

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL
Tesis de Doctorado

EL MERCOSUR EN LA PRENSA URUGUAYA (1991-2016)

REGIÓN, NACIÓN E IDENTIDAD

AUTOR: UVAL, Natalia

DIRECTOR: BECERRA, Martín

CO-DIRECTORA: Achúgar, Mariana

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	7
Los años analizados y las etapas en las que se inscriben.....	11
Por qué los medios, por qué hoy.....	14
Estructura de la tesis.....	20
 CAPÍTULO 1. OPCIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS.....	22
1.1 Los medios de comunicación y las teorías del encuadre.....	25
1.2 Disputar con palabras.....	37
1.3 El análisis ideológico.....	45
1.4 Sobre el eclecticismo teórico, o los puentes.....	56
1.5 Teorías sobre la identidad y la nación.....	58
 CAPÍTULO 2. EL MERCOSUR Y URUGUAY COMO “ESTADO FRONTERA”.....	81
2.1 Los alcances del Mercosur.....	88
2.2 Uruguay y el Mercosur.....	91
2.3 Mercosur y comunicación.....	95
2.4 Investigaciones sobre Mercosur y comunicación.....	100
2.5 Mercosur e identidad.....	114

CAPÍTULO 3. EL MERCOSUR EN LA PRENSA: CARACTERÍSTICAS DE LA COBERTURA.....119

3.1 La cobertura de la información sobre el Mercosur por diario.....	125
3.2 Región anónima.....	131
3.3 Hecho en casa.....	134
3.4 No tan económicos.....	139
3.5 Presidentes en la cumbre.....	143
3.6 Los representantes del Mercosur.....	148
3.7 La representación gráfica del Mercosur.....	157
3.8 El Mercosur en términos sintácticos.....	159
3.9 El Mercosur en términos semánticos.....	163

CAPÍTULO 4. NOSOTROS Y LOS OTROS: NACIÓN Y REGIÓN EN LAS DEFINICIONES IDENTITARIAS.....167

4.1 Diferencias en función de la línea editorial.....	178
4.2 Los pies de foto como recurso editorial.....	181
4.3 Un presente de fracasos, sin futuro posible.....	183
4.4 Los otros internos.....	187
4.5 El mito de la excepcionalidad uruguaya.....	191

CAPÍTULO 5. SEGUIR LA LÍNEA: POSICIONES EDITORIALES SOBRE EL MERCOSUR.....198

5.1 El cuadrado ideológico.....	204
---------------------------------	-----

5.2 Modos de operación de la ideología.....	208
---	-----

CAPÍTULO 6. LOS CONSTRUCTORES DE LA INFORMACIÓN: UN ESTUDIO DE CASO.....214

6.1 Una dinámica tácita.....	217
6.2 El interés público o “lo que a la gente le importa”.....	222
6.3 “Lo que todos tienen”.....	226
6.4 Ideología, información y línea editorial.....	228
6.5 La visión del Mercosur.....	236
6.6 Pequeño entre gigantes.....	240

CAPÍTULO 7. CONCLUSIONES.....247

7.1 El Mercosur en la prensa uruguaya.....	247
7.2 Características del tratamiento de la información en la prensa escrita.....	256
7.3 Incidencia de la línea editorial en la cobertura informativa.....	263
7.4 Identidad nacional, ¿identidad regional?.....	269
7.5 Agendas de investigación a futuro.....	279

BIBLIOGRAFÍA.....281

ANEXOS.....300

ÍNDICE DE CUADROS Y GRÁFICOS

Cuadros

Cuadro 1. Elementos de evaluación.....	40
Cuadro 2. Modos de operación de la ideología.....	53
Cuadro 3. Cantidad de noticias publicadas por medio, por año.....	124
Cuadro 4. Destaque de las noticias sobre el Mercosur.....	127
Cuadro 5. Destaque de las noticias sobre el Mercosur por año, en porcentajes.....	128
Cuadro 6. Destaque de las noticias sobre el Mercosur por diario, en porcentajes.....	128
Cuadro 7. Cantidad de noticias firmadas por medio.....	130
Cuadro 8. Porcentaje de noticias con firma por año.....	130
Cuadro 9. Uso de fuentes anónimas, por año.....	132
Cuadro 10. Autor de la noticia.....	133
Cuadro 11. Autor de la noticia según diario.....	134
Cuadro 12. Autor de la noticia según año de publicación.....	135
Cuadro 13. Autor de la noticia sobre cumbres del Mercosur.....	136
Cuadro 14. Cantidad de noticias sobre el Mercosur por sección y por diario.....	139
Cuadro 15. Cantidad de noticias sobre el Mercosur por sección según año.....	140
Cuadro 16. Cantidad de noticias sobre el Mercosur según género.....	141
Cuadro 17. Temas de las noticias sobre el Mercosur.....	142
Cuadro 18. Temas de las noticias sobre el Mercosur por diario.....	144
Cuadro 19. Temas de las noticias sobre el Mercosur, por año.....	145
Cuadro 20. Actor principal de la información sobre el Mercosur.....	148

Cuadro 21. Actor secundario de la información sobre el Mercosur.....	149
Cuadro 22. Actor principal de la información sobre el Mercosur según sección.....	152
Cuadro 23. Actor principal de la información sobre el Mercosur según diario.....	153
Cuadro 24. Actor principal de la información sobre el Mercosur según año.....	155
Cuadro 25. Imágenes con las que se retrata las noticias sobre el Mercosur.....	156
Cuadro 26. Imágenes con las que se retrata las noticias sobre el Mercosur, por diario.....	156
Cuadro 27. Función sintáctica del Mercosur.....	158
Cuadro 28. Función sintáctica del Mercosur, por diario.....	159
Cuadro 29. Sinónimos para el Mercosur.....	163
Cuadro 30. Sinónimos para el Mercosur, por año.....	164
Cuadro 31. Apreciaciones, juicios y afectos en las notas sobre el Mercosur.....	166
Cuadro 32. Notas con apreciaciones y juicios, por año.....	172
Cuadro 33. Uso de posesivos en primera persona.....	192
Cuadro 34. Editoriales y columnas de opinión, por medio y por año.....	197
Cuadro 35. Uso de la primera persona del plural en artículos de opinión.....	203
Cuadro 36. ¿En qué secciones se publica la información sobre el Mercosur?.....	216
Cuadro 37. ¿Existen periodistas especializados en temas del Mercosur en el diario?.....	220
Cuadro 38. ¿Con qué criterios se resuelve lo que se incluye en el temario?.....	221
Cuadro 39. ¿Qué características tiene una información de calidad?.....	222
Cuadro 40. Ideología / línea editorial.....	230

Gráficos

Gráfico 1. Juicios en las notas sobre el Mercosur.....	169
Gráfico 2. Apreciaciones en las notas sobre el Mercosur.....	171
Gráfico 3. ¿La ideología del periodista incide en la elaboración de la información?.....	229
Gráfico 4. ¿La línea editorial incide en el tratamiento de la información?.....	229
Gráfico 5. Importancia del Mercosur para la vida cotidiana.....	234
Gráfico 6. Eficacia del Mercosur para resolver problemas entre países.....	235
Gráfico 7. Alcances del Mercosur.....	238
Gráfico 8. ¿Existe una identidad común a los países del Mercosur?.....	242

INTRODUCCIÓN

El Mercado Común del Sur fue creado en 1991 con una orientación ya explícita en su nombre, y detallada en el Tratado de Asunción, su norma inaugural: ampliación de los mercados nacionales, coordinación de políticas macroeconómicas, complementación de las economías, generación de un espacio económico que pudiera negociar con más peso en el escenario internacional. Este enfoque centrado en la integración económica fue predominante por lo menos hasta mediados de la primera década del siglo XXI, cuando los gobiernos denominados “progresistas” en la región incorporaron con más fuerza a sus discursos y acciones la importancia de la integración a nivel social y cultural. Prueba de esto son, por ejemplo, la creación del Instituto Social del Mercosur en 2007, o la habilitación para los ciudadanos de los países del Mercosur a viajar a cualquier otro Estado del bloque solamente con su cédula de identidad, decisión adoptada en el año 2008. Ambas medidas tienen como fundamento la voluntad de consolidar el “proceso de integración regional”.

Este sintagma, usado frecuentemente como sinónimo del Mercosur, da cuenta de que la voluntad política de los sucesivos gobiernos de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay -y más recientemente, Venezuela, aunque este país está suspendido del bloque al momento de redactarse esta tesis-, o al menos la retórica, apunta a trascender la ampliación y coordinación de mercados para lograr la “integración de los pueblos”. Así lo señala, por ejemplo, el propio Tratado de Asunción, donde los presidentes firmantes expresan su “voluntad política de dejar establecidas las bases para una unión cada vez más estrecha entre sus pueblos”.¹

1

En 2012, el Consejo Mercado Común (CMC), órgano ejecutivo del Mercosur, define la estructura orgánica y el reglamento interno del “Mercosur cultural”. En los considerandos de la resolución, se señala que la cultura “desempeña un papel fundamental en la profundización y consolidación del proceso de integración regional”. Esta resolución asume que el proceso de integración del Mercosur involucra aspectos económicos, políticos y sociales, pero también culturales. En esta última vertiente se ponen en juego construcciones simbólicas, representaciones sobre ese proceso. Este trabajo es un estudio de las representaciones del Mercosur en la prensa uruguaya en distintos períodos de la historia del bloque; supone una investigación de aspectos culturales sobre un tema que ha sido abordado casi exclusivamente con enfoques económicos, sociales y políticos. En las universidades de la región hay profusos estudios de las consecuencias de este nuevo esquema de relacionamiento en los ámbitos político, económico y social. Hay investigaciones desde las Ciencias Agrarias², desde las Ciencias Económicas³, desde el Derecho⁴, desde la Sociología⁵. El abordaje desde la Comunicación es más marginal, si bien existen producciones académicas de relevancia para esta investigación que serán detalladas en el capítulo 2.

² Por ejemplo, el trabajo de Víctor Enciso, de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Asunción: “Evaluación del impacto comercial de las materias primas: una mirada al Acuerdo de la Asociación Regional (AAR) entre UE-MERCOSUR”. Publicado en revista Investigación Agraria, v. 18, n. 2, p. 61-69, ene. 2017. Disponible en: <<http://www2.agr.una.py/revista/index.php/ria/article/view/381>>. Fecha de acceso: 3 de noviembre de 2017.

³ Ver por ejemplo el trabajo de Yusbeli Monsalve y Miranda Rafaer, de la Universidad del Zulia de Venezuela: “Ciclos económicos del Mercosur (1950-2013): estudio de sincronización”. Publicado en Cuadernos Latinoamericanos, v. 58, n. 50. Disponible en: <http://www.produccioncientificaluz.org/index.php/cuadernos/article/view/22222>. Fecha de acceso: 3 de noviembre de 2017.

⁴ Por ejemplo, el trabajo de Óscar Ariza y Judith Herrera, “Fundamentos jurídicos internacionales para la suspensión de un Estado parte del Mercosur”, publicado en la Revista Mario Alario D' Filippo de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad de Cartagena, v. 9, n. 17 (2017). Disponible en: <http://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/marioalariodfilippo/article/view/1545>. Fecha de acceso: 3 de noviembre de 2017.

⁵ Por ejemplo, el trabajo de Leonardo Granato, de la Universidad Federal de Rio Grande do Sul, denominado “Estado, Sociedad e Integración Regional: un estudio sobre el componente relacional del Mercosur (2003-2015)”, en Revista de estudos e pesquisas sobre as Américas, v. 11, n. 1 (enero-abril de 2017), págs. 61-78, Brasilia. Disponible en: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/159742>. Fecha de acceso: 3 de noviembre de 2017.

No obstante, en general los abordajes de estas investigaciones no apuntan a explorar las representaciones que se construyen del Mercosur, los discursos que circulan a nivel público sobre el proceso de integración regional. Estos discursos están presentes en los medios, pero no se ha sistematizado cuáles son y cómo han ido variando esas representaciones desde que se creó el Mercosur hasta hoy.

Esta investigación abordará tanto el proceso de construcción (producción de la información), como el producto (información). La pregunta-problema es: ¿Qué representaciones sobre el Mercosur aparecen en la prensa escrita uruguaya y cómo se define la identidad-alteridad en esas representaciones? El objetivo general de la tesis será responder esta pregunta.

Como objetivo adicional, se plantea una exploración de las rutinas periodísticas y de las representaciones del Mercosur que construyen los hacedores de la información -periodistas, editores y el director de un diario-, en un estudio de caso del diario El País.

Para esta investigación se seleccionaron los diarios uruguayos La República y El País, por dos razones. En primer lugar, por su presencia constante en todos los períodos analizados (El País se edita desde 1918, y la República, desde 1988), y en segundo lugar, por su orientación editorial contrapuesta en términos político-partidarios. El País fue fundado por dirigentes del Partido Nacional y apoya explícitamente a ese partido, y La República fue fundada por Federico Fasano Mertens, connotado frenteamplista, y respalda al Frente Amplio desde sus comienzos y hasta ahora. Esta orientación editorial contrapuesta en términos político-partidarios incorpora una dimensión interesante al análisis, y es en qué medida la alineación a nivel nacional con determinado partido político incide en la forma en que se representa el Mercosur en los distintos períodos.

Los años analizados y las etapas en que se inscriben

Toda clasificación es, en cierta medida, arbitraria. Con esta idea jugó el escritor argentino Jorge Luis Borges en *El idioma analítico de John Wilkins* (en *Otras inquisiciones*, 1952), cuando refiere a cierta enciclopedia china que divide los animales en “pertenecientes al Emperador”, “embalsamados”, “lechones”, “sirenas”, “que se agitan como locos” e “innumerables”, entre otras categorías. “Notoriamente, no hay clasificación del universo que no sea arbitraria y conjetural. La razón es muy simple: no sabemos qué cosa es el universo”, concluye Borges. De todos modos, luego acota que esta imposibilidad no puede “disuadirnos de planear esquemas humanos, aunque nos conste que estos son provisorios”. Y en un trabajo académico, claro está, el planteo debe estar acompañado de su respectiva fundamentación.

La selección de los cinco años de análisis (1991, 1995, 2002, 2008 y 2016) se realizó en función de considerar que cada uno de estos años se inscribe en una etapa distinta del Mercosur. La caracterización de las etapas es propia, si bien, en términos generales, está en línea con conceptos manejados por otros autores, como el historiador Gerardo Caetano (2011a) y Lincoln Bizzozero (2012). Caetano distingue una primera etapa del Mercosur que califica como de “fundación y primer despliegue” (1991-1994), luego una segunda etapa de “consolidación institucional” (1994-1999), una tercera de “crisis y conflictividad” (1999-2002), una cuarta donde surgen “programas augurales de otro modelo de integración” (2002-2004), y una quinta que sitúa a partir del año 2004, que define como de “tensiones e intersecciones entre las tendencias de profundización, flexibilización y ampliación: impulso y freno de una inflexión”, aludiendo a la ambigüedad de una etapa signada por los discursos pro-integracionistas en términos políticos pero con falta de avances en materia de integración económica y alta conflictividad.

Para esta investigación, elegí cinco años de análisis, que en algunos casos coinciden con la caracterización mencionada.

1) 1991. Momento fundacional del Mercosur. Ese año, el 26 de marzo, se realiza la firma del Tratado de Asunción. Se firma el Protocolo de Brasilia de Solución de Controversias, se aprueba el reglamento interno del Grupo Mercado Común (GMC), se crean las reuniones especializadas y las reuniones de ministros del Mercosur.

2) 1995. Entrada en vigencia del Tratado de Asunción (a partir del 1 de enero de 1995) y entrada en vigencia el 15 de diciembre de ese año del Protocolo de Ouro Preto. Etapa de consolidación institucional.

3) 2002. Este año se inscribe en una etapa de crisis económica y social en los países de la región, signada por la devaluación de Brasil en 1999, el default y la crisis institucional de Argentina, y los corralitos y cierres de bancos en Uruguay. Se elige el año 2002 porque fue ese año cuando azotó con más fuerza la crisis en Uruguay, una crisis que se denomina a nivel del discurso académico y del discurso común como “la crisis de 2002”.

4) 2008. Este año se inscribe en la etapa de “gobiernos progresistas” en la región, que se caracterizará en el capítulo 2. Se elige el año 2008 porque es el primer año en el que todos los gobiernos de la región se autocalifican como “progresistas”, tras la asunción de Fernando Lugo en Paraguay, junto a los mandatos de Lula en Brasil, Cristina Fernández en Argentina y Tabaré Vazquez en Uruguay. Esta configuración novedosa de fuerzas políticas progresistas en la región modificó la agenda del bloque y los contenidos del regionalismo (Bizzozero, 2012).

5) 2016. Este año se inscribe en una etapa de crisis institucional del Mercosur, tras la suspensión de Venezuela el 1º de diciembre de 2016. La suspensión no fue aceptada por ese país, al punto que la canciller de Venezuela intentó ingresar a una reunión de cancilleres del Mercosur en

Buenos Aires y fue expulsada. Durante este año también, Argentina, Brasil y Paraguay desconocieron la presidencia pro-témpore de Venezuela, que debía ejercer en el segundo semestre de 2016, y no asistieron a las reuniones convocadas por ese país, realizando encuentros en paralelo. Utilizaron además la categoría de “países fundadores del Mercosur” para dejar por fuera a Venezuela. Todos estos factores hacen que sea posible hablar ese año de una crisis institucional en el Mercosur, de algún modo augural de la situación generada por la suspensión de Venezuela del Mercosur en agosto de 2017, en aplicación de la cláusula democrática del Protocolo de Ushuaia.

Para cada uno de estos años de análisis, se tomó el mes de diciembre como muestra. Se eligió este mes porque en diciembre se realizan las cumbres presidenciales del Mercosur, y por lo tanto era esperable encontrar mayor material de análisis en la prensa. Puede argumentarse que la selección de este mes podría significar un sesgo, ya que por un lado, presumiblemente habrá más noticias del Mercosur ese mes que en otros, y por otro lado, es esperable que esta se focalice mayormente en las cumbres presidenciales. La primera objeción se salva por el hecho de que las únicas comparaciones que realizo para determinar si hubo “más” o “menos” notas sobre el Mercosur son interanuales (y en ese caso el sesgo no existe, ya que siempre se toma el mismo mes) y entre diarios (también se toma el mismo mes, y por tanto no hay sesgo). La segunda es una objeción válida y debe tenerse en cuenta, especialmente en la parte del análisis de los temas de las notas, donde puede estar sobrerrepresentada la información relativa a las cumbres presidenciales respecto a otro mes. De todos modos, creo que este eventual sesgo no afecta en lo central los resultados del análisis.

El antecedente más relevante de esta investigación es el informe “Mercosur en los ojos del mundo”, realizado por la Cátedra Unesco de Comunicación Social en 2008, que se propuso

identificar cómo los periódicos incluían al Mercosur en su agenda temática y cuáles eran las fuentes de información vinculadas al tema en los principales diarios de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay. En Uruguay existen pocos antecedentes de investigaciones similares. La que más se acerca a los objetivos del presente estudio es la realizada por los investigadores uruguayos Hugo Achúgar y Francisco Bustamante hace más de veinte años, en 1993. En un artículo denominado “Mercosur, intercambio cultural y perfiles de un imaginario”⁶, se preguntan entre otras cosas sobre el intercambio cultural en el Mercosur y sobre el peso de los medios de comunicación en la construcción de las identidades nacionales y regionales.

Luego hay también trabajos puntuales en los países de la región, que reseñaré en el capítulo 2 de esta tesis. No obstante, ninguno de estos análisis se propone abordar con la misma metodología la cobertura de la prensa sobre el Mercosur en los mismos medios pero en distintas etapas históricas. Este trabajo utiliza además una metodología variada que no está presente en estudios anteriores sobre el tema, y que incluye análisis de prensa desde la perspectiva de la teoría del encuadre (*framing*), un abordaje desde el Análisis Crítico del Discurso (ACD), un análisis de los modos de operación de la ideología en los editoriales y un estudio de caso de las rutinas de producción en el diario uruguayo El País.

Por qué los medios, por qué hoy

Los medios masivos de comunicación establecen marcos de interpretación de los acontecimientos, construyen sentidos que luego se aceptan, se negocian o se subvierten en el

⁶ ACHÚGAR, H. & BUSTAMANTE, F. (1996); MERCOSUR, intercambio cultural y perfiles de un imaginario. En GARCÍA CANCLINI, Néstor (ed.): Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos: libre comercio e integración. Primera edición, Ed. Nueva Sociedad, Caracas.

proceso de recepción. Si entendemos que la realidad es producto de definiciones individuales y colectivas (Sádaba, 2007) y que las interpretaciones sobre un hecho pueden generar acontecimientos, pueden “construir realidad”, entonces es claro el papel que juegan los medios de comunicación no sólo en el intercambio de sentidos, sino en los propios “hechos” de la realidad social. "En una sociedad mediática quienes narran, cuentan y en gran parte construyen las identidades culturales son los medios de comunicación", señala Fontcuberta (2006:76). Y esto lo hacen en un marco en el que hay sobreabundancia de información sobre algunas culturas y escasez de información sobre otras (Ford, 1999).

Manuel Martín Serrano (1989) entiende que los medios de comunicación establecen dos tipos de mediaciones: una mediación cognitiva (ofrecen modelos de representación de lo que acontece, y de ese modo sirven para ajustar sucesos y creencias, en una tarea “mitificadora”) y una mediación estructural, que tiene que ver con las características tecnológicas propias del medio (se debe adaptar la novedad a ciertos patrones materiales y conceptuales).

El papel de los medios en la sociedad no puede analizarse aisladamente, como si cada diario, radio o canal de TV formaran una unidad desvinculada del resto. Juntos conforman un sistema que propone ciertos sentidos sobre la realidad social, más o menos homogéneos. En esta homogeneidad influye lo que señalaban los teóricos de la Escuela de Frankfurt: su carácter de industria (Horkheimer & Adorno, 1988). La producción en serie de mensajes en general legitimadores del statu quo, ya sea con la intención política de perpetuar el sistema capitalista o con la intención económico-empresarial de garantizar la rentabilidad (o ambas, ya que se concilian muy bien), genera productos que no se diferencian en mayor medida unos de otros, y excluye lo diferente. Rodrigo Alsina (2003) advierte que, pese a que en una sociedad existe de hecho una pluralidad de comunidades interpretativas, los medios de comunicación tienden a

privilegiar las interpretaciones hegemónicas o al menos las “fácilmente consensuables”. “La noticia es una aliada de las instituciones legitimadas” (Tuchman, 1983:16).

El circuito informativo (cómo circula la información entre los diferentes medios) también contribuye a legitimar el statu quo y acallar las voces disidentes, debido a que los medios tienden a reiterar más o menos las mismas informaciones y a citarse entre sí, para no correr el riesgo de quedar fuera de “la agenda”. Los periodistas consideran que su labor es acertada si coinciden en su selección de los hechos con la selección realizada por otros medios: si varios medios marcan un hecho como noticia, hay acierto, el hecho tiene la jerarquía noticiosa adjudicada (Martini, 2000). Una noticia que aparece en más medios es más noticia que aquella que aparece sólo en uno, salvo en el caso de una noticia exclusiva, una primicia. Y cuanto más coincidan los medios en la selección de la misma información, mayor será su efecto sobre la opinión pública.

¿Por qué estudiar hoy la prensa escrita, en momentos de crisis de la posición social del periodismo (Waisbord, 2017; Ramonet, 2011) y de la prensa escrita en particular, en tiempos en que el periodismo ha dejado de ser una institución central en el flujo de noticias, en momentos en que se multiplican los emisores y la velocidad de los intercambios?

Porque sin embargo, pese a que estos cambios han debilitado la posición privilegiada de los medios tradicionales como constructores de representaciones, estos siguen teniendo una incidencia central en la construcción de agenda y en la definición de los marcos y encuadres a partir de los cuales se piensan los acontecimientos (Sádaba, 2007). Y la prensa escrita, en particular, produce materiales de los que se nutren otros medios tradicionales, como la radio y la televisión.

El consumo informativo de las nuevas generaciones ha cambiado, y las redes sociales como Facebook se han convertido en muchos casos en el principal recurso informativo de los jóvenes.

En una investigación realizada por el Centro de Estudios sobre Medios y Sociedad de Argentina sobre el consumo informativo en jóvenes, Boczkowski y Mitchelstein (2016) concluyen que el consumo noticioso de estos es “incidental”: “el acceso a la información deja de ser una actividad independiente y pasa a ser parte de la sociabilidad en las redes”. “Los jóvenes no usan los medios sino que viven en ambientes digitales donde no hay contextos ni jerarquías, sino retazos de historias y opiniones que son escaneadas y, con mucha suerte, leídas”, señalan estos autores. Pero aunque cambiaron las modalidades y soportes -en otros términos, aunque los jóvenes ya no lean el diario impreso y prefieran leer las noticias que aparecen en Facebook en sus celulares-, los periódicos tradicionales siguen teniendo peso en este mismo circuito informativo, y a través de sus titulares y selecciones siguen construyendo representaciones. No han sido sustituidos por ningún otro actor social en esa función, aunque ahora comparten su tarea con muchos aficionados, que sin embargo en general no tienen el alcance de los medios tradicionales.

Por otra parte, el periódico, medio de comunicación y por lo tanto agente de socialización, pero además actor político (Borrat, 1989), contribuirá a la delimitación y la categorización del mundo percibido. Los periódicos construyen mapas del mundo, trazan cartografías (Born, M., 2005):

"Los periódicos no sólo trazan mapas del mundo; ellos mismos son los nuevos mapas posmodernos que proponen rutas para comprender el mundo, y pueden indicar en qué lugar estamos y quiénes somos. La idea de que el medio periodístico produce socialmente el mundo no contradice la idea de que los periódicos son representaciones del mundo. La amplia distribución de la información periodística permite que ese mundo sea compartido por una enorme cantidad de personas, que construyen sus mapas y lecturas del lugar en el que viven según el sistema de referencias que los medios proveen".

Digamos que, utilizando los conceptos expuestos en el libro “La Reproducción” de Bourdieu y Passeron (1985), el periódico ejerce una acción pedagógica, es decir la imposición e inculcación de una arbitrariedad cultural que aparecerá como legítima. De este modo ejerce su poder simbólico, el "poder de constituir lo dado por la enunciación, de hacer ver u de hacer creer, de confirmar o de transformar la visión del mundo y, de este modo, la acción sobre el mundo, por lo tanto el mundo" (Bourdieu, 1998). Esta manifestación de violencia simbólica, capaz de imponer significaciones como legítimas, es ejercida merced a la autoridad pedagógica que le brinda su reconocimiento como privilegiada instancia informativa (y por lo tanto formativa, en tanto estructuradora de una actualidad y difusora de una visión del mundo). Dice Jesús Martín Barbero (1978:128): "Se trata entonces de indagar el discurso como lugar estratégico en el que habla el orden, la común medida. Y de sacar a flote los mecanismos por medio de los cuales ese orden y esa común medida -históricos- se hacen pasar, se dan por `naturaleza`".

En el caso de la prensa escrita, como se señaló, las notas publicadas en diarios y semanarios siguen teniendo relevancia para marcar la agenda de otros medios (Borrat, 1989) y para la formación de opinión de los líderes de opinión. La importancia de la intermediación personal, señalada por Elihu Katz y Paul Lazarsfeld (1979), parte del supuesto de que los denominados “líderes de opinión” son personas más informadas que el resto, con un acceso mayor a los medios de comunicación. Dado que la televisión y la radio son medios que se han extendido prácticamente a toda la sociedad, y que la lectura de prensa escrita ha quedado confinada a un segmento de la sociedad, puede interpretarse que esas personas que mantienen un contacto asiduo con la prensa escrita pueden ser calificadas como “líderes de opinión” de acuerdo a la perspectiva teórica de Katz y Lazarsfeld.

Por otra parte, al menos en el caso de Uruguay, la lectura de diarios se asocia con un mayor nivel educativo y de ingresos, según el informe 2014 “Imaginarios y consumo cultural” del Ministerio de Educación y Cultura (MEC) de Uruguay⁷.

De todos modos, no es posible soslayar que la relevancia de la prensa escrita impresa en términos de alcance ha mermado considerablemente en los últimos años. Según el citado informe del MEC, el porcentaje de la población uruguaya que nunca lee diarios pasó del 34,7% en 2009 al 41,4% en 2014. El porcentaje de la población que siempre los lee fue de 7,3% en 2014, frente a 10,3% en 2009. Este descenso en el consumo también alcanza a la población con educación terciaria, que es la mayor consumidora de periódicos impresos; en 2009 el 19,9% de la población con educación terciaria nunca leía diarios, y en 2014 ese porcentaje llega al 34,2%. De todos modos, y como también se advierte en el informe, se consolidan otras modalidades de consumo, como la lectura de diarios a través de internet. El 8% de los encuestados para el informe ubicaba la lectura de diarios entre sus principales usos de internet.

No se cumplieron los pronósticos de que la prensa escrita desaparecería ante la irrupción de las tecnologías de la información y la comunicación⁸, aunque sí es cierto que su capacidad de llegar a públicos masivos se ha visto mermada. Pero en la evaluación de ese impacto, no cabe tampoco una lectura lineal del estilo “menor consumo de prensa escrita impresa, menor impacto”, ya que como se señaló, se lee la prensa escrita en otros soportes, y esta sigue siendo referencia ineludible para los programas de radio y de televisión matinales, basta para ello tomarse una mañana para escucharlos y mirarlos.

⁷ Disponible en: http://cultura.mec.gub.uy/innovaportal/file/66060/1/imaginarios_y_consumo_cultural_-_tercer_informe_-_2014.pdf

⁸ Por ejemplo, el director ejecutivo de Microsoft, Steve Ballmer, afirmó a The Washington Post en 2008 que la prensa escrita desaparecería “en 10 años” y sería sustituida por Internet: <https://www.wired.com/2008/06/steve-ballmer-g/>

“La vigencia de la prensa escrita, especialmente como medio de referencia, evidentemente no ha desaparecido ni creo que desaparezca en algún futuro previsible. Y es que la perennidad del texto escrito le da una solidez al mensaje superior a la de cualquier otro medio”, opinaba Fontcuberta en el año 2006 (Fontcuberta, 2006:16). Esta autora entiende que el rol principal que le cabe a la prensa escrita hoy es interpretar los acontecimientos, y que para ello ocupa una posición privilegiada por su soporte.

La prensa escrita, además de agendar las temáticas relevantes en una sociedad como postulaba la teoría de la agenda setting (Mc Combs & Shaw, 1972), genera un enfoque o encuadre determinado de la noticias, entendido este como "la idea central organizadora del contenido de las noticias que aporta un contexto mediante un proceso de selección, énfasis, exclusión y elaboración" o también "la idea central organizadora que da sentido a los acontecimientos y sugiere cuál es la cuestión tratada" (Sádaba, 2007:70).

Estructura de la tesis

La tesis se organiza en siete capítulos. En el capítulo 1 se explicitan las opciones teórico-metodológicas que se tomaron para el análisis.

En el capítulo 2 se sitúa al Mercosur como fenómeno político en términos históricos, y además se realiza una reseña de los antecedentes de investigaciones sobre el Mercosur en la prensa y sobre Mercosur e identidad.

En el capítulo 3 se analizan las representaciones del Mercosur en la prensa, operacionalizadas principalmente a través de las siguientes variables:

a. Definición. Cómo se define el Mercosur o qué sinónimos se utilizan para nombrarlo.

- b. Actores.** Qué actores se identifican en la información como representativos del Mercosur.
- c. Imágenes.** Qué representaciones gráficas se hacen del Mercosur en la información (lugares, personas, acontecimientos)
- d. Destaque.** Qué destaque tiene la información sobre el Mercosur, teniendo en cuenta los siguientes indicadores: lugar en el que aparece la información, tamaño de la información con respecto al tamaño del diario y si tiene o no foto.
- e. Sección.** En qué sección aparece
- f. Connotaciones.** Qué connotaciones pueden identificarse que impliquen una valoración del significado y alcance del Mercosur.

En el capítulo 4 se analizan las representaciones del Mercosur desde la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso (ACD) y desde la teoría de la evaluación (Martin & White, 2005), con particular foco en el concepto de identidad.

En el capítulo 5 se estudian los modos de operación de la ideología en los editoriales de los dos diarios analizados.

En el capítulo 6 se exploran, mediante un estudio de caso del diario El País, las representaciones de periodistas, editores y del director del diario sobre el Mercosur. Finalmente, en el capítulo 7 se exponen las conclusiones.

Capítulo 1

Opciones teórico-metodológicas

Esta investigación abordará las representaciones que construyó la prensa escrita uruguaya sobre el Mercosur en cinco etapas de la historia del bloque regional, y analizará estas representaciones con foco en el concepto de identidad. Las teorías del encuadre (*framing*) y del Análisis Crítico del Discurso (ACD), y los estudios de la sociología de las redacciones, constituyen la base teórica de esta tesis, lo que no obsta a que en algunos capítulos se utilicen otros conceptos teóricos que resulta interesante operacionalizar para el análisis, como es el caso de los modos de acción de la ideología de John Thompson.

La elección del Mercosur como fenómeno obedece a que las representaciones de los procesos de integración regional conllevan o connotan representaciones sobre la identidad, en la medida en que los sentimientos de pertenencia se complejizan. El análisis de las representaciones sobre el Mercosur permite explorar si existen construcciones identitarias sobre la región y cómo se vinculan esas definiciones con las identidades nacionales.

La representación es un concepto que muchas veces se da por sobreentendido en las ciencias humanas, tal vez por lo que señala Michel Foucault (1968) acerca de que las representaciones son el “objeto propio” de estas ciencias y al mismo tiempo su “condición de posibilidad”. La representación implica que una cosa está en lugar de otra, pero la representación tiene una doble relación: por un lado, con aquello a lo que representa, y por el otro, con su autor. Y no es simplemente indicial, sino que tiene un carácter propio: “la representación es siempre

perpendicular a sí misma, es a la vez indicación y aparecer, relación con un objeto y manifestación de sí” (Foucault, 1968:71).

Al igual que Rodrigo Alsina (1989), concibo a la representación no como una reproducción sino como una construcción mental, simbólica, del objeto o acontecimiento. Alejandro Llano (1999) la define como una mediación cognoscitiva entre un sujeto y una “forma real”, que permite al sujeto conocer al objeto. No es por tanto sujeto ni objeto, es una construcción cognoscitiva del sujeto en base a “lo real”.

Cebrelli y Arancibia señalan que las representaciones son construcciones colectivas de significado -construcciones que realizan las instituciones, los medios, los grupos sociales- y que por tanto, “su producción y su recepción es de carácter histórico”. En esto fundan su concepto de “espesor temporal de las representaciones” (2005), que implica que éstas se elaboran y reelaboran a lo largo de la historia —“una representación se construye en el tiempo sobre representaciones afines con las cuales se traslapa”, indican los autores-.

Halliday hace referencia al vínculo estrecho que existe entre discurso, representaciones sociales, ideología e identidad. Los actores sociales implicados en el discurso —ya sea como fuentes de información o los actores que elaboran los discursos, los periodistas- “no usan exclusivamente sus experiencias y estrategias individuales; se apoyan fundamentalmente en marcos colectivos de percepción a los que llamamos representaciones sociales”. “Estas percepciones socialmente compartidas constituyen el vínculo entre el sistema social y el sistema cognitivo individual. Constituyen además un elemento nuclear de la identidad social de los individuos”, señala Halliday (1978).

