.

⁹⁹ Idem.

¹⁰⁰ Editorial, ‘*Economía 2016*’. En *La razón*. p. A2.

cómo el término sirve para enfocar la atención en los diferentes actores políticos y su rendimiento en el escenario público.

La repetición de la palabra *referéndum* resalta las interpretaciones políticas que pueden derivarse de los resultados de este proceso; reflejando la satisfacción de la población con el modelo político actual, o el rechazo al mismo. Esto plantea un matiz en la percepción de los habitantes y cómo esta se traduce en la participación en el referéndum y su resultado. Además de su contenido político, este término también refleja el contexto polarizado al cual llevaría como desenlace este proceso. La promulgación de la Ley de Convocatoria al Referéndum se asocia con el comienzo de tiempos de polarización en Bolivia, lo que subraya cómo el proceso no sólo influye en la legislación, sino que también tiene un impacto en las dinámicas políticas y sociales del país.

Las fuerzas que pugnaban por el Sí y el No en el **referéndum** que aprobaría la modificación al artículo 168 de la Constitución Política del Estado (CPE), referida a permitir una segunda repostulación del presidente.¹⁰¹

Un reportaje publicado el domingo en La razón muestra que las redes sociales digitales pueden convertirse en el principal “campo de batalla” del debate político y, en especial, de la campaña electoral con miras al **referéndum** de reforma parcial de la Constitución Política convocado para el 21 de febrero.¹⁰²

La palabra *presidente* (7 ap.) sugiere su papel fundamental como autoridad en la narrativa política que rodea a la figura del Presidente Evo Morales y la relación con los conceptos de *postulación* y *repostulación*. El término no es meramente descriptivo, sino que lleva consigo connotaciones y significados que se tejen en los contextos específicos en los que aparece. Uno de estos contextos es el debate sobre la “segunda postulación” de Evo Morales, donde la palabra “postulación” adquiere un significado crucial.

Esta conexión entre *presidente* y *postulación* destaca la importancia de Morales como candidato y el deseo de su continuidad en el poder, al punto de requerir modificaciones en la constitución. A través de esta relación, “presidente” se convierte en el epicentro de una discusión más amplia sobre la evolución de las normas democráticas y los límites de la reelección.

En la medida que los acontecimientos cambian de dinámica, el término, adquiere otra dimensión vinculada con la noción de *repostulación* y *segunda repostulación* que resalta la intención de prolongar el mandato presidencial bajo un contexto que no remarca con insistencia otra participación fuera del parámetro establecido.

En algunos momentos del corpus, *presidente* se asocia con la idea de estabilidad económica y jurídica. Esta conexión refleja el rol central del líder en la generación de condiciones favorables para la inversión extranjera y el desarrollo nacional. La repetición de este término en estas instancias resalta su función primordial en la promoción de políticas que influyen directamente en la economía y el funcionamiento del Estado.

¹⁰¹ Editorial, “*Ciudadanía cívica*”. En *La razón*. p. A2.

¹⁰² Editorial, ‘*Batalla en las redes*’. En *La razón*. p. A2.

El país se apresta a asistir una vez más una votación nacional que alterará los períodos normales del ejercicio del voto. Lo hará en febrero del próximo año al influjo del poder político vigente, que decidió consultar a los bolivianos si es posible o no habilitar al Presidente y al Vicepresidente por **segunda repostulación** y un eventual nuevo mandato.¹⁰³

Aunque las estrategias de campaña todavía no son claras del todo, es evidente que la corriente que apoya la posibilidad de la **segunda postulaci3n** consecutiva del presidente bajo el mandato de la CPE promulgada en 2009 basará su campaña en el poderío de los canales formales e informales de comunicaci3n gubernamental¹⁰⁴

Análisis de frases: *Campaña* electoral (11 ap.), *segunda postulaci3n* (3 ap.) y *megaproyectos* (2 ap.). La primera desarrollada más elementos, en cuantos a las restantes su mención es descrita en otros cuerpos de palabras que se observa en universo semántico.

La frase *campaña* electoral (11 ap.) en el corpus proporcionado delinea un eje temático crítico y recurrente en el ámbito político; que adquiere una significaci3n con matices tácticos como ideológicos, y que van más allá de una mera actividad electoral. En primer lugar, el termino se erige como el epicentro de la actividad política en el periodo de referéndum en cuesti3n. Nombrado *campo de batalla* donde las fuerzas antagónicas del *sí* y el *no* despliegan estrategias y recursos para cortejar a la ciudadanía y obtener su apoyo.

En este sentido, el término sugiere una dinámica de competencia aguda, con actores políticos inmersos en un proceso de persuasi3n y movilizaci3n para obtener la adhesi3n de los votantes. La crítica con la que se describe a la *campañas* implica como se observa la búsqueda de votos y la envergadura de su empeño.

Por otro lado, se observa que *campaña electoral* es descrita como un microcosmos de polarizaci3n política. La mención de *tiempos de polarizaci3n* durante esta fase preelectoral señala la tendencia al endurecimiento de las posiciones y la divisi3n de la opini3n pública en torno a las opciones en disputa. La propia confrontaci3n entre el *sí* y el *no* se presenta como un catalizador de diferencias, donde las tácticas de campaña podrían exacerbar estas divisiones y llevarlas a niveles de mayor intransigencia.

El trasfondo contemporáneo de la comunicaci3n política emerge a través de la mención de las redes sociales como un *campo de batalla* adicional en las campañas políticas. La introducci3n de las redes sociales como un espacio de disputa política redefine la naturaleza misma de las *campañas*. La referencia a estrategias específicas implementadas en estas plataformas y a la competencia entre el *sí* y el *no* en las redes sociales refleja la creciente importancia de estos medios en la configuraci3n de la opini3n pública.

Lo particular de las **redes sociales** es que se convierten en una suerte de espacio público ampliado e interactivo donde concurren múltiples voces, muchas de ellas anónimas. Un espacio en el que, por su naturaleza, no existen posibilidades de regulaci3n ni control. Y donde suele haber mucha discusi3n y amplia creatividad, pero también abundancia de descalificaciones, insultos y expresiones discriminatorias. Un espacio, en fin, para el activismo ciudadano en procesos electorales y de consulta.

¹⁰³ Editorial, 'Ciudadanía cívica'. En *La raz3n*. p. A2.

¹⁰⁴ Editorial, 'Hacia el referéndum'. En *La raz3n*. p. A2.

Lo que muestra el mencionado reportaje periodístico es que la oposición tiene mayor presencia en Facebook y Twitter. Y ya activó un conjunto de mini campañas a favor de la opción del No en la consulta. El oficialismo, en tanto, estaría afinando un plan para robustecer la presencia del Sí en las **redes sociales**. El propio presidente Evo Morales, tras admitir la debilidad, dio ese mandato de campaña.¹⁰⁵

La frase *segunda postulación* (3 ap.) emerge como un término central en el texto, sugiriendo una discusión sobre la viabilidad de permitir a un candidato postularse nuevamente para un cargo político. Esta repetición resalta la importancia de los cambios en la legislación y la constitución política, así como la posibilidad de adaptar las normas para acomodar aspiraciones políticas individuales. El énfasis pone de relieve un debate sobre los límites de la participación política y la representación democrática en el sistema electoral.

La recurrencia de *megaproyectos* (2 ap.) sugiere una orientación del discurso hacia la ejecución y el impacto de proyectos gubernamentales de gran envergadura. Al repetir esta frase, los autores del texto subrayan la relevancia de los proyectos de inversión pública en la percepción pública y la construcción de una imagen política favorable. La alusión a los *megaproyectos* pone de manifiesto la necesidad de justificar el uso de fondos estatales en iniciativas que, se espera, generarán un cambio sustancial en la vida de la ciudadanía.

Análisis de connotación moral: Son descritas dos palabras a partir de la dicotomización y el antagonismo de espectros, por un lado, están los partidos de *oposición* (7 ap.) y por otro el partido de gobierno *MAS* (4 ap.).

La palabra *oposición* (7 ap.) en los corpus estudiados se relaciona con la unión de partidos políticos en contra del MAS, la búsqueda de alternativas políticas, la estrategia colectiva, la estrategia comunicacional en redes sociales y la evaluación del sistema político, que son desarrollados en el contexto del referéndum.

En primer lugar, se observa que la *oposición* es mencionada con relación a la dinámica electoral, específicamente en el contexto del referéndum. Este término se utiliza para referirse a los partidos políticos que se alinean en contra el gobierno, que, dado su tamaño y fuerza en el escenario político, se considera como el partido mayoritario. La elección del término *oposición* sugiere una clara dicotomía en la política, con el MAS como el bloque gobernante y los partidos opositores como el contrapunto.

La desventaja que enfrenta la *oposición* en el referéndum se resalta, ya que representa a varios partidos políticos en oposición. En este sentido, la palabra se carga de un matiz estratégico y de coordinación, ya que se plantea la necesidad de que estos partidos se unan bajo la opción del *No* para enfrentar exitosamente el referéndum. Esto indica que *oposición* no sólo se refiere a una posición ideológica, sino que también lleva consigo una dimensión táctica y estratégica en el contexto del referéndum.

El término se ve relacionado a la descripción que son los intereses electorales individuales aquellos que los caracteriza por tanto el referéndum se presenta como un factor de evaluación para examinar que otros intereses, expresados para lo común, deberían tomar en cuenta.

¹⁰⁵ Editorial, “Batalla en las redes”. En *La razón*. p. A2.

Por último, en cuanto a los espacios criticados por la forma y la dimensión en la cual son utilizados para hacer campaña, que son las redes sociales, oposición es mencionada para describir que es la fuerza política más organizada en este nuevo espacio de campañas, donde se asocia con una dimensión comunicativa y de movilización, desempeñan un papel que es muy relevante para esta opción como la estrategia electoral.

Por su parte, la **oposición** finalmente ha encontrado el elemento articulador y la necesidad de orientar todos los recursos en torno a un objetivo electoral único. Las principales fuerzas de oposición ya anunciaron que prescindirán de su identidad partidaria y actuarán junto con “la-ciudadanía” en la búsqueda de votos por el No.¹⁰⁶

Para la **oposición**, la oportunidad de referéndum se presenta como un desafío para demostrar unidad y un proyecto alternativo/fiable frente al que pudo desarrollar el MAS en el curso de los últimos diez años. Será propicia esta oportunidad para demostrar una alianza tejida sobre la base de principios, una visión de mundo y un proyecto de desarrollo, más allá de interés electoral -por cierto legítimo- con el que UD acudió a los comicios del pasado año, cuando el MAS ganó con el 61,36% de los votos válidos.¹⁰⁷

La connotación moral asociada a la palabra *MAS* (4 ap.) en el contexto del referéndum sugiere que esta connotación está relacionada con la percepción de que el partido posee más ventajas en ganar. Esto no solo se refiere a su posición electoral y legislativa, sino que también sugiere una interpretación de legitimidad moral por parte de ciertos segmentos de la sociedad.

La repetición de termino en ciertas oraciones refuerza la idea de que el partido encarna valores y principios que son respaldados por una base de electores [o voto duro] que pueden influir en la toma de decisiones políticas importantes. Esta situación se proyecta como un factor a favor de la opción por el *Sí* en la consulta, estableciendo una conexión entre el partido y la posibilidad de cambios constitucionales.

Por otro lado, el término es descrito con relación a la representación de partido político con mayoría parlamentaria resaltando su influencia en la toma de decisiones legislativas. Esta mayoría refuerza su capacidad para influir en la formulación y aprobación de leyes, lo que a su vez respalda la idea de que el partido posee una base de apoyo sólida en el electorado. Además, la mención de los logros atribuidos al *MAS* durante su tiempo en el gobierno enfatiza sus aciertos de gestión, que se presentan como argumentos en favor de la estabilidad social y el desarrollo económico nacional.

Tres-exministros están a cargo de la campaña, y ya se ha visto el uso de recursos públicos en la tarea de explicar razones que indican los beneficios de la **continuidad** de un mismo mandatario en el poder¹⁰⁸.

En calistenia permanente, el **MAS** ha comenzado a organizarse, a prepararse para la consulta. La idea será mostrar a la ciudadanía que la estabilidad social será clave para el desarrollo económico. Para ello, el partido gobernante enarbolará los logros de la última década y la propuesta de desarrollo de 2025, el año del bicentenario de Bolivia.¹⁰⁹

¹⁰⁶ Editorial, ‘*Hacia el referéndum*’. En *La razón*. p. A2.

¹⁰⁷ Editorial, ‘*El examen de febrero*’. En *La razón*. p. A2.

¹⁰⁸ Editorial, ‘*Hacia el referéndum*’. En *La razón*. p. A2.

¹⁰⁹ Editorial, ‘*El examen de febrero*’. En *La razón*. p. A2.

Universo semántico: El grupo de palabras que son descritas evidencian altas cantidades de menciones: *Bolivia* (14 ap.), *referéndum* (13 ap.), *campana electoral* (11 ap.), *presidente Evo Morales* (7 ap.), *oposición* (8 ap.) y *MAS* (4 ap.)

El uso de la expresión *Bolivia* (14 ap.) dentro del contexto semántico bajo análisis se revela como un elemento esencial para la comprensión y análisis de los corpus. Por tanto, la palabra es mencionada como con una carga significativa trascendental, cuyo contenido semántico establece una conexión intrínseca con un espectro conceptual de vital relevancia, enmarcado primordialmente en el ámbito económico delineado por las políticas gubernamentales. Los conceptos interrelacionados que gravitan de anclaje a un panorama económico: *Inversión* (12 ap.), *país* (11 ap.), *gobierno* (7 ap.), *economía nacional* (4 ap.), *economía* (4 ap.) y *mercados* [internacionales] (4 ap.). Términos como *PGE* [Presupuesto General del Estado] (3 ap.), *doble aguinaldo* (3 ap.), *Esfuerzo por Bolivia* (3 ap.), *créditos* (3 ap.), *proyectos* (2 ap.), *futuro económico* (2 ap.), *megaproyectos* (2 ap.) y *salud financiera* (1 ap.) remiten a una visión prospectiva, indicando la consideración de horizontes temporales más amplios y metas de largo plazo, así como la importancia de la estabilidad económica.

En cuanto a la inclusión del término *referéndum* (13 ap.) la relación de las palabras que la interconectan se desarrolla mediante las dinámicas de participación electoral descrita por diversas facetas y alcances; cuyo significado encuentra su resonancia en: *ciudadanía* (6 ap.), *consulta previa* (5 ap.), *reforma parcial* (1 ap.) y *modificar* (1 ap.) acentúa la importancia de la deliberación y la toma de decisiones informadas. El término *polarización* (2 ap.) emerge como una consideración crítica en este contexto, señalando la posibilidad de que los comicios generaran divisiones y posturas encontradas entre diferentes segmentos.

La expresión *campana electoral* (11 ap.) describe el progreso y transformación de las estrategias en respuesta a la influencia de las plataformas digitales como nuevo espacio de interacción política. El término *campo de batalla* (3 ap.) insinúa la naturaleza competitiva y en ocasiones confortativa de las contiendas, donde los diferentes actores políticos rivalizan por la atención y el apoyo del electorado. La mención de *propaganda* (6 ap.) sugiere la utilización deliberada de mensajes y contenidos que buscan ser regulados por la institución encargada de los comicios. En cuanto al nuevo paradigma las *redes sociales* (9 ap.), *Facebook* (3 ap.) y *Twitter* (3 ap.) se han erigido como protagonistas preeminentes en la arena electoral constituyendo plataformas de comunicación e interacción que han alterado la forma en que las campañas se llevan a cabo, con énfasis en, *imágenes* (1 ap.) y *memes* (1 ap.) que pueden ser viralizados rápidamente y moldear la percepción pública. Finalizando con la participación del *TSE* (6 ap.), como la autoridad electoral.

La referencia al *presidente Evo Morales* (7 ap.) emerge con un matiz político en el contexto que delinea su perfil y participación en el referéndum. En este escenario, su figura es retratada como protagonista de una estrategia que busca la modificación del artículo 168 de la C.P.E., con el fin de habilitar su participación en una nueva postulación a la presidencia. Esta opción, marcada por su consecuencia, se materializaría únicamente a través de la participación ciudadana en el proceso electoral: *Segunda postulación* (4 ap.) hace marca la relevancia de este concepto, connotando el interés de Morales, como también de proponer otra alternativa distinta para que los lectores observen un concepto reforzado por lo legal que busca un nuevo mandato consecutivo; lo mismo sucede con *repostulación* (2 ap.) y *consecutiva* (1 ap.).

En cuanto a *oposición* (8 ap.) esta noción se presenta como uno de los componente antagónicos, al MAS en el contexto de los comicios, de partidos políticos minoritarios unificadas por la categoría mencionada. Esta agrupación es esencial para evaluar su desempeño en las elecciones, considerando que se presentan como una única opción ante el partido gobernante. Su connotación implica que todo lo que presente en contraposición al MAS, ha formado un bloque homogéneo con el objetivo de competir en las elecciones bajo la opción del No (3 ap.). La referencia a *campañas* (5 ap.) y *mini campañas* (1 ap.) subrayando la necesidad de una estrategia política unificada para enfrentar al *Sí* y comunicar sus propuestas como plataformas a los votantes.

La representación de *MAS* (4 ap.) como partido político se caracteriza a la opción que ostenta de ventaja dentro del contexto del referéndum. La mención de *ganó con el 61%* (1 ap.) destaca el capital simbólico electoral insinuando que esta opción puede influir en la consulta popular. El énfasis en *desarrollo económico* (3 ap.), *estabilidad social* (2 ap.) y *década* (3 ap.) indican la percepción de que el referente político de gobierno puede brindar un entorno económico, social, seguro y equilibrado a futuro.

2.3 ETAPA INTENSIVA

En esta etapa, intensiva, de investigación, se indaga en el análisis semántico de los mensajes políticos durante un período más cercano al referéndum. El enfoque se centra en comprender el refuerzo de la estrategias de comunicación utilizada en la etapa propagandística y su relación con el contexto socioeconómico de la época.

Se recopilan y examinan mensajes, palabras prominentes a lo largo del período estudiado. La etapa identifica y categoriza los temas más relevantes en los mensajes políticos del corte de tiempo mediante el análisis lexicométrico, en cual se logra comprender cómo las condiciones económicas influyen en los discursos de *La razón* para mencionar la imagen del gobierno.

La variación en cuanto a extensión de los corpus es de un mínimo de 436 palabras y un máximo de 498, con un promedio de alrededor de 4.721 términos. Son diez ejemplos que muestran la variedad en cuanto a la cantidad de términos encontrados en editoriales publicados desde el 11 de diciembre de 2019 hasta el 4 de febrero de 2016: “Balance económico” con 436 palabras (28/12/2015); “Crecimiento y petróleo” 449; “Contrato del gas” 456; “Construyendo el TSE” 468; “Movimientos en la ALP” 475; “10 años de gobierno” 479; “Informe de gestión” 486; “Perspectivas 2016” 487; “La intensa campaña” 487; “Plan de Desarrollo” 498 (10/01/2016). Todos los editoriales mencionados evidencian la variación en la longitud y contenido de la etapa estudiada. A continuación, la descripción de los hallazgos lexicométricos que marcaron la dirección retórica de los corpus.

Análisis de palabras: Serán descritas dos palabras destacadas por las veces que fueron mencionadas *Estado* (13 ap.) y *Bolivia* (13 ap.), el primero es connotado de manera simbólica para lograr un mayor alcance sobre los lectores, el segundo cubre más una función central y de connotación que será relacionada con las acciones gubernamentales. Sin embargo, ambas coinciden en el significado de sus mensajes.

La relevancia de *Estado* (13 ap.) muestra relación con en el contexto de la transformación política y estructural que tuvo lugar en Bolivia durante la gestión gubernamental de Evo

Morales Ayma. El significante se convierte en un código semántico que encapsula una significado más profundo y simbólico. En primer lugar, es descrito como un indicador de la reconfiguración sistemática del país en diversos niveles: Desde cambios en la concepción misma del Estado, pasando por su organización territorial y relaciones políticas, hasta su papel en la economía y la sociedad.

El *proceso de cambio*, como metáfora analógica para mencionar el proyecto del MAS en la institución pública, se ve reflejado en la transición del antiguo sistema republicano hacia un modelo plurinacional, con un fuerte enfoque en la inclusión y diversidad. La mención de este término para describir aquel concepto propone la reconstrucción de naciones y adopción de una nuevas sistema político de representación que trascienden las estructuras tradicionales.

En el ámbito económico, *Estado* remarca la participación gubernamental, particularmente en el sector de los hidrocarburos. La exploración de nuevas reservas de gas se convierte en una estrategia clave para el desarrollo económico del país. La insistencia en este aspecto indica la intención de enfocar los recursos del Estado en el fortalecimiento de la economía interna y en la reducción de la dependencia en actores externos al país.

El concepto a tu vez agrupa la planificación y las metas a largo plazo definidas en la Agenda Patriótica 2025 y el Plan Nacional de Desarrollo. A través de esta planificación, el término adquiere connotaciones de dirección estratégica y visión compartida, en la que se busca orientar las acciones gubernamentales hacia el logro de objetivos concretos que trascienden los límites temporales de un solo mandato.

La repetición de la palabra *Estado* Se convierte en un símbolo textual que encapsula una compleja red de transformaciones políticas, económicas y sociales en Bolivia. Este término representa tanto la redefinición plurinacional y la organización territorial como la planificación estratégica y la atención a la justicia social. En su repetición, emerge como un recordatorio constante del cambio como aquellos desafíos que consolidaron el Estado Plurinacional de Bolivia.

En una segunda instancia observamos la palabra *Bolivia* (13 ap.) que refleja la centralidad de lo territorial y la composición del discurso político y económico con otros términos; la conexión entre la identidad nacional y la gestión de recursos estratégicos, como el gas, presenta al país como un actor en la búsqueda de consolidar su posición en el escenario internacional, tanto como proveedor de gas y receptor de inversiones. Las referencias a las *autoridades*, del Órgano Ejecutivo, apuntan a un proceso de toma de decisiones relevantes destinadas a describirse como una consolidación de soberanía, especialmente en la gestión de recursos naturales.

El primer nexo de palabras conceptuales que se muestra es *país* y *gobierno*, cuyo significado se ha centrado en el problema de la búsqueda de inversiones para impulsar el crecimiento económico y la necesidad de salvaguardar los intereses nacionales. Las decisiones en torno al gas y otros recursos naturales se convierten en indicadores de la capacidad institucional para equilibrar la estabilidad social. En este panorama, el análisis también aborda el componente humano, expresado a través de *autoridades*. Estos actores desempeñan un papel crucial en la implementación de las políticas públicas y si inversión.

El segundo nexo es la mención recurrente de *gas* señalando su rol crucial en la economía boliviana. Se presenta como un activo estratégico que requiere una planificación cuidadosa y negociaciones habilidosas, del gobierno como política de Estado, para garantizar beneficios sostenibles. La discusión sobre la renegociación de contratos y la exploración de nuevas reservas refleja la complejidad técnica y política de esta tarea. La intersección de *gas* con *país* y *Bolivia* subraya la dependencia de la economía nacional en los precios internacionales y la necesidad de diversificar la base económica.

Asimismo, ni poniendo juntas todas las cifras sobre crecimiento de ingresos laborales y reducción de la pobreza se muestra el esfuerzo hecho desde el Estado para devolver la dignidad a las capas más desfavorecidas de la población mediante políticas de redistribución.¹¹⁰

Las metas macro y las metas sectoriales son optimistas y muestran una visión de país en progreso. Sin embargo, un plan es más que las metas que lo componen; en ese sentido, está pendiente todavía la presentación de las estrategias y mecanismos que lograrán las metas anunciadas por el Mandatario en diciembre; es decir, el cómo se logran esos objetivos, qué recursos se utilizan, cómo se financian y qué arreglos institucionales se generan para conducir las fuerzas del Estado y de la sociedad en la dirección proyectada.¹¹¹

[...] la futura suscripción de un nuevo contrato de venta de gas al Brasil, y asegurarle al país, en el actual contexto de incertidumbre, un acuerdo que le genere un ingreso estable por los siguientes años. Ante esta **titánica labor**, de las autoridades, la primera constatación que podría augurar un epílogo satisfactorio es la existencia de una demanda cierta por gas y energía del sector industrial brasileño que, de acuerdo con proyecciones, se encuentra asegurada hasta 2030.¹¹²

Cabe resaltar que, a pesar de los embates externos, la gestión macroeconómica tuvo como reflejo el mantenimiento en la calificación de riesgo país, exponiendo a Bolivia como una nación en la que se puede confiar e invertir; así se demostró con la colocación de bonos soberanos por \$us 1.000 millones en la bolsa de Nueva York, manteniendo a **Bolivia** en el mapa financiero global.¹¹³

Análisis de frases: *Campaña electoral* (16 ap.) y [*proceso de*] *cambio* (11 ap.) la cualidad de ambas es que connotan referencia sobre el contexto nacional. Si bien la primera engloba una forma detallada de cómo están trabajando las opciones, también, describe que otras acciones deberán considerarse como proselitista; el segundo es simbólico y diacrónico.

Se observa que en la frecuencia de *campana electoral* (16 ap.) no es meramente un proceso comunicativo destinado a persuadir a los lectores, mediante una crítica a este; es una fase clave del proceso democrático donde se dirimen no sólo ideologías y propuestas, sino también estrategias de disputa política en torno a las jefaturas de bancada y la mención de diferentes partidos políticos donde sugieren que los comicios no se limita a la mera transmisión de mensajes, sino que es un terreno fértil para la confrontación política.

¹¹⁰ Editorial, 'Informe de gestión'. En *La razón*. p. A2.

¹¹¹ Editorial, 'Plan de desarrollo'. En *La razón*. p. A2.

¹¹² Editorial, 'Contrato del gas'. En *La razón*. p. A2.

¹¹³ Editorial, 'Balance económico'. En *La razón*. p. A2.

La tensión entre *consignas* y *argumentos* es otro aspecto relevante. Indicando una simplificación de los mensajes políticos para lograr un impacto rápido en los votantes, lo cual sugiere un desafío inherente de condensar complejas plataformas políticas en mensajes concisos y atractivos que resuenen con el electorado en un corto período de tiempo. A pesar de esta simplificación, el llamado a sustentar fuertes razones y motivaciones para el voto subraya la importancia de fundamentar las propuestas con argumentos sólidos.

El análisis semántico también muestra la dimensión institucional regulatoria del camino hacia el referéndum. Las referencias a *regulación en torno al tiempo de difusión* y la disputa sobre el *Reglamento de Campaña y Propaganda Electoral* sugieren que estas acciones no son desencadenadas sin restricciones. Existe una estructura normativa que busca preservar la equidad y la transparencia en el proceso electoral, aunque a veces esto pueda generar conflictos entre los actores políticos y las instancias reguladoras.

Sin embargo, esto tiene una contra parte que es señalada al ejecutivo como las *extensas transmisiones del canal estatal* que se transformaron en *polémica electoral*; la regulación señala cómo incluso los medios de comunicación estatales están entrelazados en la dinámica de las campañas electorales. Esto subraya la relevancia de la comunicación y la influencia mediática en la formación de la opinión pública durante estos períodos.

El espectro político se caracteriza por la dinámica **electoral** en que las fuerzas del Sí y el No (a la modificación de la CPE para repostar al presidente y vicepresidente) estarán en campaña, en un caso para profundizar el proceso de cambio y en otro para pretender cambiar el cambio, pero que en esencia no alterará sobremanera la arquitectura económica, social y política de la actual coyuntura.¹¹⁴

A reserva de las diferentes modalidades adoptadas en la **campaña electoral**, unas con más presencia en espacios públicos, otras con mayor movimiento en las redes sociales, puede percibirse que priman las consignas más que los argumentos. Vote por el Sí, vote por el No. ¿Por qué? Hay ausencia, o al menos debilidad, de debate.¹¹⁵

Estamos a seis semanas del referéndum y, más allá de la **campaña electoral** en curso en diferentes espacios públicos y lo que seguramente será la propaganda en medios de comunicación, quizás el mayor desafío de quienes impulsan las opciones en consulta sea sustentar fuertes razones y motivaciones para el voto.¹¹⁶

La expresión [*proceso de*] *cambio* (11 ap.) muestra connotaciones profundas en el contexto político y social que se examina. Esta repetición constante no es meramente un reflejo casual del lenguaje, sino que denota su centralidad en el discurso político y su relevancia en la conceptualización del tiempo gubernamental.

En primer lugar, la recurrencia de la frase establece su carácter distintivo dentro del panorama político analizado, trasciende la simple referencia a modificaciones superficiales y se erige como un marcador temporal que engloba un período histórico caracterizado por profundas modificaciones en la sociedad, la economía, la cultura y el sistema político. Por tanto, funge como un descriptor intrínseco de este lapso en su presentación.

¹¹⁴ Editorial, 'La intensa campaña'. En *La razón*. p. A2.

¹¹⁵ Ídem.

¹¹⁶ Ídem.

En segundo lugar, *proceso de cambio* adquiere un sentido que va más allá de una mera descripción histórica pues es vinculado directamente con la noción de *revolución democrática y cultural*. En esta óptica, se subraya la transformación integral no solo de las estructuras políticas y económicas, sino también de la cultura y la sociedad en su conjunto. La repetición de esta expresión resalta la amplitud y la envergadura de la metamorfosis buscada durante este período, insinuando una reconfiguración profunda de la identidad nacional y su fundamentación democrática.

En tercer lugar, está íntimamente relacionado con la historia del país. La expresión sugiere un hito en la narrativa histórica y un punto de inflexión que marca una transición significativa en la trayectoria del país. El significado conecta con lo histórico en pasado y futuro sobre la entidad política, otorgando un peso considerable en la percepción colectiva de la identidad y la evolución de la sociedad.

Y cuarto lugar, las transformaciones tangibles como las intangibles, estos cambios abarcan desde aspectos estructurales, como la plurinacionalidad y la reorganización territorial, hasta cambios en las formas de toma de decisiones políticas y la autonomía de los distintos niveles de gobierno. La amplitud de estos cambios sugiere una ambición de transformación en todas las facetas de la sociedad y el sistema político.

El 22 de enero se cumplen diez años de gobierno del presidente Evo Morales. Esta etapa, que se autodefine como “revolución democrática y cultural”, ha seguido un itinerario intenso, complejo y a veces contradictorio en un horizonte de transformación del Estado. A reserva del necesario balance y evaluación, estamos ante un acontecimiento fundamental de **nuestra historia**.¹¹⁷

Más allá de los diferentes balances que seguramente se harán en torno a estos años de gobierno del MAS-IPSP desde aquel **emblemático** 22 de enero de 2006 (hoy mismo La Razón le dedica un suplemento especial de análisis y ruta crítica), quizás lo más relevante sea trazar la agenda de futuro, en un escenario internacional más adverso que el de la década que concluye.¹¹⁸

El hecho fundamental de que tengamos un gobierno que no necesita el visto bueno de ningún país extranjero para posesionar a sus autoridades es otro enorme cambio que no puede ser expresado en un gráfico de cifras comparativas. y así podríamos seguir con varios otros ejemplos. en resumen, los parámetros del informe presidencial –pues el gobierno es siempre una tarea colectiva– tenían un mayor margen para hilar el relato **histórico del cambio**.¹¹⁹

El informe presidencial ha sido eficaz en desglosar los datos de inversión, ingresos y egresos, y algunos datos que ponen en el centro a las personas, pero se extrañó la perspectiva **histórica del cambio** y el sentido de las transformaciones macro de la gestión.¹²⁰

Análisis de connotación moral: Son presentada como dos polos: lo bueno y lo malo. El primero insiste en describir el capital social electoral en la figura del *presidente Evo Morales* (11 ap.) como ventaja para el referéndum; el segundo es englobado en los problemas que

¹¹⁷ Editorial, ‘Informe de gestión’. En *La razón*. p. A2.

¹¹⁸ Editorial, ‘Perspectivas 2016’. En *La razón*. p. A2.

¹¹⁹ Editorial, ‘Informe de gestión’. En *La razón*. p. A2.

¹²⁰ Ídem.

tiene la *oposición* (8 ap.) para presentarse como candidatos a participar de las elecciones nacionales de 2019.

La mención hacia el *presidente Evo Morales* (11 ap.) es la construcción del rol de líder político en la toma de decisiones partidarias como nacionales, también en el ámbito coyuntural, descrito desde los logros gubernamentales, su papel es relacionado a la transformación política y social de Bolivia durante el período abordado. En cuanto a las determinaciones influyentes de Morales la referencia es marcada como quien lidera el partido de gobierno en torno a la ratificación de representantes en el Senado y Diputados.

Los corpus a su vez mencionan las acciones y políticas implementadas durante su gobierno. Se hace referencia a la *Agenda Patriótica 2025*, anunciada por el *presidente del Estado*, indicando su liderazgo en la definición de objetivos a largo plazo. En la misma línea, se aborda la presentación del *Plan Nacional de Desarrollo* durante su mandato, lo que resalta su papel en la planificación y ejecución de políticas públicas a largo plazo y a nivel Estatal.

En el contexto de los cambios y logros, después de 10 años, se resalta su papel como pilar de causa-efecto en la nacionalización de los hidrocarburos y en la administración de la inversión estatal en áreas estratégicas. Es más, se discute cómo las transformaciones bajo su liderazgo no se limitan a cifras económicas, sino que también abarcan aspectos políticos.

Se abordan las elecciones nacionales donde el factor de las victorias electorales Evo Morales es mencionada a partir de la multiplicidad de veces que las ganó, de la misma forma es resaltada en cuando a porcentajes, de esta forma construyen un capital social electoral para resaltar la ventaja electoral para el referéndum. La palabra *presidente* se utiliza para referirse a su posición como líder de partido.

Un primer aspecto a destacar en este recorrido es que Morales y su vicepresidente Álvaro García Linera ganaron tres veces sucesivas (en 2005, 2009 y 2014) las elecciones presidenciales. En los tres casos, rompiendo la tradición de gobiernos minoritarios en democracia, lo hicieron con mayoría absoluta de votos. Este amplio y renovado respaldo en las urnas dio lugar a que Evo haya superado, en octubre del año pasado, el récord de permanencia continua en la presidencia de Bolivia.¹²¹

En ese marco, además de haber asumido la plurinacionalidad como esencia, la administración de Morales dio cauce a la cualidad autonómica, en diferentes niveles, con una nueva organización territorial del Estado.¹²²

En los 10 años que Evo Morales Ayma lleva en el poder, muchas cosas han cambiado. Y casi todas las transformaciones de la última década las ha resaltado el presidente en su extenso discurso-informe del viernes último citando cifras económicas.¹²³

El concepto de *oposición* (8 ap.) es descrito en referencia a la dinámica política de los partidos políticos representados de la Asamblea Legislativa Plurinacional, en las Gobernaciones y Alcaldías, resaltadas como desventaja electoral. En primer lugar, el término describe la dinámica de diversos partidos políticos y grupos que no forman parte del MAS. Estos

¹²¹ Editorial, '*Perspectivas 2016*'. En *La razón*. p. A2.

¹²² Editorial, '*Informe de gestión*'. En *La razón*. p. A2.

¹²³ Ídem.

partidos, como UN, MDS y PDC, representan una variedad de enfoques ideológicos que contribuyen a la complejidad y heterogeneidad del espectro en disputa, el Estado. La descripción de fragmentación interna, con la cual es mencionada, dentro de la oposición no sólo refleja diferencias en las visiones políticas, sino que también revela la dificultad de establecer una estrategia y acción conjunta en contra del oficialismo.

Un factor que emerge con fuerza es el conflicto y las divisiones internas que caracterizan a la *oposición*. Las menciones de *conflicto*, disputas y divisiones internas sugieren que la unidad para este sector es frágil donde las diferencias ideológicas y tácticas pueden obstaculizar su capacidad para presentar una alternativa unificada al gobierno actual. Esta falta de cohesión puede limitar la efectividad de la oposición en su papel de control y contrapeso al poder gubernamental. Por tanto, esta presentación puede simbolizar una desventaja electoral desde la incertidumbre de dirección.

Otro aspecto relevante es la mención sobre las consignas de campaña de la *oposición* con relación a la búsqueda de cambios y alternancia en el poder. La explicación con mayor detenimiento es en relación a la necesidad de un cambio de candidatos en la estructura del partido de gobierno, relacionada a la idea de renovación política y la necesidad de evitar la concentración prolongada del poder en manos de un sólo grupo. Esto sugiere una percepción de agotamiento o falta de respuesta por parte del oficialismo.

Todavía no ha concluido el año y los partidos políticos con representación en la Asamblea Legislativa Plurinacional toman previsiones, lanzan nombres y anticipan debate para la conformación de las nuevas directivas de las cámaras y las jefaturas de bancada. En el oficialismo puede haber continuidad. En las bancadas de oposición, en cambio, se prevé **conflicto**.¹²⁴

Respecto a la oposición, el panorama parece más conflictivo por las **divisiones** internas.¹²⁵

Las oposiciones, por su parte, quieren que el ciclo concluya en 2020, apostando por una alternancia que, todavía, **no tiene** proyecto alternativo.¹²⁶

Universo semántico: *Estado, campaña electoral, proceso de cambio y Presidente Evo Morales* guardan similitud en las referencias de cómo son nombrados, a pesar de que el significado varía comparten cuerpos conceptuales en su descripción semántica. Por otro lado, *oposición* es la única palabra que es presentado de forma única. De esta forma podemos observar qué palabras eran resaltadas en lugar de otras.

El término *Estado* (13 ap.) busca revelar los partes conceptuales en las cuales es mencionada resaltando su papel en la transformación social, política y económica; también cómo este término simbólico articula los mensajes más relevantes de los corpus: *Bolivia* (12 ap.), *gobierno* (10 ap.), *país en progreso* (8 ap.), *proceso de cambio* (8 ap.), *Evo Morales* (8 ap.), *reservas* [de hidrocarburos](6 ap.), *Metas macro y sectoriales* (6 ap.), *PND* [Plan Nacional de Desarrollo] (5 ap.), *sociedad* (4 ap.), *sector* [económico e Hidrocarburífera] (4 ap.), *transformación del Estado* (3 ap.), *Agenda Patriótica 2025* (3 ap.), *autoridades* [Ejecutivo](3

¹²⁴ Editorial, 'La intensa campaña'. En *La razón*. p. A2.

¹²⁵ Ídem.

¹²⁶ Ídem.

ap.), *Presidente del Estado* (3 ap.), *estrategias y mecanismos* [presupuesto] (1 ap.), nacionalización (2 ap.), exploración (2 ap.), inversiones (2 ap.), *recursos* [para lograr objetivos] (2 ap.), *transnacionales* (1 ap.), *YPFB* (1 ap.), *Gobernaciones* (1 ap.), *Municipios* (1 ap.), *universidades* (1 ap.), *política hidrocarburífera* (1 ap.), *ventaja* [venta competitiva del gas] (1 ap.), *arreglos institucionales* (1 ap.), *plurinacionalidad* (1 ap.), autonómica (1 ap.), Bicentenario (1 ap.) y *redistribución* (1 ap.).

