

Apéndice 1

La campaña de protesta está delimitada en base de dos factores claves

1. Objetivo común, es decir la demanda unificada y articulada hacia estado (Kousis 1999), aunque este criterio no niega la posible existencia de otras demandas sectoriales reclamadas durante su transcurso por diferentes participantes.
 - a. Si en la campaña participaba más organizaciones, a cada una se le adscribió una campaña de protesta.
2. La continuidad lo que significa que la campaña no debe ser interrumpida en el sentido de la desmovilización de sus participantes. Si hay interrupción, la contamos como nueva campaña aunque el objetivo se mantiene el mismo, puesto que se requiere nueva movilización de los actores. La excepción representan las interrupciones de corto plazo realizadas con el fin por ejemplo de negociar con el gobierno.

La campaña de protesta tuvo que cumplir cuatro criterios para que haya sido incluida en nuestro banco de datos.

1. Una de las organizaciones nacionales analizadas en el texto (CSUTCB; CIDOB y/o CONAMAQ) era organizador o co-organizador de la campaña.
 - a. En base de este criterio excluimos de nuestro banco las protestas organizadas exclusivamente por las regionales de dichas organizaciones en las cuales las estructuras nacionales no jugaron el papel activo (por ejemplo la protesta de la Asamblea de Pueblos Guaraníes en Takovo Mora en 2012).
2. Por lo menos algunas de las demandas reclamadas en la campaña se referían a la problemática indígena (derechos territoriales, autonomía indígena, consulta previa etc.).
 - a. A base de este criterio se quedan fuera del análisis las protestas que reivindicaban las demandas exclusivamente clasistas igual que cocaleras. Sin embargo, algunas campañas en nuestro banco de datos también reclamaban la redistribución de los recursos pero más bien como parte de reclamo de la autonomía indígena. En el tema cocalero, si las protestas cubrían el tema de la coca, pero la CSUTCB participaba activamente en ellas e incluían también otros temas relacionados con el mundo campesino/indígena, las incluimos en nuestro banco de datos.
3. En nuestra conceptualización son considerados sólo los casos de protestas no convencionales, excluyendo por ejemplo la recolección de las firmas, juicios,

demandas, peticiones, pronunciamientos públicos, lobbying, conferencias de prensa etc.

- a. Entre las tácticas no convencionales pertenecen las estrategias más bien disruptivas como marchas, bloqueos, ocupaciones de espacios públicos, toma/destrucción o quema de instalaciones o réhenes, vigilias/concentraciones masivas, cercos, paros, huelgas de hambre etc.
4. La campaña consiguió el alcance nacional en el sentido de su resonancia. Este criterio era clave para que la campaña fuera captada por el periódico analizado, es decir Revista 30 días publicada mensualmente por la organización Centro de Documentación e Información de Bolivia (CEDIB).

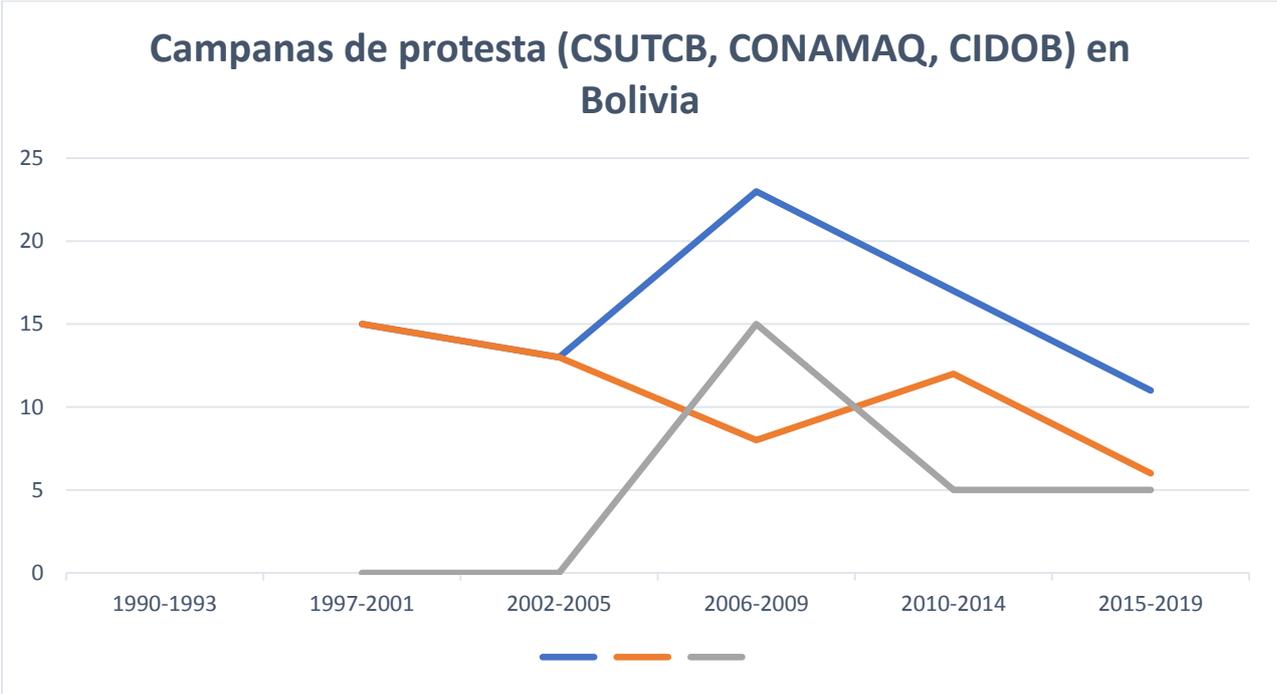
Recolección de los datos:

Hemos revisado todas las ediciones de la Revista 30 días de la organización CEDIB publicadas en el período 1994–2003. La revista representa una compilación de las noticias más destacadas de los principales periódicos nacionales de Bolivia de varios tintes ideológicos, en texto completo, organizadas por tema, cronológicamente y con secciones dedicadas especialmente a los movimientos y conflictos sociales, pueblos indígenas y tema de la coca. Como se trata sólo de selección de los artículos más salientes en dicho mes resulta posible la omisión de algunas protestas de intensidad más baja, lo que es, sin embargo, justificable considerando nuestro criterio de la resonancia nacional.

Para el período 2004–2014, hemos revisado todos los artículos de la compilación de las noticias más significativas y relacionadas con las protestas de los pueblos indígenas publicadas en los periódicos más importantes del país (de varias orientaciones ideológicas y en texto completo) que era elaborada por organización CEDIB en base del mismo método de recolección como en el caso de la Revista 30 días.

En total hemos aglomerado informaciones sobre 69 campañas de protesta en 18 años. Entre las características de protesta que hemos observado había fecha y duración de la protesta, número de participantes, objetivos (demandas), reacción o actitud del gobierno frente a la protesta (apoyo, represión, cooptación, ignoración etc.), tipo de protesta (marcha, vigilia, ocupación de las instalaciones privadas o edificios públicos, corte de abastecimiento, huelga de hambre, bloqueo de carreteras etc.), división al lado del movimiento y/u organizaciones y resultado en el sentido de cumplimiento de las demandas reclamadas (SÍ; NO; Parcial; Compromiso).

Apéndice 2



Fuente: elaborado por las autoras

*En el gráfico no se consideran las protestas que se desencadenaron después de las elecciones generales celebradas el 20 de octubre 2019, puesto que la dinámica es diferente y es la ciudadanía en general, no una organización específica, que incentivó la ola de protestas contra el gobierno de manera espontánea.