Otra dimensión clave es la del poder. En el poder de representar —de nombrar, de clasificar, de jerarquizar- reside buena parte del poder de los sectores dominantes en una sociedad. No tanto en

la acción efectiva de dominación, sino fundamentalmente en la capacidad de ejercer esa acción. Existen luchas por la representación. Hay quienes consideran que la división social surge en buena medida de la capacidad que tiene cada grupo de “hacer reconocer su existencia” (Chartier, R., 1992).

Louis Marin sostiene que el dispositivo de la representación “produce su poder, se produce como poder”, y que el poder tiene un gran interés en apropiárselo. Advierte además que la representación “no sólo reproduce de hecho sino también de derecho las condiciones que hacen posible su representación”, y que “representación y poder son de la misma naturaleza” (Marin, L., 2009).

Podemos hacer una distinción entre las representaciones que hacen los sectores dominantes y las que hacen los sectores subalternos. O dar un paso más, como lo hace David Morley (1996), y señalar que existen lecturas dominantes y lecturas oposicionales sobre un mismo mensaje, y que estas lecturas no se adscriben necesariamente a los mismos grupos sociales: las lecturas dominantes no son patrimonio exclusivo de los sectores dominantes, y viceversa. Es interesante cómo, en algunos casos, las propias representaciones que los grupos subalternos tienen de sí mismos vienen construidas fundamentalmente por los sectores dominantes (Cebrelli, A. & Arancibia, V., 2005).

Por su propio carácter de construcción y por su poder, que tanta incidencia tiene en la conformación de las estructuras sociales, es que no comparto el carácter “natural” que asignan algunos autores a las representaciones, o más específicamente, al vínculo entre las representaciones y sus referentes. Emile Durkeim, por ejemplo, cuando se refiere a las representaciones colectivas, asegura que éstas, por su propio carácter colectivo, presentan “garantías de objetividad”, pues “no es sin razón” que ellas han “podido generalizarse y

mantenerse con una persistencia suficiente”. “Si estuvieran en desacuerdo con la naturaleza de las cosas”, sostiene este autor, “no hubieran podido adquirir un extenso y prolongado imperio sobre los espíritus” (1968). Desde mi punto de vista, esta perspectiva no asigna la suficiente importancia al factor del poder. No todos los grupos sociales tienen el mismo poder de construir y reproducir representaciones, ni los medios para ello.

Decir y representar, es sobre todo poder decir y poder representar. Austin (1990) señala como una dimensión clave de la pragmática la autoridad de quien habla. En particular, los medios de información, y la prensa escrita dentro de ellos, es un "jugador" con "autoridad" para decir, para construir y reconstruir representaciones. Para hacer: inaugurar, clasificar, silenciar.

1.1 Los medios de comunicación y las teorías del encuadre

Los medios de comunicación son constructores y reproductores de representaciones, demarcadores de fronteras en las que la identidad y la alteridad se definen y redefinen permanentemente. De ese modo, “proveen marcos que encuadran la producción de significados, los que a su vez orientan las regulaciones de las relaciones sociales”, afirma María Graciela Rodríguez (2011).

La construcción de representaciones se da en el marco de un proceso que no es unidireccional ni tiene efectos automáticos, como en cambio postulaba el paradigma de Lasswell (Moragas, 1993). En los procesos de comunicación pesan distintas mediaciones, articulaciones complejas entre prácticas de comunicación y movimientos sociales (Martín Barbero, 1998:203). Aun así, los medios de comunicación tienen poder no sólo en la definición de la agenda, sino también de los encuadres de los acontecimientos.

Las corrientes teóricas del encuadre entienden que los periodistas y los medios cuentan los acontecimientos con un enfoque particular (Sádaba, 2007), y que este enfoque está determinado en parte por influencias personales, y en parte por influencias profesionales (rutinas, modo de organización del trabajo). En este sentido, los estudios de encuadre, que analizan los enfoques que construyen los medios sobre los acontecimientos, se vinculan con los estudios de sociología de las redacciones, que estudian los procesos organizativos, las rutinas y las percepciones personales que contribuyen a la construcción de ciertos encuadres.

Los estudios de encuadre tienen un carácter interdisciplinar, con aportes de la Psicología y de la Sociología. Por ejemplo, los aportes de la Escuela de Chicago y de la sociología interpretativa. William Thomas, de la Escuela de Chicago (1923), advertía que las personas realizan un examen de la situación y una deliberación antes de cada acto, que llamó “definición de la situación”. “No sólo los actos concretos dependen de la definición de la situación, sino que gradualmente toda una política de vida o la personalidad del individuo mismo provienen de una serie de definiciones de este estilo”, señalaba Thomas. En este marco, postulaba que las situaciones definidas como reales son reales en sus consecuencias.

Cuando las “definiciones de situación” se extienden, se consolidan y aceptan, estamos ante la “moralidad”. Esta puede reflejarse en leyes o mandamientos religiosos, pero también, en términos modernos, en el discurso de la “opinión pública”, en “la voz de los ciudadanos”, de la que los medios se consideran muchas veces representantes.

La interpretación es, por tanto, una dimensión clave para la acción. Y esa interpretación es consecuencia de interacciones sociales que tienen mucho que ver con la representación de papeles, cual si se tratara de una obra teatral, como señalaba el interaccionismo simbólico de la Escuela de Chicago. La dinámica de la comunicación es bajo este enfoque un círculo, en el que

los individuos y grupos representan papeles en función de sus interpretaciones, de sus definiciones de situación, y al mismo tiempo, las interacciones sociales, que se generan en función de esas interpretaciones, construyen y consolidan interpretaciones:

“El escenario teatral presenta hechos ficticios; la vida muestra, presumiblemente, hechos reales, que a veces no están bien ensayados. Pero hay algo quizá más importante: en el escenario el actor se presenta, bajo la máscara de un personaje, ante los personajes proyectados por otros actores; el público constituye el tercer partícipe de la interacción, un partícipe fundamental, que sin embargo no estaría allí si la representación escénica fuese real. En la vida real, estos tres participantes se condensan en dos; el papel que desempeña un individuo se ajusta a los papeles representados por los otros individuos presentes, y sin embargo estos también constituyen el público”. (Goffman, 1959)

En un intento de trazar una genealogía del concepto de “framing”, Sábada (2007) menciona los estudios del antropólogo Gregory Bateson, quien utilizó el concepto de *frame* en 1955 para “definir el contexto o marco de interpretación por el que la gente se detiene en unos aspectos de la realidad y desestima otros” (Sádaba, 2007). Se trata de una vertiente psicológica del concepto, ya que a Bateson le interesaba caracterizar los mecanismos psicológicos que determinaban diferencias en la interpretación de los fenómenos. Los marcos son para este autor elementos psicológicos que permiten interpretar los acontecimientos de distinta manera.

En 1974, Goffman publica *Análisis del marco: un ensayo sobre la organización de la experiencia*. Allí, Goffman toma el concepto que había utilizado Bateson pero con un abordaje sociológico -no se trata ya de procesos individuales sino fundamentalmente colectivos-, y define

los marcos como los “principios organizativos que gobiernan los acontecimientos”, que le dan sentido a los hechos, y que están sujetos a reorganizaciones o reencuadres (Sábaba, 2007).

En los estudios de encuadre aplicados a los medios de comunicación, los marcos se conciben como patrones de interpretación que orientan una determinada construcción discursiva, mediante un proceso de selección, exclusión y énfasis. Las dos primeras operaciones tienen que ver con la decisión sobre lo tematizable: qué merece ser comunicado, y qué no. La tercera operación consiste en el establecimiento de jerarquías internas en el temario: qué acontecimientos merecen mayor destaque que otros. Estos marcos son construcciones culturales, pero se presentan como naturales. De todos modos, estos marcos son guías, mapas, que siempre estarán en interacción con los marcos de interpretación de la recepción.

Las teorías del encuadre conllevan una concepción implícita -y a veces explícita- del rol de los medios de comunicación, que no se conciben como entidades que “reflejan” los acontecimientos sino como actores que representan a los acontecimientos y a otros actores, y en ese proceso de mediación encuadran la realidad a través de marcos. Un encuadre que luego tiene efectos sobre la realidad, y que se constituye en sí mismo en realidad.

El *frame* es “la idea central organizadora del contenido de las noticias que aporta un contexto mediante un proceso de selección, énfasis, exclusión y elaboración”, y también “la idea central organizadora que da sentido a los acontecimientos y sugiere cuál es la cuestión tratada”.⁹ Estas “ideas centrales” pueden dilucidarse a partir de ciertos recursos informativos como los titulares, las fotos, los actores mencionados en las noticias, la sección en que aparece la nota -en el caso de la prensa escrita-, el destaque que se da a la información. Son estos aspectos los que se analizarán en el capítulo 3.

⁹ El primer concepto es de James Tankard y el segundo de William Gamson, citados por Sábaba (2007).

En los estudios de encuadre desde la perspectiva de los medios de comunicación, destaca el trabajo de Gaye Tuchman y de los autores que trabajan en estudios de sociología de las redacciones. Estos autores no se enfocan tanto en el análisis de los productos mediáticos con el fin de identificar y caracterizar encuadres, sino más bien en los procesos de construcción de la información a nivel de organización y de rutinas del medio, considerando que estos procesos inciden en la representación de los acontecimientos.

No solamente interesa analizar, desde esta perspectiva, cómo los medios agendan las temáticas que luego se discuten en la esfera pública sino, principalmente, cómo se fija esa agenda. Rutinas periodísticas, fuentes de información, modelos y dinámicas organizacionales pasan a ser foco de interés de investigadores de referencia como Michael Schudson (por ejemplo, en *Discovering the News: a social history of American newspapers*) y Gaye Tuchman.

Ya en 1950, el profesor de periodismo estadounidense David White había estudiado los criterios de noticiabilidad en su artículo “*The Gatekeeper: a case study in the selection of news*”. A partir del análisis de la toma de decisiones del editor de un periódico de su país, menciona, entre otras conclusiones, la importancia que éste le asigna al concepto de interés público para decidir si un material debe incluirse o descartarse.

Cinco años después, en *Social Control in the Newsroom: a functional analysis*, Warren Breed estudia cómo la organización del medio incide en el periodista y lo socializa de modo tal que sus acciones estén en línea con la visión del periódico sobre la producción de la información. Esto no se realiza mediante imposiciones, sino a través de actos de socialización en la redacción sencillos y cotidianos, como leer el periódico en cuestión, aprender de la manera en que editan sus notas, de las felicitaciones que recibe por algunos de sus trabajos y del rechazo de los editores cuando

les presenta determinadas informaciones, y a través de los comentarios informales que circulan en las redacciones.

De esta manera, frente al enfoque más individual de White, Breed y otros autores luego de él profundizan en los aspectos organizacionales y cómo estos se vinculan con las decisiones individuales de periodistas y editores. Las rutinas periodísticas no se entienden entonces “como trayectos de apropiación de acontecimientos noticiables en estado puro, sino como trayectos que posibilitan abordar unos hechos en detrimento de otros, pero desde una noción de trascendencia que materializa el periodista-editor en conjunción con el campo de intereses de la empresa periodística” (Arrueta, 2010:28).

En 1978, Gaye Tuchman publica *Making News*, donde muestra la centralidad que tienen las formas de organización de los medios y las actitudes de los periodistas en el encuadre de la realidad. En su obra advierte que en las redacciones de los diarios existen normas compartidas que inciden en la forma en que se perciben y se cuentan los hechos, y que la noticia es producto de prácticas institucionalizadas (Tuchman, 1983).

En 1991, Shoemaker y Reese definen la base del denominado “modelo de jerarquía de influencias”, que luego tendría sucesivas revisiones, la última de ellas en un libro publicado en 2014, *Mediating the message*. Allí definen en un esquema de círculos concéntricos los factores que inciden en la elaboración de la información. En su última revisión de 2014, el círculo más pequeño son los denominados “factores personales” del periodista (opiniones políticas, religión, entre otros). Luego le siguen las rutinas del medio para el que trabaja el periodista y los aspectos organizacionales del medio (por ejemplo, cómo se estructura la empresa, cuáles son los roles definidos). Los dos últimos círculos de factores de incidencia son las instituciones sociales (familia, iglesia, Estado y los propios medios) y los sistemas sociales (por ejemplo, el

capitalismo, la democracia representativa). A medida que nos movemos entre los diferentes niveles, explican Shoemaker y Reese, tomamos en cuenta distintas expresiones de poder: desde algunas más circunstanciales y situacionales a otras más reiteradas y estructuradas, y desde lo estructural e institucional a lo sistémico y social (2014:29).

A nivel de los factores personales, es clave la noción de “profesionalismo”, relativamente reciente en la historia del periodismo (Abril, 1997). Surge a mediados del siglo XIX pero se consolida en el siglo XX una determinada “ideología profesional” (Abril, 1997) que propugna la “objetividad” e imparcialidad -con recursos tales como la eliminación de adjetivos, el entrecomillado, la separación de la información de la opinión- y la independencia de los medios frente al Estado, los partidos políticos, las organizaciones religiosas y las empresas. Esta ideología profesional se plasma en determinados procedimientos estandarizados, y seguir estos procedimientos provee a los periodistas de una “defensa profesional útil” frente a cuestionamientos de la audiencia, los lectores u otros críticos (Shoemaker & Reese, 2014:29). El profesionalismo se invoca también como una especie de conjuro capaz de combatir y hasta eliminar los prejuicios individuales y los propios intereses comerciales del medio.

Además del profesionalismo como ideología, en los factores personales tiene una incidencia central la ideología a secas, es decir, los sistemas de ideas y valores que tiene cada uno de los periodistas, que luego incide en su opinión sobre los temas que están en agenda. Los factores personales, ideológicos y profesionales, están presentes también en el nivel de las rutinas y en el nivel organizacional.

Van Dijk (2012) sostiene que los periodistas cuentan con modelos contextuales para elaborar sus discursos, actitudes e ideología profesional, y emociones, y que cuentan con conocimiento contextual sobre el conocimiento sociocultural de los lectores. De esta forma, al comenzar a

escribir o a hablar, el periodista tiene un “modelo semántico” del evento (Van Dijk, 2012:161) que incide en el proceso de escritura o elaboración oral de la noticia. “Al mismo tiempo, el periodista debe aplicar varias normas y valores profesionales, como valores noticiosos, que estiman qué aspectos de la escritura de la noticia” son jerarquizados, agrega el mismo autor (2012:161), y sostiene que “la norma periodística general es sólo relatar lo que está predestinado a ser de interés periodístico según las normas y valores de los periodistas, controlados ellos mismos por ideologías sociales y profesionales”.

Los medios y los periodistas tienen también, a su vez, concepciones sobre cuál debe ser su rol en la sociedad, que inciden en el proceso de elaboración de la información y en su producto final. En una interesante tipología que no desarrollaremos aquí, Abril (1997) distingue el rol de “observador neutral” del rol de “periodista/medio participante”, que se involucra en los procesos sociales y políticos. Otros roles son el del periodista “abogado” de los que “no tienen voz”; el “buen ciudadano” que paga sus impuestos y se preocupa por la calidad de los servicios públicos y por la corrupción; el “adversario del gobierno”; y el “novelista”, preocupado por las formas y el disfrute de los lectores. Todos estos roles son autoatribuidos por periodistas o medios.

Claudia Mellado, en un artículo en el que analiza los roles que se autoatribuyen los periodistas chilenos (2011) a partir de encuestas que hacen foco en los niveles organizacional e individual, distingue cinco roles: el “perro guardián”, el propagandista, el focalizado en los “intereses ciudadanos”, el “orientado al consumidor” y el “diseminador”. Los roles que se autoatribuyen los periodistas varían en función de su nivel educativo y de su posición organizacional.

Las rutinas son “prácticas ya establecidas que funcionan para organizar la manera en que percibimos y funcionamos en el entorno social” (Reese, 1999). Se trata de normas, reglas y procedimientos que naturalizan las prácticas, a tal punto que se considera “normal”, por ejemplo,

recurrir a ciertas fuentes y descartar de plano otras, y reproducir de forma íntegra los comunicados de agencias de comunicación (Fontcuberta & Borrat, 2006).

El papel relativamente reciente y cada vez más influyente en la agenda mediática que están teniendo las denominadas “agencias de medios” o “agencias de comunicación” en el sector empresarial o los gabinetes de comunicación en el área gubernamental también han sido objeto de análisis en esta misma vertiente teórica (Fontcuberta & Borrat, 2006).

Un artículo de Miguel Túñez y María Yolanda Martínez (2014) analiza los resultados de 673 entrevistas a periodistas de Galicia sobre la construcción del temario y la relación de los periodistas con las fuentes, y concluye que hay una “creciente cesión de protagonismo a las fuentes” como motores de la construcción de la información y la derivación del periodismo hacia una “información de empresa”. Por otra parte, el surgimiento de las redes sociales en siglo XXI y su peso cada vez mayor como fuente de información fue analizado, por ejemplo, para el caso de las redacciones chilenas, por Lecaros y Greene (2012).

Opciones metodológicas de los capítulos 3 y 6

En el capítulo 3 de esta tesis se buscará identificar y caracterizar las representaciones del Mercosur que aparecen en los diarios uruguayos de alcance nacional El País y La República, a partir de un estudio de encuadre que buscará caracterizar cómo se representa al Mercosur a partir de las siguientes variables:

a. Definición. Cómo se define el Mercosur o qué sinónimos se utilizan para nombrarlo.

b. Actores. Qué actores se identifican en la información como representativos del Mercosur.

c. Imágenes. Qué representaciones gráficas se hacen del Mercosur en la información (lugares, personas, acontecimientos).

d. Destaque. Qué destaque tiene la información sobre el Mercosur, teniendo en cuenta los siguientes indicadores: lugar en el que aparece la información, tamaño de la información con respecto al tamaño del diario y si tiene o no foto.

e. Sección. En qué sección aparece la información.

f. Connotaciones. Qué connotaciones pueden identificarse que impliquen una valoración del significado y alcance del Mercosur.

Como ya se señaló, tanto las imágenes, como los actores de la información y como la sección en que aparece la información son elementos importantes para caracterizar los encuadres de los medios, porque dan cuenta de un enfoque particular. En cuanto a las definiciones y sinónimos, y las connotaciones, son útiles para entender las representaciones y las valoraciones sobre el Mercosur.

Adicionalmente, se evaluará el proceso de énfasis (Sádaba, 2007) a partir del índice “destaque” de la información, construido mediante los siguientes indicadores: lugar en el que aparece la información, tamaño de la información con respecto al tamaño del diario, y si tiene o no foto.

Para este estudio consideré cada noticia o editorial sobre el Mercosur publicada en los diarios El País y La República como una unidad discursiva. Entiendo “noticia” en un sentido amplio, como cualquier unidad del discurso periodístico que construye información sobre un hecho real (Rodrigo Alsina, 1989). Utilizaré el término “nota informativa” o “nota” como sinónimo de “noticia”. Considero que el periodista no sólo “ordena” la realidad, sino que al seleccionar, jerarquizar y enfatizar (dejando a un lado que muchas veces también se puede inventar), postula un determinado enfoque del acontecimiento como si fuera el único posible, y por lo tanto,

construye realidad, en el sentido de que genera consecuencias “reales”. Miquel Rodrigo Alsina define al periodista como aquel que detenta un “rol socialmente legitimado para producir construcciones de la realidad públicamente relevantes” (1989:30). El periodista es una especie de mediador o traductor entre conocimientos especializados u ocultos y el conocimiento general de la audiencia.

Las noticias se construyen, más allá de que la dimensión referencial siempre está presente. Rodrigo Alsina (1989:91) distingue entre acontecimiento y noticia. Define al primero como un “mensaje recibido” (“un fenómeno de percepción del sistema”) y a la segunda como “mensaje emitido” (“un fenómeno de generación del sistema”). Es decir, no todos los acontecimientos se transforman en noticia. La noticia implica una selección de ciertos acontecimientos y supone al mismo tiempo la construcción de un nuevo mensaje que refiere al acontecimiento, pero que se transforma al mismo tiempo en un acontecimiento en sí misma.

Rodrigo Alsina (1989:185) la define como “una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible”. La representación no es una reproducción sino una construcción mental, simbólica, del objeto o acontecimiento. Este autor afirma que no existen criterios universales para definir lo que es una noticia; éstos dependen de la sociedad y la cultura en la que esté inmerso el medio.

Para definir cuándo una noticia o editorial trata sobre el Mercosur utilizaré los conceptos de Van Dijk (1995). En este caso, la palabra Mercosur deberá formar parte del “tópico del discurso”, es decir, de “una proposición vinculada por el conjunto unido de proposiciones expresadas por la secuencia” (Van Dijk, 1995:230). El tópico del discurso tiene la particularidad de que organiza jerárquicamente al conjunto de las proposiciones del discurso. Es decir, “para que una secuencia tenga un tópico, cada frase (o sus proposiciones subyacentes) debe “satisfacer” este tópico,

directa o indirectamente" (Van Dijk, 1995:207). Van Dijk también señala que el titular de una noticia es a menudo un indicador del tópico, y en este sentido, en este trabajo consideré al titular como el tópico, y allí busqué la palabra "Mercosur".

A partir de este criterio hallé 141 noticias sobre el Mercosur en los meses de diciembre de 1991, 1995, 2002, 2008 y 2016, en los dos diarios analizados.

En cuanto al estudio de caso presentado en el capítulo 6, también enmarcado en las teorías del encuadre y en particular en la sociología de las redacciones, se explorarán las percepciones de los periodistas y las rutinas y formas de organización del diario El País a partir de las siguientes variables:

- a. Percepción sobre los alcances del Mercosur (tratado que no se respeta, unión aduanera imperfecta, unión aduanera que funciona, dimensión cultural y social además de la económica, un paso hacia la integración latinoamericana, etc.) y qué lugar ocupa en los proyectos nacionales.
- b. Percepción del nivel de conflictividad.
- c. Identificación afectiva (se siente parte del Mercosur, lo siente ajeno).
- d. Relación de Uruguay con el Mercosur (contraposición, complementariedad, hermandad, etc.).
- e. Eficiencia del Mercosur para resolver los problemas cotidianos.
- f. Percepción de una historia en común y proyección de un futuro en común.

Se explorará también de qué manera inciden la forma de organización del medio, las rutinas periodísticas y el tipo de fuentes de información de los diarios de referencia en el tratamiento periodístico del tema Mercosur, a través de las siguientes variables:

- a. Quién selecciona las noticias que se incluyen en el diario y su destaque, y en función de qué criterios lo hace (periodísticos –proximidad, número de personas a las que afecta, continuidad, etc.- o empresariales).

- b. ¿Qué periodistas cubren Mercosur? ¿De qué secciones? ¿Hay un periodista asignado específicamente a cubrir Mercosur?
- c. Fuentes utilizadas.
- d. Dónde se ubica habitualmente la información sobre Mercosur.
- e. Valoración de la importancia de los temas vinculados al Mercosur.

En *La producción de la noticia*, Tuchman (1983) explora varios aspectos de los procesos de construcción de la información en los medios a nivel organizativo e institucional. Algunas de las variables analizadas por esta autora son coincidentes con las abordadas aquí, como la organización de las secciones, el proceso de selección de la información y cómo se conciben y clasifican los acontecimientos (en este caso, cómo se percibe y valora el Mercosur).

1.2 Disputar con palabras: el lugar del discurso

Para el análisis del capítulo 4 tendremos en cuenta la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso (ACD), que entiende al lenguaje como una práctica social y al análisis de discurso como un camino para develar “las relaciones estructurales de dominación, tanto las opacas como las transparentes, la discriminación, el poder y el control tal como se manifiestan en el lenguaje” (Wodak, R. & Meyer, M., 2003). El ACD como corriente surge a principios de los años noventa, de la mano de teóricos como Teun van Dijk, Norman Fairclough, Gunther Kress, Ruth Wodak y Theo van Leeuwen, entre otros.

Los discursos construyen relaciones de poder en una sociedad. Estos autores señalan que los efectos del poder y la ideología en la producción de significados son opacos y “adquieren formas naturales y estables: se toman como ‘dados’” (2003:3). La tarea del análisis de discurso es,

precisamente, desmitificar los discursos identificando las ideologías que subyacen a ellos y los conforman (Halliday, M., 1978). Esta corriente tiene particular interés en las formas en que la ideología resulta mediada por el lenguaje en una gran variedad de instituciones sociales. Se considera que el discurso va más allá del individuo, porque si bien se manifiesta en él, es independiente de él y es de hecho el resultado de procesos históricos (Wodak, R. & Meyer, M., 2003).

Algunos críticos del ACD sostienen que esta corriente realiza interpretaciones ideológicas y no análisis. Por ejemplo, Henry Widdowson cree que es una interpretación sesgada: en primer lugar, contiene prejuicios, ya que se realiza desde algún tipo de compromiso ideológico, y en segundo lugar, selecciona para el análisis aquellos textos que apoyarán la interpretación predilecta. Fairclough, en respuesta a estas críticas, dirige la atención sobre la condición abierta de los resultados. Los juicios de valor se permiten a la hora de seleccionar las unidades de análisis y formular las preguntas de investigación pero se prohíben en el contexto de la justificación. También señala que el ACD, a diferencia de la mayor parte de los demás enfoques, es siempre explícito respecto a su propia posición y compromiso (Wodak, R. & Meyer, M., 2003).

El discurso es un lugar de disputa. Allí se ponen en juego no sólo las representaciones que se tienen de los otros y de uno mismo, sino también las estrategias para invisibilizar la alteridad o reafirmar la identidad. Por esto, analizar los discursos ayuda a comprender las formaciones ideológicas y los mecanismos de poder presentes en una sociedad. "Es por medio del discurso, sea éste político, religioso, artístico, filosófico o periodístico, que las ideas hegemónicas o predominantes de una época o de un grupo son cristalizadas" (Jacks, N.; Machado, M. & Muller, K., 2004:38).

En la construcción de representaciones sociales, el lenguaje juega un rol central. Como señala Wittgenstein (1988), preguntarse por el sentido de las palabras es preguntarse por su uso: en qué juegos de lenguaje se inscribe lo dicho. En el mismo sentido, Austin (1990) llama la atención sobre el poder performativo de las palabras, y distingue tres aspectos del lenguaje: el locutivo (lo que se dice), el ilocutivo (lo que se quiso decir, vinculado a la intención del emisor) y el perlocutivo (el efecto que genera en el receptor, a nivel de actitudes, opiniones, sentimientos, etc.). Dejando a un lado los casos clásicos de la pragmática como "Sí, juro" o "Los declaro marido y mujer", donde es claro que se consuma un acto en el mismo momento en que se pronuncian esos enunciados (jurar la bandera, casarse), los efectos performativos del lenguaje están presentes en todo momento. Los discursos son "realidades materiales", no menos materiales que la "realidad real" (Wodak, R. & Meyer, M., 2003:36).

Van Dijk advertía que "una expresión no debería caracterizarse solamente en términos de su estructura interna y el significado que se le asigna, sino también en términos del acto realizado al producir tal expresión" (1995:31). Afirmaba que la pragmática también tiene reglas que son convencionales y que determinan un uso sistemático de las expresiones para las personas pertenecientes a una misma comunidad de habla. "Este nivel pragmático de descripción proporciona las condiciones decisivas para reconstruir parte de las convenciones que hacen aceptables las expresiones, a saber, su aptitud con respecto al contexto comunicativo", señalaba (1995:31). El análisis de los mensajes mediáticos, en este caso de las noticias y editoriales de la prensa escrita, se hará teniendo siempre presente el contexto sociocultural en el que se inscriben.

"La gran diferencia entre un lingüista convencional y un analista de discurso es, sin embargo, su relación con un sujeto social de los discursos, un sujeto que traspasa lo individual, e incluso lo

enunciativo, en busca de una articulación de los sentidos en la Historia y, por lo tanto, en las luchas sociales", señala Born (2005:68).

Eliseo Verón (1998:125) afirma que "toda producción de sentido es necesariamente social", o sea, "no se puede describir ni explicar satisfactoriamente un proceso significativo sin explicar sus condiciones sociales de producción".

Por tanto, el análisis se hará siempre desde una perspectiva histórica, ya que las condiciones de producción de todo discurso "están vinculadas a determinaciones socio-históricas" (Viscardi, 1986:15). Roger Chartier señala que prestar así atención a las condiciones y a los procesos que llevan las operaciones de construcción del sentido es "reconocer, en contra de la antigua historia intelectual, que ni las inteligencias ni las ideas son desencarnadas y, contra los pensamientos de lo universal, que las categorías dadas como invariables, ya sean filosóficas o fenomenológicas, deben construirse en la discontinuidad de las trayectorias históricas" (1992).

A nivel formal, el discurso puede definirse como una secuencia de signos que produce sentido, caracterizada por la coherencia. Se puede distinguir tres tipos de coherencia. La coherencia superficial es la que algunos autores denominan cohesión, y existe por ejemplo en función de los nexos copulativos y otros elementos lingüísticos que cumplan con la función de vínculo. La coherencia global se sitúa en lo que autores como Van Dijk llaman la macroestructura, es decir, la representación semántica global que define el significado de un discurso concebido como un todo único (Lozano, J., Peña Marín, C. & Abril, Gonzalo, 1989:24). La macroestructura es el desarrollo del tópico o tema del discurso, y puede ser reductible a este o pasible de resumen. El tópico o tema del discurso, que en prensa escrita figura en el titular de la nota o en su defecto en otros elementos de jerarquización que acompañan el titular (colgado y bajada), será un elemento central para el análisis. Ducrot (1982) señala que para que un texto sea coherente, es preciso que

ciertos contenidos aparezcan regularmente a lo largo del discurso, que haya cierta redundancia. En tanto, la coherencia pragmática tiene que ver con la comprensión y la interpretación que el lector hace del discurso, y por tanto, con la situación de enunciación.

Opciones metodológicas del capítulo 4

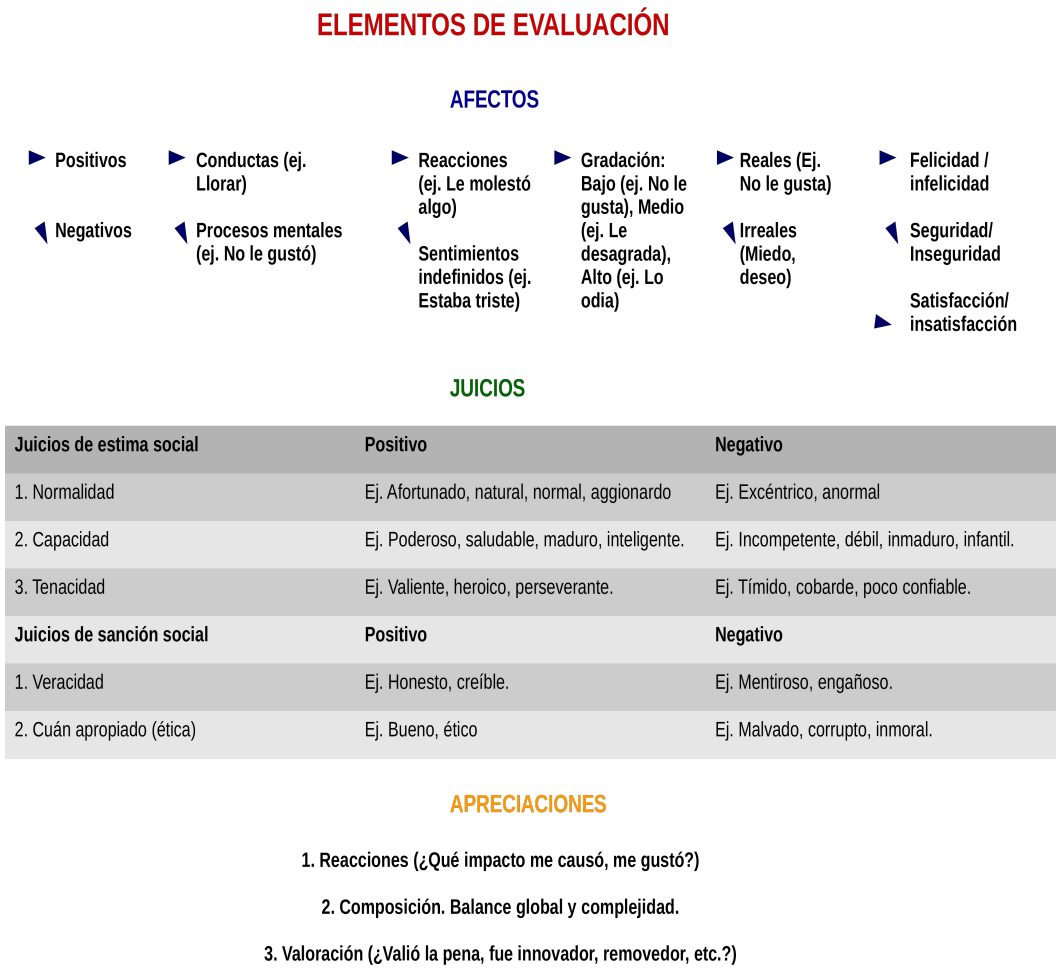
A los efectos del análisis crítico del discurso en el capítulo 4, se consideró cada nota sobre el Mercosur publicada en los diarios El País y La República como una unidad discursiva. Al igual que para el capítulo 3, entiendo “nota” en un sentido amplio, como cualquier unidad del discurso periodístico que construye información sobre un hecho real (Rodrigo Alsina, 1989).

Se utilizó el mismo criterio de selección de las unidades de análisis que en el capítulo 3: se consideró que el Mercosur formaba parte del tópico del discurso de la nota si la palabra “Mercosur” aparecía en el titular o en alguno de los elementos de jerarquización que acompañan el titular (bajada o colgado). Este criterio se probó caso a caso, con un análisis completo del tópico de la nota, y en ningún caso sucedió que la nota seleccionada bajo este criterio no tuviera como tópico el Mercosur, por lo que puede decirse que la opción metodológica es válida.

En el capítulo 3 se estudiaron 111 noticias sobre el Mercosur. A los efectos del análisis de discurso del capítulo 4 realicé una selección dentro de ese corpus, en función de si la nota presentaba un juicio, apreciación o afecto en los términos definidos por Martin y White (2005). En su obra “Lenguaje de evaluación”, estos autores distinguen entre “afectos”, “juicios” y “apreciaciones”. Los afectos son “sentimientos positivos o negativos”; los juicios son “actitudes hacia una conducta” que admiramos o criticamos, que elogiamos o condenamos; y las apreciaciones son “evaluaciones de fenómenos semióticos y naturales”.

Luego realizan subclasificaciones de cada uno de estos conceptos que se presentan en el siguiente cuadro.

Cuadro 1. Elementos de evaluación.



Fuente: Martin y White, “El lenguaje de la evaluación”, 2005.

Martin y White sostienen que los juicios y las apreciaciones son afectos institucionalizados. Los juicios reelaboran los sentimientos y los convierten en normas de conducta: cómo deberíamos

comportarnos y cómo no deberíamos hacerlo. Estas normas de conducta a veces se institucionalizan y se convierten en reglamentos y normas legales. Las apreciaciones, en tanto, convierten los sentimientos en proposiciones sobre el valor de las cosas, sobre qué es valioso y qué no lo es. Las apreciaciones también se institucionalizan, por ejemplo mediante las premiaciones.