El universo semántico que rodea el concepto de *campana electoral* (16 ap.) muestra un panorama en el cual las estrategias de alianzas partidarias y la selección de candidatos desempeñan un papel esencial; aspectos iniciales entrelazados con la propagación de mensajes políticos a través de una variedad de medios, desde los actos públicos hasta los canales más tradicionales y modernos, como las redes sociales: *TSE* (8 ap.), *referéndum* (4 ap.), *modificación de la CPE* (4 ap.), *consulta* (4 ap.), *medios de comunicación* (3 ap.), *institucionalidad electoral* (2 ap.), *participación ciudadana* (2 ap.), *cuenta regresiva* (2 ap.), *impredecible* (2 ap.), *año propaganda* (2 ap.), *fuerzas del sí y el no* (1 ap.), *calendario electoral* (1 ap.), *proselitismo político* (1 ap.), *debate* (1 ap.) y *TCP* (1 ap.).

La insistencia de la mención de [*proceso de*] *cambio* (11 ap.) va más allá de la mención simbólica que es nombrada desde el gobierno para describir los años de gobierno que caracteriza su mandato, pues el significado estudiado en los corpus halló conceptos que describen la trascendencia de su mensaje de metamorfosis del sistema político, del cual la implosión de cambios fueron posibles con el ingreso del partido de gobierno, MAS, desde 2005 que busca continuar: *gobierno* (10 ap.), *estado* (8 ap.), *gestión* (7 ap.), *economía* [aspectos financieros] (5 ap.), *sociedad* (4 ap.), *balance* (4 ap.), *Transformaciones* (3 ap.), *política* [decisiones gubernamentales] (3 ap.), *luces y sombras* (3 ap.), *historia* [hechos que marca en el país] (2 ap.), *aciertos y falencias* (2 ap.), *periodo histórico* (2 ap.), *agenda de futuro*[planificación y dirección] (1 ap.), *transformación del Estado* (1 ap.), *desarrollo* (1 ap.), *administración* (1 ap.), *transformaciones macro* (1 ap.), *bicentenario* (1 ap.), *Estado Plurinacional* (1 ap.) y *Revolución democrática y cultural* (1 ap.).

Sobre la relevancia de *Presidente Evo Morales* existe una construcción temporal y conceptual desde las elecciones que ganó, de forma consecutivas, hasta la implementación de políticas de Estado como la Agenda Patriótica 2025 y la nacionalización de los hidrocarburos, el término evoca no solo la figura de un líder político, sino el vínculo de temas entrelazados como la redistribución económica, la plurinacionalidad, la relación con los organismos electorales y la búsqueda de consolidación institucional: *oficialismo* (4 ap.), *proceso de cambio* (4 ap.), *diez años de gobierno* (4 ap.), *transformaciones* (3 ap.), *confianza* (2 ap.), *cambio histórico* (3 ap.), *agenda patriótica 2025* (2 ap.), *modificación del art. 168 de la CPE* (2 ap.), *discurso-informe* (2 ap.), *renta petrolera* (2 ap.), *nacionalización de hidrocarburos* (2 ap.), *progreso* (2 ap.), *control económico* (1 ap.), *redistribución* (1 ap.), *elecciones presidenciales* (1 ap.), *mayoría absoluta de votos* (1 ap.), *plurinacionalidad* (1 ap.), *gestión pública* (1 ap.) y *fortaleza de las instituciones democráticas* (1 ap.).

Finalizando con *oposición* (8 ap.) en el contexto político y legislativo, es descrito en una serie de conceptos interrelacionados que delinean las actividades de los partidos políticos con representación en la Asamblea Legislativa Plurinacional, como una fuerza contrapuesta al oficialismo; estas disensiones se profundizan el ámbito electoral y las representaciones electas mencionadas como desventaja: *conflicto* (2 ap.), *jefaturas de bancada* (2 ap.),

divisiones internas (2 ap.), *partidos políticos* (1 ap.), *representación* (1 ap.), *fuerzas de oposición* (1 ap.), *UN* (1 ap.), *MDS* (1 ap.), *PDC* (1 ap.), *errores* (1 ap.), *disputas* (1 ap.), *alternancia* (1 ap.) y *proyecto alternativo* (1 ap.).

2.4 ETAPA DE REFUERZO

En el marco de la investigación en torno al caso de Gabriela Zapata, la etapa de resultados emerge como un componente esencial para comprender en profundidad los fenómenos políticos y las dinámicas sociales que rodean este caso particular. A través del análisis minucioso de esta etapa, se logra arrojar luz sobre varios aspectos clave relacionados con la construcción narrativa del presidente Evo Morales que determino la influencia en los lectores. En el caso de *La razón* hay un punto delimitado en mencionar el caso, a la persona y todo el contexto, en cambio lo que se realiza es la valoración a este suceso.

La extensión de los corpus es de un mínimo de 470 palabras y un máximo de 492, con un promedio de alrededor de 1.434 términos. Son tres ejemplos que muestran la variedad en cuanto a la cantidad de términos encontrados en editoriales publicados desde el 5 hasta el 21 de febrero de 2016: “Medios en el espejo” con 492 palabras (8/2/2016); “Factor guerra sucia” 450; “Espíritu democrático” 472 (21/2/2016). Estos corpus mencionados muestran la variación en la longitud y contenido de la etapa estudiada. A continuación, la descripción de los hallazgos en los términos.

Análisis de palabras: Aborda la connotación y la profundidad semántica de la palabra *referéndum* (7 ap.) que, es presentado en la toma de decisiones democráticas, al jugar un rol crucial de permitir que los ciudadanos decidan en cuestiones de relevancia constitucional. Esta participación directa se entrelaza con el concepto esencial de *espíritu democrático*.

Entonces, se observa como *r.* es asociado como mecanismo de legitimación de textos constitucionales, como se evidencia en la referencia al texto aprobado en 2009, subraya su rol como un pilar en la conformación de la estructura jurídica y política del país. En este sentido, el término adquiere una dimensión histórica y normativa, donde su utilización previa como método de ratificación constitucional otorga un respaldo democrático.

El *espíritu democrático*, por su parte, no solo es una mera noción abstracta, sino que se visualiza como una característica inherente de la población boliviana. Aunque se menciona en un contexto de tragedia que cuestiona la firmeza de este espíritu, prevalece la percepción de que, a lo largo de las décadas, la ciudadanía ha demostrado una actitud responsable y consciente en las elecciones y participación política.

El referéndum es considerado como una vía para reafirmar esta esencia, convirtiéndose en una expresión palpable de la identidad participativa de Bolivia. En última instancia, el uso recurrente de ambos términos resalta la interconexión profunda entre la participación ciudadana, la toma de decisiones políticas y la afirmación de valores democráticos en el contexto de la consulta.

El referéndum de hoy será una nueva confirmación del **espíritu democrático** boliviano y la creciente importancia de sus instituciones. Pese a los sobresaltos de la campaña, el proceso concluye en paz.¹²⁷

En el **referéndum** de hoy se le pregunta a la ciudadanía si está de acuerdo o no con la modificación del artículo 168 de la Constitución Política del Estado, que actualmente dispone que el Presidente y el Vicepresidente solo pueden ser reelectos de manera consecutiva una vez. La modificación propuesta amplía a dos las veces consecutivas en las que los mandatarios pueden postular a un nuevo mandato.¹²⁸

Análisis de frases: La mención de *medios de comunicación* (8 ap.) engloban una dinámica cambiante, en cuanto a los canales tradicionales de difusión, influenciada en gran medida por el nuevo espectro político que son las *redes sociales*, por otro lado, la relación entre ambos términos es evidente, ya que se utilizan en paralelo en los corpus mencionados. En lo que el primero es referenciado para describir a la estructura tradicional como fuente fundamental de información y análisis político, el segundo se destaca por emerger como una plataforma novedosa de impacto para la interacción y difusión de información en la esfera política.

Los corpus muestran que las *redes sociales* tienen un efecto multiplicador para el mensaje de los medios de comunicación tradicionales; esto implica que la influencia permite la rápida propagación de información, noticias y opiniones, lo que puede cambiar la dinámica de la percepción pública de los eventos políticos. De esta forma su predominio está en la agenda periodística lo cual sugiere que las discusiones y debates que surgen, en estos espacios cibernéticos, pueden afectar las prioridades temáticas de los medios de comunicación tradicionales o incluso ellos pueden agendar por estos espacios los acontecimientos, impulsado por la interacción y la participación ciudadana en línea.

La relación con la repetición del término *medios de comunicación* en el contexto de la “pluralidad de las voces” y la “cobertura informativa” sugiere un enfoque crítico en la diversidad de perspectivas y voces en los medios, aquellos que son críticos a al Gobierno de Evo Morales. Esto puede implicar una preocupación por la objetividad y la imparcialidad en la cobertura mediática. Por otro lado, las *redes sociales* son criticadas por el efecto de la "desinformación" y la "confusión" que generan en cuanto a las noticias que son difundidas en sus espacios. Pues sus menciones son resaltadas por ser “propicias para el exhibicionismo como para la confusión” y que la tergiversación es alimentada por diversas fuentes anónimas.

En las últimas semanas, como parte de la campaña del referéndum, algunos políticos asociados con periodistas, y viceversa, han concentrado sus ataques contra el Presidente y el Vicepresidente del Estado Plurinacional. Y lo hicieron montados en falsedades creadas, **reproducidas** o magnificadas por ellos mismos, tanto en las redes sociales como en medios de comunicación.¹²⁹

Las redes sociales, tan propicias para el exhibicionismo como para la confusión, demostraron su creciente **influencia** sobre la agenda mediática, provocando la publicación de no pocos desguisados.¹³⁰

¹²⁷ Editorial, ‘Espíritu democrático’. En *La razón*. p. A2.

¹²⁸ Ídem.

¹²⁹ Editorial, ‘Medios en el espejo’. En *La razón*. p. A2.

¹³⁰ Editorial, ‘Factor guerra sucia’. En *La razón*. p. A2.

Análisis de connotación moral: Son menciones *algunos* [políticos y periodistas] (6 ap.) que destaca la connotación de ciertos grupos influyentes en el ámbito electoral y la frase *guerra sucia* (4 ap.) para mencionar la denuncia hacia el presidente Evo Morales sobre el Caso Zapata, cuyo efecto se muestra en distorsionar la toma de decisiones informadas.

El uso reiterado de *algunos* (6 ap.) es citado para agrupar un sector de la población, en el contexto de la discusión, que forman parte prácticas negativas y cuestionables dentro de la esfera política connotadas por una serie acciones implícitas. En primer lugar, esta palabra actúa como un modulador de generalización, que iban referenciadas a destacar acusaciones y críticas hacia ciertos personajes públicos. A través de esta elección léxica, se evita la trampa de la estandarización excesiva y se reconoce la heterogeneidad de comportamientos y actitudes dentro del ámbito político.

El término *algunos* al señalar a ciertos individuos, también coloca el foco de atención en la naturaleza selectiva de las críticas y acusaciones con las que van a ser descritos. Esta palabra funciona como un mecanismo de señalamiento, destacando un subconjunto específico de políticos y periodistas que participan en conductas reprobables, como difamación, violación de la privacidad y guerra sucia. Por otro lado, la utilización de la palabra sugiere que no todos los actores políticos son igualmente culpables o involucrados en estas prácticas, lo que puede tener implicaciones importantes en la percepción pública de la integridad y ética en la política, sin embargo, este resaltada para remarcar acciones moralmente descalificadas para los editoriales del periódico *La razón*.

En las últimas semanas, como parte de la campaña del referéndum, **algunos políticos** asociados con periodistas, y viceversa, han concentrado sus ataques contra el Presidente y el Vicepresidente del Estado Plurinacional. Y lo hicieron montados en falsedades creadas, reproducidas o magnificadas por ellos mismos, tanto en las redes sociales como en medios de comunicación.¹³¹

A reserva del debate sobre un presunto “tráfico de influencias”, que debe investigarse, es deplorable el modo en que **algunos políticos** y periodistas, para montar su campaña, violan los derechos constitucionales a la privacidad, intimidad, honra, honor, propia imagen y dignidad.¹³²

La frase *guerra sucia* (4 ap.) es mencionada para describir la adopción de tácticas negativas y deshonestas como acciones que marcar las campañas electorales en los procesos de consulta. La construcción del significado está ligado a la descripción del conjunto de prácticas que abarcan desde la difamación hasta la manipulación de información con el objetivo de desacreditar a los oponentes políticos identificados, en este caso Evo Morales, y resquebrajar la legitimidad de su imagen. Este término, en sí mismo, captura la esencia de estas tácticas: un conflicto en el que se libran batallas con un marcado desprecio por la integridad ética y la honestidad intelectual, donde este tipo de prácticas no sólo atentan contra el intercambio constructivo de ideas, sino que también erosionan la confianza pública en el proceso democrático del referéndum.

¹³¹ Editorial, ‘Factor guerra sucia’. En *La razón*. p. A2.

¹³² Ídem.

Por otro lado, se observa que la frase mantiene una relación intrínseca con *propaganda negativa*, para agudizar su mensaje. La propagación de información falsa, rumores y desinformación como medio para desacreditar al adversario político es una característica distintiva de la *guerra sucia*. En este contexto, el término anclado con el cual está relacionado, se convierte en un mecanismo que alimenta la desconfianza y la incertidumbre en torno a los procesos electorales cuando existe este tipo de acciones propagandísticas, distorsionando la percepción del electorado sobre las propuestas y plataformas políticas.

Esta frase también se contrapone al concepto de debate fundamentado. Mientras que un debate político saludable es aquel que se ha centrado en el análisis crítico de propuestas y visiones de futuro, todo lo que es relacionado a *guerra sucia* desvía la atención de estos aspectos sustantivos hacia la polarización, los ataques personales y la difamación. Este primer aspecto construye un ambiente de hostilidad que obstaculiza la capacidad de los ciudadanos para tomar decisiones informadas y construir un panorama político coherente.

Pero sin duda la **guerra sucia**, orientada a ganar votos con malas artes en la consulta del 21 de febrero, llegó a su extremo más indigno en días pasados al utilizar como bandera política a un bebé fallecido.¹³³

[...] la propaganda negativa es **contraria** a la democracia.¹³⁴

Debemos exigir a todos los actores que están impulsando las opciones en el referéndum que no cedan a la **tentación** de la propaganda negativa.

Universo semántico: Las palabras más mencionadas resalta que varios términos son entrelazados con otros, esto se debe a la conexión de temas y a la cantidad reducida de días para el cual los corpus estudiados. Son cuatro grupos de palabras, descrita de manera a partir de la cantidad de veces que es mencionado el término: *Medios de comunicación* (8 ap.), *referéndum* (7 ap.) *algunos* (6 ap.) y *guerra sucia* (4 ap.).

La mención de *medios de comunicación* (8 ap.) la relación entre la política y la comunicación que explora en paralelo con las redes sociales. Esto sugiere una transformación significativa en cómo se comparte y se consume la información electoral, en cuanto a la repetición que construye los significados, se resalta la influencia de ambos para determinar la orientación de ciertos mensajes, los conceptos relacionados a cómo son descritos los medios son: *Redes sociales* (4 ap.), *información* (4 ap.), *agenda periodística* (2 ap.), mediático (2 ap.), *opinión* (2 ap.), *desinformación* (1 ap.), influencia (1 ap.) y tiempo electoral (1 ap.).

La mención de *referéndum* (7 ap.) es descrita como un instrumento mediante el cual los ciudadanos pueden participar en la toma de decisiones políticas, aquella que va a modificar la situación del país, de cierta forma está asociada con los principios de democracia participativa: *Espíritu democrático* (4 ap.), *modificación* (4 ap.), *ciudadanía* (3 ap.), *constitución* (3 ap.), *votación* (2 ap.), *resultado* (2 ap.) e *instituciones* (1 ap.).

La palabra *algunos* (6 ap.) resalta la denominación connotativa sobre un grupo de personas específicas, el objetivo de su repetición es que los lectores puedan identificar que los mensajes que son emitidos por aquel sector de individuos muestran una relación con

¹³³ Ídem.

¹³⁴ Ídem.

estrategias de campaña por lo cual la crítica va más al sentido de la esencia de su función ética en lugar de una compuesta por señalamiento. Los conceptos asociados son: *Periodistas* (6 ap.), *políticos* (5 ap.), *redes sociales* (4 ap.), *debate* (3ap.), *dignidad* (2 ap.), *medios de comunicación* (2 ap.), *prácticas* (1 ap.), *cuentas* (1 ap.), *intimidación* (1 ap.), *fanatismo* (1 ap.), *agresividad* (1 ap.) y *expresión* (1 ap.).

La frase *guerra sucia* (4 ap.) encapsula una serie de tácticas políticas negativas que tienen el potencial de socavar el proceso democrático y distorsionar la toma de decisiones informadas, direccionadas hacia la imagen del presidente Evo Morales. Su frecuente aparición en el corpus analizado indica una creciente conciencia y preocupación por esta problemática. Para fortalecer la salud democrática, es esencial abogar por un discurso político constructivo y ético, donde las ideas y propuestas sean el foco central, estas son las palabras asociadas: *Debate* (7 ap.), *Campaña electoral* (6 ap.), *democracia* (5 ap.), *propaganda negativa* (4 ap.), *información* (4 ap.), *presidente* (2 ap.), *vicepresidente* (2 ap.), *norma* (2 ap.), *honra* (2 ap.), *dignidad* (2 ap.), *privacidad* (2 ap.), *discriminación* (1 ap.), *intolerancia* (1 ap.), *votos* (1 ap.), *bebé fallecido* (1 ap.), *difamaciones* (1 ap.), *falsificación* (1 ap.), *rumores* (1 ap.), *engaño* (1 ap.), *tráfico de influencias* (1 ap.), *mentir* (1 ap.), *factura adulterada* (1 ap.), *TSE* (1 ap.), *propia imagen* (1 ap.), *agresividad* (1 ap.), *falsedades creadas* (1 ap.), *propuestas* (1 ap.), *argumentos* (1 ap.), *anónimo* (1 ap.), *Ley del Régimen Electoral* (1 ap.) y *ética* (1 ap.).

2.5 ETAPA DE RESULTADOS

La etapa de resultados se analizan los resultados preliminares de los votos y se examina cómo estos son comunicados, percibidos por los lectores, la forma del cómo son descritas y las tendencia en cuanto a ganadores o perdedores del plebiscito, buscando dirigir la atención hacia el hecho de que, sin importar los resultados, se preserva el respaldo electoral y capital social al MAS a través de una revisión interna. Por otra parte, el editorial advierte que la polarización de los resultados es un fenómeno político fomentado por ambas posturas. El editorial bajo estudio es “Serenidad en la espera” que consta de 486 palabras (23/02/2016).

Análisis de palabras: La frecuencia periódica de la mención *victoria* (5 ap.) en el contexto narrativo de qué opción apunta a llevarse el título refleja una lucha esencial por la percepción pública y el sentido común de los lectores. El término es una meta que aún no ha sido asegurada por ninguno de los dos frentes en competencia; subrayando una situación fluida por la espera de los resultados oficiales para un veredicto real.

Esta palabra es compuesta por una connotación subjetiva sobre una rivalidad política, pues señala que las encuestas de conteo rápido que favorecen al “No”, presentan una ventaja que es prácticamente equiparable al margen de error de estas encuestas. Esto resalta cómo diferentes actores pueden proclamar *victoria* basándose en enfoques y datos selectivos, lo que cuestiona la objetividad en la interpretación de los resultados. Por lo tanto, la palabra en este contexto no es presentada bajo el significado de ganador, es un reflejo de la retórica y la estrategia en campo electoral para el bando contrario al “Sí”.

La estrechez en los resultados electorales revela un escenario donde el triunfo será medido en el formato de “pocos miles de votos”. Esta expresión de limitación y fragilidad, ilustrando por el cómo se puede hallar un reconocimiento implícito de debilidad. Esta tensión entre el triunfo y la precariedad agrega profundidad a la noción de *victoria*, sugiriendo que, en este

contexto, el éxito no es absoluto sino relativo y susceptible de cambios. *Victoria*, pone en manifiesto la dialéctica entre la esperanza y la certeza en el campo político. Aunque se espera que el “voto rural” incline la balanza hacia el “Sí”, se plantea que esta posibilidad podría ser efímera. Esta ambivalencia resalta la conexión entre la victoria actual y las proyecciones futuras del poder. Así, la palabra adquiere un significado más profundo, encapsulando la ansiedad por la pérdida de influencia y la transición hacia una nueva dinámica política.

En conclusión, más allá de ser un término de triunfo, se convierte en un reflejo de la incertidumbre, la interpretación subjetiva, la estrechez en los resultados y la evolución de las dinámicas políticas sujetas a los votos. Esta repetición semántica captura la complejidad del lenguaje político y su capacidad para comunicar emociones y estrategias.

Al momento, el Tribunal Electoral continúa registrando las últimas actas de votación y, aunque las tendencias parecen claras, la victoria todavía **no está** asegurada para ninguno de los dos frentes, pues la evolución de los datos hace prever un resultado muy estrecho, en el que la ventaja puede estar medida en apenas unos pocos miles de votos.¹³⁵

Los círculos oficialistas están contando con que sea el voto rural de las zonas a las que las encuestadoras no llegan el que les dé ese pequeño margen que requieren para una victoria del Sí. Pero aun si esa esperanza se materializa, seguramente ésta será la última vez que el voto rural tenga un papel **determinante** en una elección.¹³⁶

Análisis de frases: En el presente se identificaron la frecuencia semántica de dos *serenidad en la espera* que menciona los resultados, el tiempo que juega en contra debido a la polarización que llegó a la movilización de las personas hasta el punto de conteo oficial, que es el Campo Ferial Chukiago Marka; y el segundo *caudal electoral* que desarrolla un panorama favorable al MAS con los pronósticos en contra.

La frase *serenidad en la espera* (4 ap.) desenmascara una estrategia retórica empleada para transmitir un mensaje específico que combina dos elementos clave: Calma emocional y período de incertidumbre previo a la revelación de los “resultados”. Este matiz léxico parece servir como una respuesta connotativa para la ciudadanía en momentos de ansiedad política. Al examinar la relación de esta frase con el término *soberano*, se destaca su conexión con el respeto por la voluntad popular y las decisiones democráticas.

La frase se muestra más allá que un recordatorio de mantener la calma personal ante la incertidumbre, para remarcar un llamado a la confianza en las instituciones electorales y el proceso democrático. La repetición de esta expresión sugiere la importancia de la confianza en la voz del pueblo y en las decisiones que emanan de procesos legítimos.

El vínculo de *serenidad en la espera* con los *resultados* refuerza la noción de que los comicios son un camino que puede tomar tiempo. Esta frase implica una comprensión profunda de que las decisiones políticas no siempre son inmediatas, y que la paciencia y la reflexión son esenciales para respetar tanto el proceso como los efectos.

¹³⁵ Editorial, ‘*Serenidad en la espera*’. En *La razón*. p. A2.

¹³⁶ Ídem.

Cabe, por lo tanto, mantener la serenidad en la espera de los resultados finales, que serán anunciados en muy poco tiempo más por el Tribunal Supremo Electoral; **no adelantar** conclusiones y, sobre todo, acatar la palabra del soberano.¹³⁷

La situación exige serenidad en todos los frentes y, sobre todo, **acatar** la palabra del soberano.¹³⁸

El análisis lexicométrico de la frase *caudal electoral* (3 ap.) revela la cantidad cuantitativa de votos y apoyo como la solidez cualitativa de la base de respaldo político que tiene el MAS. Además, el término trasciende lo meramente numérico al abordar la geografía política y las dinámicas territoriales en la distribución del apoyo, es decir: El capital social electoral. Sin embargo, también llega a ser contrapuesto por cómo es afectan a los resultados y la percepción sobre ellos.

La primera aparición del término se asocia con la incertidumbre que rodea al oficialismo en el referéndum, pues al ser particularmente desafiante, podría resultar en una disminución de la cantidad de votos en comparación con elecciones pasadas. Esta interpretación implica una perspectiva cuantitativa del término, donde la cantidad de apoyo se convierte en una métrica crítica para evaluar la posición política a Evo Morales.

Un segundo punto es presentado como una reflexión ambigua sobre la derrota para alguna opción, pues la frase adquiere un matiz cualitativo, aludiendo al apoyo político general que el oficialismo retiene, independientemente del resultado electoral inmediato, esta interpretación sugiere que el término va más allá de la mera cantidad de votos y apunta a la solidez y estabilidad de la base de apoyo del oficialismo en la arena política. Y el tercer punto, señala un cambio en la distribución del apoyo político, hacia el MAS, en los departamentos del occidente, en términos de geografía política. Anteriormente, el occidente era considerado un bastión seguro para el oficialismo, pero esta certeza ha sido desafiada.

Es también oportuno recordar que incluso una victoria para el oficialismo será tan estrecha, que el resultado neto habrá sido una **pérdida** de caudal electoral en relación a los comicios de 2014.¹³⁹

Una segunda reflexión va en sentido de que incluso si la opción oficialista pierde, tiene un caudal electoral casi igual al de todos los partidos y agrupaciones de la oposición juntos.¹⁴⁰

Análisis de connotación moral: La referencia connotativa de *agrupaciones* (2 ap.) describe a los actores políticos que están en la contienda política del “No”, pues el contexto de los resultados los muestra como el conjunto de varios partidos políticos opositores que se unieron bajo un objetivo ideológico, sin embargo, son presentados bajo una lupa crítica donde la acumulación de apoyo no es comparada al que obtiene el MAS lo cual representa una desventaja electoral.

La correlación de datos en torno a la palabra *agrupaciones* adquiere prominencia al ser utilizada dos veces en el editorial, cada una en un contexto distinto. En su primera aparición,

137 Ídem.

138 Ídem.

139 Ídem.

140 Ídem.

se refiere a la convergencia de diferentes actores políticos con fines comunes, destacando la necesidad de unir fuerzas para contrarrestar fuerzas oficialismo, más que todo a Evo Morales. La segunda instancia, es usada para resaltar la ausencia de una entidad política única y sólida capaz de enfrentar al partido en el Estado. Esta falta de unidad puede ser interpretada como una limitación para la oposición, donde las diferencias ideológicas y estratégicas podrían obstaculizar la formación de una fuerza colectiva sólida.

El festejo de algunos líderes de oposición que en la noche del domingo se atribuyeron la victoria puede ser **prematureo**, pues las encuestas de conteo rápido dieron una victoria al No con una ventaja que es prácticamente igual al margen de error de dichas encuestas.¹⁴¹

Universo semántico: La estructura está compuesto por cuatro palabras, aquellas que formaron significados codificados sobre la radiografía del procesamiento de los resultados, las menciones de *victoria*, *serenidad en la espera*, *caudal electoral* y *agrupaciones*. Su descripción semántica es la siguiente:

La frecuencia de la palabra *victoria* (5 ap.) refleja una narrativa compleja sobre los resultados electorales que connota el sentido del triunfo para cualquiera de las dos opciones, por tanto lleva consigo elementos de incertidumbre acerca de su impacto en las eventos posteriores en el país, los conceptos que están relacionados son: *Resultado* (3 ap.), *Tribunal Electoral* (2 ap.), *datos* (2 ap.), *ventaja* (2 ap.), *margen de error* (2 ap.), *voto rural* (2 ap.), *esperanza* (1 ap.), *papel determinante* (1 ap.), *actas de votación* (1 ap.), *tendencias* (1 ap.), *evolución* (1 ap.), *votos* (1 ap.) y *encuesta* (1 ap.).

La frase *serenidad en la espera* (4 ap.) enfatiza en imaginarios de calma en medio de la tormenta, como metáfora, señalando el contraste con momentos históricos previos y subraya la importancia de adaptabilidad en el cambiante paisaje político. Es un recordatorio constante de que, en la coyuntura política electora, la paciencia puede contrarrestar a la polarización. Está asociado con las palabras: *Resultado* (3 ap.), *Tribunal Supremo Electoral* (2 ap.), *soberano* (2 ap.), *resultados finales* (1 ap.), *conclusiones* (1 ap.), *conteos rápidos* (1 ap.) y *cultura política boliviana* (1 ap.).

La frase *caudal electoral* (3 ap.) se refiere a la pérdida de votos en cuanto a porcentaje y a la base de apoyo que se mantiene independientemente del resultado hacia el presidente Evo Morales y el MAS, las palabras relacionadas son: *Oficialismo* (4 ap.), *datos* (2 ap.), *presidente Morales* (1 ap.), *contienda* (1 ap.), *perdida* (1 ap.), *comicios* (1 ap.), *cultura política* (1 ap.), *bastión electoral* (1 ap.), *apoyo al Mandatario* (1 ap.), *departamentos del occidente* (1 ap.) y *21 de febrero* (1 ap.).

La mención semántica de *agrupaciones* (2 ap.) engloba a todos los grupos contrarios al MAS que formaron parte de la campaña por el No en el referéndum, quienes en la espera de los resultados marcan el inicio de la narrativa de ganadores, la cantidad de conceptos relacionados al término es minúscula sin embargo permite observar la referencia de grupos y relación de hechos: *Oposición* (2 ap.), *encuestas* (2 ap.), *margen de error* (2 ap.), *líderes de oposición* (1 ap.), *festejo* (1 ap.), *no* (1 ap.) y *derecha* (1 ap.).

¹⁴¹ Ídem.

3. Comparación de editoriales

La lectura de las editoriales es de suma importancia para comprender el efecto que causan en los titulares principales por varias razones. Un primer elemento es la perspectiva y análisis: Las editoriales suelen ofrecer una perspectiva más profunda y analítica sobre los eventos y temas de actualidad. A diferencia de los titulares principales, que suelen ser breves, creativos y concisos, las editoriales permiten a los escritores/periodistas expresar opiniones, argumentar y proporcionar un contexto más amplio, logrando obtener una comprensión más completa de los problemas y las implicaciones que subyacen detrás de los titulares. Un segundo elemento es la interpretación y enfoque: Las editoriales también ayudan a interpretar la noticia y ofrecen un enfoque particular sobre los eventos sociales, económico y políticos. Un tercer elemento, periodismo columnista: Las editoriales brindan una oportunidad para que los periodistas analicen, evalúen y den sentido a los acontecimientos de la noticia, examinando, con mayor énfasis, las implicaciones políticas, sociales, económicas o culturales de una noticia y proporcionar un contexto más profundo. Los periodistas pueden presentar su punto de vista sobre las causas y consecuencias de un evento, destacar sus implicaciones a largo plazo y analizar posibles soluciones o respuestas.

Las editoriales abordan temas controvertidos para la opinión pública presentando diferentes perspectivas y argumentos a favor o en contra de ciertas políticas, acciones o posturas; pues los periodistas pueden respaldar su opinión con evidencia, datos, experiencias personales u otros elementos persuasivos como el extracto de un discurso público. Las editoriales brindan una interpretación subjetiva de los hechos y ofrecen un enfoque particular sobre los eventos y temas de actualidad. Al leerlas, se puede obtener una comprensión más profunda y crítica de las noticias, permitiendo un análisis más completo y una formación de opinión informada.

Etapa Preparatoria:

Comparación de enfoques informativos sobre “Ajuste de cinturones” y “reelección indefinida”. Cada inicio está marcado por el propósito con el cual se presentan las noticias. No es necesario argumentar que el inicio se caracteriza por el primero en publicar noticias sobre temas importantes, ya que el silencio o el cambio de tema también comunican un objetivo claro: establecer una línea discursiva que genere respuestas tanto positivas como negativas. La primera etapa ejemplifica esto, al mostrar cómo el periódico *Página siete* se centrará en debatir la propuesta del gobierno nacional y del Presidente Evo Morales para el plebiscito de febrero, mientras que el periódico *La razón* presentará otra perspectiva enfocada en las acciones gubernamentales. A pesar de estas diferencias, ambos medios comparten un enfoque en la estructura lingüística que apela a las emociones de sus lectores.

El 2 de septiembre de 2015 marca el inicio de la reproducción de contenidos relacionados con el Proyecto de Ley para la reforma parcial de la Constitución Política del Estado, promulgada el 7 de febrero de 2009. Ambos medios reflejan la existencia de dos oligopolios que mantendrán la línea política en sus respectivos espacios: uno crítico hacia el gobierno bajo la premisa de la “reelección continua”, y el otro orientado a destacar los discursos de Evo Morales extraídos de diversas actividades.

Al comparar ambos enfoques, se revela el porcentaje de espacio invertido por cada medio en describir la esencia del plebiscito del 21 de febrero. El diario *Página siete* aborda el debate

sobre las vías alternativas a través de un artículo titulado “Principio de Alternancia”. En este editorial, se resalta la relación entre la democracia participativa y representativa como un cambio constante en el liderazgo político, estructurado en partidos cuyo propósito es discutir mediante elecciones la idoneidad de administrar el Gobierno nacional. El diario otorga un espacio amplio para estas reflexiones, utilizando términos específicos como *reelección*, *alternancia*, y criticando el modelo político hegemónico de 2006 a 2015. Además, establece una conexión entre esta decisión y la figura del Presidente Evo Morales. El periódico agrega palabras como verbos y adjetivos a las declaraciones políticas de Evo Morales, transformando su significado en un tono sarcástico e irónico. Esto contribuye a construir una narrativa que rodea estas declaraciones y genera un impacto emocional específico en un contexto político.

Por otro lado, el periódico *La razón* no publica editoriales específicas sobre el debate del plebiscito. Sin embargo, esto no significa que no haya adoptado una postura; más bien representa una alternativa en la selección de noticias. En lugar de ello, el periódico enfoca su atención en destacar la participación representativa y en sus discursos, sin proporcionar una transcripción directa. Estos discursos de Evo Morales sostienen una relación con respuestas connotativas a las críticas al gobierno y ofrecen recomendaciones para influir en las decisiones gubernamentales. En general, las decisiones tomadas en este medio tienden a estar vinculadas con la emoción de la esperanza.

Etapa propagandística y etapa intrusiva:

Uso intensivo del lenguaje, repetición de palabras y emoción asociadas; la situación de Bolivia y Gobierno. Tanto la fase propagandística como la fase persuasiva comparten similitudes significativas, ya que ambas se extienden a lo largo de un período prolongado con una alta frecuencia de palabras específicas. Esto se inicia desde la presentación pública de la Conalcam sobre el Proyecto de Ley para la modificación parcial de la CPE, y se extiende hasta la noche en que Carlos Valverde denuncia el vínculo entre Morales y Zapata.

Ambos medios construyen una narrativa que rodea al gobierno nacional, enfocándose en las acciones implementadas con relación a la estrategia económica para afrontar la caída en el precio del crudo, inversiones, préstamos y la relación entre la esfera política y la sociedad civil. Los diez años de administración del Presidente Evo Morales y el MAS a nivel nacional y subnacional también son presentados de manera diferente.

Por un lado, *La razón* establece un vínculo entre las acciones gubernamentales y el sustantivo *Bolivia*, asociándolo con emociones como esperanza, alegría y tranquilidad. Las acciones gubernamentales, como inversiones e infraestructura, se mencionan con relación al país evitando mencionar al gobierno o sus actores. Esto refuerza la imagen positiva de *Bolivia* con índices estables de economía y gastos públicos.

En *Página siete* se observa que la prevalencia de mencionar las acciones gubernamentales es mediante el sustantivo *Gobierno* como el núcleo de las oraciones. Esto se relaciona con emociones de preocupación, angustia e incertidumbre, especialmente en relación con la disminución del precio del petróleo. El cambio de estrategia para la etapa intrusiva reorienta el discurso del medio puesto los mensajes empiezan a concentrarse en mayor medida alrededor de buscar nuevos lectores que son los indecisos, por tanto, la forma de captarlos será mediante la presentación de encuestas.

Ambos medios demuestran que se está construyendo significado en función de emociones. Al contextualizar la caída del precio del crudo, emergen dos interpretaciones: las acciones económicas del gobierno son presentadas de manera positiva, como esfuerzos excepcionales para asegurar la estabilidad económica, generando certeza sobre el futuro económico. Por otro lado, se refuerza la incertidumbre económica. Ambas perspectivas revelan una estrategia inductiva en la preparación para el referéndum del 21 de febrero.

Finalmente, es notorio que ambas fases dejan de lado las menciones recurrentes al proceso del referéndum constitucional. El enfoque de ambos medios reside en las acciones del gobierno nacional, personificado en Evo Morales. La alta frecuencia de palabras subraya la intención de persuadir al lector a que considere estos aspectos al evaluar el escenario gubernamental, en especial en el contexto del país.

Etapa de resultado:

Cierre de Campañas y cambio de enfoque en la agenda Mediática: La denuncia del “Caso Zapata” y la respuesta de “Guerra Sucia”. Con tan sólo tres semanas previas al día del referéndum, que se convierte en el epicentro de la modificación parcial de la Constitución Política del Estado para permitir potencialmente a Evo Morales y Álvaro García Linera una participación continua en las elecciones nacionales, el periodista Carlos Valverde emitió, en la noche del 4 de febrero, una nota periodística en su influyente programa de televisión en el departamento de Santa Cruz. Esta nota alegaba un presunto tráfico de influencias que involucraba al Presidente Evo Morales y a dos figuras externas a la administración gubernamental: Gabriela Zapata y la historia de un hijo nacido de su vínculo. Esta noticia, ampliamente cubierta en diversos medios de televisión, radio y prensa, provocó un cambio drástico en la dinámica de la agenda mediática en los periódicos *Página siete* y *La razón*.

En *Página siete*, la cobertura del vínculo entre Evo Morales y Gabriela Zapata se convierte en un título que engloba una multitud de noticias emergentes en los días previos al 21 de febrero. El aspecto más destacable de esta etapa se sitúa en la construcción de la noticia y el mensaje. Esto es evidente en el cuadro 4 de comparación, donde *Gabriela Zapata* se presenta como abordaje de significado para mencionar y referencia al *Gobierno*, en cuanto a los contratos con la empresa china CAMC, y resaltar el rol del *Presidente* Evo Morales con la denuncia del *tráfico de influencias*.

Este fenómeno resalta que el uso intensivo de palabras conlleva una connotación específica en términos de información. En torno a Zapata, se forma un arquetipo de mujer definida como "señora", "joven" y "pareja de", lo cual refleja la construcción social de la masculinidad hegemónica y cómo los medios masculinizados tratan de crear una imagen en el imaginario colectivo de una mujer que tuvo o tiene una relación con la máxima autoridad del gobierno. Gabriela Zapata, y la transmutación de palabras que la acompaña, ocupa un considerable espacio porcentual en esta fase. Esta idea se refuerza con la denominación del conjunto de estas historias bajo el título “Caso Zapata”.

Otro aspecto destacado es la importancia de las encuestas y el sector de votantes al cual se dirigen. Este grupo, que no ha tomado posición clara por el “Sí” ni el “No” a pesar de la polarización, es un segmento vital. Sin embargo, es una hipótesis planteada en esta investigación que muchos de estos votantes ya estaban familiarizados con ambas opciones.

Página siete se posiciona como creador de *indecisos*, resaltando esta palabra en las encuestas que realiza juntamente con otros medios.

En contraste, *La razón* adopta un enfoque diferente. Se observa una supresión de las palabras *Evo Morales*, *Gabriela Zapata* y *Caso Zapata*. En su lugar, surge la mención de *guerra sucia* como respuesta a la denuncia de Carlos Valverde. Esta expresión se convierte en la respuesta central con relación a este caso, y se dirige a la *propaganda negativa* que, según el diario, es impulsada por “políticos, analistas y periodistas”. Así, *La razón* ya no lidera la dirección de discusión, sino que reacciona a los acontecimientos relacionados con la denuncia contra Evo Morales. Esta fase marca una interrupción en la transmutación de palabras y un quiebre en la agenda mediática. La tendencia sostenida en las fases propagandística e intrusiva se desvanece, cediendo espacio a Gabriela Zapata. Independientemente de si la respuesta es negativa hacia ella, el hecho de que exista una respuesta resalta la prominencia del tema “Caso Zapata” en la opinión pública, manteniendo una conexión emocional de esperanza o ausencia de desilusión.

