

## Guerra de marcas

### [Senad Slatina](#)

Quienes visiten Bosnia no tendrán necesidad de preguntar si un nativo es serbio, bosnio musulmán o croata. Podrán determinarlo observando la marca de cigarrillos, cerveza o teléfono móvil que utilice.

Diez años después de la guerra, casi todas las marcas comerciales son exclusivas de una u otra etnia. Y como muestra: las lealtades de los tres proveedores de telefonía móvil. Sus precios son casi idénticos, como el servicio que proporcionan. Sin embargo, casi sin excepción, los musulmanes utilizan el operador de Sarajevo, los serbios el de Banja Luka y los croatas la empresa con sede en Mostar. "En cierto sentido, aquí se sigue librando una guerra", dice Asim Metiljevic, redactor del semanario de Sarajevo *Slobodna Bosna*. "La gente no quiere contribuir a la prosperidad económica de los que estaban en el otro bando durante la guerra".

La pregunta es si el libre mercado puede superar los odios étnicos ancestrales, pero aún es demasiado pronto para contestar.



Las líneas serbias: campaña de Mobitel, con sede en Banja Luka.

El Gobierno acaba de aprobar una serie de leyes encaminadas a romper las posiciones monopolísticas de los operadores de telefonía móvil. Pero nadie sabe si las fuerzas del mercado ganarán la batalla. "Quizá haga falta que desaparezca la generación que ha vivido la guerra", sugiere Metiljevic. O tal vez lo único necesario sea una guerra de precios. El bolsillo, al fin y al cabo, no entiende de prejuicios.

## Guerra de marcas

Quienes visiten Bosnia no tendrán necesidad de preguntar si un nativo es serbio, bosnio musulmán o croata. Podrán determinarlo observando la marca de cigarrillos, cerveza o teléfono móvil que utilice.

Diez años después de la guerra, casi todas las marcas comerciales son exclusivas de una u otra etnia. Y como muestra: las lealtades de los tres proveedores de telefonía móvil. Sus precios son casi idénticos, como el servicio que proporcionan. Sin embargo, casi sin excepción, los musulmanes utilizan el operador de Sarajevo, los serbios el de Banja Luka y los croatas la empresa con sede en Mostar. "En cierto sentido, aquí se sigue librando una guerra", dice Asim Metiljevic, redactor del semanario de Sarajevo *Slobodna Bosna*. "La gente no quiere contribuir a la prosperidad económica de los que estaban en el otro bando durante la guerra".

La pregunta es si el libre mercado puede superar los odios étnicos ancestrales, pero aún es demasiado pronto para contestar.



Las líneas serbias: campaña de Mobitel, con sede en Banja Luka.

El Gobierno acaba de aprobar una serie de leyes encaminadas a romper las posiciones

---

monopolísticas de los operadores de telefonía móvil. Pero nadie sabe si las fuerzas del mercado ganarán la batalla. "Quizá haga falta que desaparezca la generación que ha vivido la guerra", sugiere Metiljevic. O tal vez lo único necesario sea una guerra de precios. El bolsillo, al fin y al cabo, no entiende de prejuicios. –[Senad Slatina](#)

---

Senad Slatina es periodista freelance en Bosnia.

**Fecha de creación**

7 septiembre, 2007