Los autores citados hacen en su libro un foco especial en el análisis de la prensa. Distinguen en los formatos periodísticos lo que denominan “voz del reportero”, “voz del corresponsal” y “voz del comentarista”.

Sobre la voz del reportero, señalan que se inscribe en un régimen de “despersonalización estratégica”, mediante la cual se oculta el rol subjetivo del autor. Este régimen supone una prohibición implícita que asume el periodista de realizar juicios y evaluaciones, en una operación ideológica que permite presentar el producto como “fáctico” y “neutral” (Martin y White, 2005). Los autores señalan que una muestra de que esta ideología es efectiva radica en el sentido común de que el periodismo “de calidad” es “objetivo” e imparcial.

Sin embargo, los periodistas realizan juicios y evaluaciones, y estos pueden identificarse por vía indirecta; por ejemplo, mediante la selección que hace el periodista de contenidos, de palabras, mediante la identificación de omisiones y el uso de metáforas. Precisamente, porque la ideología profesional del periodismo postula la conveniencia de ocultar al enunciador, es aún más interesante estudiar los casos que se apartan de esa norma, las notas que contienen juicios y evaluaciones que visibilizan la subjetividad de quien los formula.

En función de este criterio, el corpus de 141 notas del capítulo 3 quedó reducido a 28 notas en el capítulo 4, en las que se centrará el análisis de discurso de ese capítulo.

En cuanto a la operacionalización de los conceptos teóricos del Análisis Crítico de Discurso, cabe aclarar en primera instancia que los “análisis completos” de los textos no existen y que no existe tampoco ninguna forma de obtención de datos que sea característica del ACD (Wodak, R. & Meyer, M., 2003). Podemos realizar abordajes parciales en función de determinadas categorías, que en este caso se definirán claramente.

Tendré en cuenta la dimensión de la identidad, central en esta tesis, prestando particular atención a la definición de “nosotros” y “otros” y a la atribución de ciertas características a la mismidad y la alteridad. La imagen (en este caso, las fotografías de prensa) se tomará en cuenta como un elemento más del discurso. Lo mismo vale para los elementos paratextuales como los pies de foto.

Las circunstancias de producción del discurso, entre ellas la dimensión histórica, son centrales para la comprensión de los textos, como se señaló anteriormente, y el análisis no estará exento de ellas; cuando corresponda se proporcionarán los elementos socio-históricos que ayuden a la comprensión de los discursos en cuestión.

En particular, se analizaron algunas variables que dan cuenta de la subjetividad del periodista, y por tanto permiten explorar valoraciones sobre el Mercosur: la existencia de juicios o apreciaciones, las implicaciones y presuposiciones contenidas en la información, el uso de la primera persona, las definiciones ideológicas, la valoración de la información (positiva o negativa). En segundo lugar, se analizaron otras variables asociadas a definiciones identitarias: características que se asocian con lo propio y con la “otredad”, percepción de un origen común, relación predominante entre los actores de la información.

1.3 El análisis ideológico

El capítulo 5 analiza los editoriales de los diarios sobre el Mercosur en las cinco etapas analizadas, desde una perspectiva ideológica. Por tanto, antes de proseguir, es de rigor precisar brevemente el concepto de “ideología”, que no ha tenido una definición o interpretación unívoca en la filosofía y en las ciencias sociales desde su surgimiento, en el siglo XVIII. No pretendo con este desarrollo agotar las referencias teóricas sobre este concepto, que por otra parte no es un concepto central en la tesis, sino precisar a qué me refiero cuando utilizo el término “ideología” en esta tesis.

John Thompson, en *Ideología y cultura moderna* (1998), realiza una exhaustiva descripción de cómo el concepto de ideología osciló entre definiciones “neutras” y definiciones “negativas”. Las primeras buscan caracterizar los fenómenos ideológicos sin implicar que sean necesariamente engañosos o ilusorios, o que se alineen con los intereses de algún grupo en particular; las segundas, en cambio, asignan a la ideología un sentido crítico, negativo o peyorativo.

Entre las concepciones “neutras” Thompson ubica la definición que hizo del término su creador, el intelectual francés Destutt de Tracy, en 1796. Éste pretendía generar una nueva ciencia relacionada con el análisis sistemático de las ideas.

Es Carlos Marx el primer teórico que asigna una connotación negativa al término “ideología”, que ya había sido utilizado peyorativamente por Napoleón Bonaparte en su crítica a los intelectuales ilustrados, según señala Thompson. En “La ideología alemana”, Marx sostiene que el papel de las ideas en la historia y en la vida social está sobreestimado, lo que hace que no se pueda comprender ni dar una dimensión adecuada a los condicionamientos materiales (Thompson, 1998:59). Marx considera que la ideología “representa las relaciones de clase de una

manera ilusoria, en la medida en que estas ideas no retratan con exactitud la naturaleza y las posiciones relativas de las clases implicadas; antes bien, falsean tales relaciones de modo que coincidan con los intereses de la clase dominante” (1998:59).

A diferencia de Marx, Lenin no carga de una connotación negativa al término ideología; en cambio, lo neutraliza, al entender que puede construirse una “ideología socialista” que se oponga a la “ideología burguesa”. Thompson señala que el primer intento sistemático por elaborar, fuera de la tradición del marxismo, una concepción neutral de la ideología lo realizó Karl Mannheim en “Ideología y utopía” (1987).

Mannheim distingue entre un concepto “particular” y un concepto “total” de ideología. El primero “designa solo una parte de las afirmaciones del adversario con el nombre de ‘ideología’ -y esto únicamente cuando se refiere a su contenido-” e implica “escepticismo respecto de las ideas y representaciones de nuestro adversario”. En cambio, la concepción “total” de ideología pone en tela de juicio toda la concepción del mundo (inclusive su aparato conceptual) del adversario, porque alude más bien a “sistemas de pensamiento” y “modalidades de experiencia y de interpretación” (Mannheim, 1987:50-51). Esta última concepción “presupone sencillamente que existe una correspondencia entre determinada situación social y determinada perspectiva”.

El marxismo, sostiene Mannheim, fue el que realizó por primera vez la fusión de la concepción total y la concepción parcial de la ideología. Sin embargo, siguió considerando que el análisis ideológico era sólo aplicable a su adversario, el “pensamiento burgués”. Mannheim sostiene que no se puede considerar que las ideas del adversario son consecuencia de la posición social que este ocupa y no aplicar el mismo criterio en el caso de mis propias ideas. Es necesario, afirma, someter todos los puntos de vista, inclusive el propio, al análisis ideológico.

Thompson, por su parte, elabora su propia concepción de la ideología, a la que denomina “concepción crítica”, y la piensa vinculada al desarrollo de la comunicación de masas. Hace suya la connotación negativa que Marx atribuye a la ideología, pero a diferencia de éste, no considera que las ideologías sean erróneas o ilusorias, sino que se trata de formas simbólicas que “sirven, en circunstancias particulares, para establecer y sostener relaciones de poder sistemáticamente asimétricas”, o en otros términos, “relaciones de dominación” (1998:16). La ideología es, entonces, “significado al servicio del poder” (1998:16). Lo “ideológico” sería lo que sustenta el statu quo, y sería lo opuesto a lo “radical, subversivo o contestatario”. Hablar de “ideología dominante” sería entonces, para Thompson, una redundancia.

Thompson aclara que cuanto habla de “dominación” no se refiere solamente a la dominación de clase, a la que considera sólo una de las formas de dominación. Menciona otras: Estado-individuo, Estado nación-bloques de Estados nacionales, hombres-mujeres. En este sentido, su concepción se emparenta con los propósitos del Análisis Crítico del Discurso (ACD), que también busca, como se mencionó, preguntarse en qué medida el significado sirve para establecer y sostener las relaciones de dominación.

Pese a que esta tesis utiliza la perspectiva del ACD, y aunque hacer visibles las relaciones de dominación y sus formas de construcción simbólica pueda ser un propósito interesante y compartible, el concepto de ideología utilizado por Thompson me resulta demasiado estrecho. En primer lugar, plantea un problema teórico y metodológico, que el propio Thompson reconoce (1998:106): ¿cómo es posible determinar, en el terreno empírico, que ciertas formas simbólicas sirven para sostener o para subvertir o alterar las relaciones de dominación? La respuesta que da el propio Thompson a esta objeción es que “no hay reglas prácticas sencillas que determinen, al aplicarse a casos particulares, el significado que tienen las formas simbólicas para individuos

específicos” pero sostiene que de esto no debe desprenderse que “carezcan de significado”. “El hecho de que sea difícil determinar estos fenómenos no implica que estos sean indeterminados”, afirma (1998:107).

La respuesta de Thompson no salva la objeción. Demostrar que determinadas formas simbólicas sirven para sostener las relaciones de dominación y por ende son ideológicas puede llevar a una aproximación interpretativa excesivamente ambigua, si bien no niego que hay relaciones de dominación que son patentes y que han sido visibilizadas y tematizadas (dominación del hombre sobre la mujer, dominación de los blancos sobre los negros, dominación de las clases dominantes sobre las subordinadas) y que hay formas simbólicas en este sentido que claramente apuntan a consolidar el statu quo de estas relaciones, o a subvertirlo. Pero incorporar el elemento de la dominación como una condición necesaria de la ideología, y por ende como condición para el análisis ideológico, plantea un problema metodológico de difícil resolución.

Por otra parte, y principalmente, circunscribir el análisis ideológico a las relaciones de dominación priva al investigador de afrontar otros análisis ideológicos, que en cambio se estructuran, por ejemplo, en torno a la dimensión de la identidad. La relación entre los Estados-nación y las formas simbólicas que construyen estas relaciones pueden analizarse en términos de dominación, pero también en relación a los sentidos de pertenencia (a la nación, a la región).

En términos conceptuales estoy más cerca de la visión planteada por Mannheim, quien considera a la ideología como el sistema de pensamiento de una determinada sociedad o grupo en una determinada época. La ideología no es, por lo tanto, sólo la “ideología burguesa” en términos marxistas, sino la ideología de quienes se consideran “socialistas”, por ejemplo. Incluso es complejo pensar esto en términos absolutos, porque no son claros los componentes -nadie los ha definido en términos contemporáneos- que integrarían la llamada “ideología burguesa”, por

ejemplo, más allá de algunos elementos claros como la defensa de la propiedad privada y de la libertad del individuo.

En el análisis del capítulo 5, por tanto, y en línea con Mannheim, no restringiré el análisis de lo ideológico a las formas que sirven para sostener las relaciones de dominación, porque no pretendo probar que las formas analizadas sirvan para sostener las relaciones de dominación. En cambio, consideraré “ideológica” a toda forma simbólica que exprese el pensamiento de un grupo sobre un determinado fenómeno.

En su estudio denominado “Opiniones e ideologías en la prensa”, en el que analiza la postura editorial de medios estadounidenses sobre el conflicto en Medio Oriente, Teun Van Dijk (1996) explica, en el mismo sentido, que no limitará las ideologías “a su papel en la reproducción y legitimación de la dominación de clase”. “En primer lugar, también los grupos dominados necesitan ideologías; por ejemplo, como base para la resistencia. Ello significa, en segundo lugar, que en general las ideologías no son ciertas o falsas, sino, ante todo, más o menos eficaces en la promoción de los intereses de un grupo”, señala Van Dijk (1996:12).

En cambio, prefiere definir la función social de las ideologías como la “coordinación de las prácticas sociales de los miembros de grupos con vistas a la realización efectiva de los objetivos y la protección de los intereses de un grupo social” (1996:12). Esos objetivos pueden ser, por ejemplo, el sostenimiento de las relaciones de dominación, pero no exclusivamente.

Van Dijk define a las ideologías como “la base axiomática de las representaciones mentales compartidas por los miembros de un grupo social”, que representan los principios básicos que gobiernan el juicio social, a saber, lo que los miembros del grupo consideran acertado o erróneo, verdadero o falso” (1996:12).

Resulta interesante para los fines de este trabajo el vínculo que Van Dijk traza entre las ideologías y la identidad, puesto que considera que las ideologías muchas veces incluyen representaciones de sí mismos y de “los otros”, que pueden traducirse mediante la proposición: “Nosotros somos buenos y ellos son malos”.

Por su parte, Robert Ferguson define la ideología como una “reserva discursiva” a la que recurren los individuos o grupos “según un complejo y cambiante conjunto de posibilidades, en cualquier situación de construcción de significado”. El repertorio es mutable, y esta reserva discursiva es “socialmente adquirida y sostenida” (Ferguson, 2007:27).

El trabajo periodístico, en tanto tarea de construcción de significado, implica recurrir a dichas reservas discursivas, y es por tanto una tarea ideológica. Mark Fishman (1983:155) señala que los periodistas se encuentran “con un universo burocráticamente construido, que define para ellos qué acontecimientos son noticiables y cuáles no lo son”, y que este aspecto, entre otros, lo que hace de la noticia un “ente ideológico”. Advierte que al adoptar los esquemas de interpretación reinantes en su profesión, los periodistas “no ven o no pueden ver como noticia, sistemáticamente, ciertas cosas” que pondrían en serio entredicho las ‘idealizaciones’ que el medio o la profesión tienen acerca de lo que acontece y lo que puede acontecer. “Las cuestiones que trasgreden o desafían las idealizaciones burocráticas deben permanecer invisibles y no salir a la luz en los periódicos. Por definición, los acontecimientos que desbordan o trascienden el tratamiento propiamente burocrático de un caso tienden a ser ignorados, tanto en los entornos burocráticos como en las notas periodísticas”, afirma Fishman (1983:156). Este autor sostiene que cuando los periodistas tienen dudas o no pueden verificar determinados aspectos de un fenómeno, echan mano de una “reserva discursiva” -en términos de Ferguson- que supone, por ejemplo, que una burocracia debe funcionar normalmente. Por ejemplo, si se celebra una

elección, el periodista afirmará que la policía custodió las urnas, porque esto es lo que la policía normalmente hace, sin haber verificado el hecho y sin cuestionarse sobre si esto fue lo que sucedió efectivamente.

“Con frecuencia, las versiones burocráticas de lo que acontece terminan siendo, para los lectores de periódicos, la única realidad. Al basar sus noticias en las notificaciones de los organismos oficiales, los periodistas hacen pasar las concepciones burocráticas del mundo como hechos evidentes ante sus lectores”, afirma Fishman (1983:157).

Esta rutinización de la tarea periodística, determinada por condicionantes económicos -el periodista de un diario debe producir una o varias noticias por día, y debe hacerlo en un tiempo muy acotado-, privilegia las lógicas burocráticas. Y el privilegio de las lógicas burocráticas en la construcción de la información trae aparejada la legitimación de las instituciones (la policía, el gobierno). Cuando suceden las excepciones -por ejemplo, el caso Watergate-, se desnuda la corrupción de un grupo de personas como una falla acotada, pero nunca se habla de la corrupción del sistema. “Las noticias de rutina, a la vez que enumeran las fallas del orden político vigente, lo dejan intacto”, advierte Fishman (1983:160).

Este autor sostiene por lo tanto que el carácter ideológico de las noticias “deriva de que los periodistas confían rutinariamente para confeccionar sus notas en una materia prima que ya es ideológica” (1983:161).

En los estudios centrados en los medios masivos de comunicación desde una perspectiva sociológica, toma fuerza en la década de 1970 el estudio de las formas, procedimientos y ambientes de la producción periodística, y de qué forma estos factores inciden en los productos.

La ideología en tanto “sistemas de pensamiento” y “modalidades de experiencia y de interpretación” (Mannheim, 1987:50-51) que se constituyen en “reservas discursivas” (Ferguson,

2007), juega un rol clave en la construcción de la información. De forma más implícita en las notas informativas, o mediante una voluntad expresa en los editoriales y las columnas de opinión, los medios construyen significados que pueden ser decodificados como intentos por reforzar el estado actual de cosas, o por subvertirlo.

El periodismo de opinión, a diferencia de los géneros informativos, no trabaja directamente sobre los hechos ni tiene la “finalidad rigurosamente informativa de transmitir datos”, sino que “trabaja sobre ideas, deduce consecuencias ideológicas, culturales, filosóficas, etc., de unos acontecimientos más o menos actuales” (Martínez Albertos, 1991: 363-364). El artículo editorial es la opinión del medio, y por lo tanto es central su análisis para llegar a conclusiones sobre cómo un medio piensa e interpreta los acontecimientos sobre los que informa. Las columnas de opinión y comentarios no pueden interpretarse directamente como la opinión del medio, si bien “el periódico siempre comulga de alguna manera con las tesis recogidas en los comentarios, críticas y ensayos” (Martínez Albertos, 1991:365), aunque no en la misma medida. Martínez Albertos considera que las columnas de opinión, por ejemplo, reflejan en mayor medida la opinión del medio que las columnas de comentarios o rumores. La columna de opinión sirve para “atender una finalidad editorializante”, pero también “es un modo expresivo que sirve para alcanzar los fines propios de la interpretación periodística” (1991:373-374).

Opciones metodológicas del capítulo 5

Para el análisis del capítulo 5 consideramos los editoriales de los diarios El País y La República y sólo un tipo de columnas de opinión: aquellas que constituyen firmas habituales del medio. No se tomó en consideración a los columnistas ocasionales, sino a los permanentes de cada diario. Esta decisión metodológica se tomó en el entendido de que los columnistas permanentes pueden

identificarse en mayor medida con la opinión del medio que los columnistas ocasionales, en línea con la gradación planteada por Martínez Albertos.

Van Dijk (1996) advierte cómo la propia noción de “opinión” es imprecisa. Este autor define a la opinión como una “creencia valorativa”. Este concepto incluye a cualquier creencia que presuponga un valor e implique un juicio acerca de alguien o de algo. Van Dijk distingue las “creencias valorativas” de las “creencias objetivas”; para estas últimas podemos encontrar “criterios generales socialmente aceptados”. Por ejemplo, si decimos que Juan es malo, estamos ante una creencia valorativa, pero si decimos que Juan es un ladrón, siempre y cuando haya sido condenado por un tribunal, estaríamos ante una creencia objetiva. Van Dijk entiende que la opinión, cuando es una creencia valorativa que implica a grupos e intereses de grupos en conflicto, debe considerarse ideológica.

Sin embargo, esta distinción entre creencias objetivas y valorativas, sencilla de hacer en la mayoría de los casos, en otros casos es compleja, porque implica determinar si una creencia se funda en criterios generales socialmente aceptados o no, y esto no es claro en todos los casos. El propio Van Dijk (1996) advierte que “todo depende de las bases o criterios de juicio”:

“Si estos fundamentos son tan sólo una norma o un valor cultural o de grupo («es malo dañar nuestra salud fumando»), entonces la creencia es una opinión. Sin embargo, si los fundamentos son un criterio de verdad socialmente compartido (por ejemplo, la observación, la comunicación fiable, la inferencia válida, la investigación académica, etcétera), u otro conocimiento basado en tales criterios, entonces la creencia es objetiva (verdadera o falsa). Ambos tipos de juicio son relativos, tanto social como histórica y culturalmente. El criterio de verdad puede variar en diferentes períodos y para distintos grupos. Pero para que las creencias sean objetivas (verdaderas o falsas) sólo es preciso que, dentro de cada cultura o grupo,

se apliquen los criterios aceptados de conocimiento. Y cuando estos se inclinan especialmente a favor de un grupo en particular, todo el sistema de conocimiento y los criterios de verdad pueden estar basados ideológicamente”.

Aquí vemos por tanto que las “creencias objetivas” también pueden ser ideológicas.

Volviendo a los géneros de opinión en el periodismo, Van Dijk sostiene que los editoriales no sólo expresan opiniones particulares sobre ciertos hechos, sino que “presuponen o insinúan opiniones también a nivel global, a un macronivel”, y por tanto “reflejan posiciones partidistas e ideologías”. Las opiniones sobre hechos “presumiblemente expresan esquemas ideológicos subyacentes que también controlan las prácticas sociales, y por lo tanto el discurso”.

A efectos del análisis, en el capítulo 5 utilizaré dos propuestas teóricas que a mi juicio pueden ser interesantes para los objetivos de la tesis.

La primera es el “cuadrado ideológico” de Van Dijk (1996). El autor lo define como una “estructura valorativa abstracta” que contiene una estrategia de polarización, de “descripción positiva del propio grupo y descripción negativa del grupo ajeno”, que resalta nuestras buenas propiedades/acciones frente a las malas propiedades/acciones del grupo ajeno, al tiempo que mitiga las malas propiedades/acciones del grupo propio y las buenas propiedades/acciones del grupo ajeno.

La responsabilidad de las buenas acciones las asignamos a nosotros mismos, y las malas acciones se atribuyen a los otros, y en ambos casos, se entiende que los grupos tienen un total control y responsabilidad sobre sus actos. En cambio, cuando son los otros los que realizan las buenas acciones, y nosotros hacemos las malas, se presenta como que esto sucede por circunstancias

ajenas a nuestro control, o al control de ellos (por ejemplo, se entiende que las buenas acciones del otro obedecieron a la “suerte”).

El “cuadrado ideológico” presupone la definición de un “nosotros” y un “otros” en clave identitaria, y por tanto es interesante para el objetivo general de esta tesis.

En segundo lugar, utilizaré el esquema elaborado por Thompson de los modos generales de operación de la ideología y su vínculo con las estrategias de construcción simbólica. Resumo los modos y sus correspondientes estrategias en una tabla a continuación (Thompson, 1998:92-100).

Cuadro 2. Modos de operación de la ideología.

Modos	Estrategias
1. Legitimación Las relaciones de dominación se presentan como legítimas, como justas y dignas de apoyo.	1A. Racionalización Se construye una cadena de razonamientos que lleva a concluir que las relaciones de dominación son legítimas.
	1B. Universalización Los arreglos institucionales que sirven a los intereses de algunos individuos se representan como si sirvieran a los intereses de todos.
	1C. Narrativización La estrategia en este caso se da mediante historias que recuentan el pasado y que narran el presente como parte de una tradición inmemorial y apreciada.
2. Simulación Se busca ocultar, negar o disimular las relaciones de dominación.	2A. Sustitución Un término que comúnmente se usa para referirse a un objeto o individuo, se emplea para referirse a otro, en consecuencia las connotaciones positivas o negativas del término se transfieren al otro objeto o individuo.
	2B. Eufemización Utilización de eufemismos.
	2C. Tropo Uso figurado del lenguaje.
3. Unificación	3A. Estandarización Un marco de referencia estándar se promueve como la base aceptable y común del intercambio simbólico.

	3B. <i>Simbolización de la unidad</i> Construcción de símbolos de unidad, de identidad colectiva e identificación.
4. <i>Fragmentación</i>	4A. <i>Diferenciación</i> Enfatizar las distinciones, diferencias y divisiones que hay entre los grupos e individuos, las características que los desunen e impiden que se constituyan en un desafío efectivo para las relaciones existentes.
	4B. <i>Expurgación del otro</i> Construcción, dentro o fuera, de un enemigo que se retrata como maligno, dañino o amenazador, y ante el cual se convoca a los individuos para que se opongan a él o lo expurguen.
5. <i>Cosificación</i> Representar un estado de cosas histórico y transitorio como si fuera permanente, natural e intemporal	5A. <i>Naturalización</i> Un estado de cosas que es una creación social e histórica se presenta como un suceso natural o como resultado inevitable de características naturales.
	5B. <i>Eternalización</i> Los fenómenos sociohistóricos son privados de su carácter histórico al ser retratados como permanentes, invariables y siempre recurrentes.
	5C. <i>Nominalización / Pasivización</i> En el primer caso alude, por ejemplo, a cuando una descripción se transforma en sustantivo. En el segundo caso, a la utilización de verbos en forma pasiva, que ocultan al sujeto de la acción.

Se trata de una operacionalización concreta y práctica de los modos en que opera la ideología, y la utilizaré en el análisis de los editoriales.

1.4 Sobre el eclecticismo teórico, o los puentes

La utilización de distintas corrientes teóricas para el análisis del mismo objeto de estudio, lejos de constituir una debilidad, considero que enriquece la mirada sobre los discursos y los procesos. Por otra parte, las corrientes teóricas mencionadas no son contradictorias en sus postulados centrales, sino complementarias.

Los medios generan encuadres de los acontecimientos, y de esa forma construyen realidad. Los hacen no sólo a partir de las actitudes profesionales de los periodistas y de su ideología, sino también condicionados por determinadas formas de organización y rutinas, como postulan los estudios enmarcados en la sociología de las redacción. “Si se quiere llegar a una definición de los *frames* válida para el trabajo periodístico, resulta imprescindible avanzar por el camino propio de los medios, partiendo de sus peculiaridades”, sostiene Sádaba (2007), quien identifica a Tuchman como una figura clave en los estudios de encuadre (también lo es de los estudios enmarcados en la sociología de las redacciones).

Los encuadres se presentan como naturales, y de este modo se convierten en herramientas de dominación, al fungir como legitimadores del statu quo (Tuchman, 1983). El Análisis Crítico del Discurso (ACD) parte de la base, precisamente, de que el análisis de discurso de los medios es un camino para develar “las relaciones estructurales de dominación, tanto las opacas como las transparentes, la discriminación, el poder y el control tal como se manifiestan en el lenguaje” (Wodak, R. & Meyer, M., 2003). En este proceso de comunicación como legitimación, la “comprensión del mundo” de los periodistas, su ideología, juega un papel determinante (Tuchman, 1983; Sádaba, 2007), y por tanto es interesante explorar los modos de operación de la ideología a través de una tipología concreta (Thompson, 1998).

El concepto de “definiciones de situación” (Thomas, 1923), que constituye el antecedente de las teorías del encuadre, supone que estas definiciones codifican la interpretación, y que una vez que logran una amplia aceptación, se constituyen en “moralidad”. De la misma manera, el ACD se ocupa de identificar los juicios sociales explícitos o implícitos en el discurso, para de esa forma poner de manifiesto el sentido común sobre el “deber ser” en una sociedad. Esos “juicios sociales” se presentan como naturales y uniformes, como compartidos por toda la sociedad, y en

ese contexto, los medios se erigen como los representantes del sentir social, como los transmisores del “deber ser” social.

No hay por tanto contradicción entre las posturas teóricas que se toman como base de esta tesis, sino articulación y complementariedad. Se trata de focos distintos sobre un mismo proceso: la construcción de representaciones de la realidad que realizan los medios, a través de la elaboración de marcos que funcionan a un tiempo como legitimadores del statu quo y como generadores de interpretaciones que son base de las interacciones sociales.

1.5 Teorías sobre la identidad y la nación

Esta investigación apunta a analizar las representaciones del Mercosur en la prensa uruguaya con foco en el concepto de identidad. Precisamente, los procesos de integración regional, y en este caso el Mercosur, ponen en tensión los sentidos de pertenencia, al pretender constituir un espacio de producción de políticas y sentidos más amplio que la nación. Este intento no se produce en el vacío: hay historias previas y dinámicas institucionales que lo condicionan.

Esta investigación se propone identificar y detallar las referencias a elementos identitarios que figuran en los discursos de la prensa, y describir cómo se conceptualizan los “nosotros” y los “otros” en esos discursos, si en clave nacional o en clave regional.

La globalización y la intensificación de los flujos migratorios hacia los países industrializados, entre otros fenómenos, han estimulado la producción académica en torno al concepto de identidad, y han puesto sobre la mesa interrogantes sobre las fronteras y los sentidos de pertenencia. De la misma forma se ha avivado el interés por la interculturalidad y la

comunicación intercultural, principalmente guiado por la voluntad de solucionar "conflictos" entre los migrantes y las sociedades receptoras (Del Valle Rojas, C., 2004).

Sin embargo, la identidad fue definida como concepto, tanto en su vertiente sociológica como antropológica y psicológica, desde mucho antes de que se empezara a hablar de desterritorialización (Augé, M., 2002), del desdibujamiento de las fronteras de los Estados-nación y del incremento exponencial del intercambio de bienes y servicios a nivel global. Desde mucho antes que se produjera ese proceso de globalización que no es "un mero avatar del mundo de la economía política sino la presencia de mutaciones en las condiciones que el hombre habita el mundo" (Martín Barbero, J., 2002).

Cuando se empezó a reflexionar sobre el concepto de identidad, se pensaba esa frontera que separa a un Nosotros de un Otros (Augé, M., 1994) en términos esencialistas: hay condiciones, características, formas de vida propias de un grupo específico e inmutables. Más tarde se pasó a una concepción constructivista (a influjos del posestructuralismo), según la cual la identidad es una construcción discursiva (Larraín Ibáñez, 1996). Larraín Ibáñez se inclina más bien por una concepción "histórico-estructural" de la identidad, considera que está en permanente construcción, pero que no consiste solamente en un proceso discursivo, sino que existen prácticas y significados asentados en los individuos y los grupos.

En sus trabajos más recientes, Grimson (2011) marca cómo el abordaje teórico del concepto de identidad a partir de los años ochenta ha hecho hincapié en lo difuso de las fronteras -a partir de los procesos de globalización e hibridación de culturas- y en la debilidad de los relatos nacionales, perdiendo de vista que estos siguen teniendo un peso central en la construcción de las identidades. El constructivismo en este campo se ha vuelto redundante, considera el autor: ya no

es pertinente decir que las identidades son construcciones sociales, ya que “todo lo humano ha sido construido” (Grimson, 2011:25).

Grimson sostiene que las naciones son “ontológicamente subjetivas y epistemológicamente objetivas” (2011:28). Son construcciones sociales, como puntualiza el constructivismo, pero al mismo tiempo, existen -con todo su bagaje de instituciones, prácticas y mecanismos productores de nación- en forma independiente a la voluntad de los individuos, y con efectos claros sobre sus vidas cotidianas. De todos modos, al tratarse de construcciones, pueden ser “cuestionadas, disputadas y modificadas” (2011:28).

Para algunos autores, debe sustituirse el singular "identidad" por el plural "identificaciones", para dar cuenta de la variabilidad, multiplicidad y desdoblamiento de las identidades (Maffesoli, M., 2007). Bhikhu Parekh (1999) advierte que toda cultura es plural internamente y que su identidad también es “plural, fluida y abierta”. Esto significa que toda cultura lleva en sí misma características de otras culturas (porque nace de la interacción con otras culturas) y al mismo tiempo está sujeta a influencias externas “que asimila de forma autónoma”.

Jesús Martín Barbero (2002) enfatiza en la movilidad de los sentidos de pertenencia:

“Hasta hace muy poco decir identidad era hablar de raíces, de raigambre, territorio, y de tiempo largo, de memoria simbólicamente densa. De eso y solamente de eso estaba hecha la identidad. Pero decir identidad hoy implica también –si no queremos condenarla al limbo de una tradición desconectada de las mutaciones perceptivas y expresivas del presente- hablar de redes, y de flujos, de migraciones y movilidades, de instantaneidad y desanclaje. Antropólogos ingleses han expresado esa nueva identidad a través de la espléndida imagen de moving roots, raíces móviles, o mejor de raíces en movimiento”.

El concepto de identidad colectiva se ha definido usualmente en referencia a construcciones simbólicas propias de un colectivo, y está estrechamente ligado al concepto de cultura. Gilberto Giménez (2003) define cultura como "la organización social del sentido, interiorizado de modo relativamente estable por los sujetos en forma de esquemas o de representaciones compartidas, y objetivado en 'formas simbólicas', todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados". Partiendo de esta definición, considera la identidad como el "lado subjetivo de la cultura considerada bajo el ángulo de su función distintiva" (Giménez, 1997), es decir, de su capacidad de distinguir (y por tanto de agrupar y separar) prácticas, representaciones. Para este autor, la identidad se internaliza como "habitus" (Bourdieu, P., 2007) por los actores sociales.

Grimson realiza un esfuerzo similar de precisión entre los conceptos de cultura e identidad. Considera que lo cultural "alude a las prácticas, creencias y significados rutinarios y fuertemente sedimentados, mientras que lo identitario refiere a los sentimientos de pertenencia a un colectivo y a los agrupamientos fundados en intereses compartidos" (2011:138). Y puntualiza que las fronteras de la cultura no siempre coinciden con las fronteras de la identidad, puesto que dentro de un mismo grupo social, no necesariamente hay homogeneidad cultural. Al igual que la definición de Giménez, por tanto, la definición de Grimson coloca a la identidad como un aspecto subjetivo de la cultura.

Larraín Ibáñez (2007), en tanto, considera que tanto la cultura como la identidad tienen un carácter simbólico. La cultura consiste en redes de significados, mientras que la identidad es un "proceso de construcción en la que los individuos se van definiendo a sí mismos en estrecha interacción simbólica con otras personas" (Larraín: 2007:84). La cultura es una estructura de significados, y la identidad es un discurso, una narrativa sobre una comunidad imaginada.

La identidad tiene un carácter intersubjetivo y relacional, como ha hecho notar Gilberto Giménez (1997). Por otra parte, como ya se ha señalado, esas diferencias de posiciones que fundan la identidad existen bajo "una forma objetiva, es decir, independiente de todo lo que los agentes puedan pensar de ellas; y bajo una forma simbólica y subjetiva, esto es, bajo la forma de la representación que los agentes se forjan de las mismas" (Giménez, 1997).

El lenguaje es un constructor de sentidos de pertenencia, es un medio a través del cual se edifican y resignifican las identidades. Señala Joseph (2010) que el lenguaje está en el centro de nuestros sentidos sobre quiénes somos, a dónde pertenecemos y por qué, y cómo nos relacionamos con otros. La identidad es una construcción del discurso, porque implica representaciones sobre los otros y sobre nosotros mismos, sobre nuestras historias y nuestros futuros posibles, sobre las prácticas que nos definen y delimitan.

La nación y los límites de lo regional

Como ya se mencionó, el concepto de identidad nacional, y la correspondencia entre identidad y nación, están siendo alterados por los procesos de globalización o glocalización (Beck, U., 1998). La identidad no es un concepto anclado en un territorio. Las fronteras de los Estados nacionales ya no tienen el peso demarcatorio de antaño, el "otro" ya no se define exclusivamente en función de fronteras geográficas e históricas. Reguillo (2002) advierte que, si bien las fronteras nacionales son "el 'lugar' más paradigmático de establecimiento de la diferencia", su función demarcatoria es precaria y mucho menos estable. Esto es así porque, incluso en los espacios públicos nacionales, los discursos están teñidos de globalidad; lo nacional y lo global están hasta tal punto imbricados que es difícil distinguir un aspecto del otro. Al mismo tiempo, advierte Reguillo,

emergen “nuevos otros” al hacer circular representaciones que trascienden el ámbito local y nacional.

Jesús Martín Barbero (1999) afirma que la multiculturalidad "hace estallar" la "equivalencia entre identidad y nación", porque "de un lado la globalización disminuye el peso de los territorios y los acontecimientos fundadores que telurizaban y esencializaban lo nacional, y de otro la revaloración de lo local redefine la idea misma de nación". "Redefinida como "una construcción imaginaria que se relata", la identidad no puede seguir siendo pensada como expresión de una sola cultura homogénea perfectamente distinguible y coherente", advierte. Al hacer énfasis en que la identidad se "relata", Barbero llama la atención sobre el rol de la comunicación en esa construcción.