Etapa de apremio:

Narrativas de “Victoria” y “Derrota”. Días posteriores al evento del referéndum la espera del resultado oficial constituyó la presentación de una nueva coyuntura para el país. El cambio abrupto en la tendencia de las palabras se hace evidente. “El Caso Zapata” experimenta un paréntesis, ya que la polarización inherente a las elecciones empuja a ambos medios a enfocarse en un tema distinto. Ambos periódicos expresan de manera connotativa la correlación de fuerzas entre el “Sí” y el “No” a través de términos alternativos. La intensificación de este panorama polarizado es inducida por cualquiera de las posturas que buscan escuchar la declaración de un ganador o perdedor.

La razón, construye dos formas de explicar los resultados. El periódico logra cambiar y situar el título de sus editoriales mediante variaciones repetitivas, encapsulando así la idea central. Como muestra, “paciencia respecto a los resultados” resalta la espera del resultado oficial en lugar de anunciar un veredicto superficial basado en encuestas. Este enfoque marca una alternativa para no mencionar directamente la polarización. Además, es relevante cómo el capital político del MAS es reafirmado mediante términos como “caudal electoral”. A través de este enfoque, el diario muestra que, independientemente de los resultados desfavorables para el “Sí”, el capital político acumulado por el MAS no se reduce. Esto pone de relieve la astucia y pragmatismo del líder, Evo Morales, frente a las adversidades, presentando su imagen como la de un líder que puede adaptarse a circunstancias políticas cambiantes. Aunque esta adaptación puede no ser explícita por parte del presidente, el diario ya sugiere estos temas, esbozando una narrativa alternativa a la victoria del “No”.

Página siete se concentra en varios objetivos en sus editoriales. Primero, intenta desentrañar el trasfondo de la polarización, describiendo a la sociedad civil detrás de ella. Creando dudas sobre quiénes están generando la polarización y quiénes esperan los resultados. Además, critica el modelo político vigente y sus órganos estatales, especialmente el Tribunal Supremo Electoral, aludiendo a la ineficiencia del “recuento lento”, que resalta la demora en la publicación oficial de los resultados, independientemente de las fechas previstas en el calendario electoral. Esto puede ser interpretado por aquellos que apoyan tanto el “Sí” como el “No” como una intensificación de la polarización en torno a los resultados del 21 de

febrero, y como una señal de que la independencia de los órganos estatales no está garantizada, lo que representa un peligro para los votantes.

En tercer lugar, el enfoque se aparta ligeramente al describir a la sociedad civil categorizada inicialmente como *indecisos*, y la describe como *bolivianos* y *ciudadanos*. La elección de *bolivianos* denota un contrapoder al poder estatal, enfatizando que son equivalentes a *votantes*. Esta asociación conlleva un contrapeso hacia el Estado con una fuerte identificación subjetiva. La palabra *ciudadanos* representa un grupo diverso en la sociedad civil, organizado en espacios políticos que simpatizan ideológicamente con el “No”. Esto crea una percepción léxica donde *ciudadano* está asociado a lo positivo y "oficialismo/gobierno" a lo negativo.

Ambos medios culpan a los grupos “Sí” y “No” por la polarización, pasando por alto que las palabras y su asociación con emociones son las que han influido más en la agudización de las opiniones. A pesar del objetivo de narrar los eventos en las editoriales, los eslóganes de ambos grupos revelan el efecto colateral de las palabras empleadas. Por un lado, el “Sí” se niega a aceptar la derrota electoral y resalta su capital político acumulado desde 2005. Por otro lado, el “No” crea un nuevo capital político a partir de los resultados electorales, no centrado en una imagen sino en la multiplicidad de *bolivianos*, no simplemente electores que votaron. Estos pasos iniciales en la construcción del eslogan “Bolivia dijo no” reflejan su poder como un contrapoder, destacando la cantidad de personas en los resultados.

CAPÍTULO 5

COMPARACIÓN DE TITULARES PRINCIPALES

1. Los titulares principales de *Página siete*

Este presente capítulo describe cómo la motivación política erigió como la fuerza motriz primordial detrás de la selección de noticias publicadas como titulares principales en las portadas del periódico *Página siete*. Este análisis abarca el período que va desde el primer día de septiembre de 2015 hasta el 25 de febrero de 2016. La investigación se propone resaltar cómo esta motivación política, en conjunto con factores ideológicos, periodísticos, institucionales y económicos, influyó en la orientación, frecuencia y reproducción de noticias con mensajes implícitos.

Desde el punto de vista metodológico el proceso de investigación se llevó a cabo en varias etapas: En primer lugar, se realizó una búsqueda exhaustiva y una selección rigurosa de titulares principales que fueran representativos de cada uno de los cinco periodos previamente establecidos dentro del período de estudio, este enfoque permitió capturar la evolución de la cobertura periodística en el tiempo y entender cómo se priorizaban ciertos temas en las portadas de *Página siete*.

En segundo lugar, se llevó a cabo un análisis cuantitativo de la presencia de temas relacionados con el referéndum en las primeras páginas de ambos periódicos. Los resultados revelaron que el 21.91% (78) de las primeras páginas de *Página siete* estaban dedicadas a temas relacionados con el referéndum, mientras que, en *La razón*, esta cifra fue del 21.34% (71) Esta diferencia significativa en la cobertura señala dicha relevancia en la agenda periodística. En tercer lugar, se utilizó el programa *Antconc* para realizar un análisis de lexicometría y el análisis semántico de las 356 portadas estudiadas, divididas en dos grupos. Este análisis permitió identificar patrones lingüísticos y términos clave utilizados en los titulares y entender cómo estos contribuían a transmitir mensajes implícitos.

En resumen, este capítulo se sumerge en un análisis profundo y riguroso de la influencia de la motivación política en la selección y presentación de noticias en las portadas durante el desarrollo del referéndum constitucional que habilitaría a Evo Morales a participar como candidato de una cuarta elección consecutiva en 2019.

1.1 ÉTAPA PREPARATORIA

En la etapa preparatoria de esta investigación de los titulares principales de *Página siete*, se ha realizado una exhaustiva revisión que abarca la publicación de estos mismos relacionados con el referéndum constitucional de 2016 en Bolivia. Dentro de un conjunto de 18 titulares

correspondientes al lapso de investigación, se seleccionaron 10 específicos debido a su vinculación con las acciones y debates en torno al debate de los comicios.

Uno de los hallazgos más notables en esta etapa de investigación es la recurrencia de la palabra *reelección* (10 ap.) en los titulares seleccionados, la cual aparece en todos los casos. Esta repetición es de suma importancia, ya que crea una fuerte asociación entre el referéndum constitucional y la posibilidad de ver esta acción como la *reelección indefinida de Evo Morales*. Esta conexión entre ambos conceptos se convierte en un elemento central en la descripción mediática que rodea este proceso, influyendo en cómo los lectores perciben y comprenden el significado del referéndum.

Además de este análisis léxico, se ha prestado una atención especial a la connotación moral de la palabra *reelección*. Se observa que esta palabra no solo describe un proceso político, sino que también lleva implícita una evaluación moral el cual es investigada a partir de esta dimensión. Por otro lado, se ha observado cómo se presentan los actores sociales en los titulares de *Página siete*. El periódico tiende a citar fragmentos de discursos de personas destacadas, como políticos, líderes religiosos y figuras de la oposición.

Análisis de connotación moral: El mensaje que se desprende de los titulares mencionados en el periódico crítico al gobierno de Evo Morales, *Página siete*, es la preocupación y el debate en torno a la posibilidad de una *reelección continua* del Presidente Evo Morales. Los titulares sugieren que hay un esfuerzo por parte del MAS y las organizaciones sociales, como la CONALCAM, para modificar la Constitución y permitir que Evo Morales se postule para un cuarto, quinto y posiblemente más mandatos presidenciales, como denominación moral.

Este tema es altamente controvertido y genera diferentes opiniones en la sociedad boliviana. Por un lado, el MAS y sus partidarios argumentan que permitir la reelección continua es una forma de dar voz al pueblo y que la duración en el poder de Morales dependerá de la voluntad de los sectores y la población. Por otro lado, la oposición y algunos críticos, como el ex vocal electoral mencionado en uno de los titulares, ven esta posibilidad como un “invento” o una preocupación por la perpetuación en el poder, lo que podría llevar a un régimen autoritario.

La Iglesia y otros actores también se expresan sobre la importancia de la alternancia en el poder como un elemento democrático fundamental, y algunos sugieren que la decisión final debe ser tomada por el pueblo a través de un referendo. El mensaje intrínseco en la cantidad de veces que son publicados los titulares, que son nueve, es la controversia para el periódico en torno a la reelección continua de Evo Morales y cómo esta cuestión afectaría la democracia y la gobernabilidad en Bolivia.

Actores sociales

La tabla proporcionada permite identificar cómo los titulares presentaron a los actores públicos posesionados desde el periódico en el primer periodo de investigación relacionado con respecto al referéndum constitucional y la construcción de la imagen electoral de Evo Morales. Se puede observar claramente dos grupos principales de actores ideológicos: oficialistas y opositores, siento esta segunda opción enumerada por una gran cantidad de personas por las declaraciones invertidas en dicho periodo.

Actores públicos posesionados desde Página siete		
No.	Oficialistas	Opositores
1	MAS	Ex vocal electoral
2	Conalcam	Representantes de la iglesia católica
3	Evo Morales	Sectores partidarios de oposición
4.		<i>Presidente del Senado, José Alberto Gringo Gonzales*</i>

Cuadro de elaboración propia

Los actores oficialistas, *Página siete* destaca la presencia de varios actores que respaldan los primeros pasos para la habilitación de Evo Morales para el referéndum. El MAS), el partido liderado por el mismo se menciona en múltiples titulares como un impulsor activo de la reforma constitucional que permitiría la reelección continua.

Asimismo, se resalta la influencia de los movimientos sociales afines al oficialismo, que buscan que Morales cumpla con la “Agenda 2025” y llegue a un quinto mandato en 2025. Además, Morales mismo se presenta como un defensor de su reelección, argumentando que esto no constituye autoritarismo sino una expresión de la voluntad popular.

Por otro lado, están los actores que se oponen a Evo Morales. Un ex vocal electoral, cuyas opiniones críticas son citadas, representa una voz de oposición que considera la *repostulación* como un *invento*. La Iglesia, a través de su secretario de la Conferencia Episcopal, se pronuncia en contra de la idea de la reelección continua y enfatiza la importancia de la alternancia en el poder como un elemento democrático.

La oposición en general se menciona como contraria a la reelección, aunque no se especifica en detalle en los titulares. Por último, el presidente del Senado, José Alberto Gringo Gonzales, es mencionado en un contexto ambiguo en relación con la propuesta de reforma constitucional, lo que sugiere una posición menos clara presentada por el medio.

1.2 ETAPA PROPAGANDÍSTICA

La etapa propagandística de esta investigación se desarrolla como la segunda fase de estudio, enfocada en analizar el contenido político y económico durante el período que abarca desde el 19 de septiembre hasta el 10 de diciembre de 2015. En este lapso, se llevó a cabo un minucioso análisis de 33 titulares seleccionados de un total de 87, con el objetivo de desentrañar los patrones subyacentes en la construcción de mensajes y su función como estrategias de persuasión en el contexto electoral de ese momento.

Las observaciones revelaron la presencia de dos patrones recurrentes en los mensajes propagandísticos examinados. En primer lugar, se identificó un patrón relacionado con el referéndum constitucional, en el cual la palabra *Reelección* (9 ap.) aparecía con frecuencia. Este término se empleaba de manera selectiva para describir cualquier descripción detallada de los actos de campaña relacionados con este tema y presentar comentarios de personas sobre esta acción. Este enfoque también es presentado para polarizar el debate y centrar la

atención en la figura de la reelección como sinónimo de consulta, dejando de lado otros aspectos de la campaña.

En segundo lugar, se detectó un patrón relacionado con el *Gobierno* nacional (8 ap.) que se utilizaba para describir las acciones públicas realizadas por el presidente Evo Morales en su rol presidencial. En este caso, la mención al mandatario es constante, y se observaba una tendencia a criticar la imagen del gobierno, independientemente de los resultados positivos de su gestión. Esta crítica sistemática contribuye a moldear la percepción pública sobre la administración de Morales y a poner en duda su desempeño, incluso en logros tangibles.

La frecuencia de ciertas palabras y términos clave en los titulares analizados indican una clara intención de establecer significados imaginarios en la mente de los lectores. Esto se logra al hacer que los lectores asociaran automáticamente ciertas palabras y conceptos con una narrativa particular. Así, se daba por sentado que la publicación o divulgación de información era un hecho real, simplemente a partir de la estructura de la oración y la selección de palabras utilizadas en los titulares. Este análisis de contenido es descrito a través del análisis connotación moral y la representación de los actores sociales.

Análisis de connotación moral

La referencia constante sobre el proceso electoral fue publicada en 16 titulares principales de prensa donde el desarrollo del contexto político citaba las gestiones de los actores sociales vinculados a las opciones del Sí y el No; estas descripciones resaltaron con mayor incidencia a quienes defienden la primera postura. Las palabras que más destacaron su mención son: *Reelección* (9 ap.) y el término de *campana* (11 ap.) que está anclada en cuanto a la frecuencia de veces que son mencionadas conjuntamente.

La palabra *reelección* es descrita como la acción o al acto de volver a ser elegido para un cargo político después de haber ocupado previamente ese cargo. En el contexto de estos titulares, se discute la posibilidad de permitir que Evo Morales se postule nuevamente para la presidencia de Bolivia, a pesar de que la Constitución originalmente limitaba el número de reelecciones consecutivas. Se menciona que se llevará a cabo un referendo para decidir si se permite la reelección de Morales.

El término *campana* se refiere a las actividades políticas y electorales llevadas a cabo por partidos políticos, candidatos o grupos de interés con el objetivo de influir en la opinión pública y obtener apoyo para sus causas o candidaturas. En este contexto, se hace referencia a la campaña política relacionada con el referendo sobre *la reelección de Morales*. Esto incluye actividades como la promoción del “Sí” o el “No” en el referendo, la movilización de partidarios y la publicidad política. En términos de cómo estas palabras inducen a los lectores, se pueden observar los siguientes patrones:

Primer elemento, los titulares construyen un imaginario de polarización en la opinión pública alrededor del referéndum asignando la mención de reelección presidencial. Las encuestas publicadas en algunos los encabezados presentan argumentos a favor del Sí:

El 46% apoya la nueva elección de Evo¹⁴²

¹⁴² Titular publicado en fecha 1-11-2015.

Sin embargo, aquellos que son en contra son resaltados con mayor énfasis:

52% rechaza la reforma de la Constitución para otra reelección de Evo.¹⁴³

Esto podría llevar a los lectores a tomar una posición en función de elección de opciones. Segundo, se menciona que se llevará a cabo un referendo para decidir sobre la *reelección*, es decir, esto resalta la composición de la consulta de forma ambigua donde el proceso pasa a comprenderse como un mecanismo de elección para que Morales sea elegido como presidente. Esta definición es elaborada a mayor escala por el medio a través de la mención de los discursos o entrevistas de actores sociales donde el contexto social los involucra a tomar partido coyuntural.

Tercero, la construcción de escenarios de ilegitimidad electoral mediante la referencia de conflictos y confrontaciones en el proceso, como “Insultos y reproches en el debate congresal” e “Insultos y perfiles falsos en las redes ensucian la campaña” donde los emisores de los mensajes son personas con relación al MAS, en cambio sí caso fuese contrario no es destacado. Esto puede dar la impresión de que el proceso político muestra señales de polarización de sectores.

Y cuarto elemento, la referencia sobre los cambios en la Constitución y en las leyes se muestra con relación a la palabra *reelección*, probablemente el anclaje jurídico sea el elemento más crítico en la presentación de encabezados puesto que la mención destaca por sintetizar que va más allá de las normas establecidas por la CPE.

De igual manera sucede con los acontecimientos realizados desde las instituciones públicas donde los términos *Gobierno* nacional y *millones* de dólares construyen mensajes en relación con la gestión y el decrecimiento económico del país responsabilizando al órgano ejecutivo de no emplear acciones efectivas.

En primer lugar, los comentarios de los organismos internacionales del panorama internacional son presentados como desafíos económicos y reducción de las previsiones de incremento económico son presentados para connotar preocupaciones de agentes externos sobre Bolivia, por lo que, los mismos lectores deben prever que se acercan escenarios no razonables si existen otros actores más opinando de lo que pasa. Esta disminución en las proyecciones puede generar incertidumbre económica y afectar la percepción de la estabilidad del país.

En segundo lugar, la discusión en torno al doble aguinaldo es presentado como un reflejo de la tensiones entre el gobierno y empresarios, sobre todo resaltando que existe una incapacidad de algunos grupos para pagar este beneficio social. La sucesión de mensajes muestra que existe implicaciones políticas y sociales significativas, por un lado, la medida beneficia a la imagen del presidente Evo Morales en un escenario electoral por lo cual el medio presenta esta acción como desventaja para los micro-sectores. Por otro lado, la caída de los precios del gas para exportación tiene implicaciones ingresos directos y redistribución, resaltando que Bolivia depende en gran medida de los ingresos del gas. El mensaje de los titulares se

¹⁴³ Titular publicado en fecha 3-10-2015.

observa en como los escenarios de estabilidad económica involucran la capacidad del gobierno para financiar programas de forma inmediata.

Tercer lugar, la crítica indirecta a las relaciones bilaterales con los países ideológicamente aliados al gobierno del MAS. Página siete presenta los titulares como: El endeudamiento con China en forma de préstamos multimillonarios para proyectos de infraestructura; este signo de mensaje conduce a los lectores a preguntas sobre la dependencia económica y política de Bolivia respecto a China; donde la valoración al préstamo conduce a un imaginario de subordinación empresarial cuyo conductor es el país aspirador del préstamo, quien también es presentado como un agente no agradable por sus políticas de gobierno para el país; todo esto conduce a una preocupación sobre la transparencia y las condiciones de estos acuerdos nacionales e internacionales.

En cuarto lugar, la atracción de inversores extranjeros, especialmente de Estados Unidos, si es destacado como relevante en las relaciones internacionales en la política boliviana. No menor que ello es contrapuesto por la percepción del presidente Evo Morales como una especie de rivalidad contra el país del norte, la sucesión de veces que es descrita la participación del mandatario, en la búsqueda de la inversión extranjera como un medio para impulsar el crecimiento económico, es contrapuesto por acciones antagónicas “gobierno contra empresas” y “Evo Morales contra Estados Unidos”.

Por último, la presentación del tiempo de administración en el gobierno por parte del MAS es anunciado como una celebración de largo tiempo en el poder de Evo Morales, el uso de medios públicos para llevar a cabo los actos aludiendo un derroche económico. Es decir, hay una postura de crítica implícita señalando el financiamiento a los actos conmemorativos como un hecho de malversación de fondos.

Actores sociales

La tabla de contenido de actores sociales, con la información de los titulares de prensa, se ha creado para explicar e identificar cómo el periódico *Página siete* presenta a los actores sociales con discursos marcados a favor y en contra de Evo Morales en la etapa propagandística. 1. Estructura de actores, La tabla describe el discurso mediático separando los actores a favor y en contra de Evo Morales en secciones distintas. Esta estructura facilita la identificación de quiénes son los actores que respaldan al presidente y quiénes están en desacuerdo con su gestión y referéndum. 2. Argumento de posiciones, cada actor o grupo en la tabla está acompañado de una breve descripción de su posición o discurso con respecto a Morales, quien es el foco de atención de los titulares. Esto permite observar la cantidad de personas que son mencionadas para describir acontecimientos políticos. Y 3. Contraste de puntos de vista, al presentar a los actores de diferentes posturas se facilita la comparación de sus posiciones opuestas, observando cómo los acontecimientos similares son presentados con los mismos actores y diferentes replicas como la reelección, el panorama económico nacional y las relaciones internacionales.

Actores públicos posesionados desde <i>Página siete</i> como opositores		
No.	Actor o Grupo	Descripción
1	Carlos Mesa	Se opone a la reelección de Evo Morales y las modificaciones constitucionales.
2	Encuestas y Data siete	Reflejan la oposición de una parte de la población a la reelección.
3	Empresarios privados	Preocupación por cuestiones económicas, como el doble aguinaldo.
4	Washington, EEUU	Demanda respeto y busca una relación sin insultos.
5	Opositores y disidentes	Articulan el "No" en el referendo y expresan oposición a la reelección.
6	Medios de comunicación críticos	Señalan campañas de desprestigio en redes sociales contra Morales.

Cuadro de elaboración propia

Actores públicos posesionados desde <i>Página siete</i> como oficialistas		
No.	Actor o Grupo	Descripción
1	El Gobierno (Evo Morales y el MAS)	A favor de la reelección y modificaciones constitucionales.
2	El Vicepresidente García Linera	Defensor de la reelección y activo en la campaña por el "Sí".
3	Inversionistas de EEUU	Interés de inversionistas estadounidenses en Bolivia.
4	Empleados públicos afiliados al MAS	Contribuyen financieramente al partido de Morales.

Cuadro de elaboración propia

1.3 ETAPA INTENSIVA

La etapa intensiva de investigación se centró en el análisis de la construcción de mensajes en torno al referéndum y en la formación del arquetipo de la figura de Evo Morales. Este período de estudio abarcó un lapso crítico en el tiempo, caracterizado por un aumento en la intensidad de la cobertura mediática y un marcado interés público en torno a la consulta. En este contexto, nuestro análisis reveló una estrategia editorial peculiar por parte de *Página Siete*, que consistía en presentar a personajes institucionales como adversarios de Evo Morales, con el propósito de influir en la opinión de los lectores. La oposición partidaria no recibió una destacada atención en la cobertura periodística, especialmente dirigida a aquellos lectores que aún no habían tomado una postura definitiva con respecto al referéndum. Esta estrategia buscaba, en última instancia, influenciar la percepción del electorado en un momento crítico para la toma de decisiones. En el curso de esta etapa de investigación, se examinaron con

detalle un total de 19 titulares principales publicados en el período de estudio, considerados relevantes para construir la narrativa en torno al referéndum y la figura de Evo Morales. Cada titular fue sometido a un análisis exhaustivo, que incluyó la identificación de palabras clave, el tono de la noticia y las insinuaciones implícitas en el texto.

La primera parte del análisis desempeña un papel crucial, ya que se centra en la cobertura política de los eventos relacionados al referéndum constitucional. A medida que la fecha de electoral se acerca, los titulares principales de las portadas se convierten en mensajes predominantemente enfocados, revelando una correlación notable en la frecuencia de publicación que responde a la coyuntura política. Las palabras clave utilizadas en estos artículos arrojan luz sobre cómo ciertos términos específicos se emplean para describir y contextualizar los acontecimientos y la continuidad en la frecuencia de sus menciones en las noticias destacando en particular las acciones del MAS. Además, se analizan los roles discursivos asignados a los actores políticos mencionados en el periódico, detallando cómo son retratados y en qué medida sus comunicados son definidos como relevantes en la narrativa mediática. Finalmente, se explora por qué el referéndum se convierte en el foco principal de atención de este medio de comunicación, revelando así su importancia como actor en el contexto político del 21-F.

Mensajes principales de los titulares principales en relación al referéndum

Dinámica política previa al referendo: Las publicaciones reiterativas destacadas a partir de cualquier acción eran destacadas, desde las críticas antagónicas a Evo Morales hasta el rol de las instituciones electorales, estaban sujetas a protagonizar los encabezados de cada página principal. En la misma secuencia se observa la palabra *campana* como patrón de discursivo de acontecimientos electorales que únicamente vinculan al gobierno como actor de acción. De esta manera se observa que Página siete direcciona hacia otro rumbo la descripción de enfoque gubernamental.

Los titulares enfatizan la importancia del referendo como un evento político crucial para el futuro de Bolivia. Se utiliza repetidamente la palabra *referendo* para resaltar que la decisión tomada en esta consulta electoral tendrá un impacto significativo en el rumbo político del país. Por otro lado, muestran la participación de diversos actores políticos en el proceso electoral como dinámica constante propia del momento, de esta manera trasladan el foco de atención de los lectores en estos escenarios. Tanto el gobierno de Evo Morales como la oposición están involucrados en la campaña y promueven sus respectivas posiciones; sin embargo, la primera figura es la única nombrada al momento describir los sucesos electorales, y los segundos como aquellos que emiten declaraciones y críticas, en oraciones afirmativas, de estar en lo “correcto”, en medio de la campaña.

El TSE es presentado como un actor central en las publicaciones. Los titulares resaltan la relación con el Gobierno nacional como una compuesta por desacuerdos. Su mención parte con anunciar a las autoridades jerárquicas que emiten comunicados, si estos responden a Morales son resaltados. De la misma forma, se insiste en anunciarla como la institución que está sujeta a evaluación de la opinión pública y sentido común.

Patrón de persuasión de las palabras clave repetidas

La repetición de *campana* es relacionada a los medios públicos con los cuales la propaganda electoral del Sí estaría siendo amplificada mediante obras públicas o todo aquello que sea sacado desde las instituciones del Estado; su presentación es descrito a través de la crítica implícita del periódico a momento de comunicar las acciones y es resaltada con los comentarios de las personas que representan una voz destacada por el medio como antagónico al MAS.

El termino *referendo* es presentado en relación a primero, como también en una dimensión de anclaje, es decir, que la referencia de los actos electorales connota el proceso del plebiscitario porque al momento de ser descrita el termino referendo insisten en que en esta palabra resalta la centralidad del evento político en cuestión. Se busca subrayar que la decisión tomada en el referendo es de gran trascendencia para el futuro político de Bolivia.

Entonces, ambos términos al presentarse de manera entrelazada muestran que el evento es destacado debido a la polarización política que genera en Bolivia. La pregunta sobre modificación parcial que se constituye en el medio como la reelección presidencial es un tema de gran división. La intensa campaña y las tensiones entre los partidarios de ambas opciones hacen que este sea un evento político de alto perfil, relevancia nacional y una sociedad que está involucrada en el proceso. Por tanto, los resultados pueden construir un impacto en la estabilidad política y social, lo que lo convierte en un acontecimiento que genera interés considerable, incluso, a nivel nacional e internacional.

En cuanto al *TSE* la institución es descrita a partir de la coyuntura y conflicto del rol de equilibra la balanza direccionada desde el MAS, eso quiere decir que se enfatiza que este organismo tiene la responsabilidad de regular y supervisar el proceso electoral de manera imparcial y justa. Por otro lado, es presentado como una entidad reguladora e imparcial que desempeña un papel fundamental en el proceso electoral, sin embargo, su arquetipo se asemeja a quien enfrenta al Órgano Ejecutivo a través de la normativa. Si bien el equilibrio de poderes puede interpretarse como un factor determinante en este punto la mención de quienes conforman el Tribunal es descrita a partir de la controversia de sus actividades y conferencias de prensa. Lo que destaca la complejidad de su función en un contexto político altamente polarizado.

Construcción connotativa del arquetipo de Evo Morales en los titulares

El segundo grupo de mensajes está relacionado a la construcción de un arquetipo particular de Evo Morales donde la figura pública presidencial es presentada como aquella que constantemente genera controversias como quien desafía las normas electorales. El titular:

*Morales dice que en el referendo tendrá que ganar 'al árbitro más'*¹⁴⁴

Transmite la idea de que el presidente está dispuesto a enfrentarse al TSE, sugiriendo un desafío a la autoridad y la imparcialidad de esta institución en el proceso electoral. Este mensaje contribuye a la percepción de Morales como un líder dispuesto a utilizar su influencia para ganar, incluso si eso implica cuestionar la integridad del árbitro electoral.

¹⁴⁴ Titular publicado en fecha 24-12-2015.

Por otro lado, muestra que ante las respuestas del Ejecutivo pueden ser aquellas que permean la opinión pública en cuanto a la institucionalidad.

El segundo titular:

*La oposición observa el gasto de recursos públicos para los viajes*¹⁴⁵

Resalta la dirección hacia la preocupación sobre el “uso” de fondos estatales en actividades de campaña o viajes internacionales. Este mensaje sugiere que Evo Morales y su gobierno pueden estar utilizando recursos públicos de manera inapropiada, lo que contribuye a la percepción de una gestión gubernamental poco transparente. Lo mismo ocurre con viajes diplomáticos y de inversión pública cuya función está vinculada a actos públicos sin embargo el uso de palabras implícitas como “viaje” o “preocupación” direccionan a este tipo de significados implícitos.

La mención de:

*Evo Morales celebrando el decenio con la mirada puesta en su nueva reelección*¹⁴⁶

Es descrito a partir del mensaje que muestra su búsqueda de continuidad en el poder, reforzando la narrativa de que Morales está interesado en mantenerse en el cargo durante un largo período, también es descrito como preocupaciones sobre la concentración de poder y la falta de alternancia en el liderazgo. Este mismo argumento es resaltado con la forma en la cual es descrita el sistema de representación partidaria en Bolivia, pues el titular:

*La democracia se ha debilitado, afirma el Defensor del Pueblo*¹⁴⁷

La respuesta connota que la presencia acción del referéndum es un tema crítico para el rector sistémico del país, por lo tanto, debe presentarse de interés prioritario para los lectores cómo responder a este mensaje; es decir: Criticando la reelección.

En conjunto, estos mensajes construyen un arquetipo de Evo Morales como un líder político confortativo que enfrenta críticas relacionadas con la transparencia, la concentración de poder y el respeto a las instituciones democráticas. Este influye en la percepción pública como en el sentido común que desempeña un papel importante en la toma de decisiones de los votantes.

1.4 ETAPA DE REFUERZO

La etapa de resultados se adentró en los últimos días previos al referéndum, un período crucial marcado por un caso controvertido que tuvo un impacto significativo en la orientación de los titulares principales de Página siete. Este caso en particular involucró a la figura de Gabriela Zapata, quien fue descrita en función de su vínculo afectivo con el presidente Evo Morales, lo que generó una intensa cobertura mediática y polarización en la opinión pública. Se examinaron con detalle un total de 13 titulares principales publicados.

¹⁴⁵ Titular publicado en fecha 19-11-2015.

¹⁴⁶ Titular publicado en fecha 22-01-2016.

¹⁴⁷ Titular publicado en fecha 04-01-2016.

El análisis revela que los titulares se enfocaban en la vinculación entre Evo Morales (8 ap.) y Gabriela Zapata (10 ap.), de manera recurrente para resaltar esta conexión. Asimismo, el término CAMC (8 ap.), se utiliza para contextualizar la historia y a destacar la relevancia del asunto. La palabra Gobierno (6 ap.) se empleaba para ubicar el caso en un contexto político más amplio, señalando la responsabilidad y la implicación del gobierno en el asunto Zapata. Esta estrategia comunicativa servía para construir la percepción de que el gobierno estaba involucrado de manera directa en el caso.

En esta etapa, se esbozaron arquetipos de cuatro personajes clave. Cada uno de estos arquetipos se desarrolló a través de la elección de palabras y términos utilizados en los titulares, lo que influyó en la percepción pública de estos actores en el contexto del referéndum. El análisis de esta fase de la investigación destaca la influencia significativa de la cobertura mediática en la percepción de eventos políticos y la construcción de narrativas que pueden tener un impacto profundo en la toma de decisiones por parte de los ciudadanos en momentos críticos como un referéndum.

Patrón discursivo hacia Evo Morales

El periódico empleo un patrón discursivo de mensajes críticos y desafiantes hacia el gobierno de Evo Morales, donde el Caso Zapata es descrito a partir de la recurrencia de temas que incluyen acusaciones de corrupción, tráfico de influencias, falta de transparencia y dudas sobre la versión oficial de los eventos.

El primer elemento que describir es la denuncia de corrupción y tráfico de influencias en el gobierno de Evo Morales, la cobertura constante de casos relacionados con la empresa CAMC y las acusaciones de que personas cercanas al presidente se beneficiaron ilegítimamente de contratos gubernamentales connotan un mensaje que busca erosionar la legitimidad del gobierno y generar desconfianza en sus acciones.

Página siete también busca cuestionar la transparencia del gobierno de Evo Morales al destacar casos en los que se sospecha que se ocultan la verdad o se manipulan los hechos, estos mismos los presenta anunciado desde los comentarios de aquellos representantes cuya mención se destaca por objetar al contexto. La publicación de imágenes que aparentemente contradicen la versión oficial sobre la relación con Gabriela Zapata y la empresa CAMC contribuye a esta narrativa de falta de transparencia.

El segundo elemento es cómo se ha señalado repetidamente las decisiones judiciales, especialmente aquellas relacionadas con el caso CAMC, y destaca la existencia de dudas y polémicas en torno a ellas, buscando transmitir el mensaje de cómo socavar la confianza pública en el sistema judicial y sugerir que las decisiones están influenciadas por factores políticos o de otro tipo. Es decir, se refuerza el mensaje de tráfico de influencias.

El tercer elemento es la cobertura destacada a la opinión pública descrita a partir del discurso de las encuestas, donde se connota el espectro del debate público y la participación ciudadana en asuntos políticos. Este mensaje busca influir en la percepción de la población y movilizarla en contra del gobierno al momento de emitir datos estadísticos y describir las preguntas cerradas, que en su mayoría son relacionadas al caso controversial. A este factor también se suma la repetida crítica a las encuestas y la desconfianza expresada, resaltada por el medio,

desde Morales hacia ellas para sugerir que la falta de credibilidad del gobierno y su disposición a desafiar los datos.

Como un último elemento, las relaciones bilaterales son connotadas como una desventaja para Morales en el referéndum indicando que la posible expulsión del jefe diplomático de Estados Unidos en Bolivia sugiere un mensaje de confrontación con el país del norte. Esto podría estar destinado a desacreditar la imagen del presidente.

Presentación del Caso Zapata

El análisis del caso Zapata, tal como es presentado en el periódico revela una clara orientación crítica hacia el gobierno de Evo Morales y una atención sostenida en las acusaciones de corrupción y tráfico de influencias que involucran a Gabriela Zapata. *Página siete* destaca repetidamente la relación entre Gabriela Zapata y Evo Morales, subrayando el hecho de que ella fue su expareja y madre de un supuesto hijo de ambos. Esta relación es utilizada como un punto central en la narrativa, lo que sugiere el mensaje del caso es connotado desde el conflicto de intereses y un presunto tráfico de influencias.

Los titulares enfatizan las acusaciones de tráfico de influencias y corrupción relacionadas con los contratos otorgados a la empresa china CAMC durante el tiempo en que Gabriela Zapata trabajaba allí; mediante este punto la transmisión del mensaje insinúa que su relación con el presidente podría haber influido en la adjudicación de contratos millonarios a la empresa china por parte del gobierno.

Por otro lado, se presenta constantemente dudas sobre la versión oficial que Evo Morales menciona en sus declaraciones públicas, entre ellas la fecha de la última vez que vio a Gabriela Zapata y la supuesta muerte de su hijo en 2007. La descoordinación de las fechas con los argumentos que quitan legitimidad a las respuestas del mandatario. Las imágenes publicadas en el Facebook de Zapata, las que son mencionadas, que sugieren una proximidad temporal entre ambos después de 2007 se utilizan para cuestionar la credibilidad del presidente Morales.

Finalizando, se destaca el impacto político del caso Zapata desde los resultados arrojados en las encuestas encargadas por el grupo de medios, esto es descrito cómo el contexto influyo en el aumento de la brecha entre el “Sí” y el “No”, apostando más al segundo insinuando que el escándalo ha debilitado la posición del presidente y su proyecto de reforma constitucional.

1.5 ETAPA DE RESULTADOS

La etapa de resultados investigo la conclusión del discurso persuasivo del periódico, donde la presentación de los resultados del referéndum constitucional se convirtió en un reflejo claro de la postura política que había adoptado el medio de prensa desde el anuncio del proceso electoral. Esta fase, aunque breve, fue fundamental para comprender cómo se plasmaba la orientación de selección de noticias del proceso democrático.

Durante esta etapa, se analizaron detenidamente el total de 4 titulares publicados en las 4 publicaciones que conformaron este período. A pesar de su reducción, esta fase reveló un patrón de mensajes particularmente destacado: La repetición significativa de la palabra *No* en los titulares, que apareció en un total de 16 ocasiones. Este patrón de mensajes, que se

centraba en el uso repetitivo de la opción del *No*, fue un indicador claro de la postura de *Página siete* en relación con los resultados del referéndum constitucional.

Patrón discursivo en el No

Página siete presenta el desarrollo de los resultados oficiales y aquellos que son destacados desde las encuestadoras como patrones discursivos de victoria electoral del “No” y la derrota simbólica de Evo Morales. El primer elemento que desarrolla el periódico es figura implícita de las cifras y porcentajes en los titulares para destacar de manera contundente el triunfo del “No” en el referendo sobre la reforma constitucional. Esto sirve para señalar la idea de una oposición “popular” al intento de Morales de buscar un cuarto mandato presidencial. También, destacar repetidamente que el *No ganó* en diferentes etapas del cómputo refuerza la narrativa de que la mayoría de la población rechazó la propuesta de reelección, independientemente de que el porcentaje fuese estrecho.

Página siete aprovecha las declaraciones de Evo Morales para resaltar su aparente aceptación del resultado, incluso si el “No” prevalece por un margen mínimo. Esto se presenta como una forma de enfatizar que el presidente respetará la voluntad popular, al mismo tiempo se describe su perseverancia al afirmar que “la lucha sigue” como una persona cuyos datos favorables lo invitan a usar metáforas para no mencionar los resultados en su contra.

El segundo elemento es las consecuencia más importante del referendo vistas y descrita desde el periódico como: La imposibilidad de que Evo Morales busque un cuarto mandato presidencial. Al mencionar que el referendo impidió esta posibilidad, el periódico destaca una victoria política significativa para la oposición y un límite importante al poder presidencial. También resalta la reiteración del gobierno de que respetarán el resultado como un gesto de respeto a la democracia, lo que podría interpretarse como un intento de contrarrestar la narrativa crítica.

Y el tercer elemento es la mención de términos como *declive en apoyo electoral* para insinuar que la popularidad de Evo Morales está cuesta abajo posterior a estos resultados, este dato muestra que el periódico busca cuestionar el capital social electoral de MAS y del mandatario. También está la inclusión de personas gritando *¡Bolivia dijo No!* Que sugiere una oposición vocal y visible a su gobierno. Estos elementos enfatizan la percepción de que se presentara un desgaste en la base de apoyo a Morales y el crecimiento de la oposición.

2. Las primeras páginas de *La razón*

2.1 ETAPA PREPARATORIA

En la etapa preparatoria de esta investigación, se llevó a cabo un análisis exhaustivo de un total de 11 titulares seleccionados, los cuales abordaban temáticas relacionadas con la economía, la política y proyectos de inversión gubernamental. A través de esta fase, se buscó identificar patrones y tendencias emergentes en la cobertura mediática de estos temas. Los resultados de esta etapa revelaron tres categorías principales que permitieron una sistematización efectiva de los titulares, facilitando así un análisis más detallado y una comprensión más profunda de los contenidos. Estas categorías se centraron en la dimensión económica, política y los proyectos de inversión gubernamental, brindando una estructura conceptual sólida para abordar la complejidad de los titulares.

