

Influencia de los grupos de medios de comunicación en los comicios electorales y el derecho a la comunicación social

Edilburgo Choque & Jherson Valeriano

E. Choque & J. Valeriano

Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca – Unidad de Producción Científica y Tecnológica. Calle Junín esquina Estudiantes.

M. Ramos, M. Solís, (eds.) Participación ciudadana y desarrollo local, Tópicos Selectos de Administración- ©ECORFAN-México, Sucre, Bolivia, 2014.

Abstract

The present article took as principal objective determinate the influence of the Communication Media in Sucre about the judge and the valuation that the population understood between the 18 and 25 years could have respect to the electoral polls, and like that release the rate of influence of the groups of communication media in politic aspects. For such reason it recurred to different researches related with the topic and facts of first source, because surveys were made. Contextualizing also the right of Social communication in Bolivia.

Keywords: Influence, communication media, electoral polls.

8 Introducción

El artículo muestra la influencia que ejercen los grupos de medios de comunicación de la ciudad de Sucre sobre el juicio y la valoración que la población comprendida entre los 18 y 25 años pueda tener respecto a los comicios electorales, al grupo de medio de comunicación a la que más sigue y el rol de los medios de comunicación.

Al ser los medios de comunicación de alcance masivo, a puesto de relieve en la población de la ciudad de Sucre, una notable polarización en relación a posiciones estéticas, filosóficas que tienen que ver con el aspecto sociopolítico, económico, cultural que marcan la dinámica diaria boliviana. Puesto que normalmente se puede observar entre los ciudadanos posiciones encontradas respecto a temas del ámbito político, producto de que los ciudadanos de Sucre tiene como fuente a diferentes Medios de Comunicación, donde estos Medios realizan una clara mediatización de determinados hechos que se dan en el país. Más aún que ahora se ingresó en una etapa electoral que terminará con los comicios generales del 12 de octubre de 2014 [Convocatoria del TSE]

El artículo se divide en cuatro secciones la primera hace referencia a los grupos de medios de comunicación en Bolivia que se conectan con la ciudad de Sucre; la segunda sección contextualiza la economía jurídica relacionada con el derecho fundamental a la comunicación social en Bolivia; la tercera sección hace un análisis del rol de los medios de comunicación y finalmente la cuarta sección realiza un cruce de datos con referencia a la influencia de los grupos de medios de comunicación en los comicios electorales sobre la población comprendida entre los 18 y 25 años de la ciudad de Sucre.