No obstante, y pese al debilitamiento de los Estados-nación, estos siguen teniendo un peso central en la configuración de las identidades, ya que abarcan y en algunos casos casi monopolizan dimensiones centrales a la hora de representar identidades: la definición de una historia común – la “historia oficial”-; la construcción de un relato del colectivo nacional, con sus héroes, villanos, y también con sus excluidos; y, finalmente, mecanismos de reproducción de representaciones de mismidad y alteridad –la escuela, fundamentalmente-.

Gilberto Giménez y Catherine Héau definen nación como "una comunidad política imaginada" (Anderson, B., 1993), fundada en un legado cultural supuestamente compartido y asentada en una porción de territorio que se define y se vive como "patria", sea ésta ancestral o adoptada (Giménez & Héau, 2005).

En su tesis doctoral Fútbol y patria (2001), Pablo Alabarces realiza un resumen de las principales concepciones de nación que hubo a lo largo de la historia, empezando por una idea más naturalista (las naciones son parte integrante de la biología del individuo), pasando por una idea

"moderna" de las naciones como construcciones históricamente formadas a partir de procesos como "el capitalismo, industrialismo, la emergencia de los Estados burocráticos, la urbanización y la secularización", hasta llegar a una concepción más culturalista, que las concibe como resultado de un proceso cultural.

Jelin (2000) y Grimson (2000, 2011) advierten que las fronteras territoriales entre países, que claramente demarcan un afuera y un adentro, un nosotros y un otros, siguen teniendo un peso central en la conformación de las identidades. Esto a pesar de cierta perspectiva "integracionista esencialista" (según la cual las fronteras en realidad son líneas artificiales, colocadas desde afuera, cuando en realidad, lo que hay es una especie de unidad primigenia, con raíces comunes) y a pesar de que en los discursos políticos y periodísticos se habla de la desaparición de las naciones, de la comunicación sin fronteras, de la globalización como un proceso de uniformización.

"En América Latina no hay prácticamente frontera que coincida con alguna diferencia cultural anterior. Esto es tan impactante que ha llevado al engaño de creer que esa no coincidencia de distinciones culturales y límites territoriales llegaría incólume hasta nuestros días. Pero la instauración de la frontera es una transformación del marco de significaciones y acciones de esas poblaciones, sin mencionar aquellas otras que fueron dirigidas a colonizar los límites de las patrias", sostiene Grimson (2000:11). Propone ubicarse a medio camino entre la postura esencialista de la nación y la constructivista. La identificación nacional es el resultado de un proceso histórico y político, pero ese proceso se sedimenta en la configuración de dispositivos culturales y políticos.

Grimson (2011) propone desarmar el par Estado-nación, ya que advierte que el debilitamiento del Estado no implica necesariamente el debilitamiento de la nación.

En cuanto al concepto de nación, el mismo autor señala (2000:40):

"Por una parte, la nación es un modo específico de identificación; por otra, es un espacio de diálogo y disputa de actores sociales. Como identificación, se vincula a los procesos históricos de imaginación de pertenencia comunitaria. En ese plano, la nación se encuentra en proceso de articulación y desarticulación con las ideas de 'pueblo' y 'Estado'. A veces la nación articula y legitima al Estado: desde conflictos bélicos hasta políticas internas pueden sostenerse en función de 'intereses nacionales'. En otras ocasiones se presentan grietas entre Estado y nación, en la medida en que 'nación' sea comprendida como 'pueblo' y que se perciba al Estado afectando a los intereses populares".

El concepto que una comunidad nacional tiene de “su identidad” (si bien esta no es homogénea) tiene consecuencias en las estructuras, relaciones sociales y representaciones simbólicas de cada uno de los miembros de esa comunidad. Parekh (2000:231) señala que ese concepto los inspira a “ajustarse a cierta imagen del colectivo”, “promueve una lealtad común” y “regula la vida moral y política”.

Puede haber diferentes versiones de la identidad nacional. Una definición única corre el riesgo de ser parcial y de “silenciar las voces disidentes” (Parekh, B., 2000:231). No obstante, en algunos casos existe una visión hegemónica que “refleja y reproduce un consenso histórico específico sujeto a revisión” (Parekh, B., 2000:203).

Operacionalización del concepto de identidad

La identidad no es un concepto fácil de definir, y tampoco de operacionalizar. Pensar en sentidos de pertenencia en el contexto de un mundo globalizado, donde se desdibujan no sólo las fronteras

físicas sino también las culturales, implica interrogantes y desafíos. Y sin embargo, este fenómeno ha generado su opuesto: un resurgir de las identidades, que se materializan en conflictos y políticas públicas que excluyen al “otro”.

A continuación no pretendo hacer una revisión exhaustiva de las definiciones de identidad que han planteado distintos autores, sino identificar cuáles son las más relevantes o simplemente útiles a efectos del análisis.

En primer lugar, hay una idea que atraviesa toda la bibliografía sobre identidades: definir quiénes somos implica, simultáneamente, definir quiénes no somos. O, en otros términos, la construcción de la identidad es un proceso que define e incluye un “Nosotros”, al tiempo que delimita y excluye a los “Otros”.

Para Giménez (2003), la identidad no se define en función de un conjunto de rasgos culturales, sino en función de las fronteras que los colectivos trazan entre sí. Para fundamentar esto, alega que existen variados ejemplos de grupos étnicos cuyas características culturales han variado a lo largo de la historia y sin embargo sus fronteras se mantienen intactas. Aunque de hecho, decir que las identidades se definen por sus límites dice poco acerca de en función de qué representaciones, clasificaciones o procesos se trazan esos límites. Esto si vamos más allá de los grupos étnicos.

Bucholtz y Hall (2010) consideran demasiado simplista la noción de que las relaciones identitarias se basan en el par conceptual similitud/diferencia. En primer lugar, puntualizan que más que hablar de “similitud” deberíamos hablar de “adecuación”; la diferencia radica en que no es necesario que los grupos o personas sean idénticos, sino que se conciban como semejantes, es decir, que sean lo suficientemente similares a los propósitos de la interacción. Se trata de un proceso similar al de la construcción de la memoria, que algunos autores como Elizabeth Jelin han caracterizado, en el sentido de que la representación es selectiva: las diferencias a la interna

de un mismo grupo de pertenencia son minimizadas, y por el contrario, las distinciones con los grupos externos son realzadas y las similitudes, minimizadas.

Bucholtz y Hall sugieren agregar al par conceptual adecuación/no adecuación otros dos pares conceptuales: autenticidad/artificio y autoridad/deslegitimidad. En el primer caso, se trata de identificar las afirmaciones que los hablantes realizan sobre lo que es realidad y lo que es artificio en relación a la identidad. En el segundo caso, se presta atención a los aspectos estructurales e institucionales de la formación de la identidad; esto supone tener presente que hay mecanismos de construcción de la identidad a través de estructuras de poder institucionales y que hay identidades rechazadas o ignoradas por esas mismas estructuras. Esto apunta a que la construcción de similitudes y diferencias es también una cuestión de poder.

Pero si la identidad no se reduce a las fronteras, y si no sólo somos lo que no somos, ¿qué somos entonces? Giménez señala como un elemento característico de las identidades la capacidad de “generar símbolos y representaciones sociales específicos y distintivos” y “de reconocer ciertos atributos como propios o característicos” (Giménez, 1997). Las identidades, por lo tanto, deben ser socialmente reconocidas y legitimadas, no impuestas mediante coerción, sino más bien mediante mecanismos de ejercicio del poder simbólico, como lo entiende Pierre Bourdieu. Bayardo y Lacarrieu (1997) también señalan que las propiedades auto o alteratribuidas a la identidad son manipuladas “en función de conflictos o intereses en pugna, que marcan las fronteras de los grupos, así como la naturaleza y los límites de lo real”.

Estos mismos autores definen a las identidades como construcciones simbólicas, que “involucran representaciones y clasificaciones referidas a las relaciones sociales y a las prácticas”. Esas representaciones tienen que ver con el sentido de pertenencia y con la relación del colectivo con el exterior o con los “otros”. El colectivo crea representaciones de sí mismo, en las que incluye

características y clasificaciones, pero a su vez, esas clasificaciones y características son también "alter atribuidas" por los otros.

Hay además una dimensión de “espesor temporal” de las identidades, utilizando el concepto acuñado por Cebrelli y Arancibia (2005) para las representaciones. Se construyen en un proceso acumulativo a lo largo de la historia, que va sumando elementos culturales; "la identidad implica la percepción de ser idéntico a sí mismo a través del tiempo, del espacio y de la diversidad de las situaciones", señala Giménez (1997). Sin embargo, y al mismo tiempo, las identidades están continuamente modificándose, se trata de relatos “parciales, fracturados y discontinuos” (Bucholtz y Hall, 2010:25):

“Any given construction of identity may be in part deliberate and intentional, in part habitual and hence often less than fully conscious, in part an outcome of interactional negotiation and contestation, in part an outcome of others' perceptions and representations, and in part an effect of larger ideological processes and material structures that may become relevant to interaction. It is therefore constantly shifting both as interaction unfolds and across discourse contexts”¹⁰.

Las autoras señalan en esta cita la dificultad para definir y clasificar las identidades y para conocer los procesos de interacción discursiva a través de los cuales estas identidades se construyen, así como para determinar qué efectos generan las estructuras materiales y los procesos ideológicos de largo plazo en las representaciones. De todos modos, no es tarea de esta

¹⁰ “Cualquier construcción de identidad puede ser en parte deliberada e intencional, en parte habitual y por lo tanto a menudo no del todo consciente, en parte un resultado de la negociación y de la disputa interaccional, en parte un resultado de las percepciones y representaciones de los otros, y en parte un efecto de procesos ideológicos y de estructuras materiales de más larga data que pueden volverse relevantes en la interacción. Por lo tanto está constantemente cambiando a medida que la interacción se desarrolla y en distintos contextos discursivos” (traducción propia).

tesis trazar la genealogía de la identidad nacional uruguaya ni de los elementos identitarios regionales, sino determinar en qué medida aparecen en las representaciones que realiza la prensa elementos asociados a la identidad nacional y regional.

Las identidades no suponen sólo un sentimiento de pertenencia que alude al presente, sino al pasado y al futuro. La construcción de la identidad implica “configurar y reconfigurar el pasado del grupo como una memoria colectiva compartida por sus miembros” (Giménez 1997). La historia, o más bien su costado subjetivo, las memorias, juegan un papel central en las representaciones, pero se toman siempre, advierte Bayardo, en función de un “porvenir deseado” (Bayardo & Lacarrieu, 1997). Por eso, el futuro deseado también ha sido identificado por los autores citados como un componente de los constructos identitarios.

En esta tesis, consideraré que la identidad se compone de los siguientes atributos:

1. Sentimientos de pertenencia a un colectivo.
2. Construcciones simbólicas sobre atributos, características o clasificaciones propias de un colectivo, que lo distingue de otros.
3. En particular, un “porvenir deseado” y una memoria común sobre el pasado, compuesta por representaciones y por mitos, entendidos estos como “construcciones narrativas que congregan un cúmulo de significaciones relacionadas” que apuntan a generar “ciertos efectos y dar cuenta de ciertas interpretaciones de hechos o acontecimientos del pasado o del presente” (Porzecanski, 1992:49).
4. Representaciones sobre los “otros” en función de los cuales esa identidad se define y limita.

En los capítulos 4 y 5 se identificarán y analizarán principalmente las representaciones de la prensa vinculadas a los puntos 2 y 4. Los puntos 1 y 3 se explorarán en el estudio de caso del capítulo 6, con las entrevistas realizadas a los periodistas del diario El País.

Identidad uruguaya

“Este país tan chico pero grande de corazón”. Así comienza la canción del spot de radio Oriental de Uruguay, que se emite desde hace más treinta años, y que sintetiza de manera sencilla la percepción que los uruguayos tienen de sí mismos, marcadas por cuestiones geográficas y por lo que algunos autores denominaron “el mito de la excepcionalidad” (Caetano, 1992). “Un capricho del azar geográfico ha querido que el Uruguay fuera un país de convergencias, de armonía entre los opuestos”, sostiene el antropólogo Daniel Vidart (2012:202).

Como ya se señaló, no hay “identidad” sino más bien “identidades” cambiantes e inconclusas, y la “identidad uruguaya” no es la excepción. Los supuestos ideológicos sobre los que se apoyan las representaciones de la nacionalidad uruguaya tienen variaciones en términos geográficos y temporales, pero a grandes rasgos podrían sintetizarse en el supuesto de Uruguay como país excepcional, igualitario, liberal, homogéneo, conciliador.

Estos supuestos adoptan la forma narrativa de los mitos. Por ejemplo, el mito de la cultura ciudadana, aquel perteneciente al imaginario del “Uruguay Feliz” (el que prevaleció desde principios hasta mediados del siglo XX) que alude a la cultura universalista, liberal y racionalista, al orgullo del nivel educativo alto para la región.

La construcción simbólica de la identidad nacional estuvo y está marcada por la incesante búsqueda de imágenes inclusivas para conciliar la pluralidad (Porzecanski, 1992). Estas imágenes se construyen en oposición a un Otro, primero Argentina, después Brasil, frente a los cuales

Uruguay es representado como país excepcional, como comunidad homogénea y sin grandes contrastes.

El trabajoso proceso de construcción de la nacionalidad uruguaya comenzó en el siglo XIX. La propia creación del Estado, en 1828, como fruto de un acuerdo entre ingleses, argentinos y brasileños, puede verse como parte de este proceso de construcción, si bien esta fecha no está entre los acontecimientos patrios celebrados por las instituciones oficiales. En cambio, funcionan mejor en términos mitológicos la Cruzada Libertadora de 1825, símbolo de un pueblo en busca de su libertad, y la Jura de la Constitución en 1830, símbolo de la construcción de una República de iguales (si bien, como todas las constituciones de su época, no consideraba ciudadanos en igualdad de condiciones a mujeres, afros y peones rurales, entre otros colectivos). Como el Estado precedió a la nación, “hay mucho de invención” en las ideas de nación (Morales, 2013:46). “No había entonces nación, pero tampoco imaginarios nacionalistas sólidos, y mucho menos uno que prevaleciera de manera visible. Primaba la indefinición de fronteras en múltiples dimensiones: jurídicas, políticas, económicas, culturales” (Caetano, 1992:82).

El naciente Estado se abocó, fundamentalmente a partir de la década de 1870, a construir un relato homogeneizador de la nacionalidad a través de la escuela pública, y en términos más materiales, a tratar de reducir o directamente eliminar la “barbarie” -lo que no podía formar parte de la nación-, personalizada en las figuras del gaucho y del indio, que paradójicamente, luego son ensalzadas. Es en esa década, durante el gobierno del militar Lorenzo Latorre, que se alambran los campos, expulsando a la población rural nómada.

Como señala González Laurino (2001:18), el primer relato social de la nacionalidad se estructuró en torno a la idea de orientalidad. “Una identidad tejida desde la búsqueda de la tradición en sus representantes originales: el indómito indio charrúa y el gaucho, héroe anónimo de las luchas

independentistas” (2001:18). La autora indica que, paradójicamente, “la orientalidad se afirma como espacio civilizado mediante una apropiación significativa de su contrario (la barbarie), en una síntesis mitificadora que es, en sí misma, un recurso político de negación” (2001:33). La barbarie, otrora personalizada en el gaucho y el indio, se retrata y reproduce en versiones idealizadas, en cuadros y todo tipo de obras artísticas, al tiempo que se suprime en términos materiales.

Un ejemplo claro de esta idealización se sintetiza en la famosa “garra charrúa”, cualidad que se concibe como inherente al ser uruguayo y se aplica en particular a sus selecciones de fútbol. Los “charrúas”, colectividad prácticamente exterminada por el primer presidente uruguayo Fructuoso Rivera, se construyen como figuras que representan un aspecto de la identidad uruguaya: la fiereza, la lucha ante la adversidad. Sin embargo, como señala Daniel Vidart (2012:57), no fueron los charrúas sino los guaraníes la población indígena con más peso en el territorio uruguayo.

En tanto, el “gaucho” es una figura no exclusivamente nacional, sino que es “por igual argentino, uruguayo y riograndense” (Vidart, 2012:128) y en ese sentido tiende puentes identitarios con una parte de Argentina y con una parte de Brasil. Y es también un símbolo de rebeldía, arrojo e independencia. “El gaucho es el hombre de a caballo, dispuesto a jugarlo todo en la gran taba de los combates a lanza, sable, lazo, boleadoras, contra las fuerzas imperialistas europeas”, apunta Vidart (2012:116). El gaucho es un fenómeno social que desaparece a principios del siglo XX, como consecuencia del alambramiento de los campos y la consolidación de la propiedad privada rural, y desde ese momento se lo empieza a idealizar, paradójicamente, por parte de los propios propietarios rurales. El Monumento al Gaucho ubicado en el centro de Montevideo fue pagado por la Federación Rural del Uruguay, que congrega a grandes estancieros.

Esta construcción de la orientalidad, que “recurre a la idealización de un espacio extraño y adverso al proyecto civilizador que se impulsa desde el Estado”, es reformulada a comienzos del siglo XX y sustituida por una fórmula más inclusiva, la uruguayidad, “planteada en términos contractualistas, como posibilidad de adhesión a un proyecto político que se elabora desde el Estado” (González Laurino, 2001:33). A impulsos del gobierno de José Batlle y Ordóñez, se construye una idea de nacionalidad asociada a un modelo social de Estado de bienestar, laico, con políticas redistributivas, legislación avanzada a nivel mundial en materia de derechos, integración de los inmigrantes.

“La uruguayidad nace cosmopolita y universalista, desde el eurocentrismo de moda francés, y se afirma en la excepcionalidad de sus signos modernos frente al primitivismo social, político, económico y cultural de la región. Una población urbana, alfabeta, de origen inmigrante en una sociedad democrática, pluralista, secularizada e igualitaria, articulada desde un Estado laico, garante de las libertades públicas y de la asistencia social, explican el mito de la Suiza de América elaborado durante la segunda fundación nacional del Estado en el primer tercio del siglo XX”. (González Laurino, 2001:18-19)

En esta nueva construcción de la nacionalidad, indios y mestizos ya no juegan el papel de otrora, y son relegados para ensalzar en su lugar el rol de los inmigrantes europeos, lo que contribuye a separar a Uruguay del resto de América Latina. “La América india, la América negra y la América mestiza son consideradas como los emporios de la ineptitud, la haraganería, la malicia y la corruptela” y en cambio “se exalta el legado espiritual, moral y 'racial' de los inmigrantes”, indica Vidart (2012:386). El proyecto pasa a ser construir “un país europeo” dentro de un continente poblado mayoritariamente por indios y negros. Morales indica que a través de esa

identidad, “el país tendía a aislarse de América Latina, a la que daba la espalda”, y “se comenzaba a sentir la Suiza de América”, sin sentirse parte de una “identidad latinoamericana” (2013:59). Es en esta etapa que los proyectos nacionalistas priman frente a los proyectos integracionistas (Caetano, 1992).

Ya en la década del sesenta, estos conceptos empiezan a resquebrajarse, advierte Morales. Con la caída en los indicadores sociales y económicos, González Laurino identifica un tercer momento que denomina “la crisis del 'Uruguay feliz'”, que da lugar a un nuevo modelo nacional de identidad que se reconoce, entre la nostalgia y el escepticismo, como “el país gris”. No obstante, la autora no aporta elementos descriptivos sólidos como para concluir que estamos ante una nueva etapa de construcción de la identidad nacional. De hecho, afirma que esta crisis de identidad no ha generado “un nuevo proyecto nacional con suficiente capacidad de convocatoria para suscitar nuevas adhesiones e ilusiones” (2001:39). Morales considera que las ideas de orientalidad y uruguayidad que venimos reseñando no son compartidas por los sectores de izquierda en las primeras década del siglo XX, que no buscan “ser uruguayos y apropiarse de un pasado legendario” sino más bien apuntar al futuro, “sin raíces locales y apoyados en un discurso fuertemente internacionalista”. Es una pregunta que no corresponde responder en esta tesis si esta característica de la izquierda de los años veinte y treinta del siglo XX, mencionada por Morales, ha cambiado, sobre todo en los últimos años, con el acceso al gobierno del Frente Amplio. La llegada de la coalición de izquierda uruguaya a la institucionalidad del Estado, o incluso antes, el proceso de unificación de 1971, pueden haber determinado otro vínculo con la historia y con las mitologías y simbologías que constituyen las identidades nacionales.

Marcelo Viñar (1992) sostiene, en el mismo diagnóstico de crisis, que el Uruguay de la posdictadura “se caracteriza por la falta de proyectos e ideales compartidos y por la

fragmentación de memorias” que produjo la dictadura, así como por “el desmoronamiento de mitos compartidos” (1992:38-46). En el mismo sentido, Gabriel Peluffo (1992:63) entiende que “la lógica del terror vino a cancelar” aquella “suerte de mitología de la familia uruguaya que parecía haber sido la condición inexpugnable de nuestra identidad durante más de sesenta años”. Agrega que el neoliberalismo económico tuvo efectos similares, y que la globalización pone en cuestión el poder de los Estados nación de representar “el sustrato ontológico de la nacionalidad”. Sin embargo, no aporta evidencia empírica que avale esta afirmación, y cabe preguntarse si los mitos fundantes de la nacionalidad, en particular de la uruguayidad, han perdido realmente vigencia o tienen raíces profundas que, si bien pueden debilitarse, resurgen cuando cambian las circunstancias históricas.

¿Identidad mercosureña?

Habiendo precisado el concepto de identidades, y habiendo hecho un breve repaso de los aportes teóricos sobre la identidad uruguaya, cabe preguntarse en qué medida tiene sentido explorar si pueden identificarse elementos identitarios comunes del Mercosur en las representaciones de la prensa. A nivel académico, hay un repertorio amplio de bibliografía que analiza las representaciones de la identidad nacional uruguaya desde distintas perspectivas disciplinarias, y que fue citado anteriormente. No hay tanto camino andado en relación a las representaciones del Mercosur desde un punto de vista identitario. Precisar en qué términos haremos esta aproximación es importante en la medida en que el objeto de la tesis son las representaciones del Mercosur en la prensa uruguaya, y teniendo presente que las conceptualizaciones sobre lo regional están en permanente diálogo con las representaciones sobre el “ser nacional”.

En primer lugar, a nivel teórico no se han definido con claridad y consistencia los elementos que conformarían una identidad de la región, sea esta América Latina o el Cono Sur. Hay trayectorias históricas que en algunos casos confluyen, hay prácticas culturales similares, hay discursos políticos y culturales que promueven la idea de una identidad en común. Hay instituciones conformadas en torno al regionalismo. Pero no hay producciones académicas que sean coincidentes respecto a los elementos que conformarían esa identidad regional.

Jorge Larraín (2006) menciona algunos “elementos comunes” que pueden servir de base a lo que denomina “el fortalecimiento de la identidad latinoamericana”: una historia compartida (de colonización luso-española, de guerras de independencia); el catolicismo como sustrato cultural común y como religión mayoritaria; el centralismo político, marcado por poderes políticos autoritarios que luego dejaron paso a democracias no participativas; y el hecho de que los países de América Latina sean fundamentalmente exportadores de materias primas.

Sin embargo, esta enumeración se asemeja más a una expresión de deseo de que estos elementos puedan ayudar a construir una identidad común que a una afirmación sustentada en evidencia empírica sobre la existencia de una identidad latinoamericana. Por otra parte, y sobre todo en el caso uruguayo, podría objetarse el señalamiento del catolicismo como factor cultural de unión con el resto de América Latina, en un país que ha hecho del laicismo una religión (Guigou, 2000). Además, Larraín no explica en qué sentido la estructura productiva de un país es un elemento identitario común en América Latina, cómo se conforma esta circunstancia en un factor cultural que implica un sentimiento de pertenencia. Y finalmente, como el propio Larraín recuerda, en la enumeración están ausentes elementos centrales, como la construcción de un porvenir deseado.

Larraín se detiene en el análisis de la incidencia del discurso religioso católico en la construcción de la identidad latinoamericana, y menciona como referentes de este discurso, entre otros, a

Alberto Methol Ferré y Pedro Morandé. Según estos autores, la identidad latinoamericana sería inherentemente católica.

Estos discursos oponen la identidad europea, signada por la razón ilustrada, a la identidad latinoamericana, marcada por un modelo cultural barroco o simbólico-dramático y un acercamiento estético-religioso a la realidad, que “enfatisa las imágenes, representaciones dramáticas y ritos y apela a la sensibilidad” (Larraín, 2007). Una cultura vitalista, crónica, maternal, ecológica, holística y oral. Según ambos autores, las élites latinoamericanas comulgan con la racionalidad instrumental europea, mientras que el pueblo mantiene viva la esencia de la identidad latinoamericana. Larraín señala que este discurso “peca de esencialismo” al considerar a la identidad “como una esencia fija, establecida de una vez para siempre” (2007), cuando se trata de un fenómeno en construcción. Además, cuestiona la simplificación que supone pensar que la identidad latinoamericana excluye absolutamente la racionalidad instrumental y que la identidad europea no contiene elementos holísticos ni estético-religiosos. En cuanto a la religiosidad como elemento identitario, Larraín valora que ya no tiene la centralidad que tenía en el proceso de la colonia, y hace notar el significativo avance de la iglesia pentecostal, que ha sido cada vez más profundo desde que el autor escribió el artículo, en 2007.

Los elementos comunes a los países latinoamericanos que señala Larraín coexisten, como el propio autor advierte, con identidades nacionales muy fuertes que se definen en oposición a “otros” que en la mayoría de los casos son latinoamericanos: chilenos en oposición a peruanos y argentinos, argentinos en oposición a chilenos, uruguayos en oposición a argentinos. Además, Larraín sostiene que el centralismo político predominante en los países de la región es un obstáculo para la integración regional, en la medida en que ésta implica una pérdida de control estatal, y los políticos latinoamericanos están “acostumbrados a concentrar el poder” (Larraín,

2006). El autor afirma que para que el fortalecimiento de la identidad latinoamericana tenga chances de éxito se requiere “compromiso político fuerte y duradero de los estados miembros y la conveniencia económica mutua”, condiciones que “no existen plenamente en América Latina”.

Por su parte, Grimson (2011:44-45) se pregunta “¿qué es América Latina?”, y responde: “Es evidente la coincidencia temporal de las dictaduras, las transiciones a la democracia, el neoliberalismo y sus crisis en gran parte de la región. Sin embargo, también es evidente que cada país no sólo tiene tendencias políticas diferentes de las de sus vecinos sino tipos específicos de demandas sociales y cambios institucionales”.

Giménez (1997) afirma, respecto a las identidades macrorregionales, que éstas son “identidades colectivas débiles y más bien metafóricas, incapaces de ser movilizadas como actores colectivos en función de algún proyecto o ideal común”. “En lo que respecta particularmente a América Latina, el sueño de Bolívar nunca pudo concretarse debido a la heterogeneidad extrema y a la balcanización temprana de la región. Pese a la globalización, la mayor parte de la población mundial sigue identificándose por referencia a una comunidad nacional, aunque hayan cambiado o se hayan debilitado las funciones del Estado-nación”, puntualiza Giménez (1997). Sugiere que la globalización puede, sin embargo, haber afectado en algunos casos la representación de la identidad nacional, deslizando cierto “contenido neoliberal” en las “comunidades imaginadas”.

En cuanto al Cono Sur, algunos autores como Grimson (2011) y Ríos (2014) llegan a la conclusión, en base a estudios empíricos en las fronteras entre los países del Mercosur, de que los sentimientos de pertenencia nacionales siguen teniendo un peso muy fuerte en la configuración de las identidades. “Los actores sociales de las tres localidades [de frontera] concuerdan en indicar que la población no siente reflejo ninguno del Mercosur, ni tampoco de lo que viene a representar en la práctica para contextos socio-territoriales de comunidades fronterizas” (Ríos,

2014:146). Los sentimientos de pertenencia que se pudieron registrar, señala Ríos, no son hacia el Mercosur sino en particular hacia el territorio de frontera, y estos sentimientos coexisten sin contradicciones con las identidades nacionales.

Grimson, quien también hizo estudios empíricos en zonas fronterizas de Argentina, Brasil y Paraguay, dice que para los pobladores de esas zonas el Mercosur “era en el mejor de los casos una fantasía, y en el peor, una de las principales causas de los problemas económicos de su familia y su ciudad, ya que había favorecido las economías de Buenos Aires y San Pablo en detrimento de los intereses de las localidades periféricas” (2011:97-98). Ante esto, la pregunta pertinente no es si la gente de la frontera deseaba o no “integrarse”, indica Grimson, sino cuáles eran las disputas de sentido acerca del término “integración”. Al igual que en los estudios de Ríos, se constata que los pobladores de la fronteras conciben al Mercosur como una integración de las empresas transnacionales y hecha para ellas, con escaso o nulo correlato para “los pueblos” de esas zonas. La disolución de las fronteras que se proclama con el Mercosur, señala Grimson (2011:118), es una disolución que aplica, en la percepción de los pobladores de la frontera, sólo para “el gran comercio internacional”.

Señala el mismo autor (2011:120):

“Un resultado general de las investigaciones en el Cono Sur es la elemental constatación empírica -por lo demás irrelevante, de no ser por ciertas tesis globalistas o de un culturalismo extremo- de que las fronteras continúan siendo barreras arancelarias, migratorias, perceptivas y clasificatorias. Esa continuidad es histórica, ya que las características y los sentidos de esas barreras son actualmente recreados en el marco de los discursos y las políticas de 'integración regional' y de las dinámicas de globalización”.

Esta es la línea de base de la que partimos para analizar si las representaciones construidas por la prensa están mayormente abocadas a la construcción de elementos identitarios nacionales o a la identificación de elementos identitarios comunes al Mercosur o a algunos de sus países. Y como se podrá apreciar posteriormente, las conclusiones son coincidentes con la producción teórica.

Capítulo 2

El Mercosur y Uruguay como “Estado frontera”

El Mercado Común del Sur (Mercosur) se constituyó formalmente el 26 de marzo de 1991, con la firma del Tratado de Asunción por parte de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. Esta suscripción tuvo como antecedente la Declaración de Foz de Iguazú, en 1985, mediante la cual Argentina y Brasil expresaron su voluntad de integración económica a través de la creación de una comisión mixta de alto nivel, y que derivó en la firma en 1990 de un acuerdo de complementación económica entre ambos países, en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). El bloque nació así por impulso de la cooperación bilateral entre Argentina y Brasil. Posteriormente se incorporaron Paraguay y Uruguay; en el caso de este último, básicamente, con el objetivo de no quedar marginado del proceso de integración regional. En julio de 1986, el entonces presidente de Uruguay Julio María Sanguinetti fue invitado a Buenos Aires para presenciar la firma de acuerdos entre Argentina y Brasil, y suscribió junto a los presidentes de esos países un comunicado conjunto donde expresó el respaldo de Uruguay al incipiente proceso de integración. En esa instancia los presidentes Raúl Alfonsín de Argentina y José Sarney de Brasil invitaron al presidente uruguayo a analizar la posibilidad de integrarse al mecanismo (Dri, 2010). En marzo de 1988 empezaron a negociarse los términos del ingreso de Uruguay al Mercosur, y en abril de 1989 se llegó a un acuerdo.

En el propio origen del Mercosur, por tanto, estuvo marcada la distinción entre los grandes Estados por un lado -Argentina y Brasil- y los pequeños Estados por el otro, Uruguay y Paraguay. Esta polarización y la competencia por el liderazgo entre Argentina y Brasil, que precedió al

Mercosur, marcaría luego las dinámicas internas del bloque y también los relatos contruidos sobre esas dinámicas. En esta configuración regional, Uruguay pero también Bolivia y Paraguay aparecen como “Estados frontera” que “pendulan” entre “los dos gigantes” (Caetano, 2011a).

Otro factor que posibilitó el nuevo esquema de cooperación regional en el Cono Sur fue la sintonía histórica entre países que vivían transiciones democráticas luego de largas dictaduras. Según apunta Bizzozero (2012), este acercamiento permitió por ejemplo la creación del Grupo de Río en 1986, como mecanismo de consulta y concertación política de los jefes de Estado de Argentina, Brasil, Colombia, México, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela.

Al mismo tiempo, coadyuvó al proceso de integración cierta “permisividad” de Estados Unidos con el Mercosur, en la medida en que los países integrantes impulsaban políticas de liberalización y apertura comercial funcionales a ese país y habían aceptado participar de las reformas del Consenso de Washington y de la Iniciativa para las Américas (Bizzozero, 2012).

En el Tratado de Asunción que dio origen formal al Mercosur, los cuatro países se comprometen a conformar un mercado común. Este implica cuatro aspectos:

- La libre circulación de bienes, servicios y factores productivos entre los países, a través, entre otros, de la eliminación de los derechos aduaneros y restricciones no arancelarias a la circulación de mercaderías y de cualquier otra medida equivalente;
- El establecimiento de un arancel externo común y la adopción de una política comercial común con relación a terceros Estados o agrupaciones de Estados y la coordinación de posiciones en foros económico-comerciales regionales e internacionales;
- La coordinación de políticas macroeconómicas y sectoriales entre los Estados Partes: de comercio exterior, agrícola, industrial, fiscal, monetaria, cambiaria y de capitales, de servicios,

aduanera, de transportes y comunicaciones y otras que se acuerden, a fin de asegurar condiciones adecuadas de competencia entre los Estados Partes;

- El compromiso de los Estados Partes de armonizar sus legislaciones en las áreas pertinentes, para lograr el fortalecimiento del proceso de integración.

El Mercosur nació así, a influjos de las políticas liberales que predominaban en los noventa en la región del Cono Sur, como un modelo de integración económica orientada a la apertura comercial, con una institucionalidad acotada a pocos organismos decisorios y sin voluntad de supranacionalidad.

En 1991, según recuerda Caetano (2011^a), se puso en funcionamiento la Comisión Parlamentaria Conjunta del Mercosur, comenzaron a funcionar los subgrupos de trabajo técnicos del Grupo Mercado Común, así como las reuniones especializadas temáticas. En 1993 entró en vigor el Protocolo de Brasilia para la Solución de Controversias, y un año después, se creó la Comisión de Comercio del Mercosur.

En el propio Tratado de Asunción estaba previsto que la entrada en vigencia del Mercosur se efectivizaría a partir del 31 de diciembre de 1994. Por otra parte, en 1994, con la firma del Protocolo de Ouro Preto, se establece la estructura institucional del bloque y se lo reconoce como persona jurídica de derecho internacional. Se acuerda que los órganos del Mercosur serán el Consejo del Mercado Común (CMC), integrado por los cancilleres y ministros de Economía de los Estados partes, que tiene a su cargo la conducción política; el Grupo Mercado Común (GMC), que es el órgano ejecutivo, integrado por representantes de las cancillerías, ministerios de Economía y bancos centrales de los países miembros; la Comisión de Comercio del Mercosur (CCM), encargada de velar por la aplicación de los instrumentos de la política comercial común y de realizar un seguimiento de las políticas comerciales comunes; la Comisión Parlamentaria

Conjunta (CPC), que fue el antecedente más directo del Parlamento del Mercosur que se creó en 2007; el Foro Consultivo Económico-Social (FCES), órgano representante de los sectores económicos y sociales; y la Secretaría Administrativa del Mercosur, que comenzó a funcionar en 1997.