Se prestó una atención especial al impacto cognitivo de la palabra *millones* en los titulares, ya que esta unidad de medida juega un papel significativo en la percepción pública de las cifras y los recursos financieros asociados a las políticas gubernamentales. Se analizaron las connotaciones y efectos que esta magnitud numérica genera en la percepción de las y los lectores del periódico.

En esta etapa preparatoria, también se investigó la imagen proyectada de Evo Morales en los escenarios públicos, con el objetivo de comprender cómo los titulares y la cobertura mediática contribuyen a la construcción de una imagen específica del mandatario en la mente de la audiencia. La relación entre los acontecimientos y la percepción pública de Morales se convirtió en un punto focal de análisis.

Categorías de análisis

Esta investigación se divide en tres categorías claves para una comprensión integral de los titulares analizados. La primera categoría, económica, se enfoca en asuntos relacionados con la economía y las finanzas de Bolivia, explorando temas como la disminución de los ingresos por el IDH y regalías, las variaciones en los precios del gas, la importación de diésel, y las medidas financieras aplicadas para enfrentar la crisis económica de las gobernaciones, incluyendo las solicitudes de créditos.

La segunda categoría, política, se centra en los asuntos políticos del país, con un énfasis particular en la figura del presidente Evo Morales y su posible repostulación. Se abordan temas como la intención del partido oficialista, el MAS, de allanar el camino hacia la repostulación, la aceptación de Morales de la repostulación sin establecer plazos concretos y su interés en postularse para un nuevo período. Además, se destaca que la cuestión de la repostulación se encuentra inmersa en un contexto político que presenta características propias de una campaña electoral.

La tercera categoría, denominada Proyectos e Infraestructura, se enfoca en los proyectos y desarrollos de infraestructura en Bolivia. Los titulares resaltan proyectos de inversión, como la construcción de 46 hospitales y la creación de nuevos reservorios de gas en la región de Margarita-Huacaya. Estos proyectos tienen como objetivo principal mejorar la infraestructura y los servicios en el país, lo que resulta fundamental para el desarrollo y

bienestar de la sociedad boliviana. Estas categorías permiten un análisis en profundidad de los temas centrales presentes en los titulares y proporcionan una estructura sólida para comprender la cobertura mediática de los asuntos económicos, políticos y de infraestructura que pretende desarrollarse en Bolivia.

Simbolismo monetario

El análisis del discurso en los titulares del periódico *La razón* revela una serie de elementos y estrategias lingüísticas utilizadas para comunicar información sobre asuntos políticos y económicos. Estos titulares específicos muestran cómo se construye la percepción del gobierno y sus acciones ante los ojos del lector.

El empleo de las palabras *millones* o *MM* en los titulares tiene un propósito retórico importante, estas cifras resaltan la magnitud de los valores económicos que buscan mencionar la gestión de gobierno y la inversión pública que se realiza en obras de suma importancia regional. Este enfoque en las cantidades puede influir en la percepción del lector, destacando la importancia de los datos financieros y su impacto en la economía y la política. También se observa el símbolo de dólar estadounidense \$ para resaltar la cantidad económica en inversiones gubernamentales en Bolivia.

Un segundo elemento en relación con el tema económico es cómo el gobierno actúa frente a la crisis del precio del petróleo; la medida pública constituida como los fideicomisos sean presentado como el resguardo de inversión y préstamo para los gobiernos municipales, por tanto, esta medida a la percepción de un gobierno involucrado en el desarrollo regional.

Los titulares construyen de esta forma la imagen del gobierno nacional, situándolos como una entidad que realiza inversiones significativas en infraestructura de salud, comprometido con el bienestar social y la mejora de los servicios de salud.

Gobierno invertirá \$us 1.624 millones en 46 hospitales.¹⁴⁸

Acontecimientos relacionados con Evo Morales

En cuanto al rol de *Evo Morales* en los titulares es un protagonista recurrente en los titulares, lo que indica su influencia continua en la política boliviana. Su figura está directamente vinculada a temas como la repostulación, la duración de su mandato, y la decisión del partido político, el MAS), de allanar el camino para su posible reelección. Estos acontecimientos reflejan la importancia de Morales como una figura política central en Bolivia y su papel activo en la toma de decisiones políticas.

La imagen proyectada de Evo Morales en los titulares es política: En primer lugar, se lo presenta como un líder político con una fuerte influencia en su partido, capaz de tomar decisiones importantes, como la decisión de buscar una nueva repostulación. Esto sugiere una figura de liderazgo fuerte dentro del MAS; sin embargo, también se resalta la controversia que rodea su posible reelección y la discusión en torno a la *reelección indefinida*. Esto proyecta una imagen de polarización en la percepción pública de Morales, con algunos sectores de la oposición preocupados por su prolongado mandato.

¹⁴⁸ Titular publicado en fecha 03-12-2015.

Imagen proyectada del Gobierno nacional

La palabra *gobierno* está intrínsecamente vinculada a una serie de acontecimientos de relevancia política y económica. La cobertura periodística destaca la participación del gobierno en cuestiones como la inversión en infraestructura de salud, la repostulación del Presidente Evo Morales a un cuarto mandato en las elecciones de 2019, el financiamiento de proyectos de inversión regional y las decisiones políticas en momentos de crisis económica. Esto implica un enfoque en las acciones y políticas gubernamentales que tienen un impacto directo en la sociedad boliviana.

La razón proyecta una imagen multifacética del gobierno. En los titulares, la entidad gubernamental se presenta como una institución comprometida con la inversión en servicios de salud y la infraestructura hospitalaria. Sin embargo, la presencia de esta palabra también se la destaca por cómo busca alargar el tiempo de mandato con la reforma constitucional, que es descrita como *repostulación*. El gobierno se retrata como un actor central en la toma de decisiones económicas, como el financiamiento de proyectos de inversión regional y el manejo de las reservas internacionales netas. Esto refleja la intervención activa del gobierno en asuntos financieros y su papel en la gestión de crisis económicas gubernamentales.

Los líderes del gobierno, en particular el Presidente Evo Morales y el Vicepresidente Álvaro García Linera, son mencionados en varios titulares. Sus nombres se asocian con decisiones políticas y debates clave, como la repostulación y el acceso a créditos externos, destacando la importancia de estas figuras en el contexto político y, desde luego, enfatiza su influencia en la toma de decisiones gubernamentales.

Gobierno invertirá \$us 1.624 millones en 46 hospitales: El megaproyecto que será entregado en 2017 incluye equipamiento; Consigna cuatro de cuarto nivel, 11 de tercer nivel y 31 de segundo nivel¹⁴⁹

Morales acepta la repostulación y no habla de plazos: El Presidente se reunirá hoy con sus aliados para definir la iniciativa de cambios a la CPE¹⁵⁰

Según un acuerdo, morales postulará por un periodo más: Conalcam presentará el 17 de septiembre el proyecto de reformas a la Constitución¹⁵¹

Reforma constitucional y repostulación

Con relación al referéndum constitucional la palabra *repostulación* es recurrente en los titulares, lo que indica su importancia en el panorama político boliviano. La repetición de esta palabra sugiere que la posibilidad de que Evo Morales se presente nuevamente como candidato presidencial es un tema central y dominante en la cobertura mediática. Por tanto, los encabezados revelan un contexto político muy activo en torno a la *repostulación*.

Se mencionan varios actores políticos, como el MAS, la oposición y el vicepresidente Álvaro García Linera, que se involucran en el debate. Esto subraya la complejidad y dos posiciones con tendencia a polarizarse, el oficialismo es presentado como el conductor de la posibilidad

¹⁴⁹ Titular publicado en fecha 03-09-2015.

¹⁵⁰ Titular publicado en fecha 07-09-2015.

¹⁵¹ Titular publicado en fecha 15-09-2015.

de la cuarta postulación, en cambio la oposición contrataca cuestionando el tiempo de administración de Morales, donde la posibilidad de alternancia.

La incertidumbre es un elemento constante en los encabezados de *La razón* pues al mencionar que Evo Morales acepta otra *postulación*, que es presentado para describir que no hay orden desde el jefe del partido, por el contrario, vienen desde los espacios de representación que él encarna como estructura sindical.

En conclusión, la etapa preparativa de este análisis del discurso en los titulares de La Razón ha arrojado luz sobre aspectos económicos, políticos y de desarrollo que se han convertido en temas centrales en la cobertura periodística de este periódico. Los titulares relacionados con la "repostulación" y el futuro político son destacados, junto con los temas relacionados con la economía y los proyectos de inversión. Esta variedad de tópicos refleja la amalgama de desafíos y prioridades a los que se enfrenta Bolivia en ese momento y demuestra por qué estos temas ocupan un lugar destacado en la cobertura mediática.

El análisis del discurso también ha revelado que *La razón* emplea una variedad de estrategias lingüísticas para presentar al gobierno en diferentes contextos. Estas estrategias contribuyen a una comprensión matizada del papel del gobierno en asuntos políticos y económicos en Bolivia, influyendo en la percepción de los lectores y promoviendo el debate sobre temas críticos en la sociedad. La figura de Evo Morales emerge como un tema recurrente en la cobertura periodística. Su liderazgo político, influencia en la política y toma de decisiones son cuestiones que se exploran con regularidad en los titulares. La narrativa refleja la compleja relación entre su liderazgo continuado y las divisiones políticas en Bolivia, lo que demuestra el impacto que tiene en la discusión pública.

En conjunto, el análisis del discurso en los titulares de La razón presenta la dinámica política y económica del país, así como sobre la diversidad de temas y enfoques utilizados por el periódico para informar y moldear la percepción de sus lectores sobre el gobierno y su liderazgo. Las estrategias lingüísticas y temáticas empleadas son indicativas de la complejidad del panorama político en el país. Finalmente, este análisis del discurso refleja que la *repostulación* de Evo Morales es un tema político central, con actores políticos enfrentados y un debate en curso, la cobertura mediática desempeña un papel fundamental en la construcción de la percepción pública y la comprensión de este asunto político de gran relevancia en el país.

2.2 ETAPA PROPAGANDÍSTICA

En la etapa propagandística se investigó un total de 31 titulares que abarca temas relacionados con la economía, la política y los proyectos de inversión gubernamental en Bolivia. Estos titulares se han categorizado de manera sistemática en cuatro grupos principales, lo que proporciona una visión estructurada de los temas clave que han sido objeto de atención. Uno de los aspectos fundamentales de esta etapa se centra en el impacto cognitivo que tiene la mención de *Bolivia* en los titulares, particularmente en el contexto de las relaciones internacionales, inversiones y el crecimiento económico del país, así como en el desarrollo de infraestructura. Por tanto, el significado de la palabra *Bolivia* está relacionado con estos temas clave y cómo se proyecta la imagen del país en estos ámbitos.

Se examina la imagen de Morales en relación con la modificación constitucional y su papel en el ámbito de la economía y el desarrollo. La forma en que se percibe al presidente Morales en estos contextos es un aspecto importante de la propaganda política. Por otro lado, se analiza cómo se proyectan las imágenes del *Sí* y el *No* en relación con temas como la repostulación presidencial y otros asuntos relevantes.

La forma en que se comunica y se promociona cada posición es fundamental para comprender la estrategia de propaganda en juego. Otro punto de interés es cómo se construye la imagen del gobierno a través del uso de la palabra *millones*, tanto en dólares como en bolivianos. Esta palabra puede ser un poderoso instrumento para comunicar el compromiso del gobierno con proyectos de inversión y desarrollo económico, que afecta directamente la percepción pública.

Categorías

Para sistematizar los titulares de prensa se han elaborado cuatro categorías fundamentales que son: Economía, comercio y finanzas públicas, que se centran en asuntos económicos y financieros relacionados con el gobierno boliviano; Repostulación y referéndum, que analiza las cuestiones políticas en torno a la posible reelección presidencial y el referéndum; Relaciones internacionales, que explora el papel de Bolivia en el escenario internacional; y, finalmente, la categoría de presidencia de Morales, que se enfoca en la percepción y la imagen pública del presidente Evo Morales en varios contextos. Estas categorías proporcionan una estructura organizativa para entender mejor cómo se están comunicando acontecimientos relevantes en la prensa, lo que contribuye a una comprensión más profunda.

Impacto cognitivo de la palabra Bolivia

La cobertura de asuntos internacionales, como la participación de Bolivia en la COP21 y las relaciones con Estados Unidos, contribuye a la construcción de una imagen de Bolivia como un actor relevante en la arena global. Esta imagen fortalece la narrativa de Bolivia como un país con influencia y voz en temas ambientales y políticos a nivel internacional. Se proyecta a Bolivia como un actor político con un papel destacado en la búsqueda de soluciones a problemas globales, como el cambio climático.

Los titulares que se centran en inversiones y crecimiento económico transmiten la idea de que Bolivia es un lugar atractivo para la inversión extranjera y que está experimentando un crecimiento económico constante. Esta narrativa puede ser parte de una estrategia gubernamental para atraer inversores y consolidar la imagen de Bolivia como un país estable y en desarrollo. Por lo demás, se resalta la importancia de la economía en la agenda política boliviana con impacto en los lectores.

La presencia de titulares relacionados con el desarrollo de infraestructura enfatiza los esfuerzos del gobierno para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y promover avances tecnológicos. Estos esfuerzos pueden contribuir a la construcción de una narrativa de modernización y progreso en Bolivia. El anuncio de proyectos de gran envergadura, como centros nucleares, puede sugerir la voluntad del gobierno de invertir en tecnología.

La recurrencia de la reelección de Evo Morales sugiere un enfoque deliberado en el liderazgo político. Esto podría reflejar una estrategia para mantener la atención del público en torno a

Morales como un líder político central en Bolivia. Además, la discusión de la modificación constitucional para permitir su segunda repostulación destaca la importancia de Morales como figura política, lo que puede ser interpretado como un intento de consolidar su legado y poder político.

Imagen mediática de Evo Morales

Varios titulares reflejan la participación de Evo Morales en asuntos globales y ambientales, como su presencia en la COP21.

Ban Kin-moon promete igualdad de género y acabar con la extrema pobreza hasta 2030.¹⁵²
Bolivia propondrá justicia ambiental en la COP21 París.¹⁵³

Evo Morales expone hoy las propuestas de Bolivia; ayer se reunió con Dilma Rousseff.¹⁵⁴

Justicia ambiental suma **respaldo** en la cumbre de París: Evo Morales sugiere también que los acuerdos de la COP21 tengan efecto vinculante.¹⁵⁵

El discurso proyecta la imagen de Morales como un líder comprometido con la justicia ambiental y como un defensor de la acción global para abordar el cambio climático. Esto sugiere que *La razón* considera que Morales tiene un impacto en la política internacional y refuerza su imagen como líder preocupado por cuestiones globales.

Los encabezados que hacen hincapié en asuntos económicos y de desarrollo muestran la forma en el cual la cobertura enfatiza la promoción de inversiones extranjeras en Bolivia y la seguridad jurídica para los inversores.

Bolivia muestra sus cartas para atraer inversiones en EEUU: El presidente Evo Morales asiste en Nueva York a una conferencia con empresarios.¹⁵⁶

Bolivia ofrece en EEUU garantías para la inversión: Una veintena de empresas solicitó reuniones para explorar el mercado del país. En una conferencia con empresarios, inversores y periodistas, en Nueva York, el presidente Evo Morales ofreció “seguridad jurídica” y “estabilidad económica” para las inversiones estadounidenses en Bolivia. “No debería haber miedo”, dijo, aunque luego advirtió con echar “fuera de Bolivia” a firmas que hagan política o conspiran en el país.¹⁵⁷

Evo confirma pago del otro aguinaldo hasta abril de 2016¹⁵⁸

Morales es presentado como un líder interesado en el crecimiento económico del país y en la generación de empleo a través de proyectos de desarrollo. La prensa sigue de cerca estos desarrollos económicos y destaca el compromiso del gobierno con la inversión.

¹⁵² Titular publicado en fecha 12-10-2015.

¹⁵³ Titular publicado en fecha 29-11-2015.

¹⁵⁴ Titular publicado en fecha 30-11-2015.

¹⁵⁵ Titular publicado en fecha 02-12-2015.

¹⁵⁶ Titular publicado en fecha 27-10-2015.

¹⁵⁷ Titular publicado en fecha 28-10-2015.

¹⁵⁸ Titular publicado en fecha 10-10-2015.

La cobertura mediática se centra en la cuestión de la reelección de Evo Morales y los esfuerzos del gobierno para modificar la Constitución.

El MAS limita a 2025 un eventual nuevo mandato de MORALES¹⁵⁹

El MAS aprueba la repostulación y la campaña comienza¹⁶⁰

El TCP da luz verde a la reforma constitucional¹⁶¹

Los titulares sugieren que *La razón* considera este asunto como uno de los más relevantes en la política boliviana. Se retrata a Morales como una figura que busca extender su mandato a través de la urnas y se destaca la importancia de las reformas constitucionales que permitirían una segunda repostulación presidencial. Por otro lado, los titulares que abordan cambios en la legislación y reformas constitucionales sugieren que Morales está activamente involucrado en la implementación de reformas legales y constitucionales, y no sólo muestra a las organizaciones sociales. Esto refleja su esfuerzo por fortalecer su posición política y garantizar la viabilidad de sus políticas y programas gubernamentales.

En los titulares analizados, se observa que la oposición al *No* al referéndum para la repostulación presidencial tiene presencia.

Costas busca articular a la oposición hacia 2019¹⁶²

Sol.bo articula su alianza por el no y se lanza hacia 2019¹⁶³

La imagen proyectada de la oposición del *No* parece estar representada principalmente por partidos políticos como Sol.bo y UN. Ambos buscan unirse y promover el *No* en el referéndum del 21 de febrero de 2016. En general, la oposición parece estar enfocada en evitar la repostulación de Evo Morales y luchar por la alternancia en el poder. La imagen de la oposición al *Sí* no se refleja directamente en los titulares, sin embargo, estos se centran en el apoyo del MAS a la repostulación y a la modificación constitucional. En este contexto, se observa que Evo Morales lidera el movimiento que apoya la *Sí* a la *repostulación* y la modificación constitucional.

La palabra *repostulación* se presenta en el contexto de la modificación de la Constitución y la posibilidad de que Evo Morales busque un nuevo mandato presidencial. El periódico pretende tratarla con un enfoque descriptivo, explicando que la “segunda reelección constitucional sería la correspondiente al periodo 2020-2025”. Esta palabra se emplea para indicar la búsqueda de un nuevo mandato presidencial más allá del límite inicial establecido por la CPE, aprobada en 2009.

El término *gobierno* se relaciona con varios eventos. En primer lugar, se destaca la disputa sobre la repostulación presidencial en Bolivia, donde el gobierno de Evo Morales busca extender su permanencia en el poder más allá de los límites constitucionales establecidos.

¹⁵⁹ Titular publicado en fecha 23-09-2015.

¹⁶⁰ Titular publicado en fecha 08-10-2015.

¹⁶¹ Titular publicado en fecha 22-10-2015.

¹⁶² Titular publicado en fecha 18-11-2015.

¹⁶³ Titular publicado en fecha 12-11-2015.

También se relaciona con la modificación de la Constitución para permitir una segunda reelección presidencial. En este contexto, el gobierno, liderado por Morales, es el actor central para la descripción periodística.

La imagen proyectada del gobierno, liderado por Morales y el MAS, es la de un actor que busca consolidar la ampliación de su mandato a través de la modificación de la Constitución y la repostulación presidencial. El periódico parece mostrar una narrativa neutral en estos titulares, sin describir explícitamente al gobierno como positivo o negativo, sino más bien informando sobre los acontecimientos políticos.

Énfasis en la magnitud económica

La repetida inclusión de la palabra *millones* en varios titulares subraya la importancia que el periódico otorga a las cifras y magnitudes económicas. Esto sugiere que *La razón* tiende a centrarse en aspectos cuantitativos, lo que puede influir en la percepción de la eficacia gubernamental y la inversión en la economía del país. Este énfasis en las cifras puede ser parte de una estrategia para destacar logros o desafíos económicos.

El uso de *\$us* (dólares estadounidenses) en algunos titulares resalta la importancia de las transacciones internacionales y el comercio exterior en la cobertura periodística. Esta referencia a una moneda extranjera sugiere que el periódico está atento a las relaciones económicas internacionales de Bolivia y puede estar enfocado en las políticas comerciales y acuerdos con Estados Unidos. En cambio, con la inclusión de *bs* (bolivianos) en algunos titulares muestra que *La Razón* presta atención a la economía local y a transacciones en la moneda nacional. Esto indica un enfoque en asuntos económicos internos y puede sugerir que el periódico está interesado en el impacto de las políticas gubernamentales en la economía doméstica en el país.

En esta etapa se han hallado cinco puntos relevantes que influyen en la percepción pública y la construcción de una identidad nacional con *Bolivia*. A través de la sistematización de los datos relevantes, se han identificado las siguientes conclusiones. El primer elemento se encuentra en la imagen de Bolivia en el ámbito internacional, se ha puesto de manifiesto la importancia de cómo se proyecta el país en asuntos internacionales, especialmente en relación con su compromiso con la justicia ambiental y el cambio climático. Esto sugiere una estrategia de proyección de Bolivia como un país comprometido con la sostenibilidad.

Un segundo elemento es la percepción de Evo Morales que lo presentan como un líder político influyente tanto a nivel nacional como internacional; el cual se vincula con varios asuntos desde relaciones internacionales hasta desarrollo económico y reformas legales. Tercer elemento, imagen del *Sí* y el *No*, revela una estrategia de construcción de mensajes en torno a la controversia sobre la repostulación presidencial donde la selección de palabras y enfoques en los titulares busca influir en la percepción del público sobre la elección hacia o en dirección de una postura.

Cuarto elemento, el enfoque en temas económicos, políticos y gubernamentales en los cuales se observa temas con relación a los asuntos económicos, políticos y gubernamentales describiéndolas a partir del énfasis en las cifras y magnitudes económicas, lo que puede influir en la percepción de los eventos y figuras gubernamentales.

En conjunto, la etapa propagandística muestra una estrategia de comunicación política que busca moldear la percepción pública y construir una narrativa favorable para el gobierno de Evo Morales. Las categorías sistematizadas ayudan a comprender cómo se han estructurado los mensajes en la prensa y cómo se promueve una visión particular de Bolivia y su líder en el ámbito nacional e internacional.

2.3 ETAPA INTENSIVA

Para la etapa intensiva se ha investigado un conjunto de 24 titulares seleccionados. La sistematización de estos titulares está conformada por cuatro categorías que reflejan los temas de interés del periódico. Entre los enfoques de investigación se destaca el análisis de la construcción de la imagen pública en el ámbito político, particularmente en relación con el presidente Evo Morales; se ha evaluado el impacto cognitivo de la palabra *Bolivia* en el contexto de estos titulares. También, se han explorado los roles públicos desempeñados por el Gobierno nacional y se han examinado las posturas a favor y en contra del referéndum constitucional en Bolivia.

Se han elaborado cuatro categorías principales para sistematizar los titulares del periódico *La razón*. Estas categorías son: Economía, que abarca noticias relacionadas con aspectos desarrollados por el Gobierno; referéndum, que se centra en los titulares vinculados a cuestiones políticas y referendums; Internacional y diplomacia, que agrupa noticias de alcance internacional y relaciones diplomáticas bilaterales del Gobierno; y Presidencia de Morales, que incluye noticias relacionadas con Evo Morales y su gestión.

Imagen pública de Evo Morales

A lo largo de los fragmentos de noticias, se evidencia la consolidación de la construcción de la imagen de poder presidencial de Evo Morales, donde es presentado como el líder indiscutible del país y del Movimiento al Socialismo, lo que podría sugerir un estilo de liderazgo centralizado y un control efectivo del partido en el gobierno. Además, la referencia a la designación de Gina Érica Reque Terán como la primera jefa de Estado Mayor de las FFAA refuerza la narrativa de un gobierno que busca la inclusión y la diversidad en su liderazgo. La caída de los precios del petróleo se aborda desde una perspectiva económica y estratégica. Morales y su gobierno buscan diversificar la economía y adaptarse a los desafíos económicos globales, como la apuesta por la producción de gas y otros sectores. La referencia a una “década dorada” sugiere un énfasis en los logros económicos durante su gobierno.

Los acuerdos internacionales, particularmente el Pacto de París sobre el cambio climático, subrayan la proyección internacional de Evo Morales. La inclusión de prácticas indígenas en el pacto resalta el compromiso del gobierno boliviano con los asuntos indígenas y medioambientales a nivel global. Por otro lado, existen encabezados relativos a la restricción de la difusión de obras públicas antes del referéndum plantean cuestiones sobre la libertad de expresión en Bolivia; donde Evo Morales también figura como crítico de esta restricción haciendo hincapié en la misma vulneración, lo que pone de manifiesto el debate en curso sobre los límites a la comunicación política en el país.

Impacto cognitivo de la palabra *Bolivia* en los titulares

En el discurso periodístico de *La razón*, la palabra *Bolivia* desempeña un papel fundamental para resaltar la importancia de los temas que tienen que ser discutidos, esta estrategia contextualiza los asuntos tratados, estableciendo una conexión con el país y, por ende, con los lectores. Se utiliza como un recurso para enfocar la atención en los temas globales y regionales en los que Bolivia está involucrada, el cual está asociada con la participación del país en asuntos internacionales y su capacidad para influir en acuerdos y decisiones globales.

Por otro lado, se construye una imagen positiva de Bolivia en varios aspectos: Primero, se destaca la preocupación del país por las cuestiones medioambientales y climáticas, como se ve en la referencia al acuerdo climático de París (COP21) y la inclusión de los resultados de la Cumbre realizada en Tiquipaya donde el Ban Ki-Moon participó, en dicho acuerdo. Esto proyecta a Bolivia como un defensor de los derechos indígenas y la protección del medio ambiente a nivel internacional.

Segundo, se enfatiza la gestión económica y la capacidad del país para enfrentar crisis económicas donde la mención de una *década dorada* sugiere un período de crecimiento económico sostenido. Esta narrativa presenta a Bolivia como un país que ha logrado avances económicos significativos bajo el liderazgo de Evo Morales. Y tercero, en cuanto a la estabilidad política y social, el discurso subraya que Bolivia celebra su aniversario en medio de un ambiente político y social estable proyectando una imagen al país como un lugar donde la estabilidad es un valor importante.

La palabra *Bolivia* se relaciona estrechamente con la palabra *Gobierno* en varios titulares, lo que sugiere una conexión sólida entre el país y su gobierno en el discurso periodístico. Esto muestra y refuerza que el papel central del gobierno como una variante del país cuya mención en cuanto a las acciones gubernamentales, desafíos políticos y estrategias del gobierno, lo que refleja la influencia y protagonismo de esta institución, como quienes la dirigen, en los asuntos nacionales e internacionales.

Roles públicos del Gobierno nacional

Los titulares enfatizan un gobierno activo y en constante movimiento. Se describen múltiples esfuerzos de la institución pública central en cuestiones como la economía, el medio ambiente y la promoción de la estabilidad social. Estos encabezados también hacen hincapié en la gestión económica del gobierno, destacando la respuesta a la crisis económica, la relación con el Banco Mundial y la resistencia ante la caída de los precios del petróleo; se subraya la importancia de preservar la estabilidad social y económica, lo que refleja la preocupación constante del gobierno por el bienestar de la población y el mantenimiento de una economía sostenible.

La narrativa también incluye elementos de estrategias políticas que se destaca los logros que obtiene el Gobierno con énfasis en las expectativas de crecimiento económico. La estrategia para neutralizar la oposición y promover la Agenda Patriótica 2025 es clara evidencia de los esfuerzos del gobierno por consolidar su posición y su apoyo entre la población. Por tanto, esto también es connotado en la mención de la designación de una mujer como la primera jefa de Estado Mayor de las FFAA que sugiere un enfoque en la inclusión de género y la

diversidad en las Fuerzas Armadas, lo que puede ser interpretado como un intento del gobierno de proyectar una imagen progresista.

Una mujer hace historia en el nuevo Alto Mando Militar ¹⁶⁴

El periódico destaca conflictos y tensiones entre el gobierno y otros actores, en particular, el TSE, que son indicativos de desacuerdos fundamentales sobre temas importantes, lo que sugiere que las políticas y regulaciones electorales son una fuente constante de debate. La misma relación de hechos lo vemos reflejado en el tema de alusión a la restricción a la difusión de obras públicas y se plantean preocupaciones sobre la libertad de expresión, destaca la importancia de esta cuestión en el entorno político. El Gobierno y el TSE se enfrentan en esta área, lo que pone de relieve la relevancia de la libertad de expresión en el discurso político en Bolivia.

Posturas a favor y en contra del referéndum constitucional

El *Sí* es asociado con la continuidad del Gobierno actual, encabezado por Evo Morales, describe movilizaciones y estrategias para promover esta opción. Por otro lado, el *No* es implícito y se refiere a la objeción de Evo Morales al reglamento del referéndum, el cual es nombrado desde los actores que lo impulsan. Por tanto, la postura crítica es descrita por sus actores políticos, las acciones que realizan para efectuar una campaña electoral del *No*.

Cocaleros saldrán del chapare para la campaña por el *sí* ¹⁶⁵

Para neutralizar a Sol.bo, mas buscará el *sí* casa por casa ¹⁶⁶

La palabra *repostulación*, que no se menciona directamente en los titulares principales, es relacionado con *referéndum*, ambos términos, debido a la relevancia de los comicios en las discusiones sobre enmiendas constitucionales y la posibilidad de repostulación de líderes políticos. La falta de menciones de repostulación en los titulares indica que este tema puede no estar en el centro de la cobertura mediática en este momento.

En los titulares principales se identifica varios actores políticos fundamentales: El presidente Evo Morales es el protagonista central, destacándose de forma positiva en múltiples ocasiones; el TSE desempeña un papel importante, estableciendo regulaciones y enfrentando la crítica presidencial; el Banco Mundial (BM) presentado como otro actor relevante, implicado en alianzas estratégicas económicas; las empresas públicas de telecomunicaciones, Entel, que es destacada por sus acciones en la reducción de tarifas de Internet anunciado previamente a las fiestas de fin de año; la COB muestra su respaldo al Gobierno, lo que subraya su influencia en el movimiento sindical; y el partido de gobierno, MAS, se moviliza para promover el *Sí* y neutralizar a la oposición.

El periódico destaca conflictos y tensiones entre el gobierno y otros actores, en particular, el TSE, que son indicativos de desacuerdos fundamentales sobre temas importantes, lo que

¹⁶⁴ Titular publicado en fecha 30-12-2015.

¹⁶⁵ Titular publicado en fecha 26-12-2015

¹⁶⁶ Titular publicado en fecha 28-12-2015

sugiere que las políticas y regulaciones electorales son una fuente constante de debate. La misma relación de hechos lo vemos reflejado en el tema de alusión a la restricción a la difusión de obras públicas y se plantean preocupaciones sobre la libertad de expresión, destaca la importancia de esta cuestión en el entorno político.

Límite a difusión de obras tensiona al gobierno con el TSE: El Ejecutivo pretende eliminar un párrafo de la norma del referéndum¹⁶⁷

Evo: El TSE 'pone en riesgo la libertad de expresión: |El Mandatario afirma que Estados Unidos sabe que va a ganar el referéndum 2016¹⁶⁸

Como conclusión de la etapa intensiva discurso periodístico de *La razón*, muestra que la narrativa periodística combina elementos de un liderazgo presidencial sólido, desafíos políticos y económicos, controversias en torno a la libertad de expresión, proyecta a *Bolivia* como un país activo en asuntos internacionales, comprometido con el medio ambiente y con una gestión económica exitosa, por otro lado la palabra *referéndum* ha demostrado tener un impacto cognitivo significativo vinculando a los debates políticos, controversias y discusiones sobre la democracia.

En resumen, este análisis del discurso periodístico en *La razón* ilustra un escenario político polarizado en el que el referéndum y la continuidad del Gobierno de Evo Morales son temas centrales, se describe a los actores políticos y temas que contribuyen a la construcción de una imagen positiva del Gobierno y a la comprensión de la coyuntura.

2.4 ETAPA DE REFUERZO

En esta etapa de refuerzo se llevó a cabo un análisis exhaustivo de seis titulares seleccionados, a través de este proceso, se identificaron tres categorías que describen la cobertura disminuida sobre los acontecimientos más resonados en el país. Entre las categorías analizadas, se exploró en detalle la forma en que se ha abordado el caso Gabriela Zapata que es mencionado en el periódico como *caso CAMC*, destacando elementos importantes de su descripción y contexto.

Se examinó la manera en que los titulares han presentado el referéndum constitucional, poniendo un énfasis particular en la transparencia de los comicios y la connotación que implica cada voto. Por último, se investigó la forma en que los sucesos ocurridos en El Alto fueron, se identificó un enfoque que resalta el aspecto trágico.

En cuanto a la sistematización de la información los titulares son situados a partir de tres categorías fundamentales que comprenden a: la presentación del referéndum constitucional, el caso CAMC y los sucesos acontecidos en El Alto. Cada una de estas categorías se ha explorado minuciosamente, revelando los enfoques y narrativas utilizados en la cobertura mediática de estos temas clave.

¹⁶⁷ Titular publicado en fecha 14-12-2015.

¹⁶⁸ Titular publicado en fecha 04-01-2016.

Gabriela Zapata y CAMC

En primer lugar, se menciona el nombre de *Gabriela Zapata*, sin proporcionar una descripción específica. Esto puede interpretarse como un ejemplo de cómo los medios de comunicación pueden asumir que el público ya está familiarizado con ciertas figuras o eventos o que se trate de evitar un acontecimiento mencionado varias veces, por tanto, sugiere que Zapata es una figura de relevancia pública en Bolivia en ese momento.

En segundo lugar, el caso CAMC se presenta como un tema central en la cobertura mediática. La mención de que la Asamblea Legislativa ha formado una comisión de investigación sugiere un intento de abordar la controversia y de responsabilizar a los actores involucrados. Además, se destaca que la campaña electoral está marcada por un “escaso debate” y “numerosas acusaciones” relacionadas con CAMC. Esto indica que el caso CAMC es un tema políticamente polarizado y controvertido que está influyendo en el clima político previo a las elecciones. En tercer lugar, no se mencionan otros actores específicos relacionados con CAMC o Gabriela Zapata en el texto. Esto podría deberse a la limitada información proporcionada en el artículo o a la posibilidad de que el periódico esté enfocando su cobertura en los aspectos centrales del caso en lugar de explorar a profundidad otros actores involucrados en estos sucesos.

Cierran campañas con escaso debate y muchas acusaciones: La Asamblea Legislativa formó la comisión que investigará el caso CAMC¹⁶⁹

Referéndum constitucional

El titular que menciona el referéndum constitucional lo presenta como un acontecimiento de gran trascendencia histórica busca enfatizar la importancia de estos comicios como un proceso democrático en el que se toman decisiones fundamentales sobre la Constitución del país; a su vez pone un fuerte énfasis en la magnitud de la participación de 6,5 millones de votantes en el cual se intenta destacar la importancia de los electores acerca de la postura que vayan a decidir con un efecto a largo plazo y; la mención de la transparencia en el escrutinio de votos y la solidez del Padrón Electoral señalan la preocupación por garantizar la legitimidad del proceso y fortalecer la confianza pública en el sistema electoral. Por otro lado, los titulares revelan que no se establece una conexión directa entre el referéndum constitucional y el caso CAMC. Estos dos temas se presentan en titulares independientes, lo que sugiere que el periódico está cubriendo los asuntos de manera separada.

Histórico Referéndum Constitucional: Unos 6,5 millones de votantes deciden hoy la reforma parcial de la Constitución.¹⁷⁰

Enfoque en el evento trágico

El titular destaca la gravedad de la situación al mencionar las seis muertes, sugiere una narrativa centrada en el impacto humano, también es utilizada la descripción de *manifestación vandálica* para caracterizar el evento, lo que podría tener implicaciones en la percepción pública de los acontecimientos que perduran en cuanto a su impacto, de esa forma

¹⁶⁹ Titular publicado en fecha 15-02-2016.

¹⁷⁰ Titular publicado en fecha 21-02-2016.

observamos en un segundo encabezado publicado de forma consecutiva que se busca describir a los culpables y quienes investigan estos sucesos.

En conclusión, la etapa de refuerzo de esta investigación ha descrito pocas veces la mención de ciertos eventos políticos, como el caso CAMC, que al no ser priorizados develan que la cobertura mediática y en la formación de la opinión pública, también, se presenta en la ausencia de acontecimientos.

En cuanto al enfoque en el referéndum constitucional destaca la relevancia de mantener la transparencia en los comicios para asegurar la confianza en el proceso electoral. En cuanto a los sucesos en El Alto, el enfoque trágico utilizado en los titulares subraya la gravedad de la situación, pero también resalta la importancia de una cobertura más profunda para revelar las causas y circunstancias exactas de los eventos. El análisis ha puesto de manifiesto la influencia de las palabras y descripciones en la percepción pública de los sucesos.

El Alto sufre seis muertes: Una manifestación vandálica terminó con un incendio e intoxicados¹⁷¹

Caen otros implicados en la tragedia de El Alto¹⁷²

2.5 ETAPA DE RESULTADOS

En la última fase de investigación denominada etapa de apremio, se abordaron cuatro titulares relevantes en el contexto de los resultados preliminares y oficiales del referéndum constitucional. Cabe destacar que, a diferencia de otras etapas de este estudio, no se procedió a la sistematización de los titulares en categorías separadas, dado que los cuatro encabezados seleccionados compartían un enfoque común: Informar los resultados de la consulta. En este segmento de la investigación, se enfocará en la descripción y análisis de los patrones identificados en estos titulares, así como en la forma en que se presentaron las opciones *No* y *Sí* de manera individual, con el objetivo de describir de manera objetiva sobre cómo estos dos términos son anunciados para los lectores.

Aventaja el No y el MAS habla de empate: Según contero rápido de Ipsos, el No logró 42,3% y el Sí 47,7%; El No vence en seis departamentos y el Sí se reafirma en tres; La oposición celebra y el oficialismo pide esperar datos oficiales.¹⁷³

Sube el Sí, pero el No mantiene su ventaja: El 82% del conteo rápido del TSE, el No tiene el 54,2% de los votos y el Sí, el 45,8%; La OEA califica de lenta la difusión de datos y sugiere una auditoria al padrón; Históricamente, el MAS mejoró cifras de encuestas con el escrutinio oficial.¹⁷⁴

El No se impuso y la Constitución no sufrirá cambios: Resultados del cómputo oficial al 99,72%: Los resultados reflejan los datos consolidados de Bolivia y del exterior; El TSE logró estos indicadores del cómputo a dos días de la consulta. Solo restan contar votos rezagados en Beni, La Paz y Santa Cruz; El TSE registró el 99,72% de los votos:

¹⁷¹ Titular publicado en fecha 17-02-2016.

¹⁷² Titular publicado en fecha 18-02-2016.

¹⁷³ Titular publicado en fecha 22-02-2016.

¹⁷⁴ Titular publicado en fecha 23-02-2016.

el No logró 51,30% y el Sí 48,70%| Tribunal se guarda proclamación de los resultados para el final del conteo.¹⁷⁵

Morales acepta la derrota y valora el ‘voto duro’ del MAS: “hemos perdido una batalla y no la guerra” afirmó el presidente; Costas insta a la oposición a no apropiarse de la victoria del pueblo.¹⁷⁶

En primer lugar, los titulares de los medios enfatizan la persistente repetición de las opciones *No* y *Sí* en sus informes. Esto destaca la importancia fundamental de estas dos alternativas como indicadores de un cambio coyuntural en el escenario político. A pesar de que los titulares anuncian a un ganador en términos cuantitativos, es importante señalar que este triunfo no es reconocido en todos los casos, lo que sugiere la construcción de una percepción divergente a los resultados a nivel nacional.