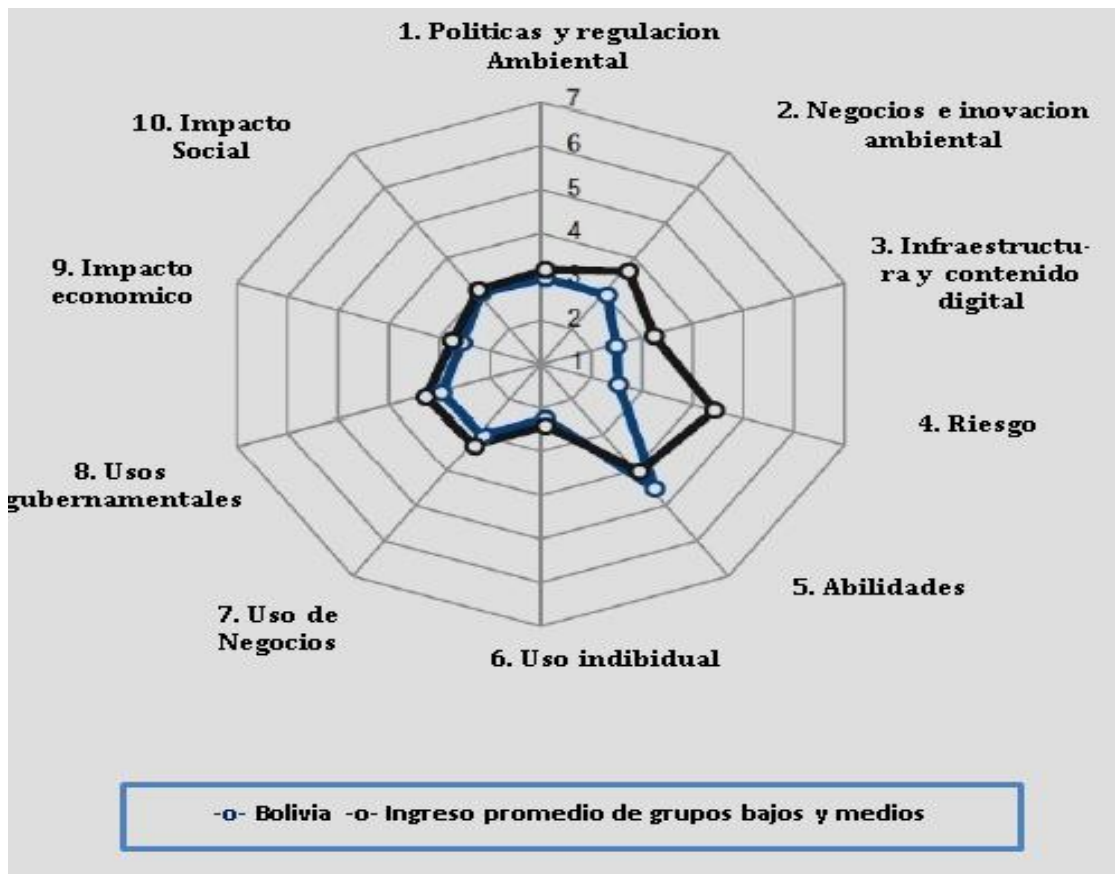
8.1 Grupos de medios de comunicación en Bolivia que se conectan con la ciudad de Sucre

Empecemos definiendo que es un medio de comunicación: Para evitar reduccionismos sobre los medios de comunicación proponemos entenderlos como entidades tridimensionales: son, a la vez, una organización (comercial, social o estatal), una comunidad profesional y un actor político. Estas tres dimensiones componen un mix único de presiones, ideales e intereses, que en cada medio de comunicación concreto, en distintas circunstancias, se combinan de diferente manera. Cada medio específico, debería ser analizado en detalle para ver cuál de cada una de esas tres dimensiones es la más influyente en su producto final. Algunos están dirigidos casi completamente como actores políticos, subordinando sus resultados económicos y no dando ninguna autonomía profesional a su redacción; otros son dirigidos puramente como animales de lucro; y otros cuentan con una redacción de periodistas que toma sus decisiones por criterios profesionales. Por supuesto, en la mayoría de los casos, la influencia mezclada es lo más común. Los medios realmente existentes en la región tienen una combinación compleja de esos tres elementos, que van incluso cambiando esa combinación de acuerdo a las circunstancias. [Ruiz, 2010]

Los distintos grupos de medios de comunicación a través del tiempo se han convertido en los principales emisores de la información, evolución avalada por los avances tecnológicos, que inciden en su crecimiento, formando grandes cadenas a nivel mundial o regional.

Aunque el informe mundial 2012 tecnología de información, informa que Bolivia ocupa el puesto 127 de 147 países en el desarrollo tecnológico de la información. Teniendo como su fortaleza a su capacidad y como debilidades a su asequibilidad, infraestructura y contenidos:

Figura 8 Políticas y regulación ambiental



Fuente: Informe Mundial 2012 Tecnología de Información

Ya en Bolivia la Ley General de Telecomunicaciones realiza una diferenciación entre los medios al poder distribuir paritariamente frecuencias: estableciendo un 33% para las privadas, otro 33% para los medios del estado; y otro 33% para los medios comunitarios e indígenas. [LGT, 2011].