En 1994, según recuerda Caetano (2011a), se habían logrado los objetivos centrales trazados en el momento fundacional; cerca del 85% de los productos tenían un arancel externo común aprobado y se había cumplido de forma íntegra con el cronograma de desgravación arancelaria. Estos éxitos iniciales estuvieron luego sucedidos de medidas unilaterales que en los hechos implicaban vulneraciones y perforaciones de los acuerdos alcanzados, como la decisión de Brasil de aplicar restricciones al financiamiento de las importaciones en 1997, o la medida de Argentina de renovar su Acuerdo de Complementación Económica con México sin consultar con el Mercosur.

Bizzozero (2012) menciona el año 1998 como el de comienzo de la “crisis” del Mercosur, en el sentido de un debilitamiento de sus postulados iniciales y falta de avances en los temas de integración económica centrales del bloque. Esta situación se profundizaría pocos años más tarde, entre 2000 y 2002, con las crisis económicas que atravesaron los países miembros.

Antes de que culminara el siglo XX, el Mercosur suscribió el Protocolo de Ushuaia sobre Compromiso Democrático y la Declaración Socio Laboral del Mercosur, pero hubo escasos avances en materia de integración económica.

En 1999, la devaluación del real dispuesta por Brasil afectó fuertemente el comercio del bloque, y a ello le sucedieron las fuertes crisis económicas en Argentina en 2001 y en Uruguay en 2002. A mediados del año 2000 se anunció un Programa de Relanzamiento del Mercosur, apoyado por todos los países miembros, para fortalecer la unión aduanera, que no tuvo mayores efectos prácticos (Caetano, 2011^a). En 2002 se firmó el Protocolo para la Solución de Controversias en el

Mercosur. En 2003 se crea la Comisión de Representantes Permanentes del Mercosur (CRPM) como órgano de asistencia al CMC.

En 2002 Luiz Inácio Lula da Silva ganó las elecciones a la presidencia en Brasil, con un marcado discurso integracionista. “Lula insistió en el imperativo de consolidar al Mercosur como un proyecto político, en tanto instrumento insustituible no sólo para articular las economías de los países de la región sino también para dotar al bloque de una verdadera identidad internacional, a los efectos de comparecer y negociar con más fuerza en el conflictivo escenario mundial”, señala Caetano (2011a:44). En junio de 2003, Brasil presentó en la cumbre de presidentes un programa para avanzar hacia la creación de un Parlamento del Mercosur electo por voto directo y para crear un Instituto Social del Mercosur; expresó asimismo su voluntad de abordar las asimetrías existentes entre países del bloque. En esa misma misma cumbre, Argentina, ya con el presidente Néstor Kirchner a la cabeza, propuso la creación de un Instituto de Cooperación Monetaria del Mercosur que permitiera incorporar mecanismos supranacionales de cooperación monetaria y adoptar incluso una moneda común. Paraguay, en tanto, presentó una propuesta para compensar las asimetrías. Al año siguiente, en 2004, se creó el Fondo de Convergencia Estructural del Mercosur, con el objetivo precisamente de compensar las asimetrías, financiando proyectos de integración en infraestructura, económicos y sociales destinados preferentemente a los países pequeños -Uruguay-Paraguay-, pero con un aporte mayoritario de los países grandes -Brasil y Argentina-. También ese año se creó el Foro Consultivo de Municipios, Estados Federados, Provincias y Departamentos del Mercosur.

En 2004, gana las elecciones en Uruguay Tabaré Vázquez, integrante de la coalición de centro-izquierda Frente Amplio. En 2008 triunfa Fernando Lugo en Paraguay; ese año, todos los gobiernos del Mercosur se autocalifican como “progresistas”, más allá de los matices y en

algunos casos profundas diferencias entre ellos. A pesar de que todos estos gobiernos, en términos discursivos, abogaban por profundizar la integración en materia política, social y económica, entre 2005 y 2008 el Mercosur sufrió en su seno importantes conflictos bilaterales como el de Argentina y Uruguay por la instalación de la planta de celulosa de Botnia en Fray Bentos, intentos bilaterales como la negociación de Uruguay con Estados Unidos para suscribir un Tratado de Libre Comercio -que finalmente no se concretó- y falta de avances en términos de integración económica, como los sucesivos fracasos de los intentos por eliminar el doble cobro de Arancel Externo Común (AEC) o la imposibilidad de suscribir un Código Aduanero común. Estas dos medidas recién se concretarían en el año 2010.

En 2007, con el objetivo de profundizar la dimensión social en el Mercosur y fortalecer el proceso de integración, se crea el Instituto Social del Mercosur. Ese mismo año, se crea formalmente el Parlamento del Mercosur. En principio estaba previsto que los legisladores regionales fueron electos por voto directo, pero mediante sucesivas prórrogas adoptadas en 2011 y 2014, el voto directo de los parlamentarios regionales en cada país se postergó hasta 2020. Al momento de redactarse este trabajo, sólo Argentina había elegido a sus representantes mediante elecciones.

En 2009, se creó el Instituto de Políticas Públicas en Derechos Humanos del Mercosur, que tiene como funciones principales la cooperación técnica, la investigación, la capacitación y el apoyo en la coordinación de políticas regionales en derechos humanos, así como contribuir al pensamiento y la cultura en derechos humanos.

En la cumbre de presidentes de diciembre de 2010, se creó el cargo de “Alto Representante del Mercosur”, que entró en funciones en febrero de 2011, desempeñado en primera instancia por el brasileño Samuel Pinheiro Guimarães. Este cargo fue finalmente suprimido en 2017.

En 2012, se produce la adhesión de Venezuela al Mercosur y la suspensión de Paraguay del bloque, tras la destitución del presidente paraguayo Fernando Lugo. Los países del Mercosur entendieron que la destitución se trató de un golpe de Estado parlamentario y tomaron la decisión de aplicarle la cláusula democrática prevista en el Protocolo de Ushuaia. En agosto de 2012, Venezuela adquiere la condición de Estado parte. En diciembre de 2016, ese país fue suspendido del bloque; en esa ocasión los restantes países alegaron que Venezuela no interiorizó la normativa central del bloque, en particular el Acuerdo de Complementación Económica N° 18, y que esto representaba una violación grave de la Convención de Viena sobre derecho de los tratados, que ameritaba la suspensión del Mercosur, si bien no existe una normativa específica del bloque que contemple esta situación. Venezuela apeló esta medida ante el Tribunal de Solución de Controversias del Mercosur, que no había adoptado todavía una decisión cuando sobrevino una segunda suspensión en agosto de 2017, en este caso en aplicación de la cláusula democrática del Protocolo de Ushuaia. En una declaración aprobada el 5 de agosto por los cancilleres de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, se sostiene que en Venezuela se constató la “ruptura del orden democrático” y que el gobierno de ese país no ha tomado medidas “eficaces y oportunas” para restaurarlo. Por lo tanto, se dispone la suspensión de Venezuela del Mercosur hasta tanto se verifique el “pleno restablecimiento del orden democrático” en ese país. Al momento de culminar esta tesis, Venezuela continuaba suspendida del bloque.

Otras decisiones de relevancia adoptadas por el Mercosur en los últimos años fueron la resolución de incorporarse como observador al bloque de la Alianza del Pacífico en 2012, la aprobación del Protocolo de Adhesión del Estado Plurinacional de Bolivia al Mercosur, que aún no ha ingresado al Mercosur porque restan ratificaciones parlamentarias, y la aprobación en 2015 de la decisión sobre documentos de viaje y de retorno de los Estados Parte del Mercosur y

Estados asociados, que permite a los nacionales de los países viajar dentro del Mercosur solamente con su documento de identidad.

2.1 Los alcances del Mercosur

Como área geográfica, el Mercosur abarca casi 12 millones de kilómetros cuadrados, con una población de más de 240 millones de personas. Como símbolos, el Mercosur tiene su nombre y su bandera. La sede administrativa está situada en el Edificio Mercosur, en Montevideo.

EMBLEMA DEL MERCOSUR



EDIFICIO DEL MERCOSUR (Montevideo)



El Mercosur nace fundamentalmente como una unión aduanera que dispone la libre circulación de mercaderías. Esa dimensión económica condicionó en cierta medida la dirección de su desarrollo, que es aún incipiente.

La Unión Europea, si bien también se conformó en principio desde una lógica de integración económica (su antecedente fue la Comunidad Económica Europea, constituida a partir del

Tratado de Roma de 1957), adquiere a partir de la firma del Tratado de Maastricht en 1992, la dimensión de un ente jurídico, dando el primer paso hacia la unificación política.

Esta unificación ha alcanzado niveles de supranacionalidad en áreas diversas. El Parlamento Europeo, por ejemplo, tiene la potestad de dictar leyes de cumplimiento obligatorio por los Estados partes, lo cual permite hablar de la existencia de un "Derecho Europeo".

El Mercosur, en cambio, no ha desarrollado hasta el momento más que normas, prácticas y medidas intergubernamentales. Las decisiones, tanto del Parlamento del Mercosur como del Tribunal de Solución de Controversias del Mercosur, no tienen carácter vinculante para los Estados parte.

A partir de la asunción en América Latina de gobiernos de izquierda o socialdemócratas, se habló reiteradamente de la "ampliación y profundización" del Mercosur. El primer aspecto refiere a la incorporación de nuevos países al proceso, siguiendo así un camino que también recorrió la Unión Europea. En esa intención se incluye el ingreso de Venezuela al Mercosur -pese a la posterior suspensión- y el proceso de integración de Bolivia, aún no concluido. El segundo aspecto supone trascender la dimensión meramente económica e incorporar los aspectos sociales y culturales de la integración.

En ese objetivo se enmarca por ejemplo la creación del Parlamento del Mercosur, del Instituto de Derechos Humanos del Mercosur, del Instituto Social del Mercosur, así como la constitución de las llamadas "redes especializadas" y su incorporación a los organismos de conducción del bloque regional (fundamentalmente, al Grupo Mercado Común). Hay redes especializadas en materia de género, cooperativas, sector audiovisual y comunicación, entre otras.

Actualmente, además, forman parte del CMC las reuniones de ministros de todas las áreas de gobierno: salud, desarrollo social, industria, educación, entre otras.

De la mano con los intentos por “profundizar” el Mercosur se busca crear, incrementar o consolidar lo que se denomina “ciudadanía mercosuriana”, que tiene cierto componente identitario. En diciembre de 2010 se aprobó el “Estatuto de la Ciudadanía del Mercosur”, con el objetivo de lograr “una unión cada vez más estrecha” entre los “pueblos” de los países miembros. Dentro de los considerandos, se señala que es “fundamental avanzar en la profundización de la dimensión social y ciudadana del proceso de integración, con miras a alcanzar un desarrollo sustentable, con justicia e inclusión social”. El estatuto consta de tres objetivos: implementar una política de libre circulación de personas en la región, garantizar igualdad de derechos y libertades civiles, sociales, culturales y económicas para los nacionales de los Estados Partes, así como igualdad de condiciones en el acceso al trabajo, a la salud y a la educación.

En un trabajo realizado en ocasión de los 20 años del Mercosur, el doctor en Ciencias Sociales Marcos Costa Lima, de Brasil, señala a modo de balance que “la gran conquista del Mercosur fue posibilitar que países vecinos tuvieran una articulación económica y cultural, y pasaran a reconocerse y a buscar identidades y propósitos comunes” (Costa, 2011:321, traducción propia).

Sin embargo, alerta Costa, el bloque no tiene una visión regional y tiene dificultades políticas para establecer y promover una agenda regional, sumado a que en su diseño institucional predomina la intergubernamentalidad. Estos elementos “cristalizan una cultura institucional en la que predomina la visión nacional en las negociaciones y la reserva respecto a la información, lo que no favorece ni mucho menos estimula la profundización del proceso en sus múltiples dimensiones” (Costa, 2011:324).

2.2 Uruguay y el Mercosur

En términos económicos, el Mercosur representa el 15,2% de las exportaciones uruguayas, según datos del Banco Central del Uruguay correspondientes al último año (junio de 2016 a junio de 2017). La importancia del Mercosur como destino de las exportaciones viene decreciendo en los últimos años. Mientras que en 2010 Uruguay exportaba al Mercosur más del doble de lo que exportaba a la Unión Europea, según datos del instituto Uruguay XXI, en 2016 las exportaciones a la Unión Europea sobrepasaban las del Mercosur.

Al mismo tiempo, en Uruguay se percibe un proceso de creciente desencanto sobre las ventajas o potencialidades de la pertenencia del país al Mercosur a nivel de los tomadores de decisión (Quijano, 2007), que se ha traducido en la sugerencia de varios actores políticos de abandonar el bloque, o de cambiar de estatus, pasando de miembro pleno a estado asociado. Estas posiciones no tienen en todos los casos un origen ideológico de rechazo al bloque y de acercamiento a las grandes potencias, en especial a Estados Unidos: en algunos casos se esgrimen razones “pragmáticas”, como que el Mercosur no permite a Uruguay un desarrollo pleno.

Por ejemplo, durante el primer gobierno de Tabaré Vázquez, hubo insinuaciones en ese sentido. En marzo de 2007, el diario británico Financial Times publicó un artículo donde aseguraba que el gobierno uruguayo “amenazaba con bajar su categoría en su estatus dentro del Mercosur” pasando a ser un estado asociado como Chile. Para sostener esa tesis se basaba en declaraciones del ex ministro de Economía Danilo Astori, que explicaba que Uruguay precisaba “una dispensa” para negociar acuerdos bilaterales por fuera del bloque. Luego, en declaraciones a medios locales, Astori remarcó que él nunca manejó la posibilidad de que Uruguay pasara a ser Estado asociado.

Una confusión similar se dio en mayo de 2006 con el propio Tabaré Vázquez, cuando un enviado especial de canal 10 de Uruguay afirmó en base a una charla que había tenido con el ex presidente que Uruguay pasaría a ser Estado asociado en el Mercosur. Luego Vázquez desmintió haber dicho eso.

Durante el tercer período de gobierno del Frente Amplio, que comenzó en 2015, no han habido referencias a la posibilidad de que Uruguay rebaje su estatus en el Mercosur, aunque continúan las críticas al funcionamiento del bloque regional por parte de actores gubernamentales¹¹.

La coalición de izquierda en Uruguay, el Frente Amplio, asumió el gobierno en 2005 con un programa de marcada vocación integracionista:

"Nosotros debemos actuar para la consolidación y fortalecimiento del MERCOSUR desde una perspectiva más amplia que incluya los aspectos sociales, políticos y culturales de los países miembros, promoviendo un relacionamiento que nos ponga en camino de la dinamización y de la más plena integración de toda América Latina, conforme con nuestra vocación latinoamericanista, no solo en espacios institucionalizados de relacionamiento entre gobiernos, sino entre fuerzas políticas como por ejemplo el Foro de San Pablo".

y de rechazo al proyecto del Área de Libre Comercio de las Américas impulsado por Estados Unidos:

"Por lo tanto, rechazamos el actual proyecto ALCA y los eventuales acuerdos bilaterales de comercio con Estados Unidos concebidos en este marco, en tanto no resultan favorables a nuestros objetivos de

¹¹ Una de las más recientes es la formulada por el ministro de Economía y Finanzas Danilo Astori, en entrevista con La Diaria: <https://findesemana.ladiaria.com.uy/articulo/2017/9/astori-quiere-equilibrar-renovacion-y-experiencia-en-el-fa-para-las-proximas-elecciones/>

consolidación de país productivo".¹²

Los programas de gobierno posteriores, para los períodos 2010-2015 y 2015-2020, reiteraron la voluntad de la coalición de izquierda de priorizar el Mercosur como plataforma de inserción internacional. No obstante, como se mencionó, sus principales dirigentes han sido críticos sobre el funcionamiento del bloque. El presidente Tabaré Vázquez se refirió al tema durante las últimas cumbres presidenciales del Mercosur, y Astori, ministro de Economía entre 2005 y 2008, se manifestó en determinado momento partidario de la firma de un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos (TLC), algo que no permiten las normas del bloque.

El ministro de Economía Danilo Astori dijo en julio de 2016 que la “crisis” del Mercosur “no tiene una salida a corto plazo” y que el bloque afronta “problemas institucionales graves”¹³. Como una muestra de su voluntad de diversificar su adscripción a esquemas de integración, Uruguay solicitó en julio de 2017 ingresar a la Alianza del Pacífico como estado asociado.

En 2016, Uruguay anunció que firmaría un TLC con China y recibió cuestionamientos de Brasil y Argentina, que le recordaron que las normas del bloque regional no permiten negociar aranceles con terceros países sin participación del Mercosur.

El ex director de la Secretaría Administrativa del Mercosur, José Manuel Quijano, hace referencia a esta situación de parcial frustración de expectativas (Quijano, 2007, 306-309):

"En los últimos años se han registrado cambios significativos en las expectativas que despertaba el Mercosur. Estas fueron grandes en los inicios, pero se basaban en apreciaciones muy variadas de lo que acontecería, desde la de

¹² Frente Amplio, Grandes lineamientos programáticos para el gobierno 2005-2010, en: www.frenteamplio.org.uy/documentos/congresos.

¹³ *El País*, versión digital, 28/7/2016.

quienes lo veían como el primer paso de la apertura irrestricta hasta la que anticipaba la emergencia de un gran proyecto sudamericano. Si bien son pocos los que en el presente creen que el proyecto ya no tiene sentido, las expectativas de la mayoría se han reducido notoriamente. (...) En síntesis, puede decirse que hay seis grandes preocupaciones que contribuyen a que en el Uruguay se haya extendido un mal clima respecto al Mercosur.

Primero: Es creencia bastante generalizada que los socios del Mercosur no siempre han respetado lo que se acordó y, por su parte, Uruguay no tuvo capacidad para asegurar dicho cumplimiento.

(...)

Segundo: Se ha instalado un *bilateralismo* dañino, que deja fuera de las decisiones a las economías de menor tamaño relativo y las priva de uno de los principales incentivos para participar en la integración: estar presente y tener incidencia.

(...)

Tercero: El tratado ha tenido incidencia en ciertos cambios cualitativos de la inversión y ha impulsado ciertas *industrias Mercosur*, pero no ha tenido un impacto cualitativo de significación.

(..)

Cuarto: Existe la percepción de que tanto Argentina como Brasil toman medidas unilaterales de política económica basándose en su estricta conveniencia y sin prestar atención a los efectos -que pueden ser muy perjudiciales- sobre terceros.

(..)

Quinto: El proceso integrador trajo consigo la expectativa de la construcción de cadenas productivas regionales en el marco de una dinámica de complementación productiva. Pero la realidad ha mostrado que han sido sobre todo las grandes empresas transnacionales (globales o regionales) las que han procedido a una tarea de *racionalización* de su implantación regional.

(...)

Sexto: Industriales y exportadores consideran que, en los hechos, el Mercosur no constituyó una plataforma para acceder al mundo en mejores condiciones".

2.3 Mercosur y comunicación

La comunicación juega un rol fundamental para la construcción de identidad. En términos institucionales, en el Mercosur funciona como organismo técnico el subgrupo de trabajo 1 sobre Comunicación, dependiente del Grupo Mercado Común. Según releva Daniela Monje en su tesis doctoral “Políticas del audiovisual en el marco de la integración regional mercosureña. Período 1991-2007”, desde 1995 hasta 2007 el subgrupo desarrolló algunas iniciativas puntuales, como la creación en 2007 del Foro de Competitividad del Sector Cinematográfico y Audiovisual, y realizó trabajos de diagnóstico, entre otros temas sobre distribución de señales de TV multipunto multicanal, telefonía móvil celular, radiodifusión sonora digital, televisión de alta definición y armonización del uso del espectro radioeléctrico. Asimismo, se abocó al análisis de los acuerdos vigentes entre los países, por ejemplo en materia de radiodifusión.

En 1996, el subgrupo crea cuatro comisiones temáticas, sobre asuntos postales, radiocomunicaciones, radiodifusión y servicios públicos de telecomunicaciones.

En 2004, según detalla Monje en su tesis, una resolución del GMC otorga como competencias al subgrupo, además de los aspectos técnicos, la articulación de políticas regionales de comunicación. En ese marco, se definen dos vías de trabajo: identificación de temas de interés y posicionamiento común en foros internacionales, y desarrollo y fortalecimiento de infraestructura regional e integración de los servicios de comunicaciones.

Al mismo tiempo, el Mercosur cuenta con dos reuniones especializadas vinculadas a la comunicación. La Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur (RECAM), que ha creado un Observatorio Audiovisual del Mercosur, ha realizado estudios de legislación comparada y colabora asesorando a otros organismos del Mercosur.

En tanto, la Reunión Especializada de Comunicación Social del Mercosur (RECS) fue creada en 1996 con el objetivo de “promover la realización de actividades conjuntas tendientes a una mayor coordinación y cooperación en el plano informativo, de la prensa y de la difusión del proceso de integración”. Su cometido es diseñar políticas que permitan garantizar una mejor difusión de las acciones del Mercosur, pero tiene escasa visibilidad pública, entre otras cosas porque no cuenta con un sitio en Internet.

Entre los proyectos desarrollados por la RECS, según detalla Monje (2013), están el “Intercambio informativo y cultural entre los medios de comunicación públicos de los cuatro países”, el desarrollo de un “kit” de divulgación del Mercosur (texto básico, soporte magnético); la realización de un seminario de difusión del Mercosur dirigido a periodistas; el desarrollo de un sitio web del bloque regional y la creación de productos televisivos sobre el Mercosur.

Por otra parte, las reuniones de la RECS tampoco tienen periodicidad; su funcionamiento es “errático y discontinuo”, dependiendo de la voluntad del país que desempeñe la presidencia pro témpore del Mercosur, indica Monje (2013). En 1998 hubo tres encuentros, pero luego transcurrieron ocho años de inactividad, hasta que en 2006 se reanudaron las reuniones, a partir de un relanzamiento del espacio. En la denominada “Carta-compromiso de Buenos Aires”, en enero de 2007, la RECS declaró que “la integración regional no se efectivizará sin el conocimiento mutuo de las diferentes realidades, sin acceso a la información, sin el conocimiento de otras culturas nacionales y de las propias herramientas de integración regional”, y sostuvo que “la comunicación es un factor de articulación clave para las naciones pertenecientes al bloque, tanto como instrumento para la divulgación y la integración de políticas del Mercosur, como para

una definición propia de políticas de comunicación pública convergentes entre los países del bloque".¹⁴

En ese marco, se propusieron algunas líneas de acción (Monje, 2013): preparación de “paquete informativo” o “kit informativo” sobre el Mercosur; trabajar en el establecimiento de un mecanismo formal de vocería común en el marco de las cumbres del Mercosur, y pensar a largo plazo en una oficina de prensa del Mercosur; realizar seminarios para periodistas sobre temas específicos del Mercosur previos a las cumbres presidenciales; agregar un sitio en la página institucional del Mercosur dirigido a niños y otro espacio para tratar temas de la participación social en el Mercosur. Estas iniciativas no se concretaron, más allá de avances puntuales.

En las reuniones de la RECS es evidente la preocupación de los actores institucionales por la imagen negativa que a su juicio la prensa difunde sobre el Mercosur, y la necesidad de trabajar para revertirla (Monje, 2013). Sin embargo, estas instancias no han trascendido la etapa de declaraciones y no se registran decisiones de organismos del Mercosur vinculadas a los temas de debate de las reuniones especializadas:

“La desarticulación entre áreas especializadas muestra, asimismo, los límites que el Mercosur tiene para pensarse en su potencialidad regional, en la sinergia y las articulaciones que se declaran importantes y centrales pero que no avanzan hacia una concreción efectiva. En esa estela no sólo las políticas desconocen las asimetrías entre los socios sino la inserción subordinada de la unión regional en el concierto de la economía mundial” (Monje, 2013).

¹⁴ Extraído de Ministerio de Comunicación e Información de Venezuela: mci.gob.ve/doc/la_comunicacion_publica_en_el_.doc.

Si bien el Mercosur no ha producido materiales de la profundidad y extensión de las estrategias comunicacionales de la Unión Europea, por ejemplo, en 2014 aprobó los denominados “lineamientos de política comunicacional del Mercosur”¹⁵. Allí se especifica que los países del bloque entienden necesario “contar con una política comunicacional del Mercosur para lograr una mayor visibilidad y conocimiento de dicho proceso de integración en la opinión pública, y por tanto “fortalecer la integración regional”. Agregan que dicha política “constituye un elemento fundamental para posicionar al bloque como actor global, destacando sus características y potencialidades particulares, y valorando la diversidad cultural y la pluralidad lingüística de nuestros pueblos”. Esta política, sostienen, debe contribuir al “fortalecimiento de la identidad” del Mercosur.

En la resolución se señala que la comunicación pública y los medios de comunicación tienen una “importancia sustantiva para el desarrollo de nuestros pueblos” y para la dinámica de intercambio cultural del Mercosur.

Los objetivos de dictar los lineamientos son “informar y sensibilizar a la ciudadanía de los países del bloque sobre las acciones y beneficios de la integración”, así como articular entre los organismos del Mercosur para la difusión pública de sus actividades y para la construcción de agendas. Se plantea que los lineamientos serán llevados a cabo por la RECS, y que esta debe constituirse en “referente” para los medios de comunicación de cada uno de los países. Un objetivo adicional es estimular la producción audiovisual, sonora y gráfica conjunta al interior del Mercosur, “sobre la cultura y la historia de nuestros países”.

¹⁵ XCVI GMC – Buenos Aires, 27/11/14.

Sin embargo, luego de la definición de estos ambiciosos objetivos en el año 2014, la RECS no avanzó en sus cometidos y discontinuó sus reuniones, según puede constatarse en la página web de la secretaría administrativa del Mercosur (www.mercosur.int).

Actualmente, la comunicación del Mercosur con la ciudadanía es escasa en Uruguay. Como medio oficial que se actualiza con regularidad, el Mercosur sólo cuenta con el sitio de la secretaría administrativa del Mercosur, que incorpora toda la documentación de las reuniones pero que no tiene una política activa de vínculo con la prensa (por ejemplo, no envía comunicados de prensa). El Parlamento del Mercosur sí lo hace, pero refiriéndose exclusivamente a sus actividades.

Hubo iniciativas de comunicación de la presidencia pro-témpore uruguaya (como el boletín *Somos Mercosur* en 2005) o de instituciones académicas (como la Agencia Periodística del Mercosur de la Universidad de La Plata), pero ninguna ha permanecido ni se ha consolidado.

Estas carencias fueron detectadas por la investigación de Unesco “El Mercosur en los ojos del mundo” (Unesco, 2008). En base a entrevistas realizadas a periodistas de la región, se concluyó que la falta de información en profundidad sobre el bloque tiene que ver con las dificultades en el acceso a información. Como ejemplos se cita que el sitio en Internet oficial del Mercosur es ineficiente, la inexistencia de un portavoz que hable en nombre del bloque, la dificultad para obtener información política, estadística y técnica. También se destaca la falta de informes regulares y de un buen banco de datos que reúna informaciones dispersas, además del poco acceso a técnicos y negociadores.

Desde 2008 hasta hoy, hubo una mejora sustantiva en la cantidad y calidad del material publicado por la secretaría administrativa del Mercosur, que dispone actualmente de una base de datos

actualizada sobre normas, resoluciones y actas de reuniones del Mercosur, y de un buscador para facilitar el acceso a esta información.

Por otra parte, el Mercosur no muestra una imagen institucional coherente o compacta, sobre todo en relación con su identidad visual. En el sitio web de la secretaría administrativa hay una “Guía de identidad visual” que recuerda que según la decisión 17/02 del Consejo Mercado Común, los símbolos del Mercosur son su nombre (Mercado Común del Sur), su sigla (Mercosur), el emblema del Mercosur y la bandera del Mercosur, que contiene el emblema, todo esto en los idiomas español y portugués. Sin embargo, los sitios en Internet oficiales del bloque no siguen un patrón de diseño común.

La sede del Mercosur, radicada en un antiguo hotel del Parque Rodó en Montevideo, no tiene signos distintivos más allá de una pequeña bandera del Mercosur. Esto dificulta a la población identificar al Mercosur visualmente.

2.4 Investigaciones sobre Mercosur y comunicación

El Mercosur en la prensa del mundo

El informe “Mercosur en los ojos del mundo”, realizado por la Cátedra Unesco de Comunicación Social en 2008 (Unesco, 2008), es un antecedente relevante para la presente investigación, tanto desde el punto de vista de la metodología utilizada como de las conclusiones a las que llega. Esta investigación tuvo un antecedente en 1997, cuando la misma cátedra, dirigida por José Marques de Melo, realizó una investigación denominada “El Mercosur en la prensa del Mercosur”, con el propósito de identificar cómo los periódicos incluían al Mercosur en su agenda temática y cuáles

eran las fuentes de información, en los principales diarios de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay. A continuación sintetizamos algunas de las conclusiones de estos estudios.

- **La información ausente**

Una de las primeras constataciones que surgen de las investigaciones que exploraron la presencia del Mercosur en la prensa escrita es la casi total ausencia de información referente al bloque, no sólo en los diarios de referencia internacional, sino en los propios diarios del Cono Sur. En la investigación denominada “El Mercosur en la prensa del Mercosur”, realizada por la Cátedra Unesco de Comunicación Social dirigida por José Marques de Melo, la conclusión fue contundente: la información que trataba del Mercosur y de los países miembros apenas alcanzó el 1,88% del total de las noticias cubiertas por esos diarios.

Diez años después, Unesco realizó una nueva investigación a pedido de la Reunión Especializada de Comunicación del Mercosur. Se utilizó una metodología similar pero en este caso se incluyó también la prensa de Europa y de Estados Unidos. Se concluyó en el mismo sentido: que la prensa prioriza los asuntos locales y nacionales y se limita a una cobertura superficial de los temas vinculados al Mercosur. “O Mercosul, como tema jornalístico, é, em geral, superado pelo interesse sobre as questões relacionadas diretamente aos presidentes, num contexto em que a América do Sul está longe de ser uma prioridade da maioria dos veículos de comunicação estudados”¹⁶, señala el informe (Unesco, 2008:275). A esto se suma un enfoque de poca profundidad y predominantemente negativo que destaca las dificultades y carencias del bloque y minimiza u omite sus logros. La prensa brasileña, por ejemplo, muestra “um Mercosul

¹⁶ “El Mercosur, como tema periodístico, es, en general, superado por el interés sobre las cuestiones relacionadas directamente a los presidentes, en un contexto en el que América del Sur está lejos de ser una prioridad de la mayoría de los medios de comunicación estudiados”.

fragilizado, ironizado e incerto quanto ao futuro”, que al “sofrer a tensão de muitos interesses, parece mais um objeto da discursividade institucionalizada, ou uma figura retórica”¹⁷.

En algunos casos, como el de la prensa uruguaya en el mismo informe de Unesco, hay incluso una especie de crónica de una muerte anunciada en relación al fracaso de la cumbre de presidentes del Mercosur: “Al recorrer analíticamente las informaciones sobre el eje temporal propuesto, se entiende cómo las noticias pronosticaron, ordenaron y reprogramaron como si fuese una constante novedad para los medios, vistiéndose en objetividad, el fracaso no únicamente de la cumbre sino del Mercosur como proyecto. (...) Por lo tanto, podemos entender que desde el inicio del proceso informativo ya estaba claro, de ahí lo teleológico, cómo sería el final y los caminos sobre los cuales deberían andar las noticias relacionadas al fenómeno y a la región” (Unesco, 2008:106).

▪ **Números y rostros**

A la hora de ubicar la información sobre el Mercosur, la sección preferida es Economía, concluye la investigación de Unesco. Esta situación no varió entre 1997 y 2007. “As menções ao Mercosul são, em sua grande maioria, tratadas como um acordo aduaneiro, comercial ou econômico, sem praticamente referencia a outros temas emergentes, como cultura, justiça social, ciência, tecnologia e educação”¹⁸, advierte el informe.

¹⁷ ...“un Mercosur fragilizado, ironizado y con futuro incierto”, que al “sufrir la tensión de muchos intereses, parece más un objeto de la discursividad institucionalizada, o una figura retórica”. UNESCO (2008:84).

¹⁸ “Las menciones al Mercosur refieren, en su gran mayoría, a su calidad de acuerdo aduanero, comercial o económico, sin prácticamente referencia a otros temas emergentes, como cultura, justicia social, ciencia, tecnología y educación”.

Por otra parte, la información está fuertemente personalizada. La mayor parte de las veces consiste en un relato de las peripecias de los presidentes de los países integrantes del bloque, que se juntan cada seis meses en una cumbre. La información sobre los acuerdos alcanzados por el Mercosur y cómo estos repercuten en la vida cotidiana de las poblaciones de la región escasea. Al mismo tiempo, la representación gráfica de estas noticias en la prensa da cuenta de la personalización antedicha: según la investigación de Unesco, en la prensa escrita argentina, por ejemplo, se privilegia la imagen de los presidentes a la hora de escoger las fotos. “Tampoco hay una identidad concreta del Mercosur en términos icónicos: no hay instituciones ni caras emblemáticas. Está anclado a la imagen de sus presidentes, pues ellos –y no sus funcionarios- son los depositarios del bloque” (Unesco, 2008:67).

▪ **En boca de otros**

Las agencias de noticias son la principal fuente de información de los diarios de la región cuando tratan el tema Mercosur, según la investigación realizada por Unesco. Un dato llamativo, teniendo en cuenta que los hechos objeto de reporte suceden en los países vecinos o incluso en el propio país donde está instalado el diario.

En cambio, en los diarios europeos analizados la situación es inversa: la mayoría de los textos referentes al bloque fueron redactados por corresponsales, por las redacciones locales y por enviados especiales al exterior.

No obstante, el análisis realizado en base a la prensa europea y estadounidense concluye que el interés por el Mercosur es mínimo. A modo de ejemplo, en el diario *Le Monde* de Francia, en diciembre de 2007 el Mercosur fue tan citado como Haití. En el caso de España, “es significativo

el hecho de que las pocas noticias que hacen referencia explícita al Mercosur, dentro de los textos seleccionados, estén asociadas a las empresas españolas y europeas que abren sus mercados al Mercosur”. “Esto evidencia, de una parte, que el Mercosur interesa a la prensa sólo en tanto mercado de consumo para las empresas españolas, y de otra, que los éxitos económicos y políticos de este bloque se presentan como resultados de agentes externos (políticos y empresarios europeos y españoles), más que de sus responsables regionales” (Unesco, 2008:235). Las fuentes consultadas por los diarios europeos son en su mayoría no originarias del Mercosur. En Estados Unidos, además, predomina una visión negativa del bloque: “A majority of the articles framed the relationship between Latin America and the US in a negative light. In order to improve future relations, Mercosur should put more effort into making trade deals with the United States, or at least less controversial views about the United States expressed by incoming members of the bloc”¹⁹.

El Mercosur en la prensa uruguaya

La información recabada por Unesco concluye que la prensa uruguaya sigue en gran medida los patrones de la prensa regional y mundial analizada.