En segundo lugar, los titulares proporcionan una descripción cuantitativa detallada de los patrones de votación, especificando los porcentajes de apoyo para el *No* y el *Sí* en diferentes etapas del proceso de votación. Esta presentación numérica permite a los lectores comprender la evolución de la consulta y la similitud en los niveles de apoyo que ambas opciones han recibido. Además, resaltan las diferencias en términos de los departamentos donde el *No* prevaleció y donde el *Sí* fortaleció su posición, lo que refleja la variabilidad en la percepción y el apoyo en diferentes regiones del país.

Sin embargo, uno de los hallazgos notables es que, a pesar de esta presentación cuantitativa, los titulares no profundizan en la descripción del impacto cognitivo de las opciones *No* y *Sí*. La percepción de los votantes y la interpretación de los eventos políticos no son detalladas en los titulares, lo que plantea interrogantes sobre cómo estas opciones fueron percibidas a nivel psicológico y cómo influyeron en la percepción pública.

En cuanto a la presentación estratégica de las opciones, el *No* se describe inicialmente desde un punto de vista incierto, donde se mencionan los porcentajes de votos, y se sugiere que las tendencias no experimentan cambios significativos en comparación con su oponente. No obstante, se revela posteriormente que el *No* supera el porcentaje de votos del *Sí*, aunque no se identifican las partes responsables de estos resultados, lo que crea un elemento de ambigüedad en la interpretación.

En contraste, la opción del *Sí* se presenta a partir de un empate inicial, indicando que aún podría prevalecer sobre su oponente. Se destaca que esta opción experimenta un aumento en el apoyo y se asocia con un capital electoral más sólido, mejorando el nivel de respaldo que Evo Morales y el MAS tenía en el país. Además, se resalta que el presidente Morales anuncia por primera vez que esta opción ha perdido, lo que sugiere un cambio significativo en la percepción del resultado.

En esta etapa los titulares ponen de manifiesto la importancia de cómo se presentaron las opciones *No* y *Sí* durante la consulta y cómo evolucionaron en términos de porcentajes de votos. Además, resalta las diferencias en la percepción de los resultados según la información

¹⁷⁵ Titular publicado en fecha 24-02-2016.

¹⁷⁶ Titular publicado en fecha 25-02-2016.

proporcionada por el periódico y plantea interrogantes sobre el impacto cognitivo de estas opciones en la mente de los votantes y en la percepción pública.

3. Comparación de primeras páginas de ambos medios

Los titulares principales de las portadas de los periódicos son aquellos que marcan la agenda mediática, así como el inicio de la agenda de medios sobre la cual se tratará en la televisión y en la radio. A partir de la frecuencia o la cantidad de publicaciones, podemos observar la orientación de la noticia. Es decir, si un titular es publicado en el mes de septiembre con una sola aparición, pero vuelve a aparecer el mismo titular con otro contenido en el mes de octubre con dos apariciones, puede representar algo en comparación con el titular que solo ha sido publicado una vez en septiembre. Por lo tanto, la cantidad de veces que se haya publicado un tema en específico indicará la orientación de la agenda mediática con efecto en la opinión pública.

Manuel Castells, en la conferencia de prensa para la presentación de su libro *Comunicación y Poder en la sociedad red*¹⁷⁷, donde hace mención sobre los titulares principales de los periódicos como núcleo fundamental de impacto, influyendo la orientación de aquello que se va a mencionar en los medios de comunicación masiva. En cuanto a la lectura, si bien un porcentaje amplio de personas no suelen recurrir a la lectura los periódicos –más allá de los titulares– esto no inhibe su persuasión por el efecto dominó de la prensa en la agenda de mediática y su amplificación en otras plataformas: La televisión actúa como resonancia, mientras que la radio emite comentarios, llevando así al no-lector verificar lo transmitido en la prensa, con mayor énfasis en los titulares principales.

La agenda setting describe que la repetición continua de una noticia puede señalar la relevancia de ciertos temas que buscan influir en la percepción de las personas. Esta puede ser caracterizada por el tiempo, pausas, frecuencia y cantidad de hechos que son publicados, sobre todo en los titulares principales. El relato es parte de la construcción de hechos que con narrados a través de valores, significados y subjetividades transmitidos en una oración compuesta por un: sujeto, sustantivo, núcleo y predicado. Siendo la creatividad el componente sustancial para su eficiencia comunicativa. Desde un análisis lexicográfico la creatividad y los hechos: *no hay hechos, sólo interpretaciones*¹⁷⁸ dejando la verdad objetiva influida por quien escribe, por lo ideológico y por lo moral. Es decir, los hechos adquieren significado a través de cómo serán interpretados y presentados connotativa o denotativamente en la prensa. Por otro lado, cuando estos hechos, que han sido publicados de manera frecuente por varias etapas tienden a transforman en “verdades” o dispositivos de sentido para el lector. Los titulares son cruciales para captar la atención del público y transmitir información relevante y resumida.

Maxwell McCombs publica en 2002 una compilación de estudios sobre el efecto de la agenda mediática, esta consiste en cómo se publica una sola noticia en varios medios de comunicación –con una oración distinta– cuyo efecto fue asumir una postura de elección para las elecciones presidenciales de Estadounidenses, el hecho fue comprobado a partir de

¹⁷⁷ Véase, <https://www.youtube.com/watch?v=IPLg73l11A4&t=2498s>.

¹⁷⁸ Véase, *La gaya ciencia*.

la medición de electores que habían depositado su voto que posteriormente respondían cuestionarios que contenían preguntas de relación a los contenidos que fueron sintonizando de los medios de comunicación masivos en las semanas pasadas. Pues bien, Noam Chomsky cuando realizó el estudio de Los guardianes de la libertad concentro parte de su investigación en el contenido del mensaje que iba siendo expuesto de manera continua en los medios de comunicación, estos mismos habían generado una alianza abierta con el gobierno de Woodrow Wilson para el reclutamiento masivo de jóvenes para las FFAA. Un último elemento que esta investigación propone es la frecuencia temporal, qué representa la incidencia del alto tráfico de temas, la ausencia de acontecimientos y la vigencia de dos tendencias que va a reducirse a una sola.

La investigación sobre los titulares principales de los periódicos *La razón* y *Página siete* se llevó a cabo desde el 1ro de septiembre de 2015 hasta el 25 de febrero de 2016. Durante este período, se analizaron un total de 356 titulares de ambos periódicos, y a lo largo de las 5 etapas de estudio, se identificaron dos tendencias predominantes en los temas tratados: acciones gubernamentales y el plebiscito del 21F. Los datos recopilados se plasmaron en un gráfico que resalta la cantidad de veces que fue mencionado en cada período.

Etapas preparativas: Cultivos de narrativas

Como se observa sólo el periódico *La razón* publicó 7 titulares principales, la frecuencia de la publicación tiene períodos de descanso, que dejados de interpretarse como una presunta intencionalidad del medio se puede asumir que el lector absorbe de una manera distinta el mensaje. La predominancia del tema que más se desarrolló esta etapa fue en relación con la caída del barril del crudo donde el Gobierno nacional preparó medidas económicas para las gobernaciones, para esto, sí se resaltó estas acciones. La frecuencia de publicaciones estuvo acompañada de grupos de frecuencia de palabras [Dólares, millones, Gobierno, créditos].

Para *Página siete* el *gatekeeping*¹⁷⁹ con los asuntos gubernamentales es una opción para esta etapa, eso no quiere decir que no se haya mencionado el Fideicomiso impulsado por el Gobierno hacia las Gobernaciones por el contrario tal como mencionó McCombs aquello que será agendado se presentará mostrando cierta jerarquía en la publicación de su contenido. Dado el caso que se estudia los titulares principales de las primeras páginas no se halló ni un solo titular principal sobre este tema, por ende, se ha excluido como tema importante.

El enunciado es el siguiente: *El ser o la esencia del plebiscito para el análisis desarrollado se sitúa en la modificación parcial del Art. 168 de la C.P.E. para habilitar a Evo Morales y Álvaro García a una tercera elección consecutiva*¹⁸⁰. *La apariencia se concentra en la modificación parcial para dos autoridades que ya participaron en las elecciones generales del 2014, ganándolas, y aun así desean volver a participar llamando a un plebiscito.* A partir de este enunciado podemos comprender el siguiente grupo de palabras: *La razón* cita el plebiscito como ‘referéndum’, la habilitación como “(re)postulación” y la mención de Evo Morales como ‘Presidente’. En cuanto a *Página siete* el grupo de palabras el plebiscito es citado como “referendo”, la habilitación como ‘reelección indefinida’ y la mención de Evo Morales como ‘Evo’ y ‘Morales’ citadas de forma separada.

¹⁷⁹ El concepto es desarrollado en el libro *Establecimiento la agenda*.

¹⁸⁰ Cuarta elección consecutiva previa a la promulgación de la nueva C.P.E.

Los asuntos electorales muestran que ambos periódicos han no solo logran establecer, por sus partes como oligopolios de la información, hechos de los cuales se va a tratar, estos mismos preparan a sus lectores dispositivos de leguajes por los cuales van a transmitir mensajes para relatar hechos; por esa razón muestran sus diferencias como si se tratase de antítesis. Con ello, no se trata de mencionar de antítesis lingüistas o antónimos, puesto que no se muestra un postulado de “sinónimo-antónimo”, de lo contrario, se van construyendo palabras con significados políticos con efectos de repercusión para quienes van a consumir esta información, los lectores.

Etapa propagandística: *framing* de acontecimientos y fábrica de indecisos

Tanto Alcides Flores, Jefe de Información de *Página siete*, y Rubén Atahuchi, Coordinador general de *La razón*, mencionaron, en las entrevistas sostenidas para el trabajo de investigación, que existe un procedimiento de selección para el armado de portadas de periódicos. Estos están compuestos por una mesa directiva en la cual participan los jefes de cada área. En el caso de *Página siete* participan: Director, Subdirectora, Jefe de redacción, Jefe de informaciones y editores de secciones. En *La razón*: Directora, Coordinador general, Jefe de informaciones y editores de secciones. Estas mesas de dirección seleccionan cuáles son los hechos relevantes, el parámetro de elección depende de elección –valga la redundancia; la agenda del público o de interés para el público, que los lectores no cobra mayor influencia, pues bien describía Maxwell McCombs que el establecimiento de la agenda tiene niveles de profundidad, es decir, la composición de un hecho para ser agendado no bastaba con la frecuencia o la conciencia planificada, también se vincula a la enmarcación proporcional de cómo se debe construir el mensaje.

Por lo tanto, si en la etapa preparatoria se situaba un cultivo de narrativas donde la frecuencia de población de noticias permitió observar, el *gatekeeping* por un lado y una configuración de la agenda mediática de ambos medios con acontecimientos distintos, esto se presentó como un camino de preparación para los lectores sobre *qué pensar* acerca de los asuntos gubernamentales y los asuntos electorales, sin embargo, en esta etapa, la etapa propagandística la enmarcación de acontecimientos va a connotar en la publicación de los acontecimientos sobre *qué pueden pensar* los lectores.

Como se ha observado en la investigación desarrollada, en todo el capítulo, el *framing* de acontecimientos que agarran vuelo con mayor incidencia en dos asuntos los gubernamentales y electorales; pues bien, estos son acompañados de un grupo de valores de significados connotativos que a través de la frecuencia pausada de tiempo –es decir, el intervalo de publicación no es pareja o si muestra de esa forma es por el contexto– y los grupos de palabras como dispositivos de pensamiento para los lectores.

El *framing* es la forma en cómo un acontecimiento es enmarcado en los medios de comunicación. Todo acontecimiento que va a convertirse en noticia pasa por filtros de categorización como efectos de primer niveles y efectos de segundo nivel. El *framing* o enmarcado transmuta el acontecimiento en noticia, de esta forma lo puede categorizar como importante o no-importante. Comprende de un valor altamente connotativo puesto que son aquellos acontecimientos/noticias que pasan de forma desapercibida por la frecuencia de tiempo puesto que por la forma que son presentados pueden representar para los espectadores como relevante o con un accionar a tomar en encuentra o caso contrario puede llevar a los

espectadores a no reaccionar sobre aquel acontecimiento, el objetivo se concentra en movilizar el accionar del pensamiento puesto que el framing no se presenta como ¿qué se debe pensar? Dejando al espectador con cabos sueltos que deben ser resueltos si son deseados o no, la función es: ¿sobre qué pensar? Deja al espectador que cabos sueltos den ser introducidos como dispositivos mentales para ser resueltos.

Pues bien, el *framing* es un concepto construido por Maxwell McCombs¹⁸¹ para describir el enmarcamiento de los niveles de una noticia. El mismo efecto del concepto con otras palabras como dilemas se observa en el trabajo del politólogo Noam Chomsky sobre la influencia de los periódicos estadounidenses en la reclutamiento masivo de jóvenes como “deber patriótico” a las FFAA para combatir en las tropas estadounidenses en Europa en la primera Guerra Mundial. La inducción propagandística fue frecuencial, connotativa en cuanto al grupo de palabras con significados que se vinculaban a un “deber patriótico” y una carga emotiva que los inclinaba a tomar decisiones. Dispositivos mentales.

En cuanto a asuntos electorales los efectos cambian de posición. El Gráfico 1 indica que Página siete priorizó la publicación sobre asuntos electorales, como efectos de primer nivel, en el cual destaco por los grupos de palabras ‘reelección’ engloba muchos significados y la cantidad de veces que es mencionada es relacionada con la figura de la acción que representa la modificación parcial de la C.P.E., sin embargo, un hecho relevante del diario no es únicamente crear el valor significante-significado para el plebiscito sino la estrategia inductiva de por medio que muestra una diferencia abismal al medio *La razón*.

Esta estrategia es ver más allá de los lectores habituales que son parte de su medio, pues el tercer grupo de palabras está relacionado a las encuestas, que se presentan narrativamente como importantes. No sólo se trata de la creación habitual de expresar qué dicen los datos en relación con la opinión pública o elección de opción como estrategia de bandos, va con situar a la encuesta como factor importante, mencionar a los lectores que la encuesta es un punto importante por leer, se trata de acostumar al lector una vez al mes a que se publicara nuevos datos donde el hecho connotativo es la “incertidumbre”, “indecisión” como dispositivos inductivo. Es decir, domesticar al lector a esperar a leer su horóscopo mensual para tomar una decisión amorosa o laboral en base a un texto, suponiendo que quien lo va a leer pertenece a un sector de la población que lee el diario únicamente para ver su horóscopo.

Este fenómeno se observa en esta etapa con las encuestas que empieza a publicar Página siete, de esta forma se puede denominar como Fabrica de indecisos, donde los lectores recurren al medio para obtener información en relación con la opinión de los datos de la encuesta que de alguna forma los vuelque a decidir por alguna posición precisa.

De manera contraria *La razón* sitúa el ser/parecer del plebiscito como efecto de segundo nivel, de relativa importancia donde se resalta la institucionalidad del Tribunal Supremo Electoral, el Tribunal Constitucional Plurinacional y las autoridades ejecutivas de ambas instituciones. En efecto son importantes, sin embargo, los acontecimientos narrados no muestran valores connotativos, es más el contexto empuja priorizar su publicación como titular principal sobre un evento electoral de alto impacto para el país. En este punto podemos observar que el periódico *La razón* profundiza en frecuencia como significados connotativos

¹⁸¹ Véase. *Establecimiento la agenda*.

en asuntos gubernamentales, en relación con asuntos electorales, en sincronización con las acciones de la campaña por el Sí.

Etapa intensiva: Estímulo de emociones como dispositivo de elecciones

Ya observamos que la etapa propagandística estableció dos puntos de engranaje con el *framing*/enmarque en asuntos gubernamentales y electorales donde el valor de la frecuencia no determina el valor de inducción sino el mensaje está en el significado de las palabras que son otorgados en los titulares principales seleccionados como efectos de primer nivel y no así en lo de segundo nivel. En el primer nivel se encuentran los elementos de mayor importancia, aquellos que tienen que son seleccionados de manera lingüística para los lectores para que puedan tomarse en cuenta en cuanto a estímulos, en cambio los de segundo nivel son aquellos que no son vinculados a estímulos específicos tienen el objetivo de informar en base a la frecuencia repetitiva por la jerarquía de información que corresponde más el impacto no recae un estímulo de acción o emoción.

Las dos etapas antecesoras se observan que el comportamiento de asuntos gubernamentales va en crecimiento, el cual no está sujeto a la cantidad de veces que está expuesto un acontecimiento o hecho en particular sino a la multiplicidad de acciones que va desarrollando el gobierno, como se observa en el desarrollo de la investigación los grupos de palabras van cambiando por etapas y en base a la movilidad del Gobierno, sobre todo del Presidente Evo Morales. Y esta acción es visualizada en *Página siete* y *La razón*, la evolución y transmutación de sus palabras. Mauricio Carrasco resaltaba en la entrevista realizada para esta investigación que el Presidente Evo Morales realizaba más de 4 actividades por días, por lo que, el reportaje del total de acontecimientos empujó a los medios para ir detrás de discursos, fotografías y reportajes. Esto quiere decir que la selección de noticias tuvo un efecto de influencia por el mismo Presidente Evo Morales que a través de los actos públicos frecuentes cuyo efecto de impacto se situaba por su participación involucro a los medios de comunicación a su voluntaria participación para buscar reportajes, sea cual sea el enfoque de la construcción de la noticia los medios participaban de los eventos públicos de Morales.

La selección de noticias cobra relevancia por la connotación por el mecanismo a estímulos de emociones como dispositivo de elecciones vinculadas a la toma de decisiones. Observemos el viraje de estrategias que realizan ambos periódicos identificando a lectores que deben influir, los indecisos. Como se observa en la cantidad de noticias publicadas sobre asuntos gubernamentales *La razón* mantiene su frecuencia de publicaciones donde el grupo de palabras refuerza las acciones relevantes del Presidente Evo Morales como gestión de gobierno, observemos el acontecimiento de la visita diplomática presidencial al país de Brasil: El tren bioceánico es presentada como una noticia de efecto de primer nivel para un público selecto que perciba a través de estímulos de emociones la connotación del mensaje: el sector vinculado al comercio en sus diferentes rubros como dispositivo de optimismo¹⁸², vinculada a la felicidad; otro sector es el transporte pesado que ampliaría la demanda de carga por la cantidad de nuevos clientes de nuevas líneas de conexión.

¹⁸² Emoción localizada en la rueda de las emociones por Robert Plutchik y Mabel Vásquez en *The emotions*.

En ambos casos existe un factor de incremento económico; la seguridad económica en las campañas electorales está ligada a la felicidad porque genera seguridad o estabilidad, los electores votan por algo que no vaya a generarle incertidumbre. El mismo factor ocurre con la presentación de la reducción de tarifas de la empresa estatal de telefonías de Entel, la presentación de la noticia causa impacto en la población que va a votar por primera vez puesto que los beneficiarios inmediatos son aquellos que los costos mínimos de gastos son invertidos en el acceso de internet para celulares.

Para *Página siete* ambas medidas no son publicadas como titulares principales, por otro lado, como se observa en la cantidad de publicaciones disminuye, se mantiene el mismo comportamiento observado en la etapa propagandística que fue la de situar a los asuntos gubernamental como efectos de segundo nivel. Sin embargo, publicaron dos titulares principales identificados como efectos de primer nivel, el primero menciona la cantidad de viajes que realizó el Presidente Evo Morales en calidad de viajes diplomáticos, el titular es un reportaje del periódico, pero el efecto se sitúa en crear una discrepancia con los viajes, como si se tratase de turismo. Como se puede observar el medio agudiza *sobre qué pensar* en un titular y disminuye la frecuencia para concentrar el mensaje logrando captar el efecto de un mensaje en concreto.

El decenio de la gestión del Presidente Evo Morales fue cubierta por ambos periódicos. En cuanto a frecuencias *La razón* publicó tres titulares y *Página siete* un titular y una separata, ambos medios sitúan como efecto de primer nivel, es decir importante para sus lectores. La comparación es la siguiente: Al tratarse de un evento que no se repite desde 1939, la situación empuja a ser cubierto en base a los mensajes; el evento que se desarrolló el 22 de enero de 2016 para conmemorar aquel evento fue la inauguración de la Sesión de Honor de la Asamblea Legislativa Plurinacional, donde el presidente nato invita al Presidente de la Nación a dirigirse al país, esta explicación corresponde al evento protocolar que se desarrolló en el acto conmemorativo. El Presidente emitió un discurso donde el mensaje que de por sí ya estaba vinculado a el récord de tiempo superando a la gestión de Andrés de Santa Cruz, también, batió el récord de tiempo en emitir su discurso con más de 5 horas, superando al del Presidente de Venezuela Hugo Chávez.

El periódico *La razón* enmarcó en tres tiempos pasado-presente y futuro el discurso del Presidente Evo Morales, la *framing* frecuencial indica que el impacto se sitúa en preparar al lector para el mensaje presidencial: apostar por la victoria del sí que es la Agenda Patriótica 2025, que es connotada como 2025, y el respaldo que tiene de las entes matrices. Por otro lado, *Página siete*, connota la germinación de su cultivo narrativo *reelección* como resumen de todo lo que representó el discurso presidencial.

En cuanto al contenido publicado sobre los hechos electorales, lo institucional fue lo que más destacó e influyó, de forma temporal con mayor énfasis en la interacción de actores políticos y autoridades ejecutivas de los Órganos del Estado; lo que puede mostrarse que la campaña se ha trasladado a otro plano de acción o de actores, con referencia a quién están realizando las acciones de campaña. Observemos el caso de *Página siete* y el grupo de palabras que gira alrededor de ‘*campaña*’ son ‘*acusaciones*’ agudizando un conflicto, de por sí, las campañas comienzan a mostrarse para el medio como la premonición de una guerra anunciada de dos frentes. Es por ello por lo que podemos ver que la centralización de las noticias de efectos de primer nivel no es ni lo institucional o las campañas electorales, sin dejar de lado que forman

parte de ser presentadas como importantes para los lectores. La noticia que de efecto de primer nivel es la publicación de encuesta mensual del plebiscito donde *indecisos* es presentado como quien *define* los resultados para el plebiscito.

Se puede observar que el lapso los datos indican que el periódico *Página siete* ha identificado que datos ya no son impactantes por ser rutinarios para a los lectores, de la misma forma que se muestran los tele policiales “existe la inseguridad, pero se convive con ella”; por ello se observa que la cantidad de publicaciones no disminuye porque el medio asume que existen otros acontecimientos de mayor interés sino por el cambio de estrategia.

La razón presenta el mismo comportamientos que la etapa propagandística, su objetivo es comunicar lo que sucede describiendo los hechos tal cual y como son. No existe una elevada cantidad de titulares publicados. El único grupo de palabras que resalta es sobre la campaña en movimiento que realizan grupos por el “No” y el “Sí” a quienes van a identificar con acciones y nombres, resaltando más al “Sí”. La Coordinadora de las Seis Federaciones del Trópico de Cochabamba representa el cuerpo orgánico en las matrices sindicales de mayor impacto en cuanto a las decisiones como movilizaciones, Evo Morales también funge como Secretario Ejecutivo de la matriz. El titular es presentado como importante para connotar el capital social electoral que representa el voto del “Sí” y reforzar el voto de los simpatizantes al MAS como a Evo Morales.

Etapa de evaluación: Agenda setting y gatekeeping sobre El caso Zapata

El plebiscito para la modificación parcial del 21-F presento características muy particulares en la campaña electoral, pues entre ellas está la presencia única de un binomio como [pre]candidato a la presidencia con programa electoral y eslogan, como opositores se presenta un único bloque de varias propuestas con una sola conducción, sin candidato. El contexto presentaba una crisis representativa partidaria que no solamente se observaba en el MAS también lo estaba en los otros partidos políticos de derecha y centroderecha.

La encuesta mensual publicada en el diario *Página siete* en octubre, como editorial¹⁸³, menciona lo siguiente: *atribuye a un 54% a los partidarios de rechazar la modificación de la CPE, contra el 40% favorable al Sí, y un 53% a quienes se oponen a la reelección del presidente evo morales, contra el 45% que se muestra a favor de tal opción. [...] Otro dato revelador lo que ocurría si alguno de los líderes opositores estuviera en la presidencia y buscará renovar su mandato. El 77% la rechazaría en el caso de Tuto Quiroga, el 72% en el de Samuel Doria Medina y el 67% en el de Rubén Costas.* Como se observa el porcentaje es mínimo con relación al porcentaje que rodea al de Evo Morales.

Por tanto, observamos en la etapa preparatoria, propagandística e intensiva, que la estrategia que *La razón* presento fue centrarse en las asuntos gubernamentales anclando resalto como efectos de primer nivel, en cuanto a las asuntos electorales el medio constituyo un lenguaje previstico que responde a la información descriptiva del suceso más que todo priorizando a todo lo que tratase lo institucional. En *Página siete* en comportamiento es cambiante, sin embargo, el patrón de objetivo se ha centrado en las acciones electorales como centro del mensaje, más aún en los grupos de palabras.

¹⁸³ El editorial es ‘Nueva encuesta de intención de votos. En *Página siete*. p. 14.

Pues bien, la etapa de evaluación marca un quiebre con los asuntos gubernamentales y se estructura aquello que Maxwell McCombs menciona como la agenda setting y *priming* en relación con los acontecimientos del Caso Zapata, noticia que fue publicada la noche del 4 de febrero de 2016 faltando 17 días del plebiscito. La noticia fue agendada en varios medios de comunicación, causando un gran nivel de polarización. Por *agenda setting* se entiende: El impacto que tiene la relación de un acontecimiento, la frecuencia con la que es publicada, la semántica con la que es mencionada en los titulares de prensa y la importancia que el público va a atribuirlo. Por *priming* comprenderemos: La relación con la preparación del público para responder ciertos acontecimientos de forma participar, para que esto suceda la prensa publica ciertos temas de manera repetitiva, para que puedan estar presentes en la mente del lector y afectar su percepción y comportamiento posterior ante situaciones relacionadas.

La vida privada del Presidente Evo Morales fue presentada como una noticia de efecto de primer nivel donde el núcleo de la información, el presidente, resalta como importante para los lectores, desde un enfoque semiótico se puede observar que el secreto del mensaje del Caso Zapata fue la imagen de Evo Morales. Por otro lado, en el presente trabajo analizaremos de forma comparada como ambos periódicos cubrieron el Caso Zapata.

Partiendo por el *ser* el caso Zapata parte con la siguiente premisa narrativa, desarrollada por Mario Espinoza: *Primero, es una mujer muy exótica, simpática; es decir, bien arreglada. Segundo, es una mujer muy poderosa, una mujer que hablaba en nombre del Presidente, no es periquita –no miente–, una mujer que se prestaba como la mamá del hijo de Evo. Es primero una construcción visual que es muy construida pero igualmente impactante, si en este instante aparecería por la calle Gabriela Zapata como la conocemos muy arreglada e inmediatamente te llama la atención. Me imagino que sin esa construcción debe ser una mujer que pasa desapercibido. También fue una mujer trepadora que se aprovechó de muchísimos contratos. Y quien la aprovecho fue CAMC, la empresa china.*

*Entonces, se aprovechan varias cosas acá: Una historia de sexo, historia de poder, historia de dinero, historia de un hijo que no existió. Todo esto es una telenovela completa y ¿a quién no le gusta una? A mí no, pero a la gente sí, fue una novela espectacular en algún momento no dudes que van a hacer una novela de esto*¹⁸⁴.

Las publicaciones de titulares sobre el Caso Zapata se muestran en dos momentos, independientemente de la frecuencia continua de las publicaciones, el presentación del acontecimiento partió desde la premisa de crear certeza a los lectores sobre la relación de Evo Morales y Gabriela Zapata –como es descrito en la parte de investigación–, pues Pagina siete remarca que es el Gobierno y Evo Morales quienes hablaran del Caso Zapata creando de esta forma un efecto de certeza y veracidad de la noticia. Son dos titulares en los cuales se ha remarcado dar certeza del acontecimiento, de forma inmediata, con el uso de sinónimos vinculantes para un orador [admitir, afirmar].

La connotación de este detalle se almacena en el mensaje de los titulares principales: “Son ellos (órgano ejecutivo) quienes confirman el hecho” ¿por qué? Pues como describe John Berger *la mirada es educada*¹⁸⁵, aquello que observamos de forma inicial en el lado derecho va a cobrar mayor relevancia para toda la oración, por ese motivo, anclar un mensaje a una

¹⁸⁴ Entrevista realizada a Mario Espinoza

¹⁸⁵ Véase, *Modos de ver*.

emoción puede llevar a la mirada construida desde una perspectiva social. En esta primera parte se puede observar la construcción de símbolos, palabras, imágenes y emociones, que van a reforzarse con la frecuencia continua de 12 días seguidos de titulares principales sobre el Caso Zapata.

La construcción de los símbolos está ligada con mayor incidencia a las emociones, al anclaje del mensaje y a una decisión a tomar por los lectores: (a). Evo Morales, la figura de ‘Presidente del país’ va a ser resaltada no por las funciones que funge Morales sino por la relación de historia que tiene con Gabriela Zapata a quien conoció en 2007 cuando aún era joven y un hijo que nació, pero no fue reconocido por el padre. (b) Gabriela Zapata, destaca por ser expareja del Presidente Evo Morales, colocando en duda cómo alcanzo un relevante puesto gerencial en la China CAMC Engineering Co Ltd. –resumida como CAMC– para ser rellenada por los lectores el ¿por qué? del cargo, reforzada por la publicación fotográfica de Morales y Gabriela en carnavales de 2016; y la construcción de la femineidad patriarcal que todo lobby que habría realizado no se presentaría como aquella acción en concreto, sino, desde la política sexual¹⁸⁶ masculina: prostitución empresarial. (c) Gobierno-CAMC, relación de Estado y empresa que se verá cuestionada por la gerencia de Zapata, los titulares principales connotan el hecho delictivo de tráfico de influencias; el Gobierno por más que respondiese con acciones que comprueben que no existió tráfico de influencias, así como fue la Comisión Mixta, la palabra tráfico de influencias ya cobro importancia en el imaginario de los lectores, independientemente que esta palabra sea mencionada o no en los titulares.

Entonces, el proceder de los titulares que continuaron con las primeras dos publicaciones va a reforzar la idea la mala-paternidad de Evo Morales, que siendo la figura principal del plebiscito es él la construcción visual que lo muestre como alguien que no se ha preocupado por su hijo puede generar decepción; en cambio con la relación de Gabriela Zapata es la ventaja que ella obtuvo por ser expareja del “Presidente”, que no es un hecho comúnmente visto en cualquier país, y que a partir de ello incremento sus ingresos, para un candidato que cuestiona la corrupción que indirectamente este hecho involucre su imagen como actor directo provoca emociones de decepción y moralista¹⁸⁷.

Por lo tanto, esta segunda parte es aquella donde los periódicos refuerzan la verdad de los acontecimientos para sus lectores, pues como ha mencionado Manuel Castells los lectores recurren a los periódicos para confirmar la idea pre-establecida que tiene sobre un acontecimiento, en ello podemos observar que *Página siete* mediante la frecuencia sucesiva de titulares publicados busca inducir a sus lectores a confirmar una noticia, que lejos de ser comprobada su veracidad o falsedad el hecho que sea repetida varias veces y presentada desde palabras que dan certidumbre a una acción ya ha creado ese espectro de ser verdad.

El periódico *La razón*, apela a otra construcción de los acontecimientos para los titulares principales. Se puede observar que los hechos en relación con el Caso Zapata se enfocaron en mencionar la acciones de la Comisión mixta de la ALP para la investigación de los contratos de la CAMC y el Gobierno nacional; pero, la mención del Presidente Evo Morales, Gabriela Zapata no es encontrada más que la mención de CAMC. *La razón* realizó la acción

¹⁸⁶ Véase, Política sexual

¹⁸⁷ Emoción localizada en la rueda de las emociones por Robert Plutchik y Mabel Vásquez en *The emotions*.

del gatekeeping para sus lectores: lo que no se publica no existe, lo que no es mencionado no es importante. Por ello, los titulares principales se concentraron en varios acontecimientos, en el cual no se halló ni un patrón conducta del porqué de alguna noticia o grupo de noticias, más el silencio de qué se publica y que no muestra que *La razón* habría identificado el Caso Zapata como un relato contraproducente para la figura de Evo Morales donde mencionar el nombre reforzaría la idea de que son varios los medios de comunicación que mencionan este acontecimiento. Por ello se observa que el grupo de palabras es reducido y complejo de evaluar por frecuencias, sin embargo, el contexto permite ver que la acción a ser mencionada para presentarse como indicador de veracidad (Comisión mixta) potencia y anuncia por “escaso debate” y “acusaciones”.

Por otro lado, el día de la votación del plebiscito: Referéndum para *La razón* y referendo para *Página siete*, ambos medios publicaron dos titulares con condensan un mensaje connotativo a sus lectores donde se puede observar que la línea editorial es resumida y expuesta de forma creativa en tres y cinco palabras:

La razón :

Histórico referéndum Constitucional

Página siete:

Bolivia define el futuro de Evo

La razón refuerza la idea de *histórico* como parte de la acumulación electoral o capital social electoral que representa el Proceso de Cambio liderado por Evo Morales, en el cual su imagen ha estado ligada a mensajes con relación a “historia, histórico” para resaltar aquello que esta presentado. En cuanto a lo *constitucional* el valor que va a representar el voto hacia una opción. Las fotografías de portada muestran una inducción muy connotativa pues la connotación de constitucional se relaciona con histórico en cuanto a los avances sociales, políticos, culturales y económicos que se presentaron en el gobierno de Evo Morales, resaltando el capital simbólico que representa: la clase indígena, motor ideológico.

Página siete construye la simbología de Evo donde su suerte y fortuna dependerá de los votantes. Bolivia connota a los electores que no solo van a votar sino eligen qué sucederá con Evo Morales a partir del recuento de votos, es decir, el poder real¹⁸⁸ es delegado con capacidad de transformar algo en las manos de personas, soberanos o electores; si bien la composición de la democracia tiene este propósito el hecho de ser resalto lleva al elector a asumir una decisión en base a sus emociones, más que racional que es el ideal de la democracia. Definir el futuro de un Presidente refuerza esta idea pues el elector va a decidir, pero con motivo de cambiar algo. Evo está anclado a la imagen de portada donde es presentado como temeroso, la imagen del presidente es anunciada como alguien que se ve preocupado por los resultados y más aún al futuro, a quien a través de la incertidumbre es construido como un mortal más que debe lidiar con los problemas del mundo terrenal donde todos lo habitan.

Como se puede observar, la etapa de evaluación tiene una enorme vinculación con las emociones, la agenda setting, *priming* y el *gatekeeping* mediático para influir en la decisión

¹⁸⁸ Concepto de Max Weber en *Economía y sociedad*.

de los lectores a solo 17 días del plebiscito donde el Caso Zapata se ha mostrado como determinante para convocar a los lectores indecisos a apostar por una postura en base a las emociones. La repetición de un acontecimiento en concreto muestra que para ciertos periodos puede alcanzar un mensaje connotativo como verdadero para los lectores y que aquello que no es mencionado o publicado puede no existir como algo importante.

Etapa de apremio: Presentación de los resultados

La presentación de los resultado del plebiscito o de cualquier otro evento electoral va a ser un acontecimiento cubierto por todo tipo de medio de comunicación masivo. Ya sea prensa, radio, televisión, redes sociales, todos buscaran cubrir y tratar de simplificar en pocas palabras al ganador y al perdedor. Los datos cuantificables en porcentajes y números serán necesarios para remarcar al ganador, pues aquellos que no lograron alcanzar el puntaje de victoria pasan a ser mencionados o silenciados, cualquiera de las dos posiciones será utilizada para potenciar el mensaje de un ganador.

Sobre análisis de ganadores y perdedores hay muchos, en este parámetro de la investigación no recurrirá a herramientas de análisis de juegos para describir el efecto de las noticias en las cuatro etapas previas, en cambio se utilizará un enfoque distinto para comparar el mensaje de ambos periódicos puesto que es la primera coincidencia temporal, por el contexto, que nos permite observar las entradas y la construcción del mensaje de ambos medios; el grupo de palabras minúsculo nos permite concentrarnos con mayor incisión en la construcción del mensaje que mantiene relación con una postura ideológica.

La razón y *Página siete* realizaron la cobertura de los resultados preliminares como los oficiales hasta su publicación, situándola como noticia de primer nivel de cuanto, a su efecto, importante para sus lectores. Ambos periódicos publicaron 4 titulares en los 4 días que se trató la espera a los resultados oficiales, siendo la noche del 23 de febrero el anuncio del resultado oficial y el 24 el discurso sobre los resultados del Presidente Evo Morales. A continuación, la comparación de los titulares principales de ambos periódicos para la cobertura de los resultados oficiales. Como se observa ambos medios construyen la imagen simbólica del victorioso y el derrotado, como también de un posible ganador y un honrado derrotado que reconoce sus derrotas y agradece en quienes confían en él.

Cuadro de titulares principales publicados por <i>Página siete</i> y <i>La razón</i>	
Lunes, 22 de febrero	
LR: Aventura el No y el MAS habla de empate	
P7: Gana el No	
Martes, 23 de febrero	
LR: Sube el Sí, pero el No mantiene su ventaja	
P7: Al 83,3% del conteo oficial el No aventaja al Sí con 7,6 puntos	

Miércoles, 24 de febrero
LR: El No se impuso y la Constitución no sufrirá cambios
P7: El conteo oficial dio la victorial al No
Jueves, 25 de febrero
LR: Morales acepta la derrota y valora el 'voto duro' del MAS
P7: Morales dice que perdió la batalla, pero no la guerra

Cuadro de publicación de titulares

El periódico *La razón* presenta los resultados del “No” como una opción que gana en el plebiscito, pero como aquel que lo hizo como imposición de su opción no como algo pre-electivo por electores; sin dejar de lado que es el contexto y el tiempo el factor de influencia para los titulares principales, no existe una continuidad de palabras pre-establecidas, sin embargo el mensaje se encuentra en minimizar el resultado que favorece al No con *empate* y destacar el capital simbólico del MAS: El voto duro. *Página siete* construye la imagen de legitimidad del No resaltando que es la opción que venció a Evo Morales, pues la connotación en ganar y victoria anuncia a un derrotado; el primer titular marca la pauta narrativa con la cual se va a mencionar la imagen del No.

El Presidente Evo Morales fue anunciado en el último titular, esto muestra dos tipos de enfoques distintos para ambos periódicos. Por el lado de *Página siete*, se presenta la imagen del Presidente como la persona que sufrió una derrota donde podrá levantarse como si se tratase de un desafío. En cambio, *La razón* transmite la idea de la persona que acepta la derrota, pero resalta el capital simbólico que tiene presente, acumulado por varios procesos electorales: El voto duro del MAS.

CAPÍTULO 6

COMPARACIÓN DE LAS CARICATURAS EN *PÁGINA SIETE* Y *LA RAZÓN*

1. Caricaturas de editorial de *Abecor*

El capítulo seis se introduce en la construcción de mensajes críticos a través de las caricaturas de editoriales realizadas por Abel Bellido Córdova conocido como *Abecor*, artista del periódico *Página siete*; y Alejandro Salazar como *Al-azar* en *La razón*. Este análisis abarca el período que va desde el primer día de septiembre de 2015 hasta el 25 de febrero de 2016. El apartado tiene como objetivo general examinar cómo se construyen mensajes políticos a través de símbolos gráficos, desarrollados en imágenes, con el propósito de influir en la percepción de los lectores.