Sea llegado a denominar grupos de medios de comunicación en Bolivia en razón de su procedencia. Teniendo como primer grupo los Medios Estatales que han pasado por una reestructuración desde que ha empezado este gobierno (gobierno del movimiento al socialismo). En segundo lugar están los Medios privados que responden a una propiedad privada, entre los propietarios de estos grupos de Medios están empresarios en su gran mayoría, sobre todo de las grandes cadenas, también hay propietarios pequeños de Medios privados, incluso hay Medios comunitarios que son privados; pero el gran porcentaje responde a los empresarios grandes de la comunicación.

El tercer grupo está conformado por Medios alternativos, que al margen de su procedencia no tiene tanto peso la propiedad o a quién pertenece; pueden ser privados, pueden responder a una institución, incluso a algunas iglesias, alguno que otro sindicato, (pero) estos tienen una característica de responder a la comunidad muy directamente, son Medios locales y no son grandes cadenas. [La Migraña, 2012]

Ahora bien en Bolivia se ha dado también una división teórica dentro de un grupo de medios de comunicación. En el grupo de los medios privados se subdivide entre los medios “paraestatales” y los “independientes” definiendo como paraestatales a aquellos medios que a pesar de ser de carácter privado coordina con el poder estatal para definir la línea editorial e informativa de dichos medios, teniendo de esta forma el gobierno control sobre estos medios. Las independientes sostiene el autor que son aquellos que no tienen ninguna relación con el interés de gobierno y que desarrollan la prensa independiente. [Peñaranda, 2014]

La generalidad de los medios más allá de contar con una página web, también han tomado el espacio de las redes sociales ya que tienen en la actualidad abiertas cuentas oficiales de la estación como también de sus periodistas en donde también difunden las noticias de su agenda. En Bolivia, se cuenta con cadenas televisivas que se conectan a nivel departamental; en Sucre se cuenta además con cadenas a nivel departamental, cuyas emisiones permiten la interacción entre la ciudad de Sucre y sus provincias.

8.2 Contextualización de la economía jurídica relacionada con el derecho fundamental a la Comunicación social en Bolivia

El Derecho a la Información y la Comunicación (DIC) permite a todas partes a expresarse individual y colectivamente por todos los medios de comunicación con el fin de mejorar sus vidas. El DIC es vital para una participación plena en la sociedad y es, por lo tanto, un derecho humano universal que pertenece a todos los hombres, mujeres y niños. El DIC incluye la democratización de los medios de comunicación, la protección de los medios tradicionales de comunicación, los derechos lingüísticos, y el derecho a disfrutar de los frutos de la creatividad humana. Estas son cuestiones de inclusión y exclusión, respeto mutuo y dignidad humana. [Van, 2012]

En el nuevo texto constitucional existe un avance cualitativo al reconocer, no solo el derecho a la libertad de expresión, sino el derecho a la información. Al mismo tiempo, regula la actividad periodística cuando reconoce la libertad de prensa enmarcada en los principios de veracidad y responsabilidad y le otorga al gremio la capacidad de autorregulación sobre sus actividades. [Chasqui, 2010]

En Bolivia al DIC se la ha reconocido en la carta magna como el derecho a la comunicación y el derecho a la información.

La actual constitución política del estado boliviano en su primera parte, título II, capítulo séptimo, artículo 106, parágrafo I, garantiza el derecho a la comunicación y el derecho a la información. A la misma vez en el mismo artículo el estado boliviano reconoce y garantiza a los bolivianos el derecho a la libertad de expresión, de opinión y de información, a la rectificación y a la réplica, y el derecho a emitir libremente las ideas por cualquier medio de difusión, sin censura previa. Garantiza también a los trabajadores de la prensa la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y a la información.

El artículo 107 de esta carta fundamental de Bolivia dispone que la información y las opiniones emitidas a través de los medios de comunicación social deben respetar los principios de veracidad y responsabilidad y que estos principios se ejercerán mediante las normas de ética y de autorregulación de las organizaciones de periodistas y medios de comunicación y su ley. [CPE, 2009]

8.3 Análisis del rol de los medios de comunicación

Luego de la contextualización de los medios de comunicación en Bolivia tanto en el aspecto jurídico como el de grupos, pasamos al rol de los medios en Bolivia que lógicamente se refleja en el contexto de la ciudad de Sucre.