Además de este informe, en Uruguay existen pocos antecedentes de investigaciones similares. La que más se acerca a los objetivos del presente estudio es la realizada por los investigadores uruguayos Hugo Achúgar y Francisco Bustamante en 1993. En un artículo denominado “Mercosur, intercambio cultural y perfiles de un imaginario” (Achúgar & Bustamante, 1996), se

¹⁹ “La mayoría de los artículos hacían un enfoque negativo de la relación entre América Latina y Estados Unidos. Para mejorar las relaciones a futuro, el Mercosur debería hacer mayores esfuerzos para suscribir tratados de comercio con Estados Unidos, o al menos que sus miembros entrantes expresaran visiones menos controversiales sobre Estados Unidos”. UNESCO (2008); op.cit., página 221.

preguntan entre otras cosas sobre el intercambio cultural en el Mercosur y sobre el peso de los medios de comunicación en la construcción de las identidades nacionales y regionales. Aunque a los autores no les interesa la información que refiere directamente al Mercosur sino la que refiere a los países de la región: Argentina, Brasil y Paraguay.

En la primera parte, a partir de un análisis especulativo, concluyen que “el Mercosur no parece, salvo para los socios pequeños –Paraguay y en mayor medida para Uruguay-, tender a configurar un ámbito cultural donde los procesos identitarios sean mayormente afectados”, ya que “el proceso de integración regional parece llegar cuando la globalización tiene ya una presencia incuestionable en el conjunto de estos cuatro países” (Achúgar & Bustamante, 1996:144).

La segunda parte apunta a examinar algunos elementos constituyentes de la imagen que algunos sectores de la sociedad uruguaya tienen de los países vecinos y de sus habitantes, tal como surgen en los medios de comunicación y el sistema educativo. Para esto se realiza un análisis de la información de cuatro periódicos montevideanos durante los meses de noviembre y diciembre de 1993 (los diarios *El País* y *La República*, y los semanarios *Búsqueda* y *Brecha*) y el informativo de televisión abierta Subrayado, de canal 10. Se analizan además seis manuales para la enseñanza escolar usados en Uruguay. El interés no es centrarse en información específica sobre el Mercosur sino en aquella que dé cuenta de la imagen que tienen los uruguayos sobre los países vecinos.

Algunas de las conclusiones de esta investigación son que el relativamente alto nivel educativo es un factor que los uruguayos erigen para diferenciarse de sus vecinos. “La búsqueda que los uruguayos hacen de un perfil que los distinga de sus vecinos ha tenido dos etapas. Durante la primera, coincidente con los años de prosperidad y estabilidad, el sentimiento prevaleciente era el del orgullo diferenciador; en los últimos años (la investigación se realiza en 1993) se ha

producido una inflexión que busca la diferenciación por la exacerbación de los elementos negativos”, señalan los autores (Achúgar & Bustamante, 1996:145). No obstante, “la manifiesta búsqueda de la diferencia respecto de los vecinos contrasta con la atracción y el mimetismo que despiertan los elementos de su cultura”, acotan.

En términos más cuantitativos, la investigación constata que la amplia mayoría de la información regional proviene de agencias. También concluye que a ciertas personalidades políticas y mediáticas argentinas se le presta tanta atención como a la clase política local. En este punto se marca la diferencia entre una clase política que está para servir a la población y que separa tajantemente la vida privada de la pública (la uruguaya) y una clase política que hace ostentación de su poder y ventila situaciones personales (la argentina). Hay también cierto rechazo a lo que se entiende como un afán dominador de Buenos Aires sobre Uruguay, que tiene sus raíces históricas, y un acercamiento y afinidad con el resto de las provincias argentinas.

En cuanto a Brasil, “los medios de comunicación uruguayos reflejan generalmente la imagen de Brasil como el país de la alegría, donde todos se ríen de todo y nada es tomado en serio” (Achúgar & Bustamante, 1996:154). “Brasil, además de la tierra del calor y la alegría, es la región del exotismo. (...) Los brasileños son caricaturizados por su simpatía y amabilidad, sus costumbres desinhibidas. (...) Brasil es la oportunidad de abrirse a lo extraño, disfrutar de lo que su propia cultura se niega, pero que atrae y de lo que se puede participar de modo parcial y controlado” (Achúgar & Bustamante, 1996:156). En tanto, la música es la manifestación cultural brasileña a la que se le consagran mayores comentarios. También existe la imagen de Brasil como un país donde es posible ponerse a resguardo si se realizan actividades delictivas, y de Brasil como “una indudable potencia industrial, apta para desarrollar actividades de alto nivel tecnológico” (Achúgar & Bustamante, 1996:156).

En términos históricos y en materia de defensa, los uruguayos no consideran que Brasil represente un riesgo para la soberanía de su país. “Es como si la estimación de las cualidades vitales de la población vecina neutralizara un sentimiento de hostilidad y defensa” (Achúgar & Bustamante, 1996:160).

Sobre Paraguay hay escasísima información en la prensa uruguaya, concluyen los investigadores. “Ante los ojos uruguayos, Paraguay es una sociedad extraña, desconocida y no atrayente” (Achúgar & Bustamante, 1996:161). Hay una sensación de que se trata de una sociedad arcaica y carente de prácticas democráticas sólidas.

El Mercosur en la prensa argentina

Un artículo de Aníbal Ford, Stella Martini y Nora Mazziotti, titulado “Construcciones de la información en la prensa argentina sobre el Tratado del Mercosur” (Ford, Martini & Mazziotti, 1996), explora vínculos similares, pero en este caso a partir del análisis de discurso de la prensa. El objetivo es entender cómo contribuyen los periódicos al proceso de integración, tanto en relación con la constitución de la opinión pública como en relación a la formación del imaginario social. Fue realizada en 1993 en base a los diarios Clarín, La Nación, Crónica, Página 12 y el semanario Noticias. En este caso se analizó la información rubricada como Mercosur y también la información vinculada a cualquiera de los cuatro países que componen el bloque, ya que la primera se consideró excesivamente economicista, lo cual puede explicarse en parte porque la investigación fue realizada en una etapa incipiente del Mercosur. La información vinculada a los cuatro países que integran el bloque se rubrica como “Mercosur implícito” (en contraposición a la información rubricada como “Mercosur explícito”), concepto cuestionable, ya que parecería entenderse que el todo es igual a la suma de las partes, o que al hablar de una parte ya estamos

hablando del todo, siendo que las representaciones sobre cada país no sólo están vinculadas, en un eje diacrónico, con las representaciones de los países vecinos, sino con las representaciones de otras regiones y del mundo en general.

La primera constatación es que se habla más sobre los países individualmente que sobre el Mercosur explícito. El espacio destinado a Brasil es el mismo que se destina al Mercosur, y hay muy escasa información sobre Paraguay y Uruguay. El Mercosur explícito se reduce casi totalmente a información económica, y por tanto –y sobre todo por cómo se concibe la disciplina-, especializada. “El Mercosur no ha sido instalado en la prensa como lugar de debate público o como parte de la sociocultura general de país. No se pide la participación de la ciudadanía en el proyecto: el mero hecho de informar sobre el Tratado no implica que se lo proponga como agenda a la sociedad en su conjunto. En realidad, la prensa analizada no aporta a una adecuada discusión pública del tema de la integración regional”, concluyen los autores (Ford, Martini & Mazzioti, 1996).

Vinculado a esta concepción del Mercosur como un proceso meramente económico, en un artículo de Lila Luchessi (2007) denominado “Contextos globales, problemas locales: nación, región e integración en el Mercosur”, donde se analiza fundamentalmente el tema de la inmigración, la autora llama la atención sobre el hecho de que el Tratado de Asunción que fundó el Mercosur no toma en cuenta variables vinculadas con la integración cultural y educativa. Tampoco tomaron en cuenta esta dimensión las políticas de integración posteriores. Y advierte que la libertad de comercio no ha tenido como correlato la libre circulación de personas dentro del bloque, ya que las legislaciones siguen penalizando la inmigración.

Hay también dos tesinas de licenciatura de la Universidad de Buenos Aires, tuteladas por Stella Martini, que refieren a la relación entre periodismo y Mercosur. La primera se titula

“Comunicación y cultura en los proyectos de integración: el caso Mercosur” (1997). Su autor es Adrián Baccaro y consiste en un análisis de discurso sobre un corpus amplio integrado entre otros por documentos oficiales y por textos periodísticos. Como conclusión, destaca que la prensa no se adjudica explícitamente un rol en el proceso de integración; que prevalece la información de carácter económico sobre el Mercosur; y que lo sociocultural aparece en forma fragmentada, con poca continuidad y falta de profundidad, y esto produce un efecto de desinformación y lejanía.

La segunda se titula “Prensa gráfica y Mercosur: el problema del interculturalismo y la Triple Frontera”, a cargo de Débora Mundani (1999). A partir de un análisis más bien cuantitativo de las noticias sobre la Triple Frontera que aparecen en los diarios La Nación y Clarín, busca explorar la construcción de identidades y alteridad en el marco del proceso de integración, así como las mediaciones y problemáticas interculturales. No obstante, no elabora conclusiones que resulten de interés para nuestra investigación.

La investigación de Unesco que refiere particularmente a Argentina concluye que el Mercosur “brilla por su ausencia” en los periódicos analizados. El estudio señala que el Mercosur “es soslayado de manera llamativa y permanente, sea con la intencionalidad de denostarlo (...), o por una neutralidad que sencillamente lo considera no-noticia” (Unesco, 2008:66). Concluye además que el Mercosur “es una herramienta para describir, justificar, argumentar a favor o en contra de una posición política e ideológica frente a los conflictos regionales y las relaciones bilaterales en las que se encuentra implicada la Argentina”. Finalmente, establece que no existe una identidad concreta del Mercosur en términos icónicos; no hay instituciones ni caras emblemáticas, sino que la representación del bloque está anclada a la imagen de sus presidentes.

Por otra parte, una investigación de Andrés Buisan y Paula Salerno (2017), de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires, indaga las representaciones del Mercosur

en los discursos de los líderes políticos de los Estados parte. Se analiza para ello los discursos pronunciados por los presidentes de los países en la 47° Cumbre de Jefas y Jefes de Estado del Mercosur de diciembre de 2014, y en la 48° Cumbre de Jefas y Jefes de Estado del Mercosur de julio de 2015. Los autores, utilizando herramientas del análisis de discurso, identifican cinco tópicos que caracterizan los modos de concebir al Mercosur: 1. como necesidad y herramienta; 2. como camino a seguir; 3. el Mercosur para los pueblos; 4. diferencias y dificultades; 5. unión natural y comunidad de destino.

En el tópico sobre “diferencias y dificultades” para el proceso de integración regional, los presidentes señalan en sus discursos las desigualdades sociales dentro de cada país y las asimetrías entre los Estados miembro del Mercosur.

En los discursos presidenciales hay referencias al Mercosur como “unión natural y comunidad de destino”. Se identifica como características distintivas del bloque regional la paz y la historia común que comparten sus países, en particular las gestas de las independencias hispanoamericanas. El “nosotros” al que aluden los discursos de los presidentes es el Mercosur, y en algunos casos los países latinoamericanos, mientras que el “otros” son los países europeos o los que se oponen a la “natural” unión latinoamericana. Se utilizan metáforas familiares o biológicas que expresan una unidad sostenida del Mercosur y de América Latina sobre la base de un vínculo “natural”.

En tanto, un análisis sobre el abordaje de la prensa argentina sobre el Mercosur desde una perspectiva semiótica, realizado en 2007 por Marcelino García, constata que el Mercosur no constituye una sección específica en los diarios ni es un ítem de agenda principal. El análisis se realizó en base a notas de los diarios Clarín, La Nación, El Territorio y Primera Edición, en 2006 y 2007. Las notas analizadas se centran en aspectos económicos y políticos, y está prácticamente

ausente la agenda cultural y social. Además, se resaltan los conflictos entre los países integrantes del bloque regional y “se dramatiza el antagonismo (entre dos contendientes, y aliados), envuelto en varios velos de sospechas, intrigas, eufemismos, tautologías, 'fuegos cruzados', 'palmadas' y 'estocadas'”, indica el autor. La clave noticiosa predominante es el conflicto entre los países del Mercosur.

Finalmente, en una tesis que ya fue citada en este trabajo, Daniela Monje (2013) indaga las políticas del audiovisual en el marco de la integración regional del Mercosur entre 1991 y 2007. Profundiza en las razones por las que el bloque desestimó el diseño de políticas regionales de radio y televisión desde su creación en 1991 y hasta el año 2007 como parte de su estrategia de desarrollo. Concluye que las políticas de radio y de televisión regionales no forman parte de la agenda del Mercosur, pese a que los países integrantes del bloque enuncian la necesidad de desarrollar políticas en ese sentido. Monje sostiene que en el Mercosur el tratamiento de la comunicación en tanto matriz de cultura no ha llegado a problematizarse.

Investigaciones sobre el Mercosur en Brasil

Mónica Nubiato Matos, de la Universidad de Brasilia, realizó en 2016 una interesante síntesis de la producción académica brasileña de comunicación sobre el Mercosur, en un artículo publicado en la revista Chasqui en 2017. Allí evaluó la producción académica a nivel de posgrado en Brasil a partir de análisis de datos de la Fundación Alexandre Gusmão y el Instituto de Investigación de Relaciones Internacionales (FUNAG/IPRI), relevamiento bibliográfico y análisis documental.

La conclusión a la que llega la autora es que, después de 25 años de existencia del Mercosur, las producciones académicas en el área de la comunicación son escasas porque faltan incentivos institucionales para la investigación, porque persiste “cierta indiferencia frente al debate sobre la

democratización de las comunicaciones” y porque los gobiernos “han optado por mantener una diplomacia tradicional, lo que dificulta el seguimiento de negociaciones y restringe el espacio para la participación social”.

Nubiato recuerda que en 1996 se iniciaron los estudios de comunicación sobre el Mercosur a cargo del Congreso de la Sociedad Brasileña de Ciencias de la Comunicación (Intercom), organizado por José Marques de Melo y Maria Immacolata Vassallo de Lopes. La propuesta en aquella instancia fue reflexionar sobre los desafíos del Mercosur para una política regional de comunicación. También menciona la investigación “Mercosur en los ojos del mundo”, ya referida en este capítulo.

La autora señala un relevamiento realizado por la Fundación Alexandre Gusmão y el Instituto de Pesquisa em Relações Internacionais (IPRI), que concluye que entre 1994 y 2015 se produjeron 271 tesis de doctorado y de maestría en Brasil sobre el Mercosur. La selección de los temas, de acuerdo con esta investigación, revela una preocupación centrada en el mundo productivo y sus repercusiones en los campos social, político y ambiental. Las investigaciones en el campo de la comunicación no tienen relevancia cuantitativa.

A pesar de la escasez de producciones, algunos autores han reflexionado sobre la identidad y los procesos de integración. Por ejemplo, en su libro *Hermanos, pero no mucho. El periodismo narra la paradoja de la fraternidad y rivalidad entre Brasil y Argentina*, Nilda Jacks, Márcia Machado y Karla Müller (2004) reflexionan sobre la identidad nacional brasileña y las construcciones del “otro” –en este caso de los argentinos- a partir de las noticias vinculadas al turismo de los tres principales diarios del Sur de Brasil. La conclusión central es que el sentimiento de rivalidad entre brasileños y argentinos, “basado más en el ámbito cotidiano y de la cultura que en el terreno de las grandes decisiones políticas, atraviesa constantemente el discurso periodístico” (Jacks,

Machado & Müller, 2004:138). En cuanto a las representaciones sobre “el otro”, la enumeración de adjetivos es por demás elocuente: “La prensa del sur se refirió a los argentinos, en el verano de 2001, como invasores, expansionistas, arrogantes, avaros, omnipresentes, maleducados, violentos, borrachos, inconvenientes, bárbaros, ridículos, salvajes, valentones, gritones, abusadores, vándalos, conflictivos, insoportables, amotinados, poco elegantes, desobedientes, prepotentes y peligrosos” (Jacks, Machado & Müller, 2004:140).

En cuanto a las conclusiones de la investigación de Unesco, referida exclusivamente a la prensa brasileña, se halló que los cuatro principales diarios brasileños daban a entender que Brasil tenía gran interés comercial en el bloque. También que los periódicos tratan al Mercosur “com certa ironia, denotando a fragilidade para as ações de integracao. (...) Das páginas aparece um Mercosul fragilizado, ironizado e incerto quanto ao futuro, resultado da quase inexistente integracao, reiterado pela acao de suas instituicoes e representacoes”²⁰. Al mismo tiempo, las instituciones mercosureñas son representadas con una imagen nebulosa, frágil. En síntesis, el Mercosur aparece representado como un bloque débil, que busca superarse pero que sufre la tensión de muchos intereses, y que parece más “um objeto da discursividade institucionalizada, ou uma figura retórica”²¹.

²⁰ Los periódicos tratan al Mercosur “con cierta ironía, denotando la fragilidad para las acciones de integración. En las páginas se muestra un Mercosur fragilizado, ironizado e incierto en cuanto al futuro, resultado de la casi inexistente integración, reiterado por la acción de sus instituciones y representaciones”. UNESCO (2008:83).

²¹ “...un objeto de la discursividad institucionalizada o una figura retórica”. UNESCO (2008:84).

El Mercosur en la prensa paraguaya

El único antecedente recabado en este ítem es la investigación de Unesco, que concluye que los medios paraguayos tienen un enfoque crítico hacia el Mercosur, pero no ahonda en ninguna otra conclusión relevante para la presente investigación.

2.5 Mercosur e identidad

Otros estudios abordan la temática del Mercosur y la comunicación desde una perspectiva más antropológica, ligada al concepto de identidad. Las fuentes aquí no se limitan a la prensa escrita sino que incluyen documentos y discursos políticos, y las voces de los propios periodistas.

Por ejemplo, el semiólogo uruguayo Fernando Andacht, en un artículo denominado “Integración/desintegración: nuevos signos de identidad en el Mercosur” (Andacht, 2001), explora los imaginarios que se construyen en torno a la pertenencia al bloque regional, a través de un análisis semiótico y cognitivista. A partir del estudio de documentos y de discursos de políticos sobre el Mercosur, llega a la conclusión de que existen tres metáforas “maestras” o hegemónicas para graficar la relación de Uruguay con el bloque: la penetración (ser sometidos culturalmente), la clonación (ser iguales a ellos) y la adicción (ser “Mercosur-dependiente”, en un sentido negativo).

En Argentina se destacan los trabajos sobre el Mercosur y la región de Alejandro Grimson. En su libro *El otro lado del río. Periodistas, nación y Mercosur en la frontera*, Grimson (2002) estudia mediante análisis de discurso, observación participante y entrevistas a periodistas qué sucede con la identidad y con las interacciones regionales en una dinámica de frontera, en este caso, en la frontera de Posadas (Argentina) y Encarnación (Paraguay). La atención que presta a los

periodistas la fundamenta en que éstos son “productores de representaciones colectivas” y especialmente “productores identitarios” que juegan un rol clave en los procesos de redefinición de las fronteras y en la historia de las comunidades nacionales.

En la apertura del libro, Grimson se pregunta sobre la reconfiguración de la producción de las identificaciones locales, nacionales, regionales y globales: “¿Está planteado el horizonte de una identidad mercosureña? ¿Se ha abierto la tendencia a la difuminación de los Estados nacionales? ¿O más bien los procesos de regionalización plantearán dinámicas de exacerbación de manifestaciones nacionalistas o localistas?” (Grimson, 2002:12).

La primera conclusión es que los periodistas “no asumen mecánicamente al Mercosur como nuevo criterio identitario” (Grimson, 2002:193). Más bien, la base identitaria que se plantea se funda en la dicotomía centro-periferia, o “Mercosur de primera” y “Mercosur de segunda”, considerando al centro como los gobiernos centrales (de los dos países) y a la periferia como las fronteras (también de ambos países). El Mercosur no ofrece sentidos claros, pero la integración “entre vecinos” sí es un proceso que se vive en forma cotidiana.

Grimson concluye que “los procesos de integración no parecen encaminarse a tender puentes identitarios que resulten en una fusión mercosuriana”. “En el nuevo contexto, los actores involucrados parecen necesitar construir nuevos sentidos para la nación y la región, nuevas modalidades que insisten en marcar los límites entre nosotros y otros” (Grimson, 2002:195).

Un estudio denominado “Fronteras en la integración del Mercosur”, realizado por el uruguayo Gabriel Ríos (2014), llega a conclusiones similares. El autor estudia las situaciones y procesos sociales que se expresan en tres espacios urbanos sobre las fronteras de los estados-nación de Brasil, Uruguay y Argentina, como parte del proceso de integración del Mercosur: Barra do Quaraí (Brasil), Bella Unión (Uruguay) y Monte Caseros (Argentina). Justifica su estudio de

estas zonas en el hecho que las fronteras son “lugares preeminentes, desde donde resulta factible construir espacios de desarrollo integrado transfronterizo, como primer paso hacia la configuración de escenarios comunitarios de mayor escala territorial” (2014:10).

Ríos sostiene que en los primeros años del Mercosur se dio escasa importancia institucional a las zonas de frontera. Recién en 2002 se conforma el Grupo Ad Hoc sobre Integración Fronteriza (GAHIF). En 2004 se crea el Foro Consultivo de Municipios, Estados Federados, Provincias y Departamentos del Mercosur. A su interior se creó el Grupo de Trabajo de Integración Fronteriza (GTIF).

Una de las conclusiones que arroja el estudio en el ámbito de las representaciones es que los actores sociales de las tres localidades concuerdan en indicar que “la población no siente reflejo ninguno del Mercosur, ni tampoco de lo que viene a representar en la práctica para contextos socio-territoriales de comunidades fronterizas”. Esto se traduce en “una suerte de defraudación de las expectativas locales que se fueron creando desde la firma del tratado para la integración en el Cono Sur”, lo que se traduce en una percepción generalizada de que “la región, con o sin Mercosur, no cambió gran cosa”.

Ríos concluye que el Mercosur “ha hecho una integración comercial (a gran escala) que no se ha reflejado para el resto de las integraciones social, cultural, que son procesos que están costando mucho más” (2014:147), y que se percibe una lógica de relacionamiento distante y en cierto grado desconectada entre los niveles nacional y local.

Pese a esto, el autor considera que existe un “sentimiento de pertenencia en la frontera” y que allí la integración coexiste de forma “no dramática” y sin contradicciones con las identidades nacionales.

Este sentimiento de pertenencia no se traduce luego en un accionar colectivo tendiente a concretar esa integración deseada, en parte porque los actores locales se perciben como débiles económicamente y sin poder de decisión, y ven el ámbito local como falto de recursos y aislado en el sistema de decisiones y de poder.

“Prima, en el imaginario social de la comunidad, una percepción de la frontera cargada de optimismo respecto al devenir de futuro de la integración. En términos de la configuración de un espacio de oportunidades, encuentros, convergencias, y no tanto como campo de disputas, luchas simbólicas, conflictos. Operando como un verdadero subsistema social y territorial regido por una lógica propia. En el que las relaciones sociales y simbólicas se expresan con una naturaleza diferente a las que se producen entre las zonas fronterizas interiores a los estados-nación” (Ríos, 2014:257).

Un artículo de Sergio Caballero Santos (2014) denominado “La identidad en el Mercosur: regionalismo y nacionalismo”, sostiene que desde las independencias latinoamericanas del siglo XIX, los Estados latinoamericanos se construyeron por contraposición al “otro norteamericano”. Por tanto, la idea de unidad y de integración regional se pensó más como un mecanismo de protección y defensa frente a un “otro” amenazante.

Caballero menciona como elementos que coadyuvan a una identidad común de los países latinoamericanos, y en particular del Mercosur, la historia común de emancipaciones en el siglo XIX frente a la conquista ibérica, “imbuida de ideas y lógicas continentales y unitarias”; y el hecho de que los países latinoamericanos padecieron regímenes militares en el siglo XX y recuperaron la democracia en procesos que se desarrollaron en las últimas tres décadas. “Así pues, a pesar de tener singularidades específicas, como es lógico, sí presentan una historia

compartida, un cierto lugar común en el mundo y en la historia en la medida en que sus sociedades han afrontado eventos particulares y procesos de larga duración que guardaban muchas similitudes entre sí”, sostiene el autor.

Menciona también como elementos identitarios comunes los “valores compartidos”, entre los que incluye “democracia, derechos humanos, inserción internacional con una voz regional, valores occidentales y cosmovisiones indígenas”.

Concluye por otra parte que la noción de una necesidad de integración surge más bien de las élites políticas y de la academia, más que de la sociedad. Sostiene que se trata de un modelo “*top-down*” de integración, “que emana desde las élites” y “en virtud del cual diversos presidentes “ofertan” la integración como una suerte de producto político deseable para la sociedad.

Caballero concluye que en los países del Mercosur se registran “identidades superpuestas”, en tensión entre los proyectos nacionales y el proyecto de integración regional. “Esta idea de identidades solapadas sería, en parte, el equivalente a lo que se ha llamado “soberanía compartida” respecto de la relación político-jurídica entre el Estado nacional y el regionalismo”, apunta. Luego va más allá y afirma que existe una identidad colectiva del Mercosur, “basada en ciertos logros, tales como el Focem (Fondo de Convergencia Estructural del Mercosur) y el Parlamento regional”. El autor sustenta sus afirmaciones en entrevistas realizadas entre los años 2005 y 2012 en los países del Mercosur y encuestas, aunque no da mayores detalles sobre la metodología del estudio. A juzgar por la manera en que sustenta sus afirmaciones, la aseveración de que existe una identidad colectiva del Mercosur porque se crea un fondo de financiamiento para compensar asimetrías y un parlamento regional con un poder de incidencia prácticamente nulo -ya que sus decisiones no son vinculantes- me resulta muy endeble.

Capítulo 3

El Mercosur en la prensa: características de la cobertura

En este capítulo se realiza un relevamiento y análisis de las notas de prensa que tienen como tópico el Mercosur, en los dos diarios analizados y para las cinco etapas caracterizadas. Se analizan los temas de la cobertura, la sección en la que se ubica la información, los autores de las notas, el manejo de las fuentes, los actores de la información, la representación gráfica, entre otras dimensiones del tratamiento informativo. Se realiza también un análisis sintáctico y semántico del uso de la palabra “Mercosur”.

La prensa escrita en Uruguay fue prácticamente durante toda su historia –desde mediados del siglo XIX y hasta hoy incluso- una prensa partidista, o vinculada a causas religiosas o ideológicas.

El primer diario uruguayo surgió en la época de la colonia. A comienzos del siglo XVI la imprenta había llegado a la zona que hoy se conoce como México y en 1722 apareció La Gaceta de México, el primer periódico latinoamericano (Álvarez, 2008). Todos los periódicos que se editaban en esa época eran más bien boletines institucionales: tenían como función difundir información administrativa e informes oficiales. En el Río de la Plata, la primera publicación periódica fue el semanario El Telégrafo Mercantil, Rural, Político, Económico e Historiográfico del Río de la Plata, que se editó entre 1801 y 1802 en Buenos Aires, donde escribieron, entre otros, Manuel Belgrano y Juan José Castelli.

En lo que hoy se conoce como Uruguay, “con la invasión de los ingleses en 1807 y con la reacción española ante el gobierno constituido en Buenos Aires en 1810”, el terreno fue propicio para la aparición de las primeras imprentas y publicaciones periódicas (Álvarez, 2008:30). Es en este marco y bajo dominación inglesa en Montevideo que surge *La Estrella del Sur/The Southern Star*, un periódico bilingüe escrito en español y en inglés, que tenía como función destacar las ventajas de los invasores ingleses frente a los invasores españoles (Álvarez, 2008:33).

Años más tarde, con la invasión y dominación portuguesa de 1817, que duró doce años, surge por primera vez una prensa clandestina y de resistencia en la llamada Banda Oriental, llevada adelante por intelectuales y líderes políticos que reclamaban la autonomía de la corona portuguesa. Durante el período de dominación, en que no había libertad para difundir y publicar ideas, se editaron no menos de veinticinco periódicos en Montevideo (Álvarez, 2008:82).

En 1828 se declaró la independencia de la Banda Oriental con la firma de la Convención Preliminar de Paz, un acuerdo entre Brasil y las Provincias Unidas del Río de la Plata que determinó el fin de un período de conflictos. En 1830 se juró la primera Constitución y asumió el primer presidente de la República Oriental del Uruguay, Fructuoso Rivera. La Constitución aprobada acentuó la división ya existente entre los “doctores” de la ciudad y los “gauchos” del campo, ya que a la mayoría de ellos no se les reconoció el derecho a votar. La situación de inestabilidad política llevó a una guerra entre ambos bandos que duró doce años (de 1839 a 1851). En ese período, el bando de Montevideo, encabezado por el presidente Fructuoso Rivera, utilizó como distintivo el colorado, y el bando del campo, liderado por el caudillo Manuel Oribe, el blanco. Ese fue el origen de los dos primeros partidos políticos en Uruguay: el Partido Colorado y el Partido Nacional o Blanco.

Los primeros periódicos partidistas nacieron, precisamente, ligados a estos dos partidos. Uno de los diarios de mayor peso fue El Día, colorado, que comenzó a editarse en 1886 a impulsos de José Batlle y Ordóñez, uno de los personajes históricos uruguayos de mayor relevancia y dos veces presidente de la República. En esa época los periódicos se concebían principalmente como vehículos de transmisión de ideas, ya sea religiosas, filosóficas o políticas. Esta concepción se mantuvo a lo largo de la historia uruguaya, pese a que en las últimas décadas comenzaron los intentos por perfilarse hacia un periodismo de estilo más neutro y la “objetividad” se promovió en las escuelas de periodismo y en las redacciones de los periódicos.

Es en esa época de un periodismo de opinión hecho por intelectuales que surge el diario El País, que forma parte del corpus de esta investigación. Fundado en 1918, en formato sábana, estuvo desde sus inicios vinculado políticamente al Partido Nacional.

Durante la última dictadura cívico-militar (1973-1985) la prensa política fue censurada y reprimida (siempre que no fuera funcional al régimen). El País sobrevivió a esos avatares por mantener una actitud complaciente con la dictadura (Blixen & Uval, 2016). Incluso fue en algunas ocasiones vehículo de las operaciones de la CIA en Uruguay, según consta en una investigación de Roberto García Ferreira titulada “La CIA y los medios en Uruguay. El caso Arbenz” (2007).

Con el retorno a la democracia, El País vuelve a alinearse en su postura editorial con el Partido Nacional o con el gobierno de coalición que éste conformó con el Partido Colorado en el año 2000. En 2005, cuando asume el gobierno la coalición de izquierda Frente Amplio, se perfila por primera vez como diario opositor. Actualmente es claro líder del mercado en Uruguay, según datos del Instituto de Verificación de Circulación (IVC).

Con la vuelta a la democracia, la prensa floreció y surgieron nuevos diarios y periódicos. Dentro de esta oleada se ubica La República, que también forma parte del corpus. Fundado en 1988 como tabloide con un perfil de izquierda, el diario adoptó desde su creación un estilo marcado por titulares impactantes de varios cuerpos, y por la autorreferencialidad (por ejemplo, la foto del director del diario aparecía a menudo en la tapa). Durante prácticamente toda su historia fue un diario opositor, hasta la asunción en 2005 del Frente Amplio, cuando se volvió claramente oficialista, no sólo a través de sus editoriales sino también a través de los titulares de portada, que día tras día se destinaron a ensalzar los logros del gobierno. En 2011, un grupo argentino encabezado por el empresario Gustavo Yocca adquirió el diario La República, pero no alteró la línea editorial de apoyo a los gobiernos del Frente Amplio.²²

A partir de la década de 1990 en Uruguay se agudizó la crisis de las empresas periodísticas, y en especial de los diarios. En 2000 cerraron nueve empresas periodísticas (Álvarez, 2008:631), entre ellas el emblemático El Día, que se había convertido en semanario. Inciden en esta crisis los precios de los ejemplares²³, la competencia con la radio y la televisión y un cambio en los hábitos de la población.

En 2017 se editaron en Uruguay a nivel nacional cuatro periódicos (El País, La República, la diaria y El Observador) y tres semanarios (Brecha, Búsqueda y Voces), sin contar los periódicos partidarios.

Uruguay se caracteriza por una fuerte concentración de los medios de comunicación en manos de unos pocos empresarios. La legislación establece que los titulares de frecuencias de radio y

²² <http://www.montevideo.com.uy/contenido/Grupo-argentino-compra-diario-La-Republica-129774>

²³ En Uruguay un diario cuesta en promedio cuesta 1,5 dólares.

televisión deben ser uruguayos, pero muchas veces esta legislación se burla mediante el uso de testaferros (Lanza, 2011).

La concentración puede definirse como “la sucesiva acumulación de capital productivo – máquinas, instalaciones, etc.- en uno o más medios bajo el control de un mismo grupo propietario”; la centralización, en tanto, es “la apropiación por parte de ciertos capitalistas de empresas que pertenecían a otros propietarios” (Pallares & Stolovich, 1992:115). “De este modo el control sobre más de un medio, o cadenas informativas que agrupa a varios radios o canales de TV, se vuelve funcional a los intereses de la hegemonía económica –mantenimiento del monopolio- e ideológica –mantenimiento del contenido general de los mensajes informativos y demás. La doble función de los medios de comunicación se potencia cuando la propiedad es oligopólica”, apuntan Pallares y Stolovich (1992).

Ambos autores realizaron una investigación sobre la concentración de medios en Uruguay a principios de la década de 1990, y llegaron a la conclusión de que en Uruguay había un predominio de tipo oligopólico de tres grupos económicos que, “por la magnitud de su acumulación y la diversificación de sus inversiones, controlan –directa o indirectamente- algunos aspectos fundamentales de la totalidad del complejo a nivel nacional” (Pallares & Stolovich, 1992:135). Eran los grupos económicos Romay Salvo –con base agropecuaria y cierta diversificación comercial/industrial-, Scheck y asociados –centrado en los medios pero con cierta diversificación comercial/industrial- y Fontaina De Feo –centrado en los medios y con una incipiente diversificación hacia actividades productivas. En conjunto, estos tres grandes grupos controlaban directamente diez canales de televisión (tres en Montevideo y siete en el interior); cinco radios AM en Montevideo y un diario de circulación nacional (El País). Esto supone que controlaban aproximadamente el 75% del mercado de la televisión abierta (más adelante los

mismos grupos se transformaron en los operadores principales de la televisión por cable) y el 60% del mercado de la prensa escrita, dominado por El País, como se señaló anteriormente.

Más recientemente, una investigación de Edison Lanza (2011) concluye que existe “un alto grado de concentración de la propiedad o control de la televisión abierta y por cable privada en todo el país en manos de los “tres grandes” de la televisión” (los tres grupos mencionados en la investigación de 1992 citada), “con cabecera en Montevideo, a los que se suma el Grupo Clarín de Argentina”. Constata además la existencia de “grupos económicos regionales que combinan el dominio de la radiodifusión en más de un departamento con la propiedad cruzada de la televisión cable o la televisión abierta”.

El estudio agrega que esta concentración de la propiedad genera también una concentración en materia de audiencia: los tres grandes grupos “logran una cobertura de audiencia muy alta a nivel nacional y son la opción casi excluyente a nivel de contenidos de televisión en todo el territorio nacional”.