Desde el punto de vista metodológico, el proceso de investigación se llevó a cabo en varias etapas. En primer lugar, se realizó una búsqueda exhaustiva y una selección rigurosa de las caricaturas de editoriales que fueran representativas de cada uno de los cinco periodos previamente establecidos dentro del período de estudio. Este enfoque permitió capturar la evolución de las representaciones gráficas a lo largo del tiempo y entender cómo se construían los mensajes críticos.

En segundo lugar, se llevó a cabo un análisis cuantitativo de la presencia de temas relacionados con el referéndum y la imagen crítica de Evo Morales en las caricaturas de *Abecor* y *Al-azar*. Los resultados revelaron que el 32,58% (58) de las caricaturas en *Página siete* trataban temas del referéndum, destacando la imagen crítica de Evo Morales. En contraste, en *La razón*, el porcentaje correspondiente a las caricaturas relacionadas con el referéndum fue del 22.47% (40).

En tercer lugar, se empleó el análisis del cuadrado semántico de Julien Greimas para profundizar en el análisis de las 356 caricaturas de editoriales estudiadas, divididas en dos grupos. Este enfoque permitió identificar las representaciones simbólicas utilizadas en las caricaturas y analizar cómo estas contribuían a construir mensajes críticos, especialmente en relación con la figura de Evo Morales y el tema del referéndum.

En el campo de la ciencia política, la comunicación visual desempeña un papel fundamental en la construcción y difusión de mensajes políticos, sociales y culturales. Las caricaturas editoriales, en particular, son un medio eficaz para transmitir ideas, críticas y opiniones sobre

asuntos relevantes de la actualidad. En este capítulo, se empleó el análisis semántico del cuadrado semiótico de Julien Greimas¹⁸⁹, para su aplicabilidad en el presente estudio.

El cuadrado semiótico de Julien Greimas emerge como una herramienta indispensable en la investigación de caricaturas editoriales desde una perspectiva política. Su capacidad para desglosar conceptos, revelar mensajes ocultos y contextualizar estas obras en un entorno político y social en constante cambio lo convierte en un recurso valioso para comprender las complejidades de la comunicación visual en la esfera pública. A través de este enfoque, se observa las intenciones de los caricaturistas y el significado subyacente de estas imágenes, contribuyendo así al análisis crítico de la política contemporánea y la cultura mediática.

1. Desglose de conceptos: Se descomponen los conceptos representados en una caricatura en las categorías de “ser”, “no ser”, “parecer” y “no parecer”, facilitando la identificación de elementos clave y la comprensión de cómo se relacionan entre sí en la caricatura.
2. Análisis de opiniones políticas: Las caricaturas editoriales a menudo contienen críticas o comentarios sobre cuestiones políticas y sociales. El cuadrado semiótico nos ayuda a analizar cómo se presentan estas opiniones, ya sea como realidades evidentes (ser), negaciones (no ser), apariencias engañosas (parecer) o negaciones de apariencia (no parecer).
3. Revelación de mensajes ocultos: Las caricaturas suelen esconder mensajes sutiles o irónicos. El cuadrado permite detectar estas capas de significado al examinar cómo ciertos elementos pueden “parecer” una cosa, pero en realidad “no ser” lo que aparentan.
4. Contextualización: Al utilizar esta metodología, podemos contextualizar las caricaturas en relación con eventos políticos y sociales, lo que permite comprender mejor la intención del caricaturista y el impacto que busca lograr.
5. Audiencia y reacciones: El análisis semiótico también permite comprender cómo diferentes audiencias pueden interpretar las caricaturas y las posibles reacciones que generan en el público.

1.1 ETAPA PREPARATORIA

En la etapa preparatoria se centra en un análisis semiótico de una caricatura política que hace referencia a la búsqueda de reelección del líder boliviano Evo Morales. Utilizando herramientas teóricas de la semiótica, se desglosan los elementos visuales y simbólicos presentes en la caricatura para comprender su mensaje crítico en el contexto político.

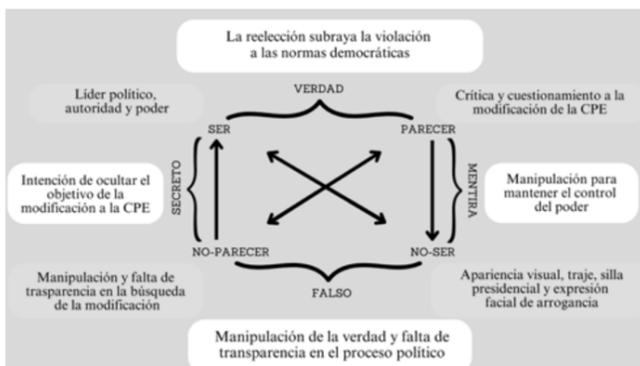
En esta fase se observa la visualización del referéndum en contraposición a la figura del presidente a partir de una postura crítica y política. Además, se refuerza el mensaje de prensa con mensajes escritos ocultos para indicar que la falta de transparencia en el proceso político

¹⁸⁹ Véase, *Semiótica: Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*.

y las posibles modificaciones a la constitución pueden derivar en la reelección continua. La caricatura y el cuadro semántico es el siguiente:



Caricatura de Abecor



Cuadro semiótico de elaboración propia

Este análisis semiótico de una caricatura política que critica la búsqueda de reelección revela cómo los elementos visuales y simbólicos se utilizan para transmitir un mensaje crítico a la transparencia del proceso político, la imagen pública de Morales y su actitud.

Los elementos de aserción del *ser* y del *parecer* en la caricatura, Evo Morales se representa ocupando la silla presidencial y vistiendo un atuendo formal de camisa y traje. Estos elementos visuales contribuyen a la percepción de su poder y autoridad como líder político. La posición central y elevada en la silla presidencial refuerza su estatus y autoridad. Sin embargo, esta representación visual también se contradice con la imagen típica de un líder político sereno y diplomático. Su semblante de arrogancia y ceño fruncido indica una actitud desafiante, lo que sugiere una contradicción entre su apariencia formal y su actitud.

Aunque no se representan visualmente en la caricatura, los elementos de negación *no-ser* y *no-parecer* en Evo Morales están implícitos en el contexto. Se oponen a “su reelección continua”, argumentando que va en contra de los principios democráticos y de alternancia en el poder. Esta negación del “ser” político de estos grupos críticos se relaciona con el elemento de negación “no-parecer”, ya que Morales intenta proyectar una imagen de líder presidencial a pesar de las críticas.

La columna de gas que eleva la silla presidencial de Evo Morales contiene símbolos escritos con las palabras “reelección” lo cual nos permite describir elementos de implicación de *secreto* y *mentira*. Estos mensajes, ocultos dentro de la columna, implican que hay una intención de ocultar o disfrazar la reelección de Morales como los comicios para la modificación parcial de la CPE. Lo que sugiere que la búsqueda de una cuarta participación en las elecciones no es transparente y que se están realizando modificaciones o interpretaciones de la constitución para permitir su continuidad en el poder. El gesto de Morales al presionar el botón para elevar la silla presidencial implica una exageración de su posición de poder, lo que refuerza la idea de una manipulación en el proceso político.

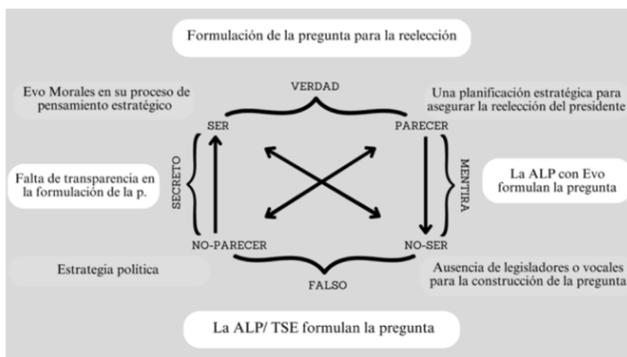
1.2 ETAPA PROPAGANDÍSTICA

En la etapa propagandística se analizó la caricatura política que representa el proceso público de la reforma constitucional y su relación con la posible discursiva sobre la “reelección de Evo Morales”. El análisis descompone la caricatura en sus elementos visuales y discute cómo estos elementos transmiten ideas y mensajes. Se centra en elementos como la pared blanca, la pizarra llena de símbolos y mensajes, la ausencia de personas visibles en la imagen y el diálogo en los globos de texto.

Por tanto, se busca interpretar y profundizar en el significado de la caricatura destacando cómo los elementos visuales y las representaciones simbólicas pueden influir en la percepción de la estrategia política y la posible manipulación de la información en el proceso. También subraya la importancia de la subjetividad en la interpretación de la caricatura y la posibilidad de que transmita información falsa de manera sutil.



Caricatura de Abecor



Cuadro semiótico de elaboración propia

Como se observa en la caricatura de *Abecor* la construcción del mensaje se centra en cómo es presentado el proceso público de la reforma constitucional como una estrategia política cual vínculo es el posible acto de reelección de Evo Morales. La presencia de una pared blanca en la caricatura actúa como un elemento de aserción del ser. Esta pared blanca representa un espacio neutro en el que se desarrolla la escena. Su color blanco sugiere pureza y neutralidad, pero también funciona como un lienzo en blanco que espera ser llenado con información relevante. Esta elección de fondo puede simbolizar la imparcialidad y la objetividad en el proceso político. En el análisis se identifica un elemento de aserción del parecer en la forma de una pizarra grande colgada en la pared. Esta pizarra está llena de símbolos y mensajes que representan una estrategia política en desarrollo. Los símbolos incluyen flechas que sugieren movimientos tácticos, y palabras como "sí" y "no" que podrían estar relacionadas con la formulación de una pregunta sobre la reelección. La postura de Evo Morales, que sostiene un trazo de tiza y se muestra pensativo, refuerza la idea de liderazgo y planificación en esta estrategia política.

En el análisis semiótico, se identifica un elemento de negación del ser en la caricatura. A pesar de los globos de texto que contienen diálogo, las personas que participan en la conversación no son visibles en la imagen. Esta ausencia física crea un vacío de presencia en la escena, ocultando las identidades y opiniones de los interlocutores. Sin embargo, a través de su diálogo, se puede inferir que están discutiendo un tema político sensible y estratégico relacionado con la reelección. Este también revela un elemento de negación del parecer en la

caricatura. No se encuentran indicios visuales que sugieran que la estrategia representada no sea genuina. La pizarra llena de símbolos y mensajes indica claramente planificación y enfoque táctico, sin mostrar signos visuales de engaño o falsedad. La postura reflexiva de Evo Morales respalda la idea de una estrategia política en desarrollo.

La caricatura utiliza un elemento de implicación del secreto al representar una pizarra llena de símbolos y mensajes que sugieren una estrategia política, pero sin revelar detalles específicos. Esto crea un sentido de secretismo y la idea de que hay elementos no visibles en juego. Además, el diálogo entre las personas invisibles en los globos de texto apunta a la existencia de información oculta o no revelada en el proceso político. Se señala la presencia de un elemento de implicación de la mentira en la caricatura. Esto se relaciona con la pregunta sobre la reelección y quién la formula. La caricatura sugiere que Evo Morales está impulsando el referendo, lo que podría interpretarse como una representación engañosa de la situación. La pregunta de quién está detrás de la formulación de la pregunta se convierte en un aspecto clave de la representación.

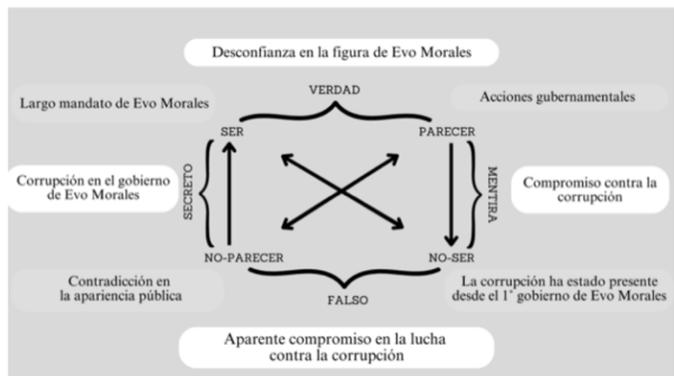
El diálogo entre las personas invisibles en los globos de texto menciona específicamente la “formulación de la pregunta sobre la reelección”. Esta referencia sugiere que la caricatura refleja la situación política y legal real, lo que implica que existe una base verídica en la discusión política representada. Se sugiere que la caricatura podría transmitir información falsa para favorecer al presidente, pero se reconoce que la interpretación de esto puede ser subjetiva y basada en la percepción individual. La falta de elementos visuales específicos indica una falsedad evidente en la escena que hace una la evaluación sobre lo “falso” como juicio subjetivo.

1.3 ETAPA INTENSIVA

La etapa intensiva, se adentrará en una fase crítica de la dinámica política del referéndum como un punto de inflexión con relación a los mensajes políticos e ideológicos compuestos en la caricatura más representativa realizada por *Abecor*. Por tanto, se examina detenidamente los factores y elementos que contribuyen a la intensificación de la persuasión visual, así como las implicaciones que esto puede tener en la toma de decisiones, la estabilidad gubernamental y la dinámica social.



Caricatura de Abecor



Cuadro semiótico de elaboración propia

La caricatura destacada representa al presidente Evo Morales en relación con el tema de las denuncias de corrupción en su gestión de Gobierno. A través de elementos semióticos se describe la imagen pública de Morales y la posible realidad oculta de su gobierno en relación con la corrupción. Morales se representa en la parte superior de las gradas, de la misma forma se puede describir que este elemento es la aserción del ser, vistiendo un traje y portando la banda presidencial de Bolivia. Estos elementos simbolizan su posición como presidente y su autoridad en el gobierno. Su presencia en el escalón más alto denota su estatus y autoridad, y se relaciona directamente con el contexto histórico del décimo aniversario de su gobierno. Marcando un hito en la historia del país y refuerza su posición como líder político.

El gesto de Morales con su mano izquierda elevada, como si estuviera realizando un juramento, pretende transmitir la imagen de un líder comprometido y serio en la lucha contra la corrupción, presentados como la aserción del parecer. El uso de un traje y la banda presidencial refuerza su apariencia de líder político serio y comprometido. Estos elementos simbólicos se emplean estratégicamente para generar confianza y credibilidad en su figura pública que enfrentara un próximo comicios.

La sombra que se encuentra en el primer escalón de las gradas, como negación del no-ser, y se eleva hacia Morales simboliza una entidad en proceso de materialización relacionada con la corrupción. La sombra lleva consigo la palabra *corrupción*, lo que indica una amenaza o un problema potencial que se acerca a Morales y su gobierno. Esta representación visual sugiere que algo que aún no es, está en proceso de convertirse en algo concreto, lo que plantea inquietudes sobre la posible corrupción en su gobierno. La misma sombra connota otro mensaje como negación del no-parecer donde su posición situada en la última grada sugiere una contradicción entre la apariencia externa de Morales y la realidad oculta relacionada con la corrupción. A pesar de su apariencia comprometida en la lucha contra la corrupción, la presencia de la sombra con la palabra destacada plantea la posibilidad de que su apariencia y su discurso puedan no reflejar la verdadera realidad de su gobierno.

Por tanto, la preocupación en el rostro de Morales observando el elemento de las gradas es la muestra de un mensaje secreto u oculto relacionado con las denuncias de corrupción en el gobierno de Evo Morales como hecho a destacar más que otros temas. El hecho de que la sombra esté en el primer escalón implica que este secreto ha estado presente desde el inicio de su gobierno, aunque no haya sido completamente revelado. Esto sugiere la existencia de prácticas que aún no han sido ampliamente conocidas o investigadas.

El análisis semiótico de esta caricatura política describe los elementos semióticos para criticar la posible falta de sinceridad en la lucha contra la corrupción por parte de Evo Morales y su gobierno. Además, plantea interrogantes sobre la relación entre la apariencia pública de los líderes políticos y la realidad oculta.

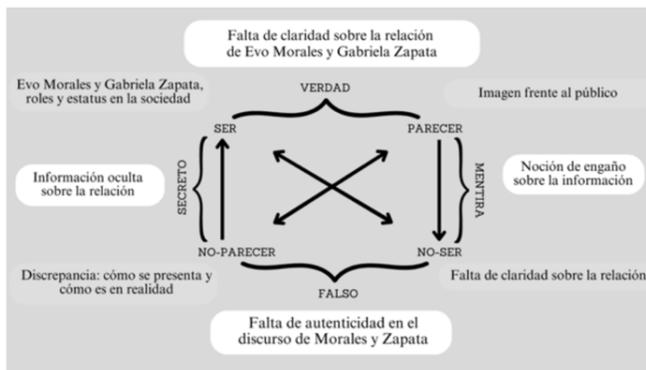
1.4 ETAPA DE REFUERZO

El análisis semiótico detallado representa a Evo Morales y Gabriela Zapata en el contexto de la controversia que los involucra previa al referéndum constitucional. Se abordan elementos como la vestimenta de los personajes, los vacíos negros en sus rostros, las máscaras que se abren a la dicotomía de la esfera pública y privada del presidente y una empresaria ejecutiva cuyo mensaje detalla de claridad y el misterio que rodea a la relación entre ambos, así como

la posible representación engañosa de su identidad pública. Entonces, los elementos semióticos utilizados en la caricatura para transmitir un mensaje crítico sobre la falta de transparencia, el ocultamiento de información y la posible mentira en relación con la vida personal de estos dos personajes políticos destaca la última etapa a días del referéndum.



Caricatura de Abecor



Cuadro semiótico de elaboración propia

Este estudio se centra en la representación de Evo Morales y Gabriela Zapata en el contexto de una controversia vinculada a ambas personas en el periodo de previo al referéndum constitucional. La caricatura se interpreta como una crítica a la falta de transparencia y la posible ocultación de información por parte de las personas mencionadas en relación con su vida personal y eventos mencionados en el comunicado. Se enfatiza la importancia de la honestidad y la transparencia que deberían contemplar ambos en cuanto a la comunicación de figuras públicas en el ámbito político.

En la viñeta los elementos de aserción del ser y parecer presentan a Evo Morales vistiendo un traje, un atuendo que denota su posición como presidente este detalle simbólico destaca su papel público y su identidad como líder político. Del otro lado, Gabriela Zapata aparece con un vestido, lo que puede sugerir su conexión con el mundo empresarial y su posición ejecutiva en una empresa china transnacional. Esta elección de vestimenta señala su identidad y rol en el ámbito privado y económico. Esta representación subraya la dicotomía entre la esfera pública y privada de estos personajes políticos.

Los vacíos negros en los rostros de Morales y Zapata son elementos investigados que reflejan la negación del ser. El mandatario, mientras tapa su rostro con las manos, presenta un hueco negro en su rostro, que puede interpretarse como una falta de claridad o transparencia con relación a la denuncia que lo vincula su expareja. Esto sugiere que la verdadera naturaleza de su conexión o relación se mantiene oculta.

De manera similar, Gabriela Zapata también muestra un hueco negro en su rostro mientras cubre su rostro con las manos, lo que simboliza una carencia o ausencia similar de información o transparencia con respecto a su relación con el presidente; por tanto, es presentado como para resaltar la falta de claridad y el misterio que rodea a la relación entre ambos.

La implicación de la mentira se puede interpretar de manera indirecta a través de la representación visual de los personajes. Aunque no se muestra explícitamente a los personajes mintiendo, ciertos elementos visuales y contextuales pueden evocar la noción de

En términos políticos, esto sugiere una pérdida de legitimidad y apoyo público. En cuanto a la aserción del parecer: La ánfora, con su apertura que parece gritar y escupir papeletas del “NO”, se convierte en un símbolo que está ampliamente resaltado como la voz de quienes votaron por esta opción y connotado como los ciudadanos bolivianos. La exageración de la ánfora sugiere que la decisión pasmada en el 51,3% del resultado se ha manifestado bajo la idea que es contundente y, a su vez, plantea interrogantes sobre la representatividad de la decisión popular en elecciones.

La implicación caricaturizada en el rostro de Morales que es presentada de forma exagerada implica que su figura política ha sido distorsionada y desfigurada como presentación del secreto. Esto puede interpretarse como una negación de su legado y su importancia en la política boliviana. En términos políticos, esta negación podría reflejar la opinión de que Morales ya no es la figura poderosa que solía ser y que su influencia ha disminuido significativamente con el NO.

En resumen, la caricatura editorial analizada describe la representación política compleja y crítica de la victoria del "NO" en el referéndum boliviano. A través de elementos semióticos, cuestiona la legitimidad, la transparencia y la influencia de la democracia participativa en el proceso político. Además, resalta el impacto negativo en la imagen de Evo Morales y la estrategia de propaganda utilizada durante la campaña electoral.

2. Caricaturas de editorial de *Al-azar*

En la presente se aborda el estudio y análisis semiótico de las caricaturas del renombrado artista Alejandro Salazar, conocido en el ámbito artístico como *Al-Azar*. Estas caricaturas de editorial, publicadas en el periódico *La razón*, son objeto de análisis en el contexto político del referéndum constitucional del 21-F, con un enfoque que busca identificar cómo se presentan sus dibujos en cinco etapas de investigación. Es esencial destacar que las representaciones visuales creadas por *Al-Azar* a menudo divergen de la línea editorial del periódico en el que se publican.

Las etapas investigadas en este estudio abordan diversas temáticas y aspectos relacionados con la política y la comunicación política, ofreciendo un análisis crítico de las imágenes y mensajes transmitidos por las caricaturas. Cada una de estas etapas se enfoca en un tema específico y es a través del análisis semiótico que se han obtenido los significados subyacentes en las ilustraciones:

1. Preparatoria, se plantea preguntas sobre la transparencia en la comunicación gubernamental y la autenticidad en el liderazgo político frente a los problemas económicos que atravesará el país.
2. Propagandística, se destaca la importancia de la coherencia en el proceso de modificación y la necesidad de evaluar críticamente las estrategias políticas al cual conlleva una posible modificación de la reforma en el supuesto caso que sea la opción del *Sí* aquella que gane el referéndum.

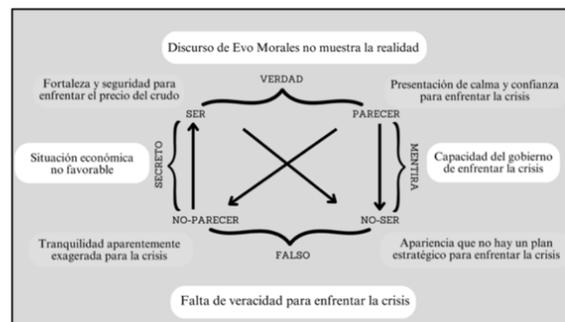
3. Intensiva, resalta la falta de sinceridad y honestidad en los discursos políticos de los voceros y propulsores de la opción del *No*, así como la importancia de discernir la verdad detrás de sus afirmaciones públicas.
4. Refuerzo, se destaca la importancia de cuestionar y verificar la información en el ámbito político electoral, es decir observar al emisor del mensaje.
5. Apremio, sugiere que la victoria del *No* fue impulsada por elementos negativos y engañosos relacionados con la denuncia contra Evo Morales

2.1 ETAPA PREPARATORIA

El objetivo de subcapítulo es realizar un análisis semiótico de una caricatura seleccionada de Al-azar que representa al presidente Evo Morales en dos figuras distintas, el cual se centra en interpretar los elementos simbólicos y faciales de la caricatura para examinar cómo se presenta al presidente Morales en términos de su autoridad, liderazgo, autenticidad y capacidad para manejar la crisis económica en el contexto de la situación del precio del petróleo. Además, el texto cuestiona la veracidad de las afirmaciones del gobierno y su transparencia en la comunicación sobre la crisis económica.



Caricatura de Al-Azar



Cuadro semiótico de elaboración propia

Este análisis semiótico se centra en la interpretación de una caricatura que representa al presidente Evo Morales en dos figuras distintas. En la primera figura, la representación del mandatario con la cabeza de un tanque militar es un símbolo que refleja autoridad y control; un vehículo de guerra asociado con la fuerza y la capacidad de imponer la voluntad.

Esta imagen puede interpretarse como una afirmación de que Morales se identifica con la fortaleza y la seguridad que un tanque representa, lo que refuerza su imagen como un líder con fuerza o capacidad de mando impositivo.

En contraste, la segunda figura muestra a Morales con una postura tranquila y una expresión facial relajada y sonriente, donde sugiere que está listo y preparado para enfrentar la situación económica del país, lo que refuerza su imagen como líder capaz de gestionar desafíos y transmitir tranquilidad a la población. Reflejados en la aserción del ser.

La sonrisa en ambas figuras es un elemento importante en el análisis de la aserción del parecer. En ambas representaciones, la sonrisa sugiere calma y confianza en medio de la crisis económica. Sin embargo, la nariz en forma de cañón en la primera figura y la nariz

larga en forma de cinturón en la segunda figura añaden una capa de complejidad. Estos elementos faciales pueden interpretarse como indicaciones de posible engaño o exageración por parte de Morales y su gobierno en relación con la situación económica.

El elemento de negación de no-ser se refiere a la desconexión entre la identidad personal de Evo Morales y su papel como presidente. En ambas figuras, se lo representa de una manera que sugiere una desconexión física entre su verdadero ser y la imagen que proyecta como presidente. Esto puede indicar una falta de autenticidad en su liderazgo y una separación entre su identidad personal y su papel político.

La primera figura también refleja la implicación de un secreto, con la cabeza de tanque y la nariz en forma de cañón, puede sugerir que el gobierno está tratando de ocultar o encubrir la verdadera realidad de la situación económica. La frase “Estamos blindados” en el globo de texto refuerza la idea de que el gobierno está manteniendo en secreto información crucial o negando los problemas reales que enfrenta el país. Este elemento semiótico implica una falta de transparencia en la comunicación gubernamental.

En cambio, la segunda figura con la nariz larga en forma de Pinocho y la frase “Ajustarse los cinturones” presentan la implicación mentira en relación con la capacidad del Gobierno para enfrentar la crisis económica. Pues el símbolo facial con el cual es descrito Morales suele presentarse como uno universal acerca de la mentira y la falta de veracidad. La inclusión de esta característica facial insinúa que las afirmaciones del gobierno sobre su capacidad para manejar la crisis podrían no ser totalmente fiables.

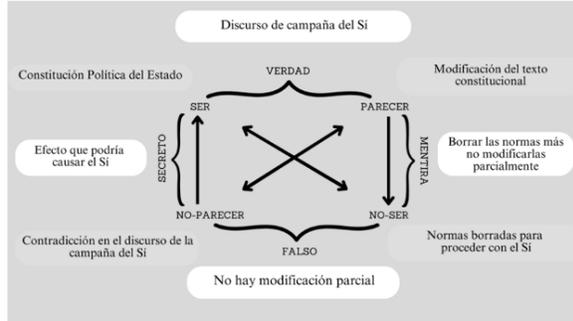
Por tanto, la caricatura de Al-azar cuestiona las afirmaciones de Morales y el gobierno que dirige sobre la fortaleza económica y la capacidad de enfrentar la crisis del precio del petróleo. La representación del total de elementos lo presentan como un contraste de que estas afirmaciones podrían basarse en falsedades o engaños, lo que implica una falta de transparencia en el manejo de la crisis económica.

2.2 ETAPA PROPAGANDÍSTICA

En la etapa propagandística se identificó un caricatura que aborda el tema de la modificación constitucional y la propuesta de consulta. El análisis se centra en los elementos visuales y simbólicos presentes en la caricatura para expresar la percepción y la crítica hacia esta propuesta. El texto descompone los elementos de la caricatura, como la representación de la Constitución busca transmitir un mensaje oculto relacionado con las posibles consecuencias que implica la opción del Sí. En general, el objetivo del subcapítulo es analizar críticamente cómo la caricatura aborda la modificación constitucional y plantea preguntas y preocupaciones sobre su impacto en la política



Caricatura de Al-Azar



Cuadro semiótico de elaboración propia

Esta caricatura se enfoca en describir las implicaciones en la modificación Constitucional donde se presenta elementos visuales y simbólicos que muestran la percepción y la crítica de la propuesta consulta previa. Como se observa en la viñeta, el elemento de aserción es, la apariencia de un libro abierto representa la Constitución Política del Estado de Bolivia, como el punto de partida que simboliza la existencia tangible y legal de la constitución como el marco normativo fundamental del país. La elección de representar la constitución como un libro abierto enfatiza su accesibilidad y la importancia de su contenido.

Por otro lado, la descripción del parecer se muestra en la mano sosteniendo un lápiz invertido y la escritura del “SI” con el borrador del lápiz son elementos que sugieren una acción en curso. Esta acción puede interpretarse como un intento de modificar la constitución existente. La elección de un lápiz invertido y un borrador en lugar de tinta convencional es significativa, ya que sugiere que la modificación se está llevando a cabo de una manera poco convencional o incluso cuestionable.

Como elemento de negación del ser se muestra la ausencia de modificaciones en letras en el libro de la constitución con el trazo de borrador del lápiz resalta que los cambios tangibles son la transformación de las normas que en un momento fueron el inicio de un cambio política donde la transformación tiene que ver con deshacer por algo que no es pequeño puesto que implica algo más grande. En cuanto al no-parecer se muestra en la contradicción en la forma de escribir el “SI” con un lápiz invertido y un borrador en lugar de tinta es un elemento que desafía las expectativas convencionales. Esta elección estilística puede sugerir una falta de coherencia en el proceso de modificación propuesto. Además, una cierta reversión o eliminación de elementos previos en la constitución, lo que podría plantear preocupaciones sobre la continuidad y la estabilidad de la normativa legal.

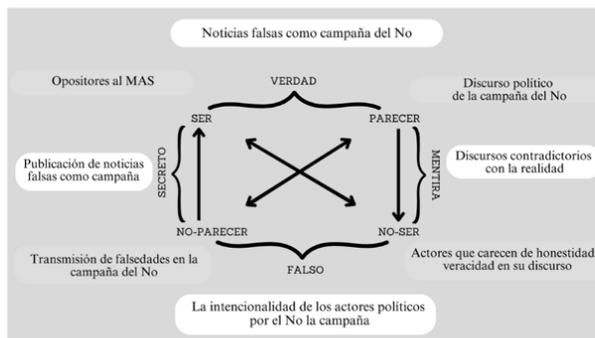
El mensaje oculto en la caricatura es el “SI” escrito con un borrador el cual sugiere que hay una cierta opacidad en la propuesta de modificación o consecuencias que no están siendo plenamente reveladas. En conjunto, la caricatura política de Al-azar describe la modificación constitucional en con elementos visuales y simbólicos críticos que plantean cuestionamientos sobre el efecto a gran escala que representara el voto por la opción que está impulsando el partido de gobierno.

2.3 ETAPA INTENSIVA

En la etapa intensiva se ha seleccionado una caricatura que representa a dos oradores políticos cuyo parecido son a los actores públicos del conjunto de personas que representan la campaña por el No. El análisis semántico realizado se centra en varios aspectos, como la escenografía, los gestos de los oradores, las negaciones de la verdad o la realidad conocida, la implicación de secretos y la contradicción de las afirmaciones de los personajes presentados y lo realidad.



Caricatura de Al-Azar



Cuadro semiótico de elaboración propia

La caricatura en analizada presenta dos cuadros separados, cada uno con un orador en un escenario elevado y un atril. Estos elementos escenográficos denotan inmediatamente la posición de liderazgo o autoridad de los oradores en el contexto de los discursos políticos. Estos elementos escenográficos constituyen el elemento de aserción del ser, ya que visualmente establecen a los personajes como autoridades que representan a la oposición del partido de gobierno.

El gesto recurrente de ambos oradores, la mano derecha apuntando al público en señal de promesa, se alinea con el elemento de aserción del parecer. Este gesto sugiere que los oradores están haciendo promesas o compromisos al público, tratando de proyectar una imagen de confianza y autoridad. Es importante destacar que estos gestos son un componente esencial de la comunicación política, ya que los líderes políticos suelen utilizarlos para establecer una conexión emocional con el público y ganar su confianza.

Sin embargo, se revela un elemento de negación, específicamente el negar la verdad o la realidad conocida, que se manifiesta en los discursos de ambos personajes. El mosquito niega la transmisión del virus del zika, a pesar de que es ampliamente conocido que los mosquitos son portadores y transmisores de esta enfermedad. Del mismo modo, el hombre de traje y corbata niega su participación en la guerra sucia, lo cual puede ser contradictorio con la realidad. Estas negaciones representan el elemento de negación no-ser y resaltan la falta de sinceridad y honestidad en los discursos políticos representados en la caricatura.

La implicación en la caricatura sugiere una capa adicional de complejidad en la comunicación política. Los oradores pueden estar ocultando información relevante o desconocida por el público. Este elemento de secreto se refuerza al analizar sus apariencias físicas. El mosquito se asemeja a un ser humano, con una nariz larga similar a la de Pinocho, lo que sugiere que está ocultando la verdad o transmitiendo falsedades. Del mismo modo, el hombre de traje y corbata muestra rasgos asociados con la deshonestidad, como ojos ambiciosos y una nariz

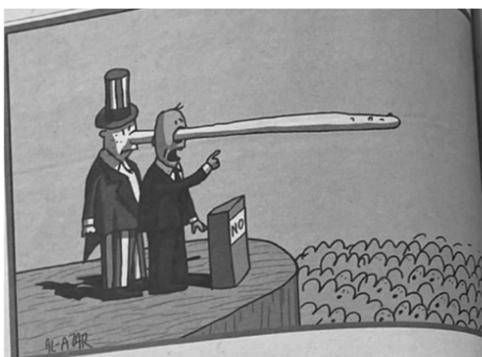
larga. Esto plantea la pregunta de si están ocultando la verdad o manipulando la situación, lo que da lugar al elemento de implicación secreto.

El elemento de término compuesto, verdad y falsedad, se hace evidente al analizar las afirmaciones de los personajes en contraste con la realidad. La verdad es que el mosquito sí transmite el virus del zika, y el hombre de traje y corbata está involucrado en la guerra sucia. Sin embargo, sus discursos niegan estas realidades, lo que destaca la falsedad de sus afirmaciones y la desconexión entre sus palabras y los hechos reales.

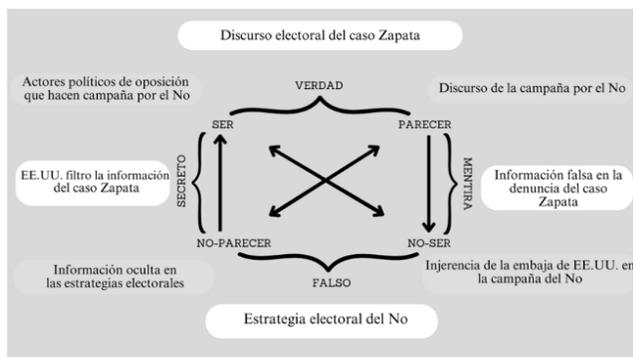
El mensaje de la caricatura de editorial se muestra la caricatura transmite el mensaje de la presencia de líderes o figuras públicas que emiten discursos falsos y engañosos. Los gestos de las manos, las expresiones faciales y las afirmaciones contradictorias revelan la falta de sinceridad y honestidad por parte de estos líderes. El mensaje puede apuntar a la importancia de cuestionar y analizar críticamente los discursos públicos para identificar la verdad detrás de las afirmaciones y evitar ser manipulados por falsedades.

2.4 ETAPA DE REFUERZO

La etapa de refuerzo describe cómo el acontecimiento de la supuesta denuncia del tráfico de influencias que recae sobre la imagen del presidente Evo Morales, anunciada a tres semanas del referéndum constitucional, puede generar impacto en los lectores de dos formas: La presunción que la denuncia es un hecho real o la objeción a esta acentuando a quienes fueron los emisores y canales del mensaje hacia Morales. La segunda opción es aquella que fue rescatada por el caricaturista Al-Azar para criticar la falta de transparencia que existe detrás del anuncio televisivo de Carlos Valverde y reforzado por varios medios.



Caricatura de Al-Azar



Cuadro semiótico de elaboración propia

El análisis semiótico revela que la persona 1 en la caricatura, simboliza a los actores políticos de oposición cuyo rol es resaltado por su participación electoral por la opción del No, representando el "Ser", proyecta una imagen de autoridad y liderazgo a través de su gesto de promesa y su apariencia. Sin embargo, la presencia de la persona 2, el "No-Ser", que representa la presencia de la embajada de Estados Unidos en Bolivia, cuya nariz larga atraviesa la nariz de la persona 1, crea una discrepancia entre la apariencia superficial y la realidad. Esta discrepancia simboliza la posibilidad de que haya algo oculto o falso en la situación política representada. La figura de la persona 2 sugiere la existencia de un *Secreto* y la posibilidad de una *Mentira* en el discurso político, que es la intervención política en asuntos electorales del país.

La persona 1 en la caricatura, que ocupa el centro del escenario, representa la figura de autoridad y liderazgo. Su vestimenta formal y su gesto de promesa con la mano abierta indican que está haciendo una declaración importante. Este elemento simboliza la representación del ser en la política, donde la autoridad y la credibilidad son esenciales para persuadir a la audiencia. En el elemento de aserción del parecer la representación de la persona 1 como un líder carismático y confiado demuestra cómo la política está intrínsecamente ligada a la percepción pública; su gesto de promesa se interpreta como un intento de generar confianza en la audiencia, lo que subraya la importancia de la imagen pública en la política moderna.

La figura de la persona 2, detrás de la persona 1, introduce el elemento del no-ser. La nariz larga y reminiscente de Pinocho atraviesa la nariz de la persona 1, simbolizando la posibilidad de que haya engaño o falsedad presente en el discurso político. Aunque no se puede ver claramente el rostro de la persona 2, su presencia sugiere una realidad oculta. La presencia de la persona 2 crea una discrepancia entre la apariencia superficial y la realidad subyacente. A pesar de que la persona 1 parece ser el único en el centro de atención, la figura de la persona 2 indica que hay algo más sucediendo detrás de escena. Esto destaca la dualidad entre la imagen pública cuidadosamente construida.

Por otro lado, la tarima alta en la que se encuentra la persona 1 y la invisibilidad de la persona 2 simbolizan la existencia de un secreto en el discurso electoral del No. La audiencia no puede ver lo que ocurre detrás del escenario, lo que sugiere la presencia de información oculta o agendas no reveladas. Esto plantea preguntas sobre la transparencia y la autenticidad de quienes emitieron el comunicado sobre el Caso Zapata. La nariz larga de la persona 2, evocando la de Pinocho, insinúa la posibilidad de mentira o distorsión de la verdad en el discurso de la persona 1. La imagen de la nariz de la persona 2 atravesando la nariz de la persona 1 simboliza la manipulación y la falta de sinceridad en la política.