Ciertos hechos que tienen que ver con la sociopolítica, la economía, la cultura en las esferas de poder, como podrían ser en las divisiones del Órgano Legislativo, Ejecutivo, Judicial, Electoral o en el interior de los propios Gobiernos Departamentales o Municipales del Estado Boliviano son ampliamente mediatizados por unos grupos de medios de comunicación, por otros no y por otros relativamente, dependiendo del hecho que se trate. “Cada Medio tiene una política editorial, por eso cuando uno ha pasado por varios Medios sabe perfectamente cuáles son los temas de agenda y cuáles no son temas de agenda. Entonces, el discurso mediático es importante por lo que dice, pero también por lo que no dice” [La Época, 2012]

Los grupos de medios han puesto de relieve en la población de la ciudad de Sucre, una notable polarización en relación a posiciones estéticas, filosóficas que tienen que ver con el aspecto sociopolítico, económico, cultural que marcan la dinámica diaria boliviana (Verbigracia el caso de la nueva línea de FANCESA), normalmente se puede observar entre los ciudadanos posiciones encontradas respecto a temas del ámbito público, producto de que los ciudadanos de Sucre tiene como fuente a diferentes Medios de Comunicación, donde estos Medios realizan una evidente mediatización de determinados hechos que se dan en el país.

Al respecto, algunas investigaciones en el país, conjuntamente algunos debates emprendidos por grupos estrechamente ligados al tema como la Asociación Nacional de la Prensa y otros, han puesto en polémica el rol de los medios de comunicación al momento de brindar la información y dar su opinión al respecto. Así como la idoneidad y ética de los juicios que podrían emitir.

Estos debates vislumbran posiciones que ponen al descubierto intereses corporativos, empresariales, gubernamentales y que influyen en los medios de comunicación al momento de brindar la información y en especial cuando se emite una opinión; mismos que inciden en el juicio y la valoración que la población realiza al respecto.

Ahora existen en los diferentes países los observatorios que son instancias de supervisión mediática que vigilan, controlan y monitorean la actividad de los medios, y en Bolivia desde el 12 de abril de 2006 la fundación UNIR que fue creada con el objetivo de generar espacios de información, negociación, deliberación y diálogo entre los bolivianos, a partir de procesos donde se aliente la participación, la interculturalidad y la equidad, puso en marcha el Observatorio Nacional de Medios, con la idea de que el observatorio contribuya a elevar la calidad del desempeño periodístico en el país y fomentar entre sus periodistas una mayor conciencia crítica en pro de la ética y de la mejora de la calidad de la información. Su composición es mixta e incluye a miembros catedráticos y alumnos de las universidades afiliadas a la Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación Social (ABOCCS) así como a representantes de las organizaciones empresariales, sindicales y académicas del periodismo.

Su actividad principal consiste en seguir crítica y propositivamente el trabajo profesional de los medios informativos, conocer las condiciones de producción y la oferta de los contenidos mediáticos y estudiar las percepciones ciudadanas al respecto. [Herrera, y Christofolletti, 2006]

Pero más allá del observatorio de medios Claudia Espinoza Iturri comunicadora con postgrado en género e interculturalidad y actual viceministra de políticas comunicacionales del Estado Boliviano, sostiene que los medios son actores políticos que responden a intereses determinados, no solamente económicos, es este elemento que se pudo corroborar con la encuesta realizada en este trabajo cuando se los consulto a los encuestados que si los medios respondían a intereses político-económicos. Sostiene Espinoza que no existe, ni imparcialidad ni objetividad, es imposible, no sólo por los intereses que pueda perseguir sino por la imposibilidad humana de reflejar algo de manera integral, no se puede, necesariamente recortar la realidad, y la construyes desde tu punto de vista, tú subjetividad, entonces lo que se informa o el discurso que se emite responde a los intereses de ciertos sectores de la sociedad, entonces en la medida en que respondan a determinados intereses se niegan otros.