Entre 2010 y 2011 comenzaron a operar con mayor fuerza en los medios uruguayos los capitales extranjeros: el Grupo Clarín tiene por lo menos una empresa de televisión por cable, un inversor brasileño adquirió casi la mitad del paquete accionario de El Observador y un inversor argentino hizo lo propio con la mayoría del paquete accionario de La República, como ya se señaló. La investigación de Lanza (2011) concluye que el Grupo Clarín, pese a las prohibiciones legales destinadas a excluir al capital extranjero de la titularidad de medios de comunicación, “ha logrado ingresar en el negocio de la televisión cable adquiriendo muchas licencias de operadores locales en todo el país, particularmente en todo el litoral, asociándose con empresarios uruguayos”.

En octubre de 2017, se presentaron en un foro en Montevideo²⁴ los avances de un trabajo realizado por investigadores de la Facultad de Información y Comunicación, coordinado por Gustavo Gómez, sobre la concentración de la propiedad mediática en los tres grandes grupos (Romay, Fontaina De Feo y Scheck). El estudio da cuenta del pasaje de la titularidad de las frecuencias del grupo Scheck al grupo Cardozo y del grupo De Feo al empresario Martín Villar, pero la estructura de concentración se mantiene. El Grupo Romay (Canal 4) tiene cuatro canales, cinco radios y acciones en cuatro empresas de televisión para abonados. Villar controla Canal 10 y el servicio de abonados asociado TCC, así como las radios Carve y Nuevo Tiempo, mientras que el grupo Cardozo, además de ser titular de los grandes supermercados en Uruguay, tiene la titularidad del canal 12, el semanario Búsqueda y un canal de cable de Maldonado. El grupo Scheck mantuvo la propiedad de El País.

3.1 La cobertura de la información sobre el Mercosur por diario

Como se detalló en el capítulo teórico-metodológico, entiendo que una nota trata sobre el Mercosur cuando la palabra Mercosur forma parte del titular de la nota. A partir de este criterio hallé 141 noticias sobre el Mercosur en los meses de diciembre de 1991, 1995, 2002, 2008 y 2016, en los dos diarios analizados.

Una de las primeras constataciones del relevamiento realizado es que no existe una diferencia significativa en la cantidad de noticias sobre el Mercosur que presentan los dos diarios analizados. El 51,1% de las noticias relevadas correspondieron a El País y el 48,9% a La

²⁴ Foro internacional “Concentración de medios, democracia y libertad de expresión”, realizado el 24 de octubre de 2017 en Montevideo. Organizado por UNESCO, FESUR (Fundación Friedrich Ebert en Uruguay) y OBSERVACOM (Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia).

República. No obstante, cuando se realiza el corte por años, se llega a la conclusión de hay diferencias por diario en los años 1995 y 2008. En 2008 La República publicó 18 noticias y El País 7, mientras que en 1995 la tendencia fue inversa: El País 24 y La República 11. No se registraron diferencias significativas en los años 1991, 2002 y 2016 (ver cuadro 3).

Tomo la cantidad de noticias que publica un diario sobre un tema como un indicador de la importancia que ese diario adjudica al tema, si bien para un análisis más cabal de este aspecto correspondería considerar además el destaque que se le dan a las noticias, punto que abordaré más adelante.

Cuadro 3. Cantidad de noticias publicadas por medio, por año.

Año/Diario	El País	La República	Total
1991	20	22	42
1995	24	11	35
2002	6	3	9
2008	7	18	25
2016	15	15	30
Total	72	69	141

Una de las hipótesis con las que trabajé fue que la importancia asignada al Mercosur (medida con el indicador primario de la cantidad de notas publicadas sobre el Mercosur) era dependiente de la posición favorable o no al gobierno de turno de cada diario. Esto significa que, al adoptar el diario una línea editorial oficialista, tiende a adoptar un rol de vocero institucional del gobierno y en particular de la Presidencia de la República, y como tal, a asignar mayor importancia en términos de cobertura a las instituciones de las cuales el gobierno forma parte, entre ellas el Mercosur.

En primer lugar, como se mencionaba, no hay diferencias significativas entre las noticias publicadas por uno y otro diario en 1991, 2002 y 2016. En diciembre de 1991 El País publica 20 noticias y La República, 22; en 2002 El País publica 66 y La República, 3; y en 2016 publican cada uno 15 noticias. ¿Por qué? Una posibilidad puede ser que en 1991 se está en una etapa fundacional del Mercosur, y como tal, no existe un posicionamiento respecto al bloque regional fundado en una evaluación de sus logros y errores. En otros términos, se puede considerar, al igual que desde la Ciencia Política se entiende que sucede con los primeros meses de administración de cualquier gobernante²⁵, que al Mercosur se le abre una carta de crédito tanto por parte de los diarios asociados con la derecha como con la izquierda. En 2002, en cambio, la explicación puede deberse a la existencia de la crisis económica como factor central, que determinó que los diarios se volcaran más a informar sobre los problemas económicos del país y dedicaran menos espacio a otros temas, entre ellos el Mercosur. En este caso, la información predominante ese año fue la vinculada con la crisis bancaria y toda la problemática nacional asociada a la misma, como el riesgo de default y el pedido de préstamos del gobierno uruguayo a Estados Unidos. En 2016, en tanto, ambos diarios otorgan un lugar privilegiado en la agenda al conflicto de los “países fundacionales” del Mercosur con Venezuela, conflicto de tal magnitud que determinó que incluso se realizaran reuniones paralelas de los países que se desconocían mutuamente, y que se expulsara a la canciller venezolana de una reunión oficial del Mercosur, como se mencionó en el capítulo 2. El conflicto es una dimensión de noticiabilidad (Martini,

²⁵ Los primeros meses de cualquier gobierno se denominan “luna de miel”, tanto por parte de los responsables de las empresas encuestadoras como en artículos académicos de Ciencia Política (ver por ejemplo SHUGART, S. y CAREY, J. (1992); *Presidents and Assemblies. Constitutional Design and Electoral Dynamics*. Cambridge University Press, o BRODY, R. (1991); *Assessing the President: The Media, Elite Opinion, and Public Support*. Stanford University Press.

2000) y esto puede explicar la relevancia que los dos diarios otorgan por igual a la información vinculada al Mercosur en ese año.

En los años 1995 y 2008, en cambio, parece confirmarse la hipótesis de que la posición respecto al gobierno de turno de un diario incide en la importancia que éste asigna al Mercosur. Si bien El País se identifica con el Partido Nacional y el presidente en 1995 era el colorado Julio María Sanguinetti, entre los años 1995 y 2000 blancos y colorados gobernaron en coalición, y por tanto El País tuvo una línea editorial de apoyo al gobierno. Y ese año El País publicó claramente más notas sobre el Mercosur que La República: 24 frente a 11. En cambio, en 2008, durante el gobierno del Frente Amplio que La República apoyó explícitamente en sus editoriales, el registro es inverso: La República publicó 18 y El País 7. Esto podría deberse a que se considera que apoyar (en este caso, asignando mayor importancia) al Mercosur es una forma de apoyar al gobierno de turno, teniendo en cuenta la fuerte identificación que existe –como se verá más adelante- de los presidentes en particular como representantes del Mercosur. En otros términos, si al Mercosur “le va bien”, se considera un éxito de los gobiernos nacionales y en particular de los presidentes.

En cuanto al destaque de las noticias, para operacionalizar esa variable construí un índice compuesto por tres indicadores: lugar en el que aparece la noticia, tamaño de la noticia y si tenía foto o no. Los dos primeros indicadores tenían el doble de peso que el último. El índice se construyó del siguiente modo:

-Lugar en el que aparece la noticia: portada (4), encabeza página impar (3), encabeza página par (2), en otro lugar de página impar (1), en otro lugar de página par (0). Existe consenso de que a nivel gráfico, las notas que se ubican como cabeza de página tienen más destaque que las otras, ya que el lector fija primero la vista en ese lugar; sucede lo mismo con las páginas impares

respecto de las páginas pares. Por otra parte, la portada es el lugar que el periódico destina a las noticias que considera de mayor importancia o de mayor impacto.

-Tamaño: página entera (4), más de media página (2), de un tercio a media página (1), menos de un tercio de página (0).

-Foto: con foto (2), sin foto (0).

Entre 0 y 3 puntos se consideró bajo destaque, entre 4 y 6 un destaque medio y entre 7 y 10 un destaque alto.

Con estos indicadores, se llega a la conclusión de que en total el 35,5% de las noticias relevadas tienen un destaque bajo, el 24,1% un destaque medio y el 40,4% un destaque alto.

Cuadro 4. Destaque de las noticias sobre el Mercosur

Destaque	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	50	35,5
Medio	34	24,1
Alto	57	40,4
Total	141	100

Sin embargo, si hacemos el desglose por año, notamos que el porcentaje de noticias con destaque alto se explica fundamentalmente por el destaque que tuvo la información en el año 2016, el año de mayor conflictividad del bloque en términos institucionales. Fue en ese momento cuando la información sobre el Mercosur mereció mayor destaque en los medios uruguayos.

Cuadro 5. Destaque de las noticias sobre el Mercosur por año, en porcentajes.

Destaque/Año	1991	1995	2002	2008	2016
Bajo	45	34	56	40	13
Medio	36	29	11	12	17
Alto	19	37	33	48	70
Total	100	100	100	100	100

Si hacemos la comparación por años, si bien se registra un paulatino descenso de las noticias publicadas sobre el Mercosur (pasaron de 42 en 1991 a 30 en 2016, según se vio en el cuadro 1), las noticias con alto destaque en ambos diarios se fueron incrementando a lo largo de los años: de ser el 19% en 1991, pasaron a ser el 37% en 1995, el 33% en 2002, llegaron al 48% en 2008 y alcanzaron el 70% en 2016. En otros términos, en 2016 hay menos noticias publicadas que en 1991, pero con un alto nivel de destaque, que se explica fundamentalmente a partir de la información conflictiva vinculada a Venezuela, como se verá más adelante.

Si se compara el destaque de las noticias por diario, se llega a la conclusión de que La República destaca más las noticias sobre el Mercosur que El País. Mientras que en El País menos de un tercio de las noticias tienen un destaque alto, en La República casi la mitad de las noticias lo tienen.

Cuadro 6. Destaque de las noticias sobre el Mercosur por diario, en porcentajes.

Destaque	El País	La República
Bajo	40	33
Medio	30	18
Alto	30	49
Total	100	100

3.2 Región anónima

Hay otros indicadores, además de la cantidad de noticias y del destaque que estas tienen, de la importancia que le asigna un diario a la información sobre el Mercosur, o del grado de especialización de este tipo de información. Algunos de los indicadores complementarios de la importancia asignada a la información sobre el Mercosur que consideramos en este análisis son si la noticia tiene o no firma, si el periodista cita fuentes anónimas, y quién es el autor de la información (redacción, enviado especial, corresponsal, agencias).

El primer indicador parte de la base de que los hechos que un periódico considera más importantes se asignan a los periodistas más renombrados, y habitualmente, estos son los que firman las notas. Héctor Borrat habla del mito del “periodismo de autor”, según el cual “la calidad de las firmas que se publican en las páginas de un periódico garantiza la calidad de sus textos” (Fontcuberta & Borrat, 2006:207). Para Borrat, el anonimato no desvaloriza a los textos. No obstante, existe la percepción de que si un artículo está firmado, o es de mayor calidad, o –agrego– el tema se considera importante y por eso se asigna a un periodista renombrado o especializado. Hay casos de diarios o semanarios donde todas las notas están firmadas, salvo las que escribe el editor o son muy breves –es el caso hoy en Uruguay del diario La Diaria y del semanario Brecha–, pero no es el caso de los dos diarios analizados en esta tesis, donde la mayoría de las notas son anónimas.

En el caso de las noticias sobre el Mercosur analizadas, se halló que el 81,6% no tenían firma frente al 18,4% que sí la tenían. Si se comparan los dos diarios del corpus, El País tiene más notas con firma que La República, pero esto puede deberse a una característica del medio (más periodistas especializados o de renombre en un medio que en otro, mayor cantidad de artículos

con firma en un periódico que en el otro), y no se puede afirmar sin mayores elementos que obedezca a que un medio atribuye mayor importancia que otro al Mercosur.

Cuadro 7. Cantidad de noticias firmadas por medio.

Firma/Diario	El País	La República	Total
Con firma	19	7	26
Sin firma	53	62	115
Total	72	69	141

En cambio, si se analiza la cantidad de noticias firmadas por año, hay una clara diferencia entre los años 1991, 2002 y 2016 por un lado, y 1995 y 2008 por el otro, como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 8. Porcentaje de noticias con firma por año.

Firma/Año	1991	1995	2002	2008	2016
Con firma	17%	35%	13%	47%	7%
Sin firma	83%	65%	87%	53%	93%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

En este caso se registra una caída de las notas con firma por debajo del promedio general en los años 1991, 2002 y 2016, y un incremento por encima del promedio en 1995 y 2008. La falta de notas con firma en 1991 podría deberse a la falta de periodistas especializados en la materia, ya que ese año recién se había firmado el Tratado de Asunción. En 2002, podría haber sucedido que los periodistas de mayor renombre estuvieran abocados a cubrir los hechos vinculados a la crisis

económica y sus efectos en el país. En 2016 llama la atención el porcentaje de notas sin firma, pero no tenemos elementos suficientes como para sacar conclusiones sobre los motivos.

En este estudio también indagué el uso de fuentes anónimas, considerándolo un indicador de la dedicación o la especialización del periodista en el tema. Supongo que si un periodista posee fuentes propias que le dan información sobre el tema Mercosur, solicitando que se preserve su anonimato, tiene cierto grado de especialización en ese tema, lo que denota también la importancia que le asigna el periodista, el editor o el dueño del medio al tema. Este punto es cuestionable, como lo es en términos más generales el uso de fuentes anónimas. Borrat, por ejemplo (Fontcuberta & Borrat, 2006), advierte sobre el abuso de este tipo de recursos, y no atribuye su utilización a una mayor especialización del periodista. Cuando se hace un uso no ético del recurso, las fuentes anónimas se utilizan para no revelar que el periodista utilizó una sola o dos fuentes, en general sesgadas y con una opinión o declaraciones que van en consonancia con lo que el diario quiere decir desde el punto de vista editorial. Lozano (1989:149) advierte que a menudo en los medios de prensa se utilizan las palabras de otro "para, a través de ellas, y sin dejar de mostrar que son de otro, expresarse uno mismo". "Los reporteros pueden quitar del relato sus propias opiniones consiguiendo que otros digan lo que ellos mismos piensan", indica Tuchman (1983:108). No obstante, considero que si excluimos este uso no ético, el hecho de que el periodista tenga fuentes anónimas en determinados temas denota que ha estado cubriendo durante algún tiempo esos temas, y tiene por tanto cierto grado de especialización. Hago la salvedad de que esta afirmación se aplica solamente a las secciones de Política y Economía, que por el carácter de la información que manejan, requieren recurrir en algunos casos al anonimato de las fuentes.

Aquí constaté que la amplia mayoría de las noticias, el 87%, no utiliza fuentes anónimas. Esta situación es prácticamente idéntica en ambos diarios, El País y La República. En cuanto a la situación por año analizado, tampoco se registran diferencias salvo en el año 1991, año de inicio del Mercosur, cuando el 21% de las noticias citaron fuentes anónimas. Ese porcentaje bajó al 14% en 1995, luego fue de 11% en 2002, 16% en 2008 y llega a 0% en 2016. Nuevamente llama la atención aquí el dato del año 2016, en el que además de no haber prácticamente notas con firma, tampoco se apela a fuentes anónimas.

Considero, por lo anteriormente señalado, que este escaso uso de fuentes anónimas responde a que no hay periodistas que se especialicen en temas del Mercosur.

Cuadro 9. Uso de fuentes anónimas, por año. En porcentajes.

Autor/Año	1991	1995	2002	2008	2016
Sí	21	14	11	16	0
No	79	86	89	84	100
Total	100	100	100	100	100

3.3 Hecho en casa

El tercer factor que mencionaba como indicador secundario de la importancia asignada al Mercosur es quién es el autor de las noticias. Aquí considero cuatro categorías: redacción, agencias internacionales, enviados especiales y corresponsales. Si ordenamos en función de la importancia atribuida por el periódico a la información, consideramos que la importancia mayor se atribuye a las notas a las cuales se les destinan enviados especiales, y la menor, a las notas que

se levantan de agencias (ya que no supone ningún esfuerzo por parte del periódico). En un lugar intermedio se ubicarían las notas hechas por la redacción y las realizadas por corresponsales.

La investigación realizada por Unesco en 2008, ya citada en esta entrega, denominada “El Mercosur en los ojos del mundo”, registró una importante presencia de las agencias de noticias internacionales como redactoras de la noticias sobre el Mercosur. Según el estudio, las agencias de noticias son la principal fuente de información de los diarios de la región cuando tratan el tema Mercosur. Un dato llamativo, teniendo en cuenta que los hechos objeto de reporte suceden en los países vecinos o incluso en el propio país donde está instalado el diario. La misma investigación concluyó, en cambio, que en los diarios europeos analizados la situación es inversa: la mayoría de los textos referentes al bloque fueron redactados por corresponsales, por las redacciones locales y por enviados especiales al exterior.

En los diarios uruguayos analizados en este estudio, sin embargo, el uso de agencias no es demasiado frecuente, y destaca el alto porcentaje de noticias elaboradas en la redacción, como se observa en el siguiente cuadro.

Cuadro 10. Autor de la noticia. En porcentajes.

Autor	%
Redacción	74
Agencia	13
Enviado especial	7
Corresponsal	6
Total	100

En cuanto a las diferencias por diario, El País registra un mayor número de noticias elaboradas por agencias y por enviados especiales que La República. Las noticias elaboradas en la redacción

superan por más de 40 puntos porcentuales a las noticias provenientes de agencias en el caso de El País, mientras que en La República, esa diferencia trepa a 70 puntos porcentuales. El uso de corresponsales para este tipo de noticias es muy bajo en el caso de El País y nulo en el caso de La República. El País privilegia más el uso de enviados especiales y de agencias que La República, pero no puede concluirse nada definitivo sobre la importancia asignada a las noticias sobre el Mercosur, ya que en la categoría de máxima de importancia (Enviado especial), El País supera a La República, pero también la supera en la categoría mínima de importancia (Agencias).

Cuadro 11. Autor de la noticia según diario. En porcentajes.

Autor	El País	La República
Redacción	61	81
Agencia	19	11
Enviado especial	14	8
Corresponsal	6	0
Total	100	100

Cuando miramos el autor de la noticia teniendo en cuenta el año de análisis, nuevamente el año 2002 presenta patrones distintos al resto de los años. Mientras el uso de agencias supuso el resto de los años entre el 0% y el 19% de las noticias publicadas sobre el Mercosur, en 2002 el 56% de las noticias sobre el Mercosur fueron tomadas de agencias, superando a las elaboradas en la redacción (sólo 33%, cuando el resto de los años el porcentaje fluctuó entre 67% y 100%). Por otra parte, y en el mismo sentido, en 2002 no hubo enviados especiales a cubrir noticias sobre el Mercosur. Nuevamente, llama la atención y no pueden formularse conclusiones certeras sobre los motivos por los que en el año 2016 el 100% de las noticias publicadas sobre el Mercosur

hayan sido elaboradas en la redacción de los diarios. En este caso habría una incongruencia entre el alto destaque que presentan las noticias sobre el Mercosur en el año 2016, y el hecho de que no se haya considerado necesario mandar enviados especiales a cubrir sus reuniones, aunque esta circunstancia podría deberse simplemente a situaciones económicas particulares de los medios de prensa en Uruguay ese año.

Cuadro 12. Autor de la noticia según año de publicación. En porcentajes.

Autor	1991	1995	2002	2008	2016
Redacción	67	71	33	72	100
Agencia	19	6	56	16	0
Enviado especial	5	14	0	12	0
Corresponsal	9	9	11	0	0
Total	100	100	100	100	100

Finalmente, existe una asociación entre el autor de la noticia y el tema del que ésta trata (el coeficiente V de Cramer, que mide la asociación para variables nominales, marca 0,4 si se cruzan ambas variables, lo que implica una asociación fuerte). Por ejemplo, se constata que los enviados especiales se utilizan exclusivamente para cubrir la cumbre de presidentes del Mercosur (70% de las noticias de los enviados tienen como tema la cumbre, y otro 30% los acuerdos de libre comercio en el marco de las cumbres). Los temas vinculados al Mercosur Social y a conflictos entre los países son cubiertos exclusivamente por la redacción. Las agencias se utilizan mayormente para la cobertura de las cumbres presidenciales (32% de las notas de agencias se destinan a ello) y de los acuerdos de libre comercio (otro 32%). La utilización de corresponsales,

muy escasa y exclusivamente por parte de El País, fue para cubrir principalmente temas vinculados al Mercosur Rural.

Cuadro 13. Autor de la noticia sobre cumbres del Mercosur. En porcentajes.

Autor	%
Redacción	38
Agencia	33
Enviado especial	0
Corresponsal	29
Total	100

PAGINA DOCE

EL PAÍS — Jueves 19 de Diciembre de 1991

CUMBRE ACORDO ACORTAR PLAZOS DEL MERCOSUR

- * Satisfacción con Proceso
- * Contactos con Otros Grupos
- * Acordaron Impulsar Eje Vial

BRASILIA. (de nuestro enviado especial, Juan Carlos Montero). Los presidentes de Uruguay, Argentina, Paraguay y Brasil, Luis Alberto Lacalle, Carlos Saul Menem, Andrés Rodríguez y Fernando Collor de Mello afirmaron su firme decisión de acortar los plazos y objetivos trazados en el Tratado de Asunción, en la primera reunión cumbre del Mercado Común del Sur, celebrada el martes en esta capital.

Al término del encuentro, que se prolongó por espacio de casi dos horas, los presidentes manifestaron su satisfacción por los avances realizados y las decisiones adoptadas en los nueve meses que transcurrieron desde que se comprometieron en la capital paraguaya a crear las condiciones jurídicas para el establecimiento de una zona de libre comercio entre los cuatro países, que se concretará antes del 31 de diciembre de 1995.

En la delegación que acompañó al mandatario uruguayo no se disimuló la conformidad existente con los resultados de la primer reunión presidencial del MERCOSUR, en especial porque en el documento final se recogieron importantes propuestas de Lacalle, que no figuraban en el proyecto original.

A iniciativa del presidente uruguayo se incluyó el punto referido a la conveniencia de que los cuatro países lleguen a la Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente, que se celebrará en Río de Janeiro, en junio de 1992, con un proyecto común legislativo.

que establezca las infracciones y delitos contra el medio ambiente y las sanciones contra quienes las cometan.

A esos efectos —aunque no figura en el documento— se acordó realizar una reunión preparatoria, en Canela y Gramado, en el estado de Porto Alegre, el próximo 21 de febrero, con participación de presidentes americanos.

Asimismo, también a propuesta de Lacalle, los presidentes decidieron encomendar al Grupo Mercado Común, que en su próxima reunión examinará las posibilidades que ofrece a los inversores, tanto a nivel interno de los países, como a nivel internacional.

La delegación uruguayo tuvo, por otra parte, también un papel protagónico muy particular, en otro de los puntos recogidos por el documento de la cumbre de Brasilia, por el que se encomienda al Grupo Mercado Común —órgano permanente que tendrá su sede en Montevideo— iniciar contactos con la finalidad de examinar las posibles formas de vinculación del MERCOSUR con otros países latinoamericanos miembros de ALADI, y con otros grupos económicos.

Según informes recogidos por este enviado especial, la delegación uruguayo planteó la necesidad de que se conceda a Bolivia y Chile, un tratamiento preferencial en sus relaciones económicas con el MERCOSUR, que sin ser igual

al de sus países miembros, sea mejor que el que se establezca con terceros países. Algo así como el relacionamiento que se le dio a España y Portugal por parte de la Comunidad Económica Europea, antes de su ingreso.

Por último, se consideró como otro éxito de la cumbre el hecho de que también los presidentes reunidos en Brasilia, hayan congraciado la voluntad política de sus gobiernos de hacer realidad, antes de que finalice la presente década, la idea lanzada por el presidente Lacalle, el pasado 31 de julio, de unir las ciudades de Porto Alegre y Buenos Aires, a través de una carretera que pasará por Uruguay y tendrá su eje en el puente que unirá Colonia con la capital argentina.

El proyecto del Jefe de Estado uruguayo —que hizo luego la cumbre del MERCOSUR— prevé en una segunda etapa, unir el Atlántico con el Pacífico, llegando hasta el puerto chileno de Valparaíso.

Nos quedó sin consignar, en esta primera reseña sobre los resultados de la reunión presidencial, la activa participación que tuvo la delegación compariada en la redacción del denominado "Protocolo de Brasilia para la Solución de Controversias", el documento más importante que signaron los cuatro mandatarios y ministros del MERCOSUR presentes en este encuentro, y que completa el Tratado de Asunción, estableciendo un Tribunal de Arbitraje encargado de dirimir las controversias que se planteen durante el período de transición.

BRASILIA (De nuestro enviado especial). — Quedó formalmente constituido en esta capital el Consejo Industrial del MERCOSUR que tendrá como objetivo "canalizar orgánicamente las comunicaciones entre las entidades que nucleen las industrias de Uruguay, Argentina, Brasil y Paraguay, sobre aspectos relativos al proceso de integración subregional y para la formación de alianzas de competitividad industrial".

mente en lo que se refiere a la evolución del Tratado de Asunción, firmado por los cuatro países en 1991, y como interlocutor del sector industrial frente a los organismos de consulta con otros espacios económicos, así como estudiar las posibilidades de complementación industrial creadas para facilitar los procesos de reconversión y mejorar los niveles de competitividad de la región.

Otra de sus finalidades, será

Desde Brasil

Por nuestro Enviado Especial
JUAN CARLOS MONTERO

Los presidentes Andrés Rodríguez, de Paraguay, Fernando Collor de Mello, de Brasil, Carlos Menem, de Argentina, y Luis Alberto Lacalle, en un momento de sus contactos en Brasilia. (AP)

El mandatario uruguayo al ser recibido por el brasileño en el Palacio del Planalto.

Lacalle Pidió Coincidencia de Empresas y Trabajadores

BRASILIA. (de nuestro enviado especial). — El presidente de la República, Dr. Luis Alberto Lacalle formuló un llamado a los sectores reales de la economía —empresarios y trabajadores— para que busquen y encuentren los puntos de coincidencia y sean "dinamo y no freno" de la integración regional.

Lacalle —que fue el único de los cuatro mandatarios del MERCOSUR que no leyó o utilizó un guión memoria en ocasión de los discursos de clausura de la Cumbre de Brasilia— afirmó que la integración, por haber comenzado con la naturalidad de los procesos que tienen largo aliento "está aquí para quedarse".

Añadió que la integración está entre nosotros "llevarlo a cabo por la voluntad política y diplomática de los gobiernos de la región, que con gobiernos de origen popular y legítimos, y que por tanto, cada vez que suscriben tratados y que acuerdan cooperar entre sí, tratan la representación insustituible y por nadie cuestionable de la soberanía de las naciones".

Señaló, más adelante, que la firma de los dos países al Tratado de Asunción, el camino hacia la integración —a que proscriben el martes, los Presidentes del MERCOSUR— no es una tarea destinada a quedar en el ámbito de la acción pública, sino que el proceso integracionista, también debe involucrar a la ciudadanía.

de que hay un futuro mejor, se están dinamizando y no en freno de esta integración. También en su discurso pronunciado en el Salón de Actos del Palacio del Planalto, Lacalle hizo un llamado a la cooperación y al relacionamiento con los países americanos, ya sea el propio Tratado de Asunción, que al MERCOSUR, y enunciar que en Brasilia, se ha comenzado a establecer una serie de relaciones de cooperación y de complementariedad de recursos, que se están analizando con el espíritu de estas integraciones, que no son de exclusión, sino de complementariedad. Él mismo, al pretender potenciar a la vez, pero siempre con una voluntad respecto del entorno geográfico y no.

Lacalle formuló, más adelante, los países altamente interesados en el proceso, señalando que el MERCOSUR es una oportunidad para el desarrollo de la protección de la producción y el comercio, para poder vender, poder producir, poder comprar, poder importar, poder exportar, poder competir, poder crecer, poder mejorar, poder vivir mejor.

Una nota sobre la cumbre del Mercosur (El País, 19 de diciembre de 1991) firmada por un enviado especial

3.4 No tan económicos

El contenido de un periódico se define mediante cuatro operaciones: inclusión de la información, exclusión de la información, jerarquización de la información y tematización de la información (Fontcuberta & Borrat, 2006:58). Rodrigo Alsina define tematización como “la selección de un tema y su colocación en el centro de la atención pública” (1989:135). Pero esta operación supone también la inclusión de la noticia en un esquema clasificatorio que construye el medio.

Los medios ordenan las noticias según formas clasificatorias diversas que constituyen las distintas secciones, fijas en los diarios, más flexibles en los noticieros televisivos (Martini, 2000). Las clasificaciones se hacen según los ámbitos de ocurrencia de los acontecimientos, y responden a veces a un interés común, como política nacional o información sobre la sociedad, y otras, a un interés sectorial, como economía, cuyo discurso y lenguaje más especializados se dirigen a un público con una competencia y un interés puntuales en ese ámbito.

Afirma Martini (2000) que, al ordenar los materiales “según criterios tipificados, las secciones de los medios arman recorridos de lecturas posibles, y construyen versiones de una clasificación de la realidad”, determinando la vigencia de ciertas agendas de problemas. En un sentido similar, Rodrigo Alsina (2003) hace hincapié en la importancia de las relaciones co-textuales que están en juego en las noticias. “Las secciones en que los distintos medios organizan la realidad informativa vienen a proponernos una interpretación predeterminada de las noticias que enmarcan. Pero no sólo esto, las noticias que coexisten en un mismo espacio dan lugar a lecturas co-textuales. Es decir, un texto se lee relacionándolo con el otro”, señala.

La proximidad es señalada por todos los teóricos como un factor clave para la organización del temario (Fontcuberta & Borrat, 2006). “Sin embargo el eje geográfico, como vertebrador de la

pauta, se ha enfrentado progresivamente a la complejidad que supone la contradicción creciente entre lo global y lo local. Si bien la proximidad geográfica sigue siendo uno de los factores más poderosos a la hora de elegir una noticia, esa proximidad debe entenderse no sólo en su vertiente geográfica, sino social, cultural o, incluso, psicológica", advierte la autora (Fontcuberta & Borrat, 2006:72). No obstante, hasta el momento la prensa escrita uruguaya no ha tomado en cuenta esas otras vertientes, y sigue dividiendo su temario en "nacional" o "información" a secas, e "internacional". Esto es importante ya que la información con una dimensión regional, como es el caso de las noticias sobre el Mercosur, encuentra dificultades para hallar un lugar propio, y es ubicada alternativamente en "internacional", "nacional", o en lugares más especializados del temario como "economía" o "agro".

Este tipo de noticias a veces se reduce a información "de especialistas" y se ubica en la sección de Economía (y entonces, cuesta percibir que la eliminación del doble cobro de arancel externo común o la redacción del código aduanero tengan una dimensión política), o se reduce a relatos de conflictos entre países o presidentes con la identidad nacional como dimensión de análisis subyacente, y entonces poco importa si el rótulo es "nacional" o "internacional".

Según la investigación realizada por Unesco, a la hora de ubicar la información sobre el Mercosur, la sección preferida es Economía. Esta situación no varió entre 1997 y 2007. "As menções ao Mercosul são, em sua grande maioria, tratadas como um acordo aduaneiro, comercial ou econômico, sem praticamente referencia a outros temas emergentes, como cultura, justiça social, ciência, tecnologia e educação", advierte el informe ²⁶.

²⁶ "Las menciones al Mercosur refieren, en su gran mayoría, a su calidad de acuerdo aduanero, comercial o económico, sin prácticamente referencia a otros temas emergentes, como cultura, justicia social, ciencia, tecnología y educación". UNESCO (2008).

Nuevamente, Uruguay se diferencia del promedio de América Latina en este punto. Según la presente investigación, la información sobre el Mercosur se ubica preferentemente en la sección “Política”, “Nacional” o “Información”, todas denominaciones que hacen referencia al espacio donde se ubica la información de política nacional. La sección de Economía aparece recién en un segundo lugar. Se constata no obstante que, al igual que en el estudio de Unesco, el Mercosur ocupa un espacio escaso en secciones como “Cultura”, o “Sociedad / Comunidad”. En esta última sección se registran diferencias entre el diario El País y La República, que pueden deberse a una concepción del Mercosur en el segundo diario que trasciende la dimensión político-económica.

Cuadro 14. Cantidad de noticias sobre el Mercosur por sección y por diario.

Sección	El País	La República	Total
Política / Nacional	46	35	81
Economía	14	15	29
Internacionales	5	7	12
Rurales / Agro	5	4	9
Comunidad / Sociedad	1	7	8
Deporte	0	1	1
Cultura	1	0	1
Total	72	69	141

Como se mencionó, la sección “Política” o “Nacional” es la más utilizada para ubicar las notas sobre el Mercosur, y esto se acentúa conforme se avanza en el tiempo. Mientras que en 1991 el 43% de las noticias se ubicaron en la sección Política y el 36% en Economía, en 1995 esa diferencia se ensancha (54% en Política y 23% en Economía), en 2008 lo hace aún más (56% contra 12%) y finalmente, en 2016, sólo el 7% de las noticias se ubicaron en secciones distintas a “Política” o “Nacional”. Con esto se concluye que el enfoque de la información sobre el

Mercosur como fundamentalmente económica predominó en un primer momento pero luego fue dejando lugar a un enfoque más político. Esta “politización” de la información sobre el Mercosur llega a su punto máximo con el conflicto que determinó la suspensión de Venezuela del bloque regional, en 2016.

Por otra parte, fue decreciendo a lo largo del tiempo la cantidad de noticias que se ubican en la sección Rurales: de 6 en diciembre de 1991 se pasó a 2 en el mismo mes de 1995, a 1 en 2002 y a ninguna en 2008 y 2016.

Cuadro 15. Cantidad de noticias sobre el Mercosur por sección según año.

Sección	1991	1995	2002	2008	2016	Total
Política / Nacional	18	19	2	14	28	81
Economía	15	8	2	3	1	29
Internacionales	1	2	4	4	1	12
Rurales / Agro	6	2	1	0	0	9
Comunidad / Sociedad	2	2	0	4	0	8
Deporte	0	1	0	0	0	1
Cultura	0	1	0	0	0	1
Total	42	35	9	25	30	141

En cuanto a los géneros, se constató que el ampliamente predominante es la nota informativa, mientras que la entrevista y las notas de análisis ocupan un lugar marginal: sólo el 3% de las notas fueron entrevistas, y el 1% notas de análisis. Esto da la pauta de que el Mercosur como tema está prácticamente excluido de las notas que en general sirven para contextualizar o profundizar en la información cotidiana. En esto no hay diferencias por diario ni por año de análisis.

Cuadro 16. Cantidad de noticias sobre el Mercosur según género.

Género	Frecuencia	Porcentaje
Nota informativa	135	96
Entrevista	5	3
Análisis	1	1
Total	141	100

3.5 Presidentes en la cumbre

Ahora bien, ¿de qué tratan las noticias del Mercosur analizadas? Esto puede darnos una idea de qué aristas o de qué hechos vinculados al Mercosur se consideran relevantes, y además, al igual que la sección en la que se ubica la información, puede arrojar pistas sobre la dimensión económico-política que el medio atribuye a la información.