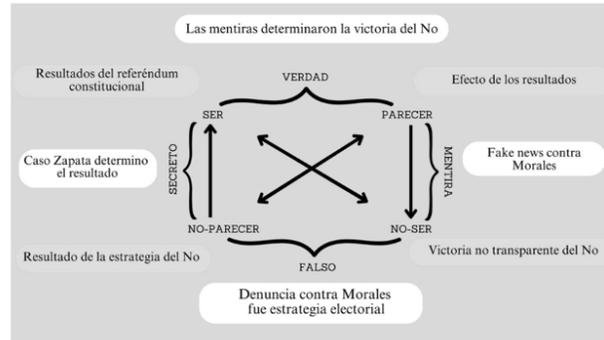
Este análisis semiótico refleja cómo la caricatura de Al-Azar critica las estrategias de comunicación de la oposición electoral a Evo Morales cuyos intentos de proyectar una imagen de transparencia en la forma de hacer campaña es deshonesto y muestra un efecto connotativo de la intención electoral del país del norte. Esto tiene implicaciones significativas en la percepción pública de la política y en la capacidad de los ciudadanos para tomar decisiones informadas en un entorno político complejo y a menudo opaco.

2.5 ETAPA DE RESULTADOS

La última etapa de investigación, de apremio, muestra cómo Al-Azar describe los resultados del referéndum constitucional del 21-F donde la opción del No alcanzó la cantidad suficiente para que la candidatura de Evo Morales no sea habilitada en las elecciones presidenciales de 2019, y la modificación parcial a la Constitución Política del Estado no pueda ser un hecho para tratar. Sin embargo, la orientación del referéndum, también, giro alrededor de ganar a Morales electoralmente por tanto el vehículo propagandístico se observa como el ataque a su figura pública y política, en ello el caricaturista de La razón retrata que los resultados electorales son parte de causalidades y efectos visualizados.



Caricatura de Al-Azar



Cuadro semiótico de elaboración propia

Este estudio realiza un análisis semiótico de una caricatura política que representa una escena de dos personas pescando en un río en las montañas, con un enfoque particular en las implicaciones políticas y comunicativas de la misma. La caricatura en cuestión se centra en la victoria del “No” en un referéndum constitucional y sugiere que esta victoria fue influenciada por la denuncia del caso Zapata contra Evo Morales.

La representación visual de dos personas pescando en un río en las montañas es el elemento central de la caricatura, por ende, el ser. La expresión facial y la simbología en las camisetas de las personas se utilizan para comunicar sus sentimientos y actitudes. Esto implica que la percepción pública de la situación política se ve influenciada por elementos visuales y simbólicos. En cambio, con la aserción del parecer se sitúa en los detalles aparentes de la caricatura la persona que muestra una sonrisa competitiva y lleva una polera con la simbología *No*, presenta a quienes festejan la victoria de esta opción. Evo Morales, por otro lado, muestra un rostro triste y desanimado, lo que sugiere que no ha tenido éxito en su intento de pescar, y por ende de ganar.

Un elemento representativo en la caricatura es que, al retratar únicamente a dos personas sentadas en montañas, pescando en un río, se interpreta un mensaje de negación. No se representan otros individuos que podrían estar presentes en el contexto del referéndum constitucional, fue una opción contra la otra, también la falta de representación de la verdad pública por parte del “No”. El no-parece, también, se asemeja a describir que la ausencia de personas y la presentación del No indica que su victoria se debe a la influencia de la denuncia que involucra a Morales y Gabriela Zapata.

El elemento de secreto se observa la importancia de la transparencia y la veracidad de la información en el ámbito político; también plantea preguntas sobre quién tiene acceso a esta información y cómo se utiliza con fines políticos, relacionado con la especulación y la manipulación de la información en el contexto del referéndum, pues pueden considerarse como elementos que generan incertidumbre sobre la veracidad de la información presentada.

La vinculación a las acusaciones mencionadas en relación con el referéndum constitucional y la denuncia contra Evo Morales muestran que la denuncia fue utilizada como una estrategia electoral para influir en los resultados del referéndum. Esto implica que las acusaciones que la implicación mentira se observa en esta presentación donde la balanza inclinada hacia el No fue influida por el Caso Zapata.

Por otro lado, la necesidad de buscar y establecer la veracidad de los hechos en el ámbito político. En el contexto del referéndum constitucional y las acusaciones contra Evo Morales, la búsqueda de la “verdad” se vuelve crucial. La caricatura sugiere que existen diferentes narrativas y versiones de los eventos, y que es necesario discernir cuál es la verdad en medio de las acusaciones y la especulación. La importancia de cuestionar y verificar la información, así como la necesidad de una cobertura periodística precisa y objetiva. Entonces, las acusaciones de calumnias y falsedades presentadas en la denuncia contra el mandatario destacan la importancia de evaluar críticamente la información y verificar los hechos antes de llegar a conclusiones, en el ámbito político- electoral.

El mensaje de la caricatura de editorial parece centrarse en la representación visual de la victoria del "NO" en el referéndum y en la percepción de que esta victoria fue influenciada por una denuncia sospechosa y calumnias contra Evo Morales. La caricatura sugiere una crítica hacia la utilización de estrategias basadas en calumnias y mentiras en el ámbito político, así como la idea de que la victoria del "NO" pudo haber sido impulsada por elementos negativos y engañosos.

3. Comparación de las caricaturas de editorial

La caricatura de editorial es una forma de expresión artística y periodística que emite mensajes codificado de satírica y humor mediante la construcción de figuras, colores, micro-textos y símbolos, como humanos, animales, objetos cotidianos, construida a través de corporalidades, para mencionar acontecimientos políticos, económicos, electorales, etc. Sobre lo actual, conocido como contexto. Pues bien, decodificado el mensaje se entiende como una expresión que provocar en las espectadores una visión crítica y aguda sobre eventos, figuras públicas o cuestiones relevantes en la opinión pública.

Esta forma de expresión cumple funciones o roles en la prensa, como comentar y criticar acontecimientos, políticas gubernamentales, líderes, que de cierta forma el contexto implica su mención. Un segundo electo es el planteamiento de un debate de aquello que no es nombrado públicamente como también lo evite que puede llegar a ser, pues a partir de esto los espectadores pueden observar de forma crítica la información.

Un tercer elemento es el principio de libertad de expresión puesto que la forma en la cual construyen un mensaje es abierto y no restringido. Cuarto elemento, es el impacto de la construcción del mensaje en la imagen, pues en al tratarse de una sola viñeta los símbolos y figuras transmiten un mayor impacto o comprensión de los acontecimientos

La influencia del mensaje de la caricatura va enfocada en sectores de la población que captan con mayor frecuencia las imágenes que los textos largos; de esta manera podemos observar que un mensaje en periodos electorales puede sintetizar aquello que es agendado para las personas. Durante periodos electorales, la caricatura de editorial ha demostrado su capacidad para influir en la opinión pública de diversas maneras como: Resaltar cualidades o debilidades, los caricaturistas los enfocan en periodos electorales a los personajes públicos, lo que puede afectar la percepción del electorado sobre ellos; la sátira política, pues a través de expresiones o figuras pueden ridiculizar las promesas de los candidatos o exagerar sus comportamientos, lo que puede influir en la percepción pública sobre su idoneidad para el

cargo; Crítica a políticas, que puede destacar y criticar las políticas propuestas por los candidatos o los partidos, influyendo en la forma en que la gente considera sus propuestas.

Las y los artistas cumplen roles comunicativos, pues sus gafas están cruzadas por el espacio para el cual lo producen, con esto queremos mencionar que los caricaturistas cumplen un rol de periodismo porque la construcción del mensaje es compuesto como propósito informativos y educativos, la mayoría de los contextos que son elaborados en las caricaturas implican una transversalidad de comprender a los lectores o espectadores, pues aquello que es mencionado requiere el detalle de bajar en formas lo que una palabra no puede hacerlo con la imaginación; es por ello que, el análisis de la realidad es imprescindible puesto que el rostro, el discurso y las emociones son herramientas de dimensiones para plasmar su idea, por ejemplo la expresión de los políticos no se puede comprender sin la evaluación de lo económico, sociales, político que influye el estado de ánimo o el contexto; de esta forma, los receptores al observar la imagen pueden comportarse como más inquietos a la hora de iniciar un debate sobre un tema preciso.

En ello podemos observar que la construcción del mensaje cobra impacto por las figuras, unas más que otras ligadas a los contextos políticos y sus actores; la animalización, es uno de ellos que, busca representar a políticos en tanques, mascarar, el personaje de pinocho o insectos para resaltar ciertos rasgos o comportamientos negativos asociados con estas figuras. La exageración física, que acentúa rasgos físicos distintivos del político, como narices, orejas, mentones, para crear una imagen reconocible y humorística. Y el uso símbolos y objetos, que pueden asociar al político relacionado a su posición o política para transmitir un mensaje específico.

Etapa preparatoria

La etapa preparatoria identifico dos caricaturas que no pertenecen al mismo grupo de acontecimientos, *La razón* asiente con asuntos gubernamentales y *Página siete* con asuntos electorales, sin embargo, ambos tienen puntos de coincidencia en transmitir mensajes codificados en la figura de Morales como mandatario/presidente. Las caricaturas de Al-azar y Abecor que coinciden en tratarlo construyen dos significados distintos, que van crítica de la figura como Presidente Evo Morales como del Gobierno nacional, para connotar símbolos.

En *La razón*, presenta como una crítica a la formalidad de emitir un discurso que involucra seriedad para las personas en relación a la baja del petróleo, pues al presentarse como un discurso que fue marcado por el “ajuste de cinturones” Morales es retratado con dos figuras, el de la seguridad al transmitir que será un periodo distinto por la baja del crudo donde el gobierno se está preparando para enfrentarlo y la relación con lo que puede generar certidumbre, el rostro se presenta como una forma satírica donde la tranquilidad se puede interpretar como lo cotidiano de Morales más las contradicciones con las narices larga transmiten que el mensaje puede interpretarse como un gobierno que no está preparado.

En cambio, en *Página siete*, presenta la primera caricatura con relación al discurso de Evo Morales, emitido en una conferencia de prensa, sobre su intención de participar en las elecciones del 2019 mediante un mecanismo que no pueda habilitar como candidato: la reforma parcial de la CPE. La caricatura construye un semblante de Evo Morales ligado a la arrogancia para la toma de decisiones, donde la Presidencia es presentada a través de la figura de la silla presidencial y los mensajes escritos alrededor, remarcando que la decisión de

volver a participar no involucra la decisiones de varias personas si no la de él mismo, por ello que el gesto de Morales al elevar la silla sugiere una manipulación de la verdad para mantenerse en el poder.

Tanto Al-azar y Abecor reflejan una visión negativa hacia el presidente Morales como la forma de transmitir un mensaje, ambos desde comentarios nombrados para los periódicos y discursos públicos para los lectores, poniendo en duda su veracidad, transparencia y capacidad de liderazgo para enfrentar problemas económicos como su intención de volver a ser candidato. Estas caricaturas de editorial transmiten la codificación de un mensaje que los asuntos del gobierno tienen mayor relevancia como forma de crítica para Al-azar y los asuntos electorales serán priorizados por Página siete. Es importante señalar que ambos caricaturistas que centraron su mensaje en Evo Morales no coinciden en el mensaje, pues Al-azar cuestiona al gobierno desde su caricatura como contra-poder, Abecor cuestiona a Evo Morales como crítico a sus acciones.

Etapa propagandística

En el contexto del análisis político contemporáneo, el papel de la prensa y los caricaturistas adquiere una relevancia significativa en la formación de la opinión pública y en la propagación de mensajes políticos. La etapa propagandística de la investigación, donde se examinan de manera crítica dos caricaturas publicadas en los periódicos *Página siete* y *La razón*. Estas caricaturas, creadas por los dibujantes *Abecor* y *Al-azar*, utilizaron palabras y símbolos para comunicar mensajes políticos, inducir una postura crítica en el espectador y contribuir al debate político.

Los elementos clave presentes en ambas caricaturas, comprender los objetivos subyacentes de sus mensajes, identificar las estrategias empleadas por los caricaturistas para resaltar ciertos aspectos y, en última instancia, examinar el impacto que estas representaciones visuales pueden tener en la percepción pública y en el discurso político electoral del 21-F.

Se desglosarán minuciosamente las siguientes dimensiones críticas presentes en las caricaturas de Abecor y Al-azar, publicadas en los periódicos "Página Siete" y "La Razón", respectivamente: Primero, se examinarán los elementos visuales y simbólicos que configuran el marco de cada caricatura. Segundo, se explorarán los objetivos subyacentes de los mensajes transmitidos, analizando cómo cada dibujante aborda cuestiones políticas clave. Tercero, se destacarán las estrategias empleadas por los caricaturistas para resaltar ciertos elementos y conceptos, desvelando las intenciones detrás de la composición visual.

Cuarto, se indagará en cómo estas caricaturas logran inducir una postura crítica en el espectador, cuestionando la política y la toma de decisiones representadas. Quinto, se compararán y contrastarán los elementos destacados en ambas caricaturas, identificando similitudes y diferencias en su enfoque y contenido. Finalmente, se considerará cómo estas caricaturas contextualizan el referéndum constitucional, aportando a la comprensión del entorno político en el que fueron publicadas.

Comunicación política y medios visuales, ambas caricaturas demuestran cómo los medios visuales y simbólicos son herramientas poderosas en la comunicación política. Los dibujantes utilizan elementos visuales y símbolos para transmitir sus mensajes de manera efectiva. Esto

es particularmente relevante en la era digital, donde la información se consume rápidamente a través de imágenes y gráficos en las redes sociales.

El rol de las figuras políticas, en la caricatura de Abecor, la figura de Evo Morales se destaca como un líder estratégico. Esto refleja la importancia de las figuras políticas en la percepción pública y cómo sus acciones y estrategias pueden influir en la opinión del público. La caricatura sugiere que la estrategia política está directamente vinculada a la figura del presidente Evo Morales.

Sobre la legitimidad constitucional del referéndum, la caricatura de Al-azar resalta la importancia de la Constitución como la base legal y normativa del país. El hecho de que la Constitución se represente como un “libro abierto” sugiere que debe estar accesible y comprensible para todos los ciudadanos. Esto puede interpretarse como un llamado a la legitimidad de cualquier modificación constitucional, destacando la necesidad de un proceso transparente y participativo.

Transparencia y participación ciudadana, ambas caricaturas tocan el tema de la situación de causa-efecto de los comicios. En la caricatura de Abecor, se sugiere que la estrategia política podría estar ocultando información al público, lo que plantea preocupaciones sobre la participación ciudadana informada. Por otro lado, la caricatura de Al-azar cuestiona la forma en que se lleva a cabo la modificación constitucional, lo que también podría relacionarse con la transparencia y la participación ciudadana en el proceso.

El efecto en el debate político, estas caricaturas, al inducir una postura crítica en el espectador, pueden tener un impacto en el debate político. Pueden influir en cómo se discuten y perciben temas políticos clave, como la reelección presidencial y las modificaciones constitucionales. También pueden motivar a los ciudadanos a buscar más información y participar activamente en el proceso político.

Tras un análisis exhaustivo de las caricaturas de Abecor y Al-azar en la etapa propagandística de esta investigación, se han extraído varias conclusiones significativas. En primer lugar, se ha evidenciado que ambos dibujantes emplean elementos visuales y simbólicos de manera estratégica para transmitir mensajes políticos complejos. Abecor se centra en la estrategia política y la reelección de Evo Morales, mientras que Al-azar aborda la modificación constitucional y la importancia de la Constitución.

Ambas caricaturas buscan inducir una postura crítica en el espectador, planteando preguntas y cuestionamientos sobre los eventos políticos representados. Además, se ha destacado la importancia de la transparencia y la participación ciudadana en la política, así como el papel crucial de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública. En última instancia, estas caricaturas ejemplifican cómo los medios visuales pueden influir en el debate político y contribuir a la comprensión de los temas políticos clave del país.

Etapa intensiva

La etapa intensiva se centra en examinar las caricaturas como ejemplos elocuentes de la inducción propagandística a través de la representación satírica de figuras políticas. En esta etapa de la investigación, se profundizó cómo estas caricaturas abordan cuestiones como la corrupción, la falta de sinceridad en la política y la gestión de la imagen pública.

La comparación de ambas caricaturas procederá de un análisis de los siguientes puntos clave identificados: En primer lugar, se examinarán los elementos visuales y simbólicos presentes en las caricaturas, resaltando su importancia en la transmisión del mensaje político. Se profundizará en el objetivo principal de cada caricatura, destacando la crítica propagandística y los temas centrales que se abordan, como la corrupción y la deshonestidad política por otro lado. Posteriormente, se compararán y contrastarán los elementos comunes y distintivos presentes en ambas caricaturas para resaltar las estrategias utilizadas por los caricaturistas.

Primer mensaje, corrupción y deshonestidad en el campo político, las caricaturas reflejan la preocupación generalizada por la corrupción en la política. La caricatura de Evo Morales sugiere que los políticos a menudo utilizan su posición y retórica para proyectar una imagen de compromiso con la lucha contra la corrupción, pero la realidad podría ser diferente. Este es un problema recurrente en muchos sistemas políticos en todo el mundo, donde los líderes prometen transparencia y ética, pero enfrentan alegaciones de conducta corrupta. Esta falta de confianza en los políticos socava la legitimidad de las instituciones políticas y puede llevar a una mayor apatía y desconfianza por parte de los ciudadanos.

Con relación a la manipulación y engaño en discursos políticos la caricatura de los dos oradores destaca un aspecto crítico de la comunicación política: la manipulación y el engaño en los discursos. Los gestos de promesa de los oradores, mientras niegan la verdad, señalan la paradoja de los políticos que tratan de ganar la confianza del público mientras ocultan información relevante o transmiten falsedades. Esto plantea preguntas importantes sobre la responsabilidad de los líderes políticos y la necesidad de un escrutinio público crítico de sus palabras y acciones. Los ciudadanos deben ser educados en el análisis de discursos políticos para evitar ser manipulados por retórica vacía.

La relación entre la imagen pública y la realidad política, estas dos caricaturas exploran la brecha entre la imagen pública que los líderes políticos desean proyectar y la posible realidad oculta. Esto refleja una dinámica fundamental en la política moderna: la gestión de la imagen. Los políticos a menudo invierten en la construcción de una imagen pública que atraiga al electorado, pero esta imagen puede no reflejar la totalidad de su actuación política. Esta brecha puede socavar la confianza de los ciudadanos en sus líderes y, por lo tanto, es un tema crítico para la ciencia política.

En conclusión, el análisis detallado de las caricaturas publicadas en *Página siete* y *La razón* durante la etapa intensiva de esta investigación revela la eficacia de la comunicación visual como herramienta de crítica política y de influencia en la percepción pública; en el cual se aborda cuestiones cruciales como la corrupción y la falta de sinceridad en los discursos políticos, utilizando elementos visuales y simbólicos de manera estratégica. Se destaca la brecha entre la imagen pública que los líderes políticos buscan proyectar y la posible realidad oculta, lo que subraya la importancia de la gestión de la imagen en la política moderna. Se pone de relieve el papel esencial de los medios de comunicación y los caricaturistas políticos en la crítica política y la formación de la opinión pública. Estos hallazgos resaltan la necesidad de un escrutinio crítico por parte de los ciudadanos y la importancia de la transparencia y la honestidad en la política para mantener la confianza en las instituciones públicas que están llevando a cabo los comicios.

Etapa de refuerzo

Esta etapa de evaluación se centró en el contexto del referéndum constitucional, la comparación de ambos muestra la desconfianza en las élites políticas alojadas en la oposición al gobierno nacional, la importancia de la imagen pública, la influencia de actores externos, la opacidad en el discurso político y el impacto en la toma de decisiones de los votantes como aspectos clave de este análisis en la etapa de evaluación.

Se desglosarán los siguientes puntos clave que se han evaluado en ambas representaciones. En primer lugar, se abordará la desconfianza en las figuras políticas, destacando cómo las caricaturas reflejan una percepción generalizada de falta de confianza en las élites políticas, lo que puede influir en el comportamiento electoral. En segundo lugar, se analizará la importancia de la construcción de la imagen pública y cómo estas representaciones visuales subrayan la tensión entre la imagen proyectada y la realidad política.

En tercer lugar, se explorará la influencia de actores externos en la política boliviana, con un enfoque en la representación de la embajada de Estados Unidos como elemento crítico. Cuarto, se examinará la opacidad en el discurso político y cómo las caricaturas insinúan la falta de sinceridad y transparencia en las promesas políticas. Por último, se evaluará cómo estos elementos impactan en la toma de decisiones de los votantes, influyendo en su percepción y actitudes políticas durante el referéndum constitucional.

El primer elemento se muestra en la desconfianza en las figuras políticas, la presencia de figuras políticas prominentes en estas caricaturas, como Evo Morales, actores de oposición y la embajada de Estados Unidos, sugiere una falta general de confianza en las élites políticas. Esta desconfianza puede derivar de experiencias previas de corrupción o promesas incumplidas por parte de líderes políticos. En un contexto electoral, la falta de confianza en las figuras políticas puede llevar a la apatía o al voto en contra de las propuestas públicas.

El elemento de importancia de la imagen pública en las caricaturas resalta cómo la construcción de la imagen pública es fundamental en la política contemporánea. Las figuras políticas invierten tiempo y recursos en presentar una imagen que les haga parecer confiables y auténticos. Sin embargo, estas caricaturas sugieren que la percepción pública puede ser crítica y escéptica. Esto plantea preguntas sobre la eficacia de la construcción de la imagen pública y si los votantes están dispuestos a aceptarla sin cuestionamientos.

La influencia de actores externos en la segunda caricatura, la representación de la embajada de Estados Unidos como un actor que atraviesa la nariz de una figura política local destaca la percepción de que los actores externos pueden influir en la política interna de un país. Esto puede ser especialmente relevante en países con una historia de intervención extranjera en asuntos nacionales. Los votantes pueden preocuparse por la independencia de su proceso democrático y la capacidad de tomar decisiones autónomas.

Sobre la opacidad en el discurso político, la presencia de máscaras en las caricaturas sugiere que los políticos pueden no ser totalmente transparentes en su discurso político. Esto resalta la preocupación por la honestidad y la autenticidad en la política. Los votantes pueden cuestionar la veracidad de las promesas y declaraciones de los políticos, lo que puede llevar a una mayor escepticismo y desconfianza en el proceso político en general.

El impacto en la toma de decisiones de los votante, estas caricaturas pueden influir en la toma de decisiones de los votantes. Si los votantes perciben a las figuras políticas como poco transparentes o deshonestas, pueden ser menos propensos a apoyar las propuestas respaldadas por esas figuras. Además, pueden estar más inclinados a buscar alternativas políticas o incluso abstenerse de votar si sienten que no pueden confiar en ninguno de los actores políticos principales, así como lo es Evo Morales.

En conclusión, el análisis detallado de las caricaturas publicadas por *Abecor* y *Al-Azar* revela una serie de conclusiones significativas sobre la influencia propagandística en el contexto político boliviano previo al referéndum constitucional. Estas caricaturas reflejan una profunda desconfianza en las figuras políticas representadas, subrayando la percepción generalizada de falta de transparencia y posible engaño en el discurso político. Además, destacan la importancia de la imagen pública en la política actual y cómo la construcción de una imagen puede ser cuestionada por la percepción pública crítica. Asimismo, se pone de manifiesto la preocupación por la influencia de actores externos en la política nacional, lo que sugiere una percepción de falta de autonomía en la toma de decisiones políticas. La opacidad en el discurso político es un tema recurrente, y las caricaturas insinúan la falta de sinceridad y autenticidad en las promesas políticas. Por último, se evidencia que estos elementos tienen un impacto potencial en la toma de decisiones de los votantes, ya que pueden influir en su percepción y actitudes políticas durante el proceso electoral. Estas conclusiones resaltan la complejidad de la política en Bolivia y la importancia de comprender cómo la propaganda visual puede influir en la dinámica política electoral.

Etapa de resultados

En el contexto de la etapa de apremio, las dos caricaturas comparadas, obra de los dibujantes *Abecor* y *Al-Azar* presentan una interesante y crítica perspectiva sobre el proceso electoral y la presentación de los resultados que apuntan al relato de la victoria del *No*. Se examino los elementos visuales, simbólicos y discursivos que muestran cómo los medios gráficos pueden convertirse en herramientas poderosas para transmitir mensajes políticos y sociales, influir en la percepción pública y cuestionar la ética política.

Por tanto, en el análisis comparativos de ambas imágenes se describirá lo siguiente: En primer lugar, se examinará la representación de Evo Morales en ambas caricaturas y su significado político, destacando cómo su imagen se ha presentado como símbolo de una pérdida de poder y control. Luego, se analizará el uso de simbolismo y elementos visuales en las caricaturas, como la ánfora que escupe papeletas o la metáfora de Morales tratando de pescar, y cómo estos elementos refuerzan la narrativa crítica sobre la victoria del *No*. Posteriormente, se abordará la crítica a las estrategias políticas utilizadas en el referéndum, con un enfoque en las denuncias calumniosas y el Caso Zapata, y cómo estas estrategias afectaron la percepción pública. Se profundizará en el cuestionamiento de la legitimidad del resultado electoral y cómo estas caricaturas plantean interrogantes sobre la ética en la política. Finalmente, se explorará la importancia de la veracidad y la transparencia en el ámbito político y cómo las caricaturas subrayan la necesidad de una evaluación crítica del referéndum constitucional.

La representación visual de Evo Morales en ambas caricaturas refleja su papel central en la política boliviana. Su rostro paralizado, o su expresión de tristeza y desánimo, sugiere una pérdida de poder y control. Este simbolismo apunta a la percepción pública de que su liderazgo se debilitó, lo que es fundamental para el análisis político. En términos políticos,

esto podría interpretarse como una crítica a su legado y a la idea de que su influencia disminuyó significativamente con la victoria del *No*.

El simbolismo en ambas caricaturas es impactante. La ánfora que escupe papeletas del *No* se convierte en un poderoso símbolo de la voz de los votantes que eligieron esta opción. Por otro lado, la caricatura que muestra a Morales tratando de pescar sin éxito emplea una metáfora visual para representar su incapacidad para ganar el referéndum. Estos elementos visuales refuerzan la narrativa crítica sobre la victoria del "NO" y resaltan el papel de la representación gráfica en la política.

La crítica a las estrategias políticas en ambas caricaturas es un aspecto fundamental del análisis. Se sugiere que la victoria del *No* se basó en denuncias calumniosas y el Caso Zapata. Esto plantea interrogantes sobre la ética en la política y la manipulación de la información con fines electorales. Como investigador político, se podría investigar más a fondo cómo la percepción pública de tales estrategias puede influir en el comportamiento del electorado y en la confianza en el sistema político.

La caricatura de Al-azar cuestiona la legitimidad de cómo ganó el *No*, en cambio Abecor retrata con mucho énfasis que esta victoria, a pesar de ser mínima frente a la otra opción, sitúa a Morales como aquel que será sujeto a un desgaste político cuestionado por todos los electores, también describe con mucha presión que aquel capital social electoral se ha diluido. Este cuestionamiento es relevante en el contexto político, ya que un resultado electoral cuestionado puede generar tensiones y conflictos en una sociedad.

Estas caricaturas también destacan la influencia de la opinión pública. La representación de ciudadanos celebrando la victoria del *No* y la imagen de Morales desanimado sugieren que la percepción pública puede influir en los resultados electorales y en la legitimidad de los líderes políticos. Como científico político, se podría investigar cómo la opinión pública se forma y cómo afecta a la toma de decisiones políticas en Bolivia.

En conclusión, ambas caricaturas han empleado elementos visuales, simbolismo y narrativas para transmitir un mensaje crítico sobre la victoria del *No* en el referéndum constitucional. Se ha destacado la representación de Evo Morales como un líder político debilitado, lo que sugiere una pérdida de poder y legitimidad. Además, se ha subrayado la importancia de la veracidad y la transparencia en el ámbito político, así como la necesidad de evaluar críticamente la información en un contexto electoral. Estas caricaturas no solo reflejan las dinámicas políticas y sociales de Bolivia, sino que también demuestran el poder de la representación gráfica para influir en la percepción pública y en la formación de opiniones políticas.

CONCLUSIONES

La investigación llevada a cabo en los capítulos todos los capítulos de este trabajo arrojan luz sobre la influencia ejercida por los diarios *Página siete* y *La razón* en la percepción pública y el discurso político en Bolivia en el período previo al referéndum del 21 de febrero de 2016. Los editoriales desempeñaron un papel crucial en la construcción de estrategias discursivas que impactaron directamente en la formulación y orientación de los titulares de prensa, reflejando la línea política de estos dos periódicos:

- En particular, *Página siete* se destacó por su persistente oposición al referéndum constitucional y al candidato del "Sí", Evo Morales. Lo hizo a través de la construcción simbólica del poder, donde el tiempo prolongado se utilizó para proyectar una imagen oscura de quienes ocupaban cargos en las instituciones públicas, especialmente la presidencia. Esta narrativa se mantuvo durante un período significativo, generando significados en términos de "poder", "reelección indefinida", "renovación" y "democracia".
- En contraste, *La razón* adoptó un enfoque notablemente diferente en su estrategia discursiva. Se centró en establecer una dicotomía entre los logros públicos, económicos y políticos del gobierno de Morales como aspectos positivos, mientras que las críticas se dirigieron hacia la falta de una alternativa política más sólida por parte de la oposición. Es relevante mencionar que incluso la mención de los actores políticos de la oposición se simplificó mediante el uso de un término genérico, "los algunos".
- La investigación revela características distintivas en los editoriales de ambos periódicos, *Página siete* y *La razón*, en el contexto del proceso previo al referéndum constitucional en Bolivia. Se destaca que ambos diarios no posicionan sus mensajes en todas las etapas del proceso, lo que refleja sus enfoques particulares en la cobertura política nacional.
- En el caso de *Página siete*, el periódico inicialmente se centra en el impacto político del referéndum, con un énfasis en Evo Morales. Esta perspectiva se fusiona con la crítica a la gestión gubernamental, las obras públicas y el destino de los fondos públicos en infraestructuras. La crítica a Morales se relaciona directamente con los temas abordados por el MAS en la campaña electoral. Esta tendencia se divide en dos etapas: La propagandística e intensiva, donde *Página siete* resalta los errores, tanto menores como significativos, cometidos por la administración de Morales. Sin embargo, se produce un cambio drástico en la etapa de resultados, donde la atención se desvía de los temas anteriores para centrarse en la denuncia de Gabriela Zapata. El periódico construye una narrativa que gira en torno a las palabras "Presidente Evo Morales", utilizando la repetición constante para resaltar la inmoralidad del supuesto tráfico de influencias de Morales. Además, la descripción de Gabriela Zapata se enfoca en su papel, inmiscuido en lo político como: "expareja" y "empresaria de gustos lujosos", adoptando una perspectiva patriarcal para resaltar a una mujer. La insistencia en destacar los resultados del referéndum se convierte en un juego de narrativas que contribuye a la polarización.

- Por otro lado, los editoriales de *La razón* muestran una actitud más condescendiente hacia las acciones gubernamentales. A pesar de citar al presidente Evo Morales, el periódico busca mostrar neutralidad en sus editoriales. En la etapa preparatoria, *La razón* enfatiza la esencia del discurso de Morales en Pando, particularmente su referencia al “ajuste de cinturones”. El periódico busca explicar la intención detrás de esta declaración, mostrando su alineación con los intereses gubernamentales. Curiosamente, no se aborda el tema del referéndum constitucional en ningún editorial. Esta omisión se mantiene como una constante a lo largo de todas las etapas del proceso. Durante la etapa propagandística, *La razón* destaca las funciones del órgano ejecutivo y las políticas públicas, con poca mención de Morales, centrando su atención en el impacto económico y social de estas políticas. Sin embargo, la simpatía con lo público se mantiene en su línea editorial. En la etapa de resultados, se produce un cambio significativo, ya que el caso Zapata se describe como parte de una "guerra sucia" impulsada por opositores, medios y analistas. *La razón* emplea la estrategia de no mencionar ciertos temas para sugerir su irrelevancia.
- La influencia de los editoriales en los periódicos *Página siete* y *La razón* se manifiesta de manera significativa que va más allá de la mera publicación de los titulares principales, pues estos revelan enfoques y estrategias editoriales divergentes en ambos medios de prensa.
- En el caso de *Página siete*, se observa una tendencia a destacar todos los eventos relacionados con el gobierno, como entregas de obras públicas, viajes diplomáticos y conflictos sociales. Estos son presentados con una crítica abierta hacia Evo Morales. Esta crítica se basa en la utilización del discurso de Morales, donde las oraciones se desglosan para resaltar cualquier contradicción en sus acciones. Este estilo narrativo específico es una característica distintiva de *Página siete*. El título del periódico se convierte en una herramienta para resaltar estas críticas, y el mensaje sería difícil de comprender si se encontrara en otros periódicos. A lo largo de las cinco etapas de la investigación, *Página siete* reproduce las noticias más relevantes que reflejan sus editoriales. Esto se puede apreciar en la etapa previa, donde se refiere al referéndum constitucional como “reelección continua”, y en la etapa propagandística, donde se critica constantemente la presentación de obras públicas como una campaña electoral del “Sí”. En la cuarta etapa, se observa un enfoque especial en el caso Zapata, donde se destaca la relación de Gabriela Zapata como expareja del mandatario, lo que sugiere una postura que invita a los lectores a considerar la opción del “No” como una forma de frenar estas acciones, como el presunto tráfico de influencias.
- En el caso de *La razón*, la estrategia editorial se enfoca en resaltar la palabra “Bolivia” de manera insistente, rodeándola de valores positivos en relación con la economía, los beneficios de la inversión pública y los eventos protocolares presidenciales. A diferencia de *Página siete*, *La razón* no exagera quién es responsable de los logros, lo que evita que los lectores perciban una postura similar a una campaña electoral. A lo largo de las etapas de la investigación, *La razón* muestra una preferencia por resaltar las acciones gubernamentales, especialmente en la etapa propagandística e intensiva. Sin embargo, en la etapa de resultados, se produce un quiebre al mostrar otros acontecimientos y al evitar mencionar a Gabriela Zapata. Al final de esta etapa, el periódico publica un titular

que relaciona los argumentos presentados en los editoriales con el impacto significativo del referéndum, destacando simbolismos políticos relacionados con lo indígena. En la última etapa, *La razón* mantiene una postura que evita declarar abiertamente la victoria, optando por destacar a quien pudo ganar el referéndum, pero haciendo hincapié en la oposición que aún cuenta con una parte significativa de la votación.

- Las caricaturas editoriales desempeñaron un papel destacado en la representación de los eventos políticos y en la expresión de desacuerdo con el referéndum constitucional en Bolivia. Estas caricaturas muestran una diferencia significativa con respecto a los editoriales y los titulares principales, cuya notoriedad se basa en romper los filtros de ética periodística a través del sarcasmo y símbolos.
- En el caso de *Abecor*, se observa un enfoque en la imagen de Evo Morales, que se desarrolla como objeto de crítica en el gobierno nacional. En las primeras dos etapas, la imagen de Morales se presenta desde la perspectiva del poder político, destacando las frases resonantes en los titulares y los editoriales, como la “reelección”. Sin embargo, el enfoque no se limita a este aspecto, ya que *Abecor* también se centra en la corrupción vinculada a la gestión de Morales. El caricaturista dibuja a Morales como alguien vinculado a la arrogancia, el abuso de poder y la mentira. Este enfoque se refuerza en la etapa de resultados, donde el caso Zapata acumula símbolos ya destacados hacia Morales. En la última etapa, se muestra a Morales derrotado por las papeletas electorales, lo que simboliza que la victoria del “No” va más allá de la falta de una reforma parcial, marcando la primera instancia en la que Morales es derrotado.
- Por otro lado, el caricaturista de *La razón* también critica al gobierno, aunque lo hace de una manera más notoria y sin recurrir a la violencia. Se centra en la construcción de la imagen de arrogancia de Morales y otros elementos. Su enfoque busca describir de manera clara el impacto de las acciones centradas en la figura de Morales. En la primera etapa, muestra su desacuerdo con la seguridad que puede ofrecer el estado en tiempos de crisis y la ausencia de beneficios para las familias. Respecto al referéndum, critica cómo la victoria del “Sí” puede llevar a un retroceso en lo logrado con la nueva constitución, lo que implica que la modificación parcial no es realmente “parcial” y podría deshacer avances importantes. Esta crítica se extiende no solo a Morales, sino también a la oposición política. La caricatura denuncia la “guerra sucia” utilizada para favorecer el “No” y señala la intromisión de la embajada de Estados Unidos en asuntos electorales, en referencia al caso Zapata. En los resultados, se presenta un contexto poselectoral que destaca la victoria del “No” debido a las tácticas electorales basadas en la mentira. Morales se retrata desde una perspectiva de tristeza y soledad al enfrentar el resultado en su contra.

BIBLIOGRAFÍA

ALTSCHULL, J. Herbert.

Agentes de poder: La influencia de los medios informativos en las relaciones humanas. Trad. Guadalupe Meza Staines de Gárate. Editorial Longman. México DF, 1988.

ARANÍBAR, Enrique.

¿Dónde está la plata?: Los ingresos extraordinarios de la bonanza 2006-2013. Editorial Fundación KAS. La Paz, 2014.

ARCHONDO PABÓN, Rafael.

Incestos y blindajes: Radiografía del campo político-periodístico. Editorial Plural. La Paz, 2003.

ARENDDT, Hannah.

Entre el pasado y el futuro: Ocho ejercicios sobre la reflexión política. Trad. Ana Poljak. Editorial Península. 3ª edición. Barcelona, 2019.

La condición humana. Trad. Ramón Gil Novales. Editorial Península. 3ª edición. Barcelona, 2020.

BARTHES, Ronald

El grado de la voz: Entrevistas 1962-1980. Trad. Nora Pasternac. Editorial Siglo veintiuno. Buenos Aires, 2015.

La cámara lucida: Nota sobre la fotografía. Trad. Joaquim Sala-Sanahuaja. Editorial Paidós. 1ª edición. Barcelona, 2020.

Mitologías. Trad. Héctor Schmucler. Editorial Siglo veintiuno. Buenos Aires, 2014.

Un mensaje sin código: Ensayos completos en comunicación. Trad. Matías Battistón. Editorial Godot, 1ª edición. Buenos Aires, 2017.

BELTRÁN SALMÓN, Luis Ramiro

Democracia y comunicación. Editorial Tribunal Supremo Electoral. La Paz, 2012.

BENVENISTE, Émile.

Problemas de lingüística general. Trad. Juan Almela. Editorial Siglo veintiuno. Dos volúmenes, 15ª edición. México, 1989.

BERLO, David.

El proceso de la comunicación: Introducción a la teoría y la práctica. Trad. Silvina González Roura & Giovanna Winchler. Editorial El Ateneo. Buenos Aires, 1978.

BERNAYS, Edward L.

Propaganda. Trad. Albert Fuentes Sánchez. Editorial Melusina. Buenos Aires, 2008.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco

Diccionario de política. Trad. Raúl Crisafio, Alfonso García, Miguel Martí, Mariano Martín y Jorge Tula. Editorial Siglo veintiuno. México, 2015.

BOLANDERAS, Margarita

Comunicación, ética y política: Habermas y sus escritos. Ed. Tecnos. Madrid, 1996.