8.4 Resultados obtenidos de la influencia de los grupos de medios de comunicación en los comicios electorales sobre la población comprendida entre los 18 y 25 años de la ciudad de Sucre

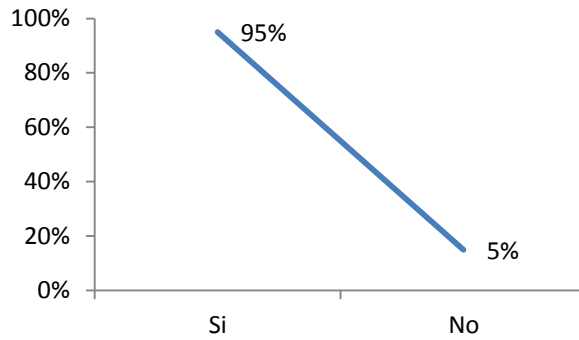
Ahora el haber ingresado en la ciudad de Sucre como en todo el estado boliviano en una etapa electoral que terminará con los comicios generales del 12 de octubre de 2014, hace importante prever el rol que jugaran los medios de comunicación a partir del alcance mediático que tienen en los ciudadanos de la ciudad de Sucre concretamente comprendida entre los 18 a 25 años, más allá de los spots de campaña electoral que solicitaran en los medios las diferentes fracciones políticas en contienda. Es decir los temas que tomaran como agenda los diferentes medios de comunicación influirán necesariamente en los ciudadanos de la ciudad de Sucre al momento de ejercer su derecho al voto.

Es así que para el presente estudio se realizó una encuesta orientada específicamente a medir la influencia de los grupos de medios de comunicación en la población de Sucre comprendida entre los 18 a 25 años de edad.

No se incluyó en la encuesta a los grupos de medios comunitarios porque es una evidencia a vista de toda la población de la ciudad de Sucre que estos grupos de medios comunitarios se encuentran concentrados en el área rural de y no así en las ciudades

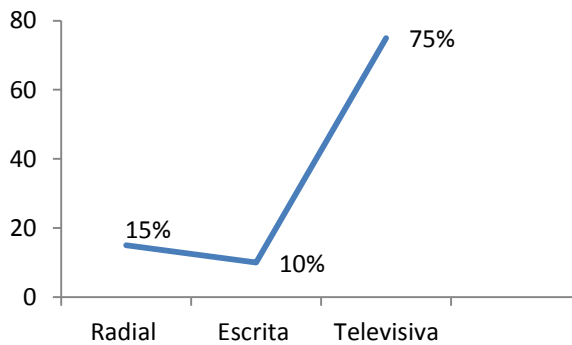
Se tomó como muestra poblacional a sesenta ciudadanos de ambos sexos, encuestadas en determinadas zonas de la ciudad: Zona Villa Margarita (Parada CBBA), zona del Aeropuerto (Av. 6 de Agosto), zona barrio Petrolero (Av. Las Américas), zona del Mercado Campesino (Plazuela San Juanillo) y la zona central (Plaza 25 de Mayo). La metodología que se empleó para conformar la muestra es el aleatorio simple. Teniéndose como resultados obtenidos de la encuesta lo siguiente.

Gráfico 8 ¿Cree usted que los medios de comunicación influyen en la población al momento de emitir juicios de valor en temas referidos a la política?



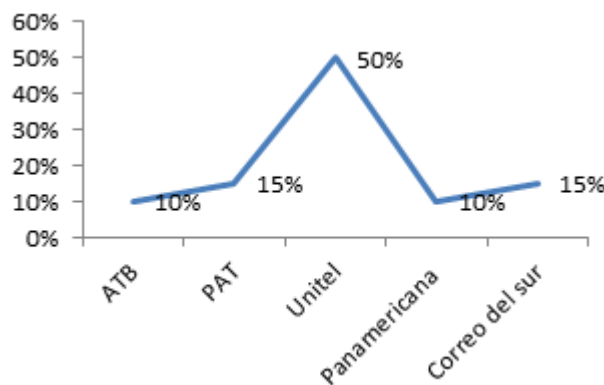
Consultado a los encuestados de que si los medios influyen o no al momento de emitir juicios de valor en temas referidos a la política el 95% cree que “Si” mientras que el 5% restante indico que “No”.

Gráfico 8.1 ¿Cuál es el tipo de medio de comunicación a la cual usted mayormente accede?



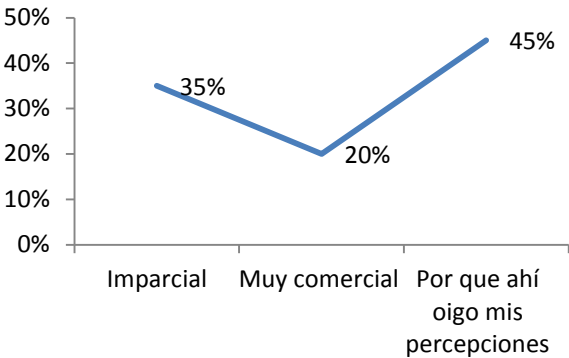
Consultado a los encuestados sobre el tipo de medio de comunicación a la cual más accede, el 75% respondió que accede a la televisiva, mientras que solo el 10% accede a medios de comunicación de carácter escrito.

Gráfico 8.2 ¿Cuál es la radio, periódico o canal de televisión que usted generalmente sigue?



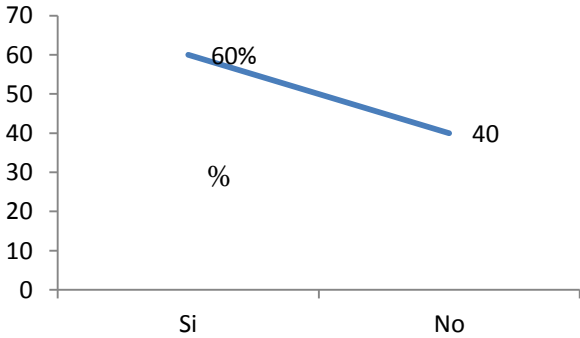
El medio a la cual más sigue la población es a la red Unitel ya que el 50% de los encuestados indico que sigue, y solo el 15% indica que sigue al diario local Correo del Sur.

Gráfico 8.3 ¿Por qué usted cree, que para informarse sigue a un medio de comunicación? Por:



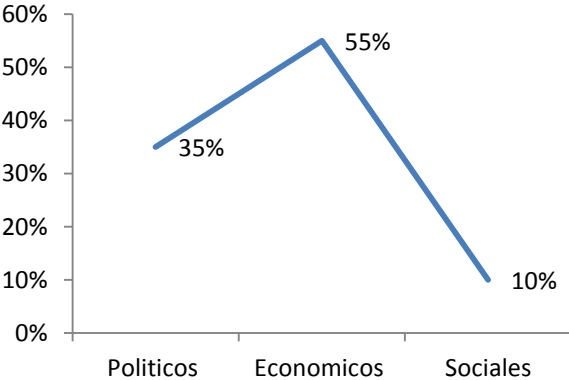
El 35% de los encuestados indico que sigue ha determinado medio de comunicación para informarse por ser imparcial, el 30% por tener una posición política, y el 35% restante indica que sigue a un medio para informarse porque ahí escucha sus percepciones.

Gráfico 8.4 ¿Usted cree que algunos Medios Privados tienen por detrás algunos intereses?



El 60% de los encuestados cree que los Medios Privados tienen por detrás algunos intereses, mientras que el 40% cree que no tienen los Medios Privados intereses por detrás.

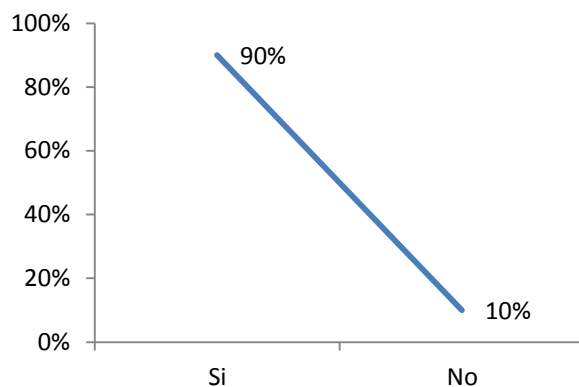
Gráfico 8.5 Si respondió “Si” en la pregunta 6, ¿cuáles crees que son esos intereses? En su defecto absténgase a responder esta pregunta.