- BOUCHERON, Patrick
Ensayos sobre la fuerza política de las imágenes. Trad. Horacio Pons. Editorial Fondo de Cultura Económica. Ciudad de México, 2018.
- BUNGE, Mario
La investigación científica: Su estrategia y su filosofía. Trad. Manuel Sacristán. Editorial Siglo veintiuno. 3ª edición. México, 2004.
- BUTLER, Judith
 “Actos performativos y constitución del género: Un ensayo sobre fenomenología y teoría feminista”. En *Debate feminista: Público privado, sexualidad*. Trad. Lourties Moreno. Vol. 18. Ciudad de México, 1998, pp. 296-314.
- DE SAUSSURE, Ferdinand
Curso de lingüística. Trad. Amado Alonso. Editorial Terramar. Buenos Aires, 2013.
- CASTRO, Eduardo
Introducción a Foucault. Editorial Siglo veintiuno, 2ª edición. Buenos Aires, 2015.
- CAJÍAS DE LA VEGA, Lupe
 “Sociología de la comunicación de masas, estudios mediáticos y culturales y sociología política”. En *Journal de comunicación social* N°1. La Paz, 2013.
- CANEL, María José
Comunicación política: Técnicas y estrategias para la sociedad de la información. Editorial Tecnos. Madrid, 2005.
- CANELAS ALURRALDE, Iván
Libertad, prensa y medios: Marco legal, normativo e histórico de la legislación de prensa. Fondo editorial de Diputados. La Paz, 2007.
- CHAMPAGNE, Patrick
Hacer la opinión: El nuevo juego político. Trad. Emmanuel Capdepon, Marcela Clavijo Peñaranda, Noemí Larrazábal, José Larrea & María Cecilia Ramírez Jordán. Editorial Plural. La Paz, 2002.
- CHANDLER, Daniel
Semiótica para principiantes. Trad. Vanessa Hogan Vega. Ed. Abya Yala. Quito, 1998.
- CHOMSKY, Noam
Como nos venden la moto: información, poder y concentración de medios. Trad. Joan Soler. Editorial Icara, 25ª edición. Barcelona, 1993.
Language and politics. AK press, 2ª edición, Oakland, 2004
Los guardianes de la libertad. Trad. Carme Castells. Editorial Crítica. Barcelona, 2000.
Media Control: The spectacular achievements of propaganda, Seven Stories Press. New York, 1997
Ilusiones necesarias: Control del pensamiento en las sociedades democráticas. Trad. Loreto Bravo de Urquía y Juan José Saavedra Estevan. Ed. Terramar. La Plata, 2007.
- COBER, Paul; JANSZ, Litza
Semiótica para principiantes. Trad. Carina Fideleff. Editorial Para principiantes. Buenos Aires, 2004.

- COBLENTZ, Edmond
Arte y sentido del periodismo. Trad. Mario A. Marino. Editorial Alcaná. Madrid, 1966.
Newsmen speak: Journalists on their craft, University of California. Los Angeles, 1954
- COOMBS, Steven Lane; MACKUEN, Michel Bruce
Más que noticias: El poder de los medios en los asuntos públicos. Trad. Manuel Ortiz Staines.
 Editorial Sage publications. México, 1984.
- CRESPO, Ismael
Comunicación política: Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente. Editorial Tecnos.
 Asunción, 2016.
- DE REMES, Alan
 “Elección racional, cultura y estructura: Tres enfoques para el análisis político”. En *Revista Mexicana de Sociología*. Vol. 63. Ciudad de México, 2001, pp. 41-70.
- DEL REY MORATO, Javier
Democracia y posmodernidad: Teoría general de la información. Editorial Complutense.
 Madrid, 1996.
Los juegos de los políticos: Teoría general de la información y comunicación política.
 Editorial Tecnos. Buenos Aires, 1997.
- DIDI-HUBERMAN; Georges
Lo que vemos, lo que nos mira. Trad. Horacio Pons. Editorial Bordes manantial. 1ª edición.
 Buenos Aires, 2021.
- DOMENACH, JEAN-MARIE
La propaganda política. Trad. Horacio De Lenos, 4ª edición. Editorial Eudeba, Buenos Aires,
 1968.
- DONIS, Donis A.
La sintaxis de la imagen. Editorial Gustavo Gili, 1ª edición. Barcelona, 2016.
- ELLIS, Richard & McMCLICTOCK, Ann
Teoría y práctica de la comunicación humana. Trad. Pilar Vásquez Mota. Editorial Paidós.
 Barcelona, 1993.
- ESPINAL CAMPS, Luis
Callar es lo mismo que mentir. Editorial TNT, 2ª edición. La Paz, 2005.
- EXENI RODRÍGUEZ, José Luis (Coord.)
Comicios mediáticos: Los medios de comunicación en las elecciones generales 2009 en Bolivia. Editorial Idea. La Paz, 2012.
- FERREIRA, Reymi
Caso Zapata: La confabulación de la mentira. Ed. El país. Santa Cruz, 2016.
- FIELDMANN, Erich.
Teoría de los medios masivos de comunicación. Trad. Jorge Thomas. Editorial Kapelusz. Buenos
 Aires, 1977.
- FILOMENO, Manuel; HANNOVER, Carla & PERALTA, Pablo
La ruta del dragón chino: El caso CAMC. Ed. Periódico *Página siete*. La Paz, 2016.

FOUCAULT, Michel

- El orden del discurso*. Trad. Alberto Gonzáles Troyano. Ed. Tusquets. Barcelona, 2004.
- La hermenéutica del sujeto: Curso en el College de France (1981-1982)*. Trad. Horacio Pons. Editorial Fondo de Cultura Económica. Ciudad de México, 2001.
- Historia de la sexualidad: La voluntad del saber. Tomo I*. Trad. Martín Soler. Editorial Siglo veintiuno. 2ª edición. Buenos Aires, 2003.
- Historia de la sexualidad: El uso de los placeres. Tomo II*. Trad. Martín Soler. Editorial Siglo veintiuno. 2ª edición. Buenos Aires, 2003.
- Historia de la sexualidad: La inquietud en sí. Tomo III*. Trad. Martín Soler. Editorial Siglo veintiuno. 2ª edición. Buenos Aires, 2003.
- Microfísica del poder*. Trad. Julia Varela & Fernando Álvarez Uría. Editorial La piqueta. 2ª edición. Madrid, 1980.
- La arqueología del saber*. Trad. Aurelio Garzón del Camino. Editorial Siglo Veintiuno. 1ª edición. Buenos Aires, 2002.
- La inquietud por la verdad: Escritos sobre la sexualidad y el sujeto*. Trad. Horacio Pons. Editorial Siglo veintiuno. Buenos Aires, 2015.
- Nacimiento de la biopolítica: Curso en el College de France (1978-1979)*. Trad. Horacio Pons. Editorial Siglo veintiuno. Buenos Aires, 2004.
- Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión*. Trad. Aurelio Garzón del Camino. Editorial Siglo Veintiuno. 1ª edición. Buenos Aires, 2003.

FROMM, Erich

- El miedo a la libertad*. Trad. Gino Germani. Editorial Paidós. Barcelona, 2008.

GREIMAS, Algirdas Julius

- The social sciences, a semiotic view*. University of Minnesota press. 1990
- Semiótica: Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Trad. Enrique Ballón Aguirre y Hermis Capodónico Carrión. Editorial Gredos. Madrid, 1990.

GÓMEZ VELA, Andrés

- Medio poder: Libertad de expresión y derecho a la comunicación en la democracia de la sociedad de la información*. Editorial Gente común. La Paz, 2006.

GONZÁLEZ PRADA, Manuel

- Propaganda y ataque*. Editorial Imán. Austin, 1939.

GOODWIN, H. Eugene

- Por un periodismo independiente: Cómo defender la ética*. Trad. Fernando Arbeláez Editorial Tercer mundo, 2ª edición. Bogotá, 1999.

GREBE, Ronald

- Política, ética y comunicación*. Editorial Plural. La Paz, 2006.

GUIRAUD, Pierre.

- La semántica*. Trad. Juan Hasler. Ed. Fondo de Cultura Económica, 2ª edición. México, 1983.
- La semiología*. Trad. María Teresa Poyrazián. Editorial Siglo XXI, 12ª ed. México, 1985.

HABERMAS, Jürgen

- Historia y crítica de la opinión pública: La transformación estructural de la vida pública*. Trad. Antoni Domenach & Rafael Grasa. Ed. Gustavo Gili, 2ª edición. Barcelona, 1981.
- Teoría de la acción comunicativa, I: Racionalidad de la acción y racionalización social*. Trad. Manuel Jiménez Redondo. Editorial Taurus. Madrid, 1987.

- HALL, Stuart
Representation: Cultural representations and signifying practices. Sage publications press. London, 1997.
Selected political writings. Duke university Press. Durham, 2016.
- JOLY, Martine
Introducción al análisis de la imagen. Trad. Marina Malfé. Editorial La marca, 2ª edición. Buenos Aires, 2009.
- LAGUNA, Antonio
Las claves del éxito político: ¿Por qué votan los ciudadanos? Editorial Península. Barcelona, 2010.
- LÉVI-STRAUSS, Claude.
Antropología estructural. Trad. Eliseo Verón. Manuales de la Editorial Universitaria de Buenos Aires, 7ª ed. Buenos Aires, 1977.
- LIPPMANN, Walter
La opinión pública. Trad. Blanca Guinea Zubimendi. Editorial Lagre. Barcelona, 2010.
- LLORENTI SOLÍS, Sacha
La verdad secuestrada: Medios de Comunicación privados y el proceso de cambio en Bolivia. Editorial Stigma. La Paz, 2012.
- MADRID CÁNOVAS, Sonia
Semiótica del discurso publicitario: Del signo a la imagen. Editorial Universidad de Murcia. Barcelona, 2006.
- MANOVICH, Lev
El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: La imagen en la era digital. Trad. Óscar Fontrodona. Editorial Paidós. Barcelona, 2005.
- MATTELART, Armand
La comunicación masiva en el proceso de liberación. Trad. Emilio Rubin. Editorial Siglo Veintiuno. Buenos Aires, 1973.
- MAXWELL HAMILTON, John
Hold the press: the inside story on newspapers. Louisiana State University press. Baton Rouge, 1996
- MCLUHAN, Marshall
El medio es el mensaje: Un inventario de efectos. Trad. León Mirias. Editorial Paidós. Barcelona, 1997.
Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano. Trad. Patrick Ducher. Editorial Paidós. Barcelona, 1996.
- MESA GISBERT, Carlos & MOLINA MONASTERIOS, Fernando.
 “Sociología de la comunicación de masas, estudios mediáticos y culturales y sociología política”. En *Journal de comunicación social* N° 1. Unidad de Publicaciones de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”. La Paz, 2013.
- MILLS, C. Wright
La élite en el poder. Trad. Florentino M. Torner & Ernestina de Champourcin. Editorial. Fondo de Cultura Económica. México, 2005.

- MONJE ÁLVAREZ, Carlos Arturo
Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa: Guía didáctica. Programa de Comunicación Social y Periodismo. Nieva, 2011.
- PEÑARANDA UNDURRAGA, Raúl
Control remoto: De cómo el gobierno de Evo Morales creó una red de medios paraestatales y un plan para acosar a la prensa independiente. Editorial Raúl Peñaranda. La Paz, 2014.
- PIERRE, Bourdieu
Argelia 60: Estructuras económicas y estructuras temporales. Trad. Ariel Dilon. Editorial Siglo Veintiuno. 2ª edición. Buenos Aires, 2013.
El amor al arte: Los museos de arte europeos y su público. Trad. Lucía Vogelfang. Editorial Prometeo. 1ª edición. Buenos Aires, 2012.
El campo político. Trad. Emmanuel Capdepon, Ximena Enríquez Uría, Noemí Larrazábal, María Cecilia Ramírez Jordán, María Cecilia Erika San Román Molina. Editorial Plural. La Paz, 2001.
El sentido práctico. Trad. Ariel Dilon. Editorial Siglo veintiuno. Buenos Aires, 2015.
¿Qué significa hablar? Trad. Esperanza Martínez Pérez. Editorial Akal. Madrid, 2008.
- RAMOS ANDRADE, Edgar
Neoliberalismo mediático: Tomo I, medios de comunicación privados y condición colonial de Bolivia siglo XXI. Editorial Más claro agua. El Alto, 2011.
- RIVERA CUSICANQUI, Silvia
Sociología de la imagen: Miradas ch'ixi desde la historia andina. Editorial Plural & Tinta limón, La Paz, 2018.
- SARTORI, Giovanni
La política: Lógica y su método en las ciencias sociales. Trad. Marcos Lara. Editorial Fondo de Cultura Económica. México, 2008.
- SCHAEFFER, Jean-Marie
La imagen precaria: Del dispositivo fotográfico. Trad. Dolores Jiménez. Editorial Catedra. Madrid, 1990.
- SIERRA CABALLERO, Francisco
"Pensar a Foucault: Modo de formación y control social" en *Teoría crítica y comunicación*. Editorial Visión libros. Madrid. Pp. 151-182.
- SIVAK, Martín
Clarín la era magneto. Ed. Planeta. 3ª edición. Buenos Aires, 2015.
- TORRES, Pep
El arte del ruido: Los secretos para obtener repercusión masiva en los medios de comunicación. Editorial Plataforma. Barcelona, 2011.
- TOURAINÉ, Alain.
Un nuevo paradigma: Para comprender el mundo de hoy. Trad. Agustín López Tobajas & María Tabuyo. Editorial Paidós. Buenos Aires, 2006.
- UMBERTO, Eco
Apocalípticos e integrados. Trad. Andrés Boglar. Editorial De bolsillo. Madrid, 2013.
Entre mentira e ironía. Trad. Helena Lozano. Editorial De bolsillo. Madrid, 2013.
Tratado de la semiótica general. Trad. Carlos Manzano. Ed. Lumen. Barcelona, 2000.

VALVERDE, Carlos

Santa Zapata: El zapatazo que hirió al poder. Ed. El país. Santa Cruz, 2018.

VAN DIJK, TEUN A

Estructuras y funciones del discurso: Una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto y a los estudios del discurso. Trad. Myra Gann & Martí Mur. Editorial Siglo veintiuno, 14ª edición. México, 2005.

Discurso y dominación. Trad. Jennifer Lopera Moreno y Fabio Guerra- Acero O. Editorial Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, 2004.

La noticia como discurso: Comprensión, estructura y producción de la información. Trad. Guillermo Gal. Editorial Paidós Comunicación. 1ª edición. Barcelona, 1990.

VILCHES, Lorenzo

La lectura de la imagen: Prensa, cine, televisión. Editorial Paidós. Barcelona, 1997.

VISCARRA PANDO, Gonzalo

Confidencias: periodismo sin barreras. Editorial Alenkar. La Paz, 1981.

WIGGERSHAUSS, Rolf

La escuela de Fráncfort. Trad. Marcos Romano Hassán. Editorial Fondo de Cultura Económica. Ciudad de México, 2009.

WIRTHLIN, Richard

Estrategia electoral: Persuadir por la razón, motivar por la emoción. Editorial Complutense. Madrid, 1992.

HEMEROGRAFÍA

Periódico matutino *La razón*. Desde el 1º de septiembre de 2015 hasta el 20 de febrero de 2016. Hemeroteca de la Vicepresidencia.

Periódico matutino *Página siete*. Desde el 1º de septiembre de 2015 hasta el 20 de febrero de 2016. Hemeroteca de la Vicepresidencia.

MATRIZ DE VESTER

LISTA LARGA DE PREGUNTAS

1. ¿Cómo y en qué medida es posible afirmar que antes del referéndum del 21 de febrero de 2016 se habría producido una inducción propagandística de los periódicos *La razón* y *Página siete* tendiente a que los destinatarios de dichos medios voten contra o a favor de la modificación de la Constitución Política del Estado?
2. Comparativamente, ¿cómo se evalúa el logro del objetivo de inducción propagandística de los periódicos *La razón* y *Página siete* desplegado aproximadamente durante cinco meses antes del referéndum del 21 de febrero de 2016 que consultó al pueblo boliviano sobre la modificación de la Constitución Política del Estado?
3. Considerando la crítica semiótica y el análisis del discurso, comparativamente, ¿de qué manera los periódicos *La razón* y *Página siete* desplegaron durante cinco meses una inducción propagandística para que los lectores de dichos medios voten contra o a favor de la modificación de la Constitución Política del Estado en el referéndum constitucional del 21 de febrero de 2016?
4. Desde el punto de vista de la ética profesional periodística, comparativamente, ¿qué representa y qué sentido tuvo la inducción propagandística llevada a cabo por los periódicos *La razón* y *Página siete* durante cinco meses aproximadamente, para que los lectores de dichos medios voten contra o a favor de la modificación de la Constitución Política del Estado en el referéndum del 21 de febrero de 2016?
5. Teniendo en cuenta la función informativa y formativa de la opinión pública que debe cumplir la prensa en una sociedad democrática, moderna, libre y abierta, ¿qué consecuencias y críticas es posible establecer comparativamente, respecto de la inducción propagandística realizada por los periódicos *La razón* y *Página siete* aproximadamente durante cinco meses para que los lectores de dichos medios voten contra o a favor de la modificación de la Constitución Política del Estado en el referéndum del 21 de febrero de 2016?
6. Desde un enfoque comparativo, ¿en qué medida la inducción propagandística protagonizada por los periódicos *La razón* y *Página siete* para que los lectores de dichos medios voten contra o a favor de la modificación de la Constitución Política del Estado en el referéndum del 21 de febrero de 2016 puede considerarse parte de una estrategia comunicacional con fines políticos o partidarios en el escenario nacional?
7. ¿Cuál fue el impacto electoral, comparativamente, de la inducción propagandística llevada a cabo por los periódicos *La razón* y *Página siete* para que los lectores de dichos medios voten contra o a favor de la modificación de la Constitución Política del Estado en el referéndum del 21 de febrero de 2016?

8. Considerando los cinco meses anteriores al referéndum del 21 de febrero de 2016 en los que hubo una inducción propagandística de los periódicos *La razón* y *Página siete* para que los lectores de dichos medios voten contra o a favor de la modificación de la Constitución Política del Estado, comparativamente, ¿cómo influyó la coyuntura política del momento para decidir realizar dicha inducción y para que logre o no los resultados esperados?
9. ¿De qué manera y con qué intensidad es posible conjeturar la participación de los actores de la oposición y del gobierno del MAS para que los periódicos *La razón* y *Página siete* desplegaran durante cinco meses aproximadamente, la inducción propagandística de los lectores para que como electores voten contra o a favor de la modificación de la Constitución Política del Estado en el referéndum del 21 de febrero de 2016?
10. Comparativamente, ¿en qué medida los periódicos *La razón* y *Página siete* que llevaron a cabo una inducción propagandística para influir en el voto del pueblo boliviano en el referéndum del 21 de febrero de 2016, habrían desplegado también una función informativa y una persuasión política mediática aceptable profesional y moralmente, respecto de la imposibilidad o la posibilidad de modificar la Constitución Política del Estado?

LISTA CORTA DE PREGUNTAS

- A. ¿Cómo, en qué medida y con qué impacto electoral, se habría producido la inducción propagandística de los periódicos *La razón* y *Página siete* desplegada durante cinco meses antes del referéndum del 21 de febrero de 2016 tendiente a que los destinatarios de dichos medios voten contra o a favor de la modificación de la Constitución Política del Estado?
- B. Considerando la crítica semiótica y el análisis del discurso, comparativamente, ¿de qué manera los periódicos *La razón* y *Página siete* desplegaron durante cinco meses una inducción propagandística para que los lectores de dichos medios voten contra o a favor de la modificación del Artículo 168 de la Constitución Política del Estado en el referéndum del 21 de febrero de 2016?
- C. Teniendo en cuenta la función informativa y formativa de la opinión pública que debe cumplir la prensa cumpliendo la ética profesional periodística en una sociedad democrática, moderna, libre y abierta, ¿qué consecuencias y críticas es posible establecer comparativamente, respecto de la inducción propagandística realizada por los periódicos *La razón* y *Página siete* durante cinco meses para que los lectores de dichos medios voten contra o a favor de la modificación de la Constitución Política del Estado en el referéndum del 21 de febrero de 2016?
- D. Considerando los cinco meses anteriores al referéndum del 21 de febrero de 2016 en los que hubo una inducción propagandística de los periódicos *La razón* y *Página siete* que los lectores de dichos medios voten contra o a favor de la modificación de la Constitución Política del Estado, comparativamente, ¿cómo influyó la coyuntura política del momento para decidir realizar dicha inducción y para que logre o no los resultados esperados?

E. ¿De qué manera y con qué intensidad es posible conjeturar la participación de los actores de la oposición y del gobierno del MAS puede considerarse parte de una estrategia comunicacional con fines políticos o partidarios para que los periódicos *La razón* y *Página siete* desplegaran durante cinco meses aproximadamente, la inducción propagandística de los lectores para que como electores voten contra o a favor de la modificación de la Constitución Política del Estado en el referéndum del 21 de febrero de 2016?

VALORACIÓN SEGÚN LA MATRIZ DE VESTER

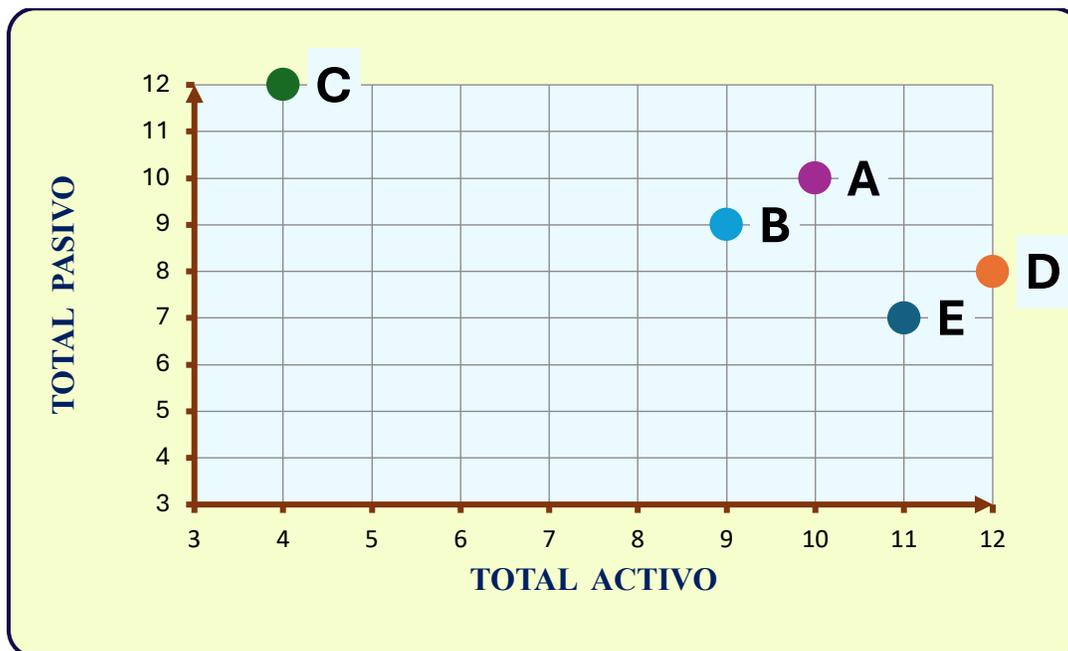
	A	B	C	D	E	Total activo
A	****	2	3	3	2	10
B	3	****	3	2	1	9
C	1	1	****	1	1	4
D	3	3	3	****	3	12
E	3	3	3	2	****	11
Total pasivo	10	9	12	8	7	

Análisis efectuado en Taller de Investigación I en fecha 26 de junio del 2018, con la presencia del docente, Blithz Lozada Pereira, PhD. D. y de ocho pares académicos.

ESCALA DE VALORACIÓN DE LAS RELACIONES CAUSALES SEGÚN LA MATRIZ DE VESTER

Existe relación causal fuerte: 3
 Existe relación media: 2
 Existe relación causal débil: 1
 No existe relación causal: 0

RESULTADOS DE LA VALORACIÓN SEGÚN LA MATRIZ DE VESTER



Problema crítico: A
Problema activo: D
Problema pasivo: C
Problema indiferente: B

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo y en qué medida influyó la coyuntura política y cuál fue el impacto electoral que se produjo por la inducción propagandística de los periódicos *Página siete* y *La razón* desplegada durante cinco meses antes del referéndum del 21 de febrero de 2016, tendiente a que los receptores de dichos medios voten contra o a favor de la modificación de la Constitución Política del Estado?

NÓMINA DE ENTREVISTADOS

Periodistas de *La razón y Página siete*

Rubén Atahuchi López

JEFE DE REDACCIÓN EN LA RAZÓN, CON ESTUDIOS COMUNICACIÓN Y PERIODISMO. CONDUCE EL PRIMER PROGRAMA POR STREAM DE LA RAZÓN Y ES COLUMNISTA DEL MISMO MEDIO DE COMUNICACIÓN.

Alcides Flores Moncada

JEFE DE INFORMACIÓN DE PÁGINA SIETE, CON ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y FILOSOFÍA. TRABAJO COMO PERIODISTA EN LA RAZÓN, EL NUEVO DÍA, LOS TIEMPOS COMO EDITOR, JEFE DE INFORMACIONES Y DE REDACCIÓN, EN LA REVISTA OXÍGENO COMO EDITOR GENERAL Y EN PÁGINA SIETE COMO EDITOR DE POLÍTICA Y DE REDACCIÓN.

Periodistas de otros medios de comunicación

Mauricio Carrasco Ayala

CON ESTUDIOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL, TALLER EN NUEVO PERIODISMO, PERIODISMO LITERARIO, DIPLOMADO EN PERIODISMO LITERARIO. FUE JEFE DE REDACCIÓN EN EL DIARIO, JEFE DE REDACCIÓN DE LA ÉPOCA, JEFE DE REDACCIÓN DE CAMBIO, EDITOR DE POLÍTICA DE DIARIO, EDITOR CIUDAD DE LA RAZÓN, PERIODISTA DE AGENCIA BOLIVIANA DE INFORMACIÓN BOLIVIANA, AGENCIA DE NOTICIAS JATHA, AGENCIA DE NOTICIAS FIDES.

Mario Enrique Espinoza Osorio

CONDUCTOR DEL PENTÁGONO. CON ESTUDIOS PERIODISMO Y PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN. FUE JEFE DE PRENSA DE ATB RED NACIONAL, FUNDADOR DE PAT, CONDUCTOR DEL PROGRAMA PAN Y CIRCO POR CADENA A, CONDUCTOR “DE 9 A 12” DE RADIO COMPAÑERA. DOCENTE DE PERIODISMO EN TELEVISIÓN EN LA UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS, PERIODISMO ESPECIALIZADO EN UNIVERSIDAD REAL, PERIODISMO Y PERIODISMO EN TELEVISIÓN EN LA UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA. REALIZO VARIOS DOCUMENTALES DE PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN.

Fernando Molina Monasterios

CON ESTUDIOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO. TRABAJO EN PRESENCIA, COMO REPORTERO Y EDITOR EN LA RAZÓN, COMO SUB-DIRECTOR DE LA PRENSA, DIRECTOR DE LOS SEMANARIOS NUEVA ECONOMÍA Y PULSO, CORRESPONSAL DEL DIARIO ESPAÑOL EL PAÍS. ESCRIBIÓ EL LIBRO DEL PENSAMIENTO BOLIVIANO SOBRE LOS RECURSOS NATURALES, CONVERSIÓN SIN FE -EL MAS Y LA DEMOCRACIA, BAJO EL SIGNO DEL CAMBIO. ENSAYISTA E INVESTIGADOR SOCIAL.

Julio Peñaloza Bretel

CON ESTUDIOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL, PERIODISMO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN. COLUMNISTA SEMANAL DE LA RAZÓN, ENSAYISTA DE CONTENIDO CINEMATOGRAFICO. FUE PRESENTADOR DE NOTICIAS EN ABYA YALA, FUE CONDUCTOR DEL PROGRAMA ÁCIDO SULFÚRICO EN ERBOL Y COLUMNISTA EN LA RAZÓN.

Amanda Dávila Torrez

CON ESTUDIOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL, PERIODISMO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN. MAESTRÍA EN FILOSOFÍA Y CIENCIAS POLÍTICAS, TRABAJO EN LOS DIARIOS LA PRESENCIA Y LA PRENSA. EN EL 2012 ES NOMBRADA MINISTRA DE COMUNICACIÓN EN EL GOBIERNO DE EVO MORALES, POSTERIORMENTE FUE NOMBRADA DIRECTORA DE LA EDITORIAL DEL ESTADO.

Politólogos

Carlos Hugo Cordero Carraffa

CON ESTUDIOS EN CIENCIA. ESCRIBO EL LIBRO DE HISTORIA ELECTORAL DE BOLIVIA 1952-2007, ELECCIONES BOLIVIA: DEL SISTEMA LIBERAL REPRESENTATIVO AL SISTEMA LIBERAL COMUNITARIO. ACTUALMENTE ES DOCENTE EN LA CARRERA DE CIENCIA POLÍTICAS EN MARKETING POLÍTICO Y OPINIÓN PÚBLICA. INVESTIGADOR DEL INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN DE CIENCIAS POLÍTICAS Y CONSULTOR DE CAMPAÑAS POLÍTICAS.

Daniela Murillo Casanovas

CON ESTUDIOS EN CIENCIA POLÍTICA, MAESTRÍA EN CIENCIA POLÍTICA EN SISTEMA DE PARTIDOS POLÍTICOS, MEDIOS DE COMUNICACIÓN. TRABAJÓ EN LA RECONFIGURACIÓN DEL ESTATUTO ORGÁNICO DE PARTIDOS POLÍTICOS EN URUGUAY. INVESTIGADORA EN LA UNIVERSIDAD DE SALAMANCA. PROFESORA EN SISTEMA DE PARTIDOS Y ÉLITES EN CIENCIAS POLÍTICAS.

Marco Antonio Saavedra Mogro

CON ESTUDIOS EN CIENCIA POLÍTICA, DERECHO, MAESTRÍA EN FILOSOFÍA Y CIENCIA POLÍTICA, DOCTORADO EN FILOSOFÍA. INVESTIGADOR DEL INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN DE CIENCIAS POLÍTICAS DOCENTE EN LA CARRERA DE CIENCIA POLÍTICA DE LA UMSA. COLUMNISTA EN PÁGINA SIETE. AUTOR DE VARIOS ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN CON MENCIÓN EN POLÍTICAS PÚBLICAS, POSMODERNIDAD, MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Maria Teresa Zegada

CON ESTUDIOS EN CIENCIA POLÍTICA Y SOCIOLOGÍA, MAESTRÍA EN CIENCIAS POLÍTICAS, DOCTORADO EN PROCESOS SOCIALES Y POLÍTICOS EN AMÉRICA LATINA. INVESTIGADORA MIEMBRO DEL DIRECTORIO DEL CENTRO DE ESTUDIOS DE REALIDAD ECONÓMICA Y SOCIAL, INVESTIGADORA EN EL PIEB, PNUD. FUE CONSULTORA EN EL TRIBUNAL SUPREMO ELECTORAL SOBRE PARTIDOS POLÍTICOS. PROFESORA EN LA CARRERA DE CIENCIAS POLÍTICAS. ENSAYISTA, COLUMNISTA Y ANALISTA POLÍTICA EN VARIOS MEDIOS NACIONALES DE COMUNICACIÓN.

Susana Bejarano Auad

CON ESTUDIOS EN CIENCIA POLÍTICA Y SOCIOLOGÍA, MAestrÍA EN CIENCIAS POLÍTICAS, DOCTORADO EN PROCESOS SOCIALES Y POLÍTICOS EN AMÉRICA LATINA. INVESTIGADORA MIEMBRO DEL DIRECTORIO DEL CENTRO DE ESTUDIOS DE REALIDAD ECONÓMICA Y SOCIAL, INVESTIGADORA EN EL PIEB, PNUD. FUE CONSULTORA EN EL TRIBUNAL SUPREMO ELECTORAL SOBRE PARTIDOS POLÍTICOS. PROFESORA EN LA CARRERA DE CIENCIAS POLÍTICAS. ENSAYISTA, COLUMNISTA Y ANALISTA POLÍTICA EN VARIOS MEDIOS NACIONALES DE COMUNICACIÓN.

PREGUNTAS PARA ENTREVISTAS

PERIODISTAS DE LA RAZÓN Y PÁGINA SIETE

1. ¿Cómo explica usted la influencia del periódico en el que trabaja en Bolivia?
2. ¿Cómo es el proceso de elección de un titular para el periódico en el que trabaja?
3. ¿Qué propósito tienen las imágenes codificadas en las portadas de periódico?
4. ¿Cómo identifica el uso de notas de prensa en el periódico que Ud. trabaja con la agenda mediática?
5. ¿Cómo es la relación de trabajo del periódico en el que Ud. trabaja con el gobierno? Sobre toda la publicidad e información.
6. ¿Cuáles fueron las causas para que en el 21F gane el NO?
7. ¿Cómo podría explicar la importancia de información y de llegar a todos los ciudadanos del periódico en el que Ud. trabaja durante el referéndum del 21-F?
8. ¿Cómo fue la selección de noticias durante los últimos meses del 21F?
9. ¿Qué opina sobre la noticia en torno al caso de Gabriela Zapata semanas previas al referéndum del 21-F?
10. ¿Ud. cree que existió una inducción propagandista del periódico en el que Ud. trabaja en el referéndum del 21-F?

PERIODISTAS DE OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. ¿Cómo evalúa usted la influencia del periódico para el que Ud. trabaja en los resultados del 21-F?
2. ¿Cómo influye la posición política e ideológica del periódico en la redacción de los titulares y en la selección de noticias?
3. Según Ud., ¿en qué medida cree que las imágenes de las portadas y las caricaturas del periódico donde trabaja inducen la opinión de los lectores?
4. ¿Qué crítica tiene Ud. acerca del establecimiento que realizan los periódicos grandes sobre los periódicos sub-nacionales a través de la agenda *setting*?

5. ¿Cuáles son las relaciones del periódico para el que Ud. trabaja con el gobierno, y qué opina Ud. al respecto?
6. ¿Por qué cree causas o razones Ud. que su periódico adoptó una posición explícita respecto del 21-F?
7. ¿En qué medida el periódico en el que Ud. trabaja implementó una estrategia de inducción de los lectores para influir en su decisión en el referéndum del 21-F?
8. ¿Cuáles fueron los criterios del periódico para el que Ud. trabaja, que le permitieron seleccionar las noticias políticas desde septiembre de 2015 hasta febrero de 2016?
9. En su opinión, ¿qué impacto tuvo la posición del periódico para el que Ud. trabaja respecto de las noticias sobre Gabriela Zapata antes del referéndum del 21-F?
10. ¿Cuál es su opinión crítica respecto de la inducción propagandista que hizo el periódico para el que Ud. trabaja antes del referéndum del 21-F?

POLITÓLOGAS

1. Electoralmente ¿cuál fue en su opinión, la influencia de *La razón y Página siete* sobre los resultados del 21-F?
2. ¿Cuál es su opinión profesional respecto de las posiciones políticas e ideológicas de *La razón y Página siete* en la redacción de sus titulares, la construcción de las portadas y en la selección de noticias?
3. Desde el punto de vista de la semiología y el lenguaje de la imagen ¿cómo evalúa Ud. la influencia de las portadas y las caricaturas de *La razón y Página siete* para inducir la opinión de los lectores?
4. Considerando la libertad de prensa y el derecho a la expresión en democracia, ¿qué opinión tiene Ud. acerca de la agenda *setting* que fija los temas destacados para los periódicos sub-nacionales?
5. ¿Qué beneficios para la democracia, la opinión pública y la formación ciudadana de los lectores tiene la relación que el gobierno establece y privilegia con *La razón y Página siete*?
6. En su opinión política ¿en qué medida los resultados del 21-F y el papel de los periódicos *La razón y Página siete* habrían influido en la definición de una nueva coyuntura política?
7. Desde el punto de vista de la teoría de la comunicación, según su criterio ¿qué influencia y cuán eficaces fueron las estrategias de inducción de los lectores implementadas por *La razón y Página siete*?
8. ¿Cómo Ud. justificaría la inducción propagandística de *La razón y Página siete* desde septiembre de 2015 hasta febrero de 2016?

9. Considerando los principios de la ética periodística y de la libertad de opinión en un régimen democrático ¿cuál es su crítica personal de la inducción que realizaron *La razón* y *Página siete* en torno al 21-F?
10. En su opinión ¿cuál de los periódicos comparados *La razón* y *Página siete* ofreció la imagen más imparcial, fidedigna y veraz de Gabriela Zapata antes del 21-F.

CUADRO COMPARATIVO DE LOS EDITORIALES

ETAPA	PERIÓDICOS	PALABRAS CLAVE	DEFINICIONES FUNDAMENTALES	UNIVERSO SEMÁNTICO
Preparatoria (2 editoriales)	<i>Página siete</i>	"Reelección"	La reelección es un abuso de poder	"Referéndum", "alternancia", "renovación", "liderazgo", "poder", "cambio", "mandato"
	<i>La razón</i>	"Ajuste de cinturones"	Medidas económicas	"Economía", "austeridad"
Propagandística (20 editoriales)	<i>Página siete</i>	"Gobierno"	Gasto público innecesario	"Millones de dólares", "daño al medio ambiente", "Evo Morales"
	<i>La razón</i>	"Bolivia"	Inversión pública y externa para el país	"Inversión", "megaproyectos", "salud financiera"
Intensiva (20 editoriales)	<i>Página siete</i>	"Evo Morales"	La reelección es un abuso de poder	"Corrupción", "continuismo", reelección
	<i>La razón</i>	"Bolivia"	"País en progreso"	"Estado", "proceso de cambio", "Evo Morales", "Gobierno"
Refuerzo (8 editoriales)	<i>Página siete</i>	"Evo Morales"	Tráfico de influencias	"Ex pareja", "Gabriela Zapata", "corrupción", "trágico de influencias"
	<i>La razón</i>	"Factor guerra sucia"	Caso Zapata	"Campaña electoral", "propaganda negativa", "falsificación"
Resultados (2 editoriales)	<i>Página siete</i>	"No"	Bolivia dijo No	"Ciudadanos", "No", "victoria"
	<i>La razón</i>	"Sí"	Caudal electoral	"Resultados", "voto rural", "esperanza"

GLOSARIO

ADN	Acción Democrática Nacionalista
AFP	Administradora de Fondos de Pensiones
AP	Apariciones
ASP	Asamblea por la Soberanía de los Pueblos
BBV	Bilbao Vizcaya
BM	Banco Mundial
Bs	Moneda boliviana
CAMC	China CAMC Engineering Co., Ltd.
CAO	Cámara Agropecuaria del Oriente
CPE	Constitución Política del Estado
CONALCAM	Coordinadora Nacional por el Cambio
CEIBO	Compañía Ganadera y Exportadora
DEA	Drug Enforcement Administration
DS	Decreto Supremo
FRIGOR S.A	Matadero Frigorífico Santa Cruz
IDH	Impuesto Directo de los Hidrocarburos
IU	Izquierda Unida
MAS-IPSP	Movimiento Al Socialismo – Instrumento Político por la Soberanía de los Pueblos
MBL	Movimiento Boliviano de Liberación
MDS	Movimiento Demócrata Social
MIR	Movimiento de Izquierda Revolucionaria
MNR	Movimiento Nacionalista Revolucionario
MTK	Movimiento Tupac Katari
NRF	Nueva fuerza Republicana
PC	Partido Comunista
PDC	Partido Demócrata Cristiano
PDES	Plan de Desarrollo Económico y Social
PIB	Producto Interno Bruto
PGN	Presupuesto General de la Nación
PODEMOS	Poder Democrático Social
SAO	Sociedad aceitera del oriente
SIP	Sociedad Interamericana de Prensa
TSE	Tribunal Supremo Electoral
UCS	Unión Cívica Solidaridad
UN	Unidad Nacional
\$us	Dólares estadounidenses