1.

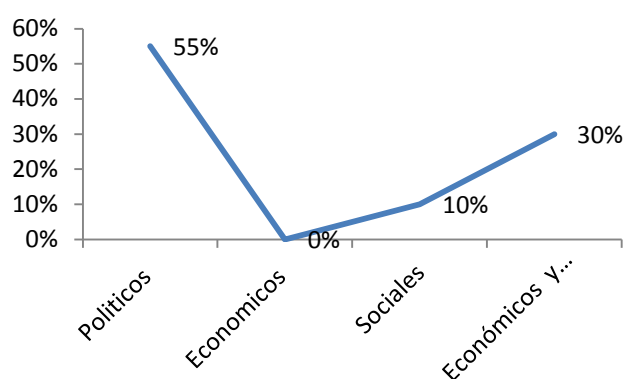
El 40% de los encuestados cree que los Medio Privados tienen intereses económico-políticos por detrás, y solo el 5% cree intereses económicos, el 10% indica intereses sociales y el 40% indica que los Medios Estatales tienen intereses económico-políticos por detrás.

Gráfico 8.6 ¿Usted cree que los Medios Estatales tienen por detrás algunos intereses?



El 90% de encuestados cree que los Medio Estatales tienen intereses por detrás y el 10% indica que no.

Gráfico 8.7 Si respondió “Si” en la pregunta 8, ¿cuáles crees que son esos intereses? En su defecto absténgase a responder esta pregunta.



El 55% de los encuestados indica que los Medios Estatales tienen intereses políticos por detrás, el 10% indica interés social y el 30% indica que los Medios Estatales persiguen por detrás intereses económico-políticos.

8.5 Conclusiones

Son los grupos de medios de comunicación de carácter privado las que mayor influencia ejercen en la ciudad al ser los medios privados a la que más se sigue para poder informarse.

A pesar de la poca tecnología a la que los medios acceden así como lo refleja el Informe Mundial Tecnología de Información es a las cadenas televisivas a la que más se accede la población.

A pesar de que la población mayoritariamente cree que tanto los grupos de medios estatales y privados persiguen intereses determinados, una tercera parte de la población opina que siguen a un medio de comunicación para poder informarse porque creen que son imparciales sea esta estatal o privado.

8.6 Agradecimientos

A la Universidad Mayor, Real y Pontificia San Francisco Xavier de Chuquisaca, al Rector Ing. Wálter Arízaga Cervantes.

8.7 Referencias

Arce, K. (2010). El Chasqui “Bolivia: Pensar la libertad desde los medios y la democracia”

Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia. (2009). Bolivia.

Convocatoria del TSE ()

Herrera, S., & Christofolletti, R. (2006). Una guía de los observatorios de medios en América latina “Observatorio Nacional de Medios de la Fundación UNIR”. Bolivia.

Informe Mundial Tecnología de Información. (2012). Centro de Estudios Aplicados a los Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Bolivia.

La Época. (marzode2012). El rol de los medios de comunicación en Bolivia.

La Migraña. (septiembrede2012). “El papel de los medios no es apaciguar o resolver conflictos”. Bolivia.

Ley General de Telecomunicaciones del Estado Plurinacional de Bolivia. (2011). Bolivia.

Peñaranda, R. (2014). Control Remoto. Bolivia.

Ruiz, F. (2011). Poder Político y Medios de Comunicación “Fronteras móviles: Caos y control en la relación entre medios y políticos en América Latina”. Argentina.

Van, V. (2012). El derecho a la comunicación y la información en Bolivia. Bolivia

Zapata, G. (2010). El derecho a la información dentro del contexto científico boliviano. Bolivia.