La teoría de la agenda-setting²⁷ postulaba en la década de 1970 que los medios influyen en el público agendando las temáticas relevantes, definiendo los temas sobre los cuales la gente debe hablar, e incluso la perspectiva desde la cual aborda los temas. Si bien la selección de los temas no es una mera elección del medio, ya que allí juegan también los actores sociales que participan de los procesos (por ejemplo, por más que un medio quiera informar sobre acuerdos de integración en materia cultural en el ámbito del Mercosur, no puede hacerlo si esos acuerdos no se producen) y la capacidad que estos actores tienen de incidir en la agenda mediática, también es cierto que los medios priorizan ciertos temas en función de su línea editorial o de los intereses particulares de sus dueños, editores o periodistas, o en función de la propia lógica del circuito informativo. En ocasiones la elección de los temas se explica, por parte de los actores mediáticos,

²⁷ Ver por ejemplo McCOMBS, Maxwell & SHAW, Donald; The Agenda-Setting Functions of the Mass Media, Public Opinion Quarterly, vol. 36, 1972.

en base al “interés” que podría llegar a tener la información para el público del medio, pero esta valoración está fuertemente influida por las propias percepciones del periodista y el editor sobre lo que es “importante” o “interesante”, y también sobre lo que los otros medios juzgan como “interesante”. Sobre estos aspectos se profundizará en el capítulo 6.

En suma, un análisis de los temas que se priorizan puede darnos la pauta del enfoque que propone el medio para determinado fenómeno, en este caso el Mercosur.

Cuadro 17. Temas de las noticias sobre el Mercosur.

Tema	Frecuencia	Porcentaje
Intercambio comercial	34	24
Suspensión de Venezuela	23	16
Cumbre del Mercosur	22	16
Redacción y aplicación de la normativa del Mercosur	12	9
Mercosur rural	10	7
Mercosur social	7	5
Parlamento del Mercosur	7	5
Conflictos entre países	3	2
Declaraciones de presidentes	3	2
FOCEM	2	1
Entrevistas a legisladores nacionales	2	1
Ingreso de Venezuela al Mercosur	2	1
Otros	14	11
Total	141	100

En el desglose por temas, observamos en primer lugar que si bien la sección Política o Nacional es la privilegiada a la hora de ubicar la información sobre el Mercosur, los temas que abordan las notas con mayor frecuencia están vinculados a lo comercial; en esta categoría se ubica por ejemplo el intercambio comercial entre los países del Mercosur y la relación económica del

Mercosur con terceros países o bloques, incluida la negociación de acuerdos de libre comercio. Es interesante cómo estos temas no están presentes en la sección especializada de Economía, que en general incluye cuestiones comerciales, y en cambio se ubican como información política.

De todos modos, si agrupamos las categorías que refieren a temas preferentemente políticos (suspensión de Venezuela, cumbre de presidentes, Parlamento del Mercosur, conflictos entre países, declaraciones de presidentes e ingreso de Venezuela al Mercosur), sin considerar la categoría “otros”, concluimos que los temas políticos tienen una frecuencia mayor en el abordaje informativo.

Otra conclusión llamativa es que la información sobre la suspensión de Venezuela del Mercosur y el marco de conflicto en el que esta se produjo, producida íntegramente en el año 2016, motivaron una cantidad mayor de notas que la información correspondiente a todas las cumbres presidenciales de fin de año del Mercosur en los cinco períodos analizados. De todos modos, excluyendo el factor de la suspensión de Venezuela del análisis, se observa que la información política sobre el Mercosur aparece fuertemente focalizada en las cumbres presidenciales. Esto coincide con la personalización del Mercosur en los presidentes de los Estados nacionales, como se verá más adelante.

La agenda “social” del bloque sigue ocupando un espacio marginal en la información: sólo 5% de las noticias abordan temas vinculados a ella.

Si realizamos ahora un corte por diario, llegamos a la conclusión de que hay un mayor énfasis economicista en El País que en La República, como se observa en el siguiente cuadro. El 32% de las notas de El País tratan sobre el intercambio comercial intra o extra bloque, mientras que los dos temas políticos de mayor relevancia en la agenda, como las cumbres del Mercosur y la suspensión de Venezuela, no superan el 18%. En La República no se observa esta distancia: las

notas que abordan temas vinculados a los intercambios comerciales igualan en porcentaje a las que tratan sobre la suspensión de Venezuela y apenas superan al porcentaje de notas sobre las cumbres presidenciales. Además, La República presta mayor atención a la agenda social (7% frente a 3% de El País).

Cuadro 18. Temas de las noticias sobre el Mercosur, por diario.

Tema	El País	La República
Intercambio comercial	32%	16%
Suspensión de Venezuela	17%	16%
Cumbre del Mercosur	18%	13%
Mercosur rural	7%	7%
Redacción y aplicación de la normativa del Mercosur	4%	10%
Mercosur social	3%	7%
Parlamento del Mercosur	7%	4%
Conflictos entre países	1%	3%
Declaraciones de presidentes	0%	4%
FOCEM	0%	3%
Entrevistas a legisladores nacionales	1%	3%
Ingreso de Venezuela al Mercosur	0%	3%
Otros	10%	11%
Total	100%	54

Si nos centramos en los temas abordados por año, llegamos a la conclusión de que la cantidad de notas que abordan el intercambio comercial ha fluctuado, registrándose un pico en 1995 y el punto más bajo en 2008. También fluctúa en términos porcentuales la cantidad de noticias sobre las cumbres presidenciales: en 2008 fue el año de mayor cobertura en términos porcentuales. De todos modos, en el año 2016 la información sobre la cumbre aparece opacada por la situación

vinculada a la suspensión de Venezuela, por lo que esta categoría puede estar subrepresentada (las notas informan también sobre la cumbre, pero el tema principal es Venezuela).

Luego hay temas claramente temporales, como las discusiones relativas a la normativa del Mercosur, que representan el 20% de las notas sobre el bloque regional en 1991, o el ingreso de Venezuela al Mercosur, que sólo figura como noticia en 2008. El Mercosur rural y el Mercosur social desaparecen de la agenda en 2016, a influjo de la relevancia que adquiere el proceso de suspensión de Venezuela del Mercosur, que representa el 77% de las notas sobre el bloque regional ese año.

Cuadro 19. Temas de las noticias sobre el Mercosur, por año.

Tema	1991	1995	2002	2008	2016
Intercambio comercial	21%	46%	22%	8%	17%
Suspensión de Venezuela	0%	0%	0%	0%	77%
Cumbre del Mercosur	17%	9%	22%	36%	3%
Mercosur rural	14%	5%	11%	4%	0%
Mercosur social	5%	9%	0%	8%	0%
Redacción y aplicación de la normativa del Mercosur	20%	0%	0%	8%	0%
Parlamento del Mercosur²⁸	7%	3%	0%	9%	0%
Conflictos entre países	0%	3%	0%	9%	3%
Declaraciones de presidentes	0%	0%	34%	0%	0%
FOCEM	0%	0%	0%	9%	0%
Entrevistas a legisladores nacionales	2%	3%	0%	0%	0%
Ingreso de Venezuela al Mercosur	0%	0%	0%	9%	0%
Otros	9%	22%	11%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

²⁸ En este ítem consideramos tanto las noticias sobre el Parlamento del Mercosur propiamente dicho, que fue instalado en 2007, como las noticias sobre la Comisión Parlamentaria Conjunta del Mercosur, organismo antecesor del Parlamento.

3.6 Los representantes del Mercosur

Anteriormente había señalado que, al igual que Rodrigo Alsina, concibo a la representación no como una reproducción sino como una construcción mental, simbólica, del objeto o acontecimiento. Alejandro Llano (1999) la define como una mediación cognoscitiva entre un sujeto y una “forma real”, que permite al sujeto conocer al objeto. No es por tanto sujeto ni objeto, es una construcción cognoscitiva del sujeto en base a “lo real”.

Una de las constataciones a las que llegué analizando diversas variables es que las instituciones, los funcionarios y las sedes mercosureñas ocupan un espacio marginal en las representaciones del Mercosur que construye la prensa escrita. Ese espacio lo ocupan en cambio los edificios de los gobiernos nacionales y sus funcionarios, en especial los presidentes. En términos cuantitativos, que es el enfoque de este capítulo, se relevó cuál era el actor principal y cuál el actor secundario en cada noticia²⁹, y qué personas se retrataba en las fotos.

Del análisis de estas variables se desprenden conclusiones similares a las que arrojó el estudio de la Unesco, donde se afirma que la información sobre el Mercosur está “fuertemente personalizada”. La mayor parte de las veces consiste en un relato de las peripecias de los presidentes de los países integrantes del bloque, que se juntan cada seis meses en una cumbre. Esta personalización del Mercosur en los presidentes coincide con el fenómeno al que se refería Tuchman, de “legitimación de políticos y burócratas como las encarnaciones de las unidades políticas” en los medios (Tuchman, 1983:227).

²⁹ Entiendo por actor principal aquel que aparece más veces nombrado en función de sujeto, y como actor secundario, el que ocupa el segundo lugar en estas menciones.



El País, diciembre de 1991

La información sobre los acuerdos alcanzados por el Mercosur y cómo estos repercuten en la vida cotidiana de las poblaciones de la región escasea. Al mismo tiempo, la representación gráfica de estas noticias en la prensa da cuenta de la personalización antedicha: según la investigación de Unesco, en la prensa escrita argentina, por ejemplo, se privilegia la imagen de los presidentes a la hora de escoger las fotos. “Tampoco hay una identidad concreta del Mercosur en términos icónicos: no hay instituciones ni caras emblemáticas. Está anclado a la imagen de sus presidentes, pues ellos –y no sus funcionarios– son los depositarios del bloque” (Unesco, 2008:67).

Los datos recabados en este estudio van en la misma dirección:

Cuadro 20. Actor principal de la información sobre el Mercosur.

Actor principal	Frecuencia	Porcentaje*
Funcionarios o instituciones de los gobiernos nacionales	46	35
Presidentes	31	24
Instituciones o funcionarios del Mercosur	17	13
Empresarios uruguayos	8	6
Partidos políticos	6	5
Otros gobiernos de América Latina o bloques regionales	6	5
Parlamentarios del Mercosur	4	3
Organizaciones sociales, sindicales o académicas	4	3
Empresarios extranjeros	2	1
Actores de la cultura	2	1
Otros	5	4
No se explicita	10	--
Total	141	100

* Para el cálculo del porcentaje se excluyen del total los casos en los que no se explicita el actor principal.

Cuadro 21. Actor secundario de la información sobre el Mercosur.

Actor secundario	Frecuencia	Porcentaje*
Funcionarios o instituciones de los gobiernos nacionales	36	47
Otros gobiernos de América Latina o bloques regionales	10	13
Instituciones o funcionarios del Mercosur	10	13
Presidentes	9	12
Organizaciones sociales, sindicales o académicas	4	5
Parlamentarios del Mercosur	2	3
Partidos políticos	2	3
Empresarios extranjeros	1	1
Otros	2	3
No se explicita	65	---
Total	141	100

* Para el cálculo del porcentaje se excluyen del total los casos en los que no se explicita el actor secundario.

Como se observa en los cuadros precedentes, los funcionarios de los gobiernos nacionales y en especial los presidentes son los actores principales de la información sobre el Mercosur. El 59% de las noticias tienen como protagonistas a instituciones o funcionarios de los gobiernos nacionales (incluidos los presidentes); en cambio, sólo el 13% tienen como protagonistas principales a funcionarios, instituciones o parlamentarios del Mercosur.

En cuanto a los actores secundarios, la situación es similar: los actores nacionales representan el 60%, y los mercosureños, el 13%. Esto da cuenta de que la información sobre el Mercosur está personalizada, pero esa personalización no se enfoca en representantes “propios” del bloque regional, sino en representantes de los Estados nacionales.

Además de la personalización antedicha, se constata un hecho generalizado en los medios de prensa, y es la priorización del poder económico y político (de la “autoridad”) como actor central de la información. “Sistemáticamente, la mayoría de los medios se colocan de lado de las autoridades y de la “normalidad social”, desfavoreciendo las fuerzas que buscan los cambios sociales”, señala Vera (2008). Esto se relaciona con la función de “control social” que diversos autores, entre ellos los funcionalistas, identifican en los medios. En este caso, el poder político y el económico (gobiernos, instituciones regionales, empresarios –dentro de los cuales ubicamos también a los productores rurales) suponen el 87% de los actores principales de las noticias.

Por otra parte, también hay una ausencia de organizaciones sociales o académicas, de partidos políticos y del empresariado como actores principales e incluso como secundarios de la información, lo que parece indicar o bien el escaso involucramiento de la sociedad civil organizada en las actividades vinculadas al bloque regional, o bien la escasa atención que le presta la prensa escrita a este segmento a la hora de representar la información. En cambio, sí emergen como actores de cierto peso otros gobiernos de América Latina u otros bloques regionales, sobre todo como actores secundarios: representan el 13% de los actores secundarios identificados en las noticias.

Por otra parte, se registra una asociación muy fuerte (V de Cramer = 0,6) entre la sección del diario y el actor principal de la información. Se presentan aquí los resultados para las secciones de Política, Economía e Internacionales, ya que el resto son secciones que más claramente se identifican con ciertos actores (Rurales con productores rurales, Cultura con actores de la cultura, Sociedad con organizaciones sociales).

En primer lugar se constata que la información que identifica a funcionarios o instituciones del Mercosur como actores centrales, se ubica mayormente en la sección de Economía. Lo mismo

sucede cuando se trata de funcionarios o instituciones de gobierno nacionales. La información de la sección de Política, al igual que la de Internacionales, está dominada por la figura de los presidentes (estos son el 55% de los actores principales de las noticias sobre el Mercosur de Internacionales, y el 33% en Política).

En segundo lugar, hay ciertos actores (organizaciones sociales o académicas, productores rurales, actores de la cultura) que están prácticamente excluidos de las secciones de Política, Economía e Internacionales, que se denominan en las redacciones las secciones “duras” de los diarios (Martini, 2000). En tercer lugar, cuando el actor principal de la información son otros gobiernos de América Latina o bloques regionales, la información se ubica mayoritariamente en la sección de Internacionales, y rara vez en Política o Nacional.

Cuadro 22. Actor principal de la información sobre el Mercosur según sección. En porcentajes.

Actor principal/ Sección	Política o Nacional	Economía	Internacionales
Funcionarios o instituciones de los gobiernos nacionales	28	43	9
Otros gobiernos de América Latina o bloques regionales	2	11	18
Instituciones o funcionarios del Mercosur	15	20	0
Presidentes	33	0	55
Parlamentarios del Mercosur	6	0	0
Organizaciones sociales o académicas	1	0	0
Empresarios extranjeros	1	3	0
Empresarios uruguayos	3	3	0
Actores de la cultura	2	0	0
Partidos políticos	3	0	18
Otros	6	0	0
No se explicita	2	20	0
Total	100	100	100

Si comparamos por diario, llegamos a la conclusión de que El País identifica más como actores a empresarios (tanto nacionales como extranjeros) y a los presidentes que La República, es decir hace una personalización mayor de la información en función de figuras de mayor poder político o económico. En cambio, La República publica más notas que tienen como actores centrales a organizaciones sociales y académicas, y a los partidos políticos.

No hay prácticamente diferencia entre el número de noticias publicadas por ambos diarios que tienen como actor principal a instituciones o funcionarios del Mercosur: representan el 16% de las noticias en El País y el 15% en La República.

Cuadro 23. Actor principal de la información sobre el Mercosur según diario. En porcentajes.

Actor principal/ Diario	El País	La República
Funcionarios o instituciones de los gobiernos nacionales	24	31
Otros gobiernos de América Latina o bloques regionales	4	4
Instituciones o funcionarios del Mercosur	16	15
Presidentes	27	14
Parlamentarios del Mercosur	4	2
Organizaciones sociales, sindicales o académicas	0	5
Empresarios extranjeros	3	0
Empresarios uruguayos	9	4
Actores de la cultura	4	0
Partidos políticos	1	5
Otros	4	5
No se explicita	4	13
Total	100	100

En cuanto al análisis por año, se registra un descenso de las noticias que tienen como actor principal a las instituciones o los funcionarios del Mercosur con el cambio de década; pasaron de ser el 12% de las noticias publicadas en 1991 y el 31% en 1995, a representar entre el 0% y el 4% en los años relevados del siglo XXI. Como contrapartida, ganaron protagonismo las instituciones

y los funcionarios de los gobiernos nacionales: de representar el 14% tanto en 1991 como en 1995, pasaron a ser el 22% en 2002, el 56% en 2008 y el 63% en 2016. La figura de los presidentes se mantuvo con una importancia relativamente estable, salvo en el año 2002, cuando fueron los actores casi exclusivos de las noticias sobre el Mercosur (el 67% de las noticias publicadas tuvieron como actor principal a los presidentes).

Los empresarios fueron protagonistas de las noticias en los comienzos del Mercosur y en la crisis de 2002, pero no figuran como actores principales de la información en 2008 y 2016. Un proceso similar sucedió con los gobiernos de América Latina que no integran el bloque, que figuran como actores principales sólo en 1991 y 1995. El protagonismo de las organizaciones sociales y sindicales, y de los partidos políticos, registra un ascenso en 2016, debido a que los medios analizados otorgaron relevancia a las posiciones del Frente Amplio y del PIT-CNT sobre la situación de Venezuela.

Cuadro 24. Actor principal de la información sobre el Mercosur según año. En porcentaje.

Actor principal/ Año	1991	1995	2002	2008	2016
Funcionarios o instituciones de los gobiernos nacionales	14	14	22	56	63
Otros gobiernos de América Latina o bloques regionales	10	6	0	0	0
Instituciones o funcionarios del Mercosur	12	31	0	4	0
Presidentes	21	11	67	28	17
Parlamentarios del Mercosur	2	3	0	4	3
Organizaciones sociales o académicas	2	0	0	4	7
Empresarios extranjeros	0	6	0	0	0
Empresarios uruguayos	12	6	11	0	0
Actores de la cultura	0	6	0	0	0
Partidos políticos	5	0	0	4	10
Otros	2	11	0	0	0
No se explicita	19	6	0	0	0
Total	100	100	100	100	100

3.7 La representación gráfica del Mercosur

Así como los funcionarios e instituciones del Mercosur ocupan un lugar marginal como actores principales de la información, las fotos que acompañan las noticias siguen el mismo patrón, e

incluso acentuado: en ninguno de los casos analizados aparece retratado un funcionario del Mercosur o incluso el Edificio del Mercosur, sede administrativa del organismo.

En cambio, de las noticias que tienen foto, el 55% de ellas son de los presidentes de los países integrantes, el 20% de funcionarios de los gobiernos nacionales y el 25% corresponde a otros (por ejemplo, integrantes de partidos políticos, productores rurales, médicos, actores de la cultura). Este orden no presentó diferencias significativas para los cuatro años analizados.

Cuadro 25. Imágenes con las que se retratan las noticias sobre el Mercosur.

Imágenes	Frecuencia	Porcentaje
Presidentes	28	55
Funcionarios de los gobiernos nacionales	10	20
Otros	13	25
Total	51	100

En cambio, se nota una leve diferencia entre diarios. Mientras El País tiende a personalizar más las imágenes en los presidentes, La República presenta una mayor diversidad, ya que incluye en mayor medida a los funcionarios de gobiernos nacionales y a otros actores.

Cuadro 26. Imágenes con las que se retrata las noticias sobre el Mercosur, por diario. En porcentajes.

Imágenes	El País	La República
Presidentes	68	42
Funcionarios de los gobiernos nacionales	12	27
Otros	20	31
Total	100	100

3.8 El Mercosur en términos sintácticos

Uno de los mecanismos de análisis del rol atribuido, tanto a una persona como en este caso a un bloque regional, es el estudio sintáctico. Las funciones sintácticas son unidades relacionales, y como tales dan cuenta de las relaciones internas que se establecen en una oración (RAE, 2010). Pero tanto las funciones sintácticas como las clases de palabras (sustantivo, adjetivo) tienen también un contenido semántico.

Para este estudio se tomó en cuenta qué función sintáctica cumplía el Mercosur (o el grupo sintáctico que integraba), pero dentro de la clasificación se incluyeron también los casos en que el Mercosur funcionaba como adjetivo. Por ejemplo, en el caso de la oración “Mercosur acordó TLC con Israel”, “Mercosur” se toma como sujeto; en cambio, si la oración es “Países del Mercosur acordaron TLC con Israel”, “Mercosur” se toma como adjetivo, si bien la función sintáctica del grupo nominal que integra (“Países del Mercosur”) es sujeto. Esta distinción se fundó en que no es lo mismo, en términos semánticos, decir “el Mercosur” que “los países del Mercosur”; en el segundo caso los protagonistas son los países, los Estados nacionales, y en el primero, el Mercosur como tal.

Existe una diferencia semántica entre sustantivo y adjetivo, que vuelve interesante la distinción. Para la tradición gramatical grecolatina, por ejemplo, que fundaba la definición de las clases de palabras en categorías semánticas de base ontológica (RAE, 2010:235), “los sustantivos denotaban “sustancias”, mientras que los adjetivos aportaban los “accidentes” que precisaban o modificaban esas sustancias”. El sustantivo tiene la capacidad de subsistir sin el adjetivo, pero no a la inversa, lo que da cuenta en cierta medida de su importancia.

En cuanto a las funciones sintácticas, el complemento directo, según se señalaba en los análisis tradicionales, es el que “recibe” la acción del verbo. Si bien esto es así en muchos casos, en otros tantos no se aplica (RAE, 2010:656). En cuanto al complemento indirecto, desde el punto de vista semántico, designa al receptor, el destinatario, el beneficiario de una acción, proceso o situación (RAE, 2010:671).

Los complementos circunstanciales, como su nombre lo indica, son prescindibles en una oración, o, en términos más técnicos, “inciden sobre las diversas categorías léxicas (verbos, nombres, adjetivos, adverbios) y los grupos sintácticos que forman sin que sean seleccionados o exigidos por ellos (RAE, 2010:770). Los complementos preposicionales, en tanto, se han interpretado frecuentemente en la tradición gramatical como complementos circunstanciales (RAE, 2010:686).

En el caso de este estudio, para considerar la función sintáctica del Mercosur se tomó en cuenta el titular de la noticia. Se constató que el 25% de las noticias ubican al Mercosur como sujeto de la acción gramatical, el 11% como objeto directo, el 1% como objeto indirecto, el 18% como complemento circunstancial, el 7% como objeto preposicional y el 38% como adjetivo.

Cuadro 27. Función sintáctica del Mercosur.

Función	Frecuencia	Porcentaje
Adjetivo	54	38
Sujeto	35	25
Complemento circunstancial	25	18
Objeto directo	15	11
Objeto preposicional	10	7
Objeto indirecto	2	1
Total	141	100

El predominio de la función de adjetivo da cuenta de que el sujeto de la acción no es mayoritariamente el Mercosur sino “los países del Mercosur”, “los presidentes del Mercosur”, “los gobiernos del Mercosur”, entre otros. Esto implica, pese a que las noticias tienen como tópico el Mercosur, que la importancia se desplaza del Mercosur como tal a los países integrantes, o en su defecto a sus representantes, los presidentes. El Mercosur sólo aparece propiamente como sujeto en el 25% de los casos. En 2016, por ejemplo, el Mercosur sólo es sujeto de la oración cuando ejerce una acción que se visualiza como negativa para los intereses nacionales, en ese caso, “trabar” el Tratado de Libre Comercio (TLC) de Uruguay con China. Si miramos el predicado, la función que predomina es la de complemento circunstancial (18% de los casos totales), que es precisamente el complemento prescindible.

En cuanto al análisis por diario, vemos a grandes rasgos que El País ubica más al Mercosur como sujeto que La República (28% de las noticias de El País frente a 19% de La República); este último diario lo ubica preferentemente como adjetivo (50% de las noticias de La República lo ubican en esa función frente a 35% de El País).

Cuadro 28. Función sintáctica del Mercosur, por diario, en porcentajes.

Función	El País	La República
Adjetivo	35	50
Sujeto	28	19
Complemento circunstancial	23	18
Objeto directo	7	8
Objeto preposicional	4	3
Objeto indirecto	2	2
Total	100	100

3.9 El Mercosur en términos semánticos

El estudio de las connotaciones de un mensaje da pistas sobre las construcciones ideológicas que estructuran los discursos. Es la ideología la que determina "qué connotaciones se escogen de un mensaje y cuáles no", y cuando el mensaje está connotado en una sola dirección, se convierte en un "instrumento ideológico que oculta todas las demás relaciones" (Eco, 1989:187).

Hjemslev (1971) entiende a la denotación como la expresión de la connotación. Para este autor, el signo lingüístico está compuesto por expresión y contenido (que a su vez se subdividen en forma y sustancia). Mientras en la denotación existe un plano de significación (por ejemplo, "negro" se define como la ausencia de color), en la connotación existen dos planos: el primero, el plano de la denotación, se transforma en la expresión de un nuevo contenido y así conforma un segundo plano de significación. Este contenido dependerá mucho de la cultura y de los códigos y subcódigos (Morley, 1996) que aplique el receptor al momento de atribuir un sentido al mensaje. En algunas regiones, "negro" connotará luto o muerte.

Para Umberto Eco, la denotación es la "referencia inmediata que el código asigna a un término en una cultura determinada" (Eco, 1989:111), mientras que la connotación es "la suma de todas las unidades culturales que el significante puede evocar institucionalmente en la mente del destinatario" (Eco, 1989:119). En el caso de la denotación la referencia es inmediata, mientras que en la connotación entran en juego unidades culturales que son evocadas por el significante.

Las connotaciones pueden identificarse en los enunciados, por ejemplo, a través de cómo se define un término. Eco pone el ejemplo de cuando se nombra a Venus como "la estrella matutina". Hay un caso particular de definiciones que Eco califica como "ideológicas". Son "definiciones incompletas que ponen a prueba la unidad cultural o un complejo de unidades

culturales bajo uno de sus posibles aspectos" (Eco, 1989:119). Por ejemplo, no es lo mismo llamar a Napoleón "el vencedor de Marengo" que "el vencido de Waterloo".

En el caso de esta investigación, las definiciones o sinónimos que se utilizan para designar a "Mercosur", "Argentina", "Brasil", "Paraguay" y "Uruguay" darán cuenta de qué connotaciones están presentes en esos conceptos. Otras connotaciones del mensaje se analizarán en el capítulo dedicado al análisis de discurso.

Por tanto, se registró qué sinónimos se utilizan para hacer referencia al Mercosur y a los países integrantes, analizando la connotación de cada término. Se excluyó del análisis los sinónimos contenidos en citas textuales de los entrevistados, ya que se quiere indagar el discurso del periodista o del medio y no el del entrevistado.

La palabra más utilizada en las notas que incorporan sinónimos es "bloque" o "bloque regional", que figura en el 55% de los casos. Ésta, junto con "acuerdo", podría considerarse el término más neutro para hacer referencia al Mercosur, si bien tiene una connotación de algo compacto, sin fisuras, y por lo tanto unido. El segundo término preferido por los periodistas en las noticias analizadas es "región" (16% de las noticias que contienen sinónimos), que no hace una referencia directa al Mercosur sino a una situación geográfica preexistente: la región del Cono Sur. Es como si el acuerdo firmado no tuviera la potencia suficiente en términos de significación como para dejar de hacer referencia a la situación geográfica.

En tercer lugar aparece un término más connotado que los anteriores: "proceso de integración" (11%). El sustantivo de la frase, "proceso", da cuenta de que el periodista concibe al Mercosur como un fenómeno inacabado, en desarrollo, en etapas, que no concluye o empieza con la firma del Tratado de Asunción. En tanto, el término "integración" hace referencia a la finalidad última del acuerdo, no necesariamente a hechos que lo definan como tal. La RAE define "integrar"

como “constituir un todo”, por lo cual los Estados Nacionales pasarían a ser las partes de un todo que no está completo si uno de ellos falta. En el término “mecanismo de integración” (3% de las noticias con sinónimos) se sustituye “proceso” por una palabra que hace referencia a la “estructura de un cuerpo natural o artificial” y a la “combinación de sus partes constitutivas”. En cierto sentido se “deshumaniza” el concepto de Mercosur, pasa a ser un engranaje, una combinación de partes que sirven a un objetivo (el de la integración).

Con el término “unión aduanera” (4% de las noticias) sucede algo similar que con la palabra “integración”: hace referencia a la finalidad del Mercosur según sus actores, pero por ejemplo, en el Tratado de Asunción ni siquiera se menciona el término “unión aduanera”. Se habla de la voluntad de coordinar políticas aduaneras. Sí se menciona este término en el Protocolo de Ouro Preto (1995), pero no como una realidad sino como un objetivo a alcanzar por el bloque. La unión aduanera por ahora no se ha llegado a concretar en los hechos, según coinciden los propios actores del Mercosur³⁰.

Finalmente, el 6% de las noticias que contienen sinónimos hablan de “mercado” para referirse al Mercosur. Si bien “mercado” es la primera palabra de la (sigla) “Mercosur” (Mercado Común del Sur), puede concluirse que se privilegia en este caso una visión economicista del Mercosur.

³⁰ Se habla de que hay una “unión aduanera imperfecta”. Por ejemplo, en diciembre de 2010, en ocasión de la cumbre del Mercosur, el secretario de Comercio Internacional de Argentina, Luis María Kreckler, informaba de la intención, acordada por los cancilleres de los países del Mercosur, de lograr que el bloque se convierta en una unión aduanera perfecta para 2019 (Télam, 17/12/10).

Cuadro 29. Sinónimos para Mercosur.

Sinónimo	Frecuencia	Porcentaje*
Bloque	41	55
Región	12	16
Proceso de integración	8	11
Mercado	4	6
Unión aduanera	3	4
Organización	3	4
Mecanismo de integración	2	3
Acuerdo	1	1
No contiene	67	--
Total	141	100

* Para el cálculo del porcentaje se excluye del total a las notas donde no se utilizan sinónimos.

Si comparamos entre diarios, no encontramos diferencias significativas en los sinónimos utilizados: hay una leve tendencia a un mayor uso de “mercado” por parte de El País (5% de las notas de El País frente a 2% de las notas de La República) y a un mayor uso de “proceso de integración” por parte de La República (9% de las notas de La República frente a 5% de las de El País).

En cambio, sí existen diferencias por año analizado. Los términos “proceso de integración”, “mecanismo de integración” y “mercado” fueron dejando lugar, como lo muestra el siguiente cuadro, a palabras no tan connotadas como “bloque”.

Cuadro 30. Sinónimos para Mercosur, por año, en porcentaje.

Sinónimo	1991	1995	2002	2008	2016
Bloque	2	17	45	44	63
Región	10	11	11	12	0
Proceso de integración	10	6	11	4	0
Mercado	7	3	0	0	0
Unión aduanera	0	3	22	0	0
Mecanismo de integración	2	3	0	0	0
Organización	0	0	0	0	10
Acuerdo	2	0	0	0	0
No contiene	67	57	11	40	27
Total	100	100	100	100	100

Por otra parte, en cuanto a los sinónimos utilizados para nombrar a los países integrantes del Mercosur, los más comunes son los términos que podríamos denominar más neutrales: “país miembro”, “Estado parte” o “país signatario”, que en conjunto representan el 24% de los sinónimos utilizados. En segundo término se encuentra el sinónimo socio, con el 12% de las menciones. Si bien su origen etimológico apunta a “aliado, compañero”, en el uso actual “socio” generalmente tiene una connotación más de carácter empresarial. En cambio, “país vecino”, que da una idea de cercanía, de cotidianeidad y de afinidad, sólo registra el 2% de las menciones. Para el caso de Argentina y Brasil también se utiliza “socio mayor” (1% de las menciones), o, en el caso específicamente de Brasil, “país norteno” y “gigante sudamericano” (ambos con el 1% cada uno de las menciones).

Capítulo 4

Nosotros y los otros: nación y región en las definiciones identitarias

Este capítulo aborda las representaciones del Mercosur y de los países que lo integran en la prensa uruguaya, desde la perspectiva teórica del Análisis Crítico del Discurso (ACD). Se realiza para ello un análisis del discurso de las notas de prensa que tienen como tópico el Mercosur en los diarios uruguayos El País y La República durante cinco períodos diferentes de la historia del Mercosur (1991, 1995, 2002, 2008 y 2016). Se analizan en este caso sólo las notas que contienen juicios, apreciaciones o afectos, tal como definen y operacionalizan estos conceptos Martin y White (2005), con un foco especial en las referencias a elementos identitarios que aparecen en las notas.

En función del criterio utilizado para seleccionar el corpus, basado en los conceptos de Martin y White reseñados en el capítulo teórico-metodológico, es interesante señalar que las expresiones de subjetividad en la prensa analizada, medidas a partir de los elementos de evaluación caracterizados por estos autores, toman en general la forma de apreciaciones y juicios, que a veces constituyen balances sobre una situación determinada o sobre la posición de un país, y a veces se trata de valoraciones sobre un hecho o especulaciones sobre lo que podría suceder. En el cuadro 31 detallo la cantidad de juicios, apreciaciones y afectos hallados, su valoración positiva o negativa, y los actores o conductas objeto de evaluación. Entre paréntesis especifico el año de la nota y el diario que la publicó. En el anexo 2 incluyo un cuadro que incorpora un análisis detallado, nota por nota, de los términos utilizados.

Cuadro 31. Apreciaciones, juicios y afectos en las notas sobre el Mercosur

JUICIOS	POSITIVOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Juicio sobre la necesidad de conocer el pasado como capacidad socialmente deseable (2002, La República) 2. Juicio sobre la necesidad de hacer un esfuerzo para fortalecer el Mercosur como una conducta socialmente deseable (2002, El País) 3. Uruguay se diferencia del resto de la región (2016, El País) 4. Uruguay hace equilibrio en la región (2016, El País) 5. Uruguay intenta matizar las discusiones (2016, El País) 6. Tabaré Vázquez es una persona conciliadora (2016, El País) 7. Venezuela no quiere cuestionar a Uruguay (2016, El País)
	NEGATIVOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Juicio de sanción social sobre la falta de voluntad del presidente uruguayo Luis Alberto Lacalle de referirse a temas complejos (1991, La República) 2. El presidente venezolano Hugo Chávez tiene actitudes ásperas (2008, La República) 3. Juicio de sanción social negativo sobre la falta de sinceridad de los presidentes de Argentina y Uruguay, Cristina Fernández y Tabaré Vázquez, al disimular su enojo (2008, El País). 4. Falta de capacidad de los gobiernos de los países del Mercosur para lograr avances en las cumbres presidenciales del bloque (2008, El País) 5. Falta de capacidad de Uruguay para enfrentar el proteccionismo al tener un mercado chico (2008, El País) 6. Juicio de sanción social negativo sobre la conducta inapropiada de Argentina al imponer medidas proteccionistas (2008, El País) 7. Brasil tiene una actitud confrontativa (2016, El País) 8. Paraguay quiere tomarse venganza de su suspensión del Mercosur (2016, El País) 9. Juicio de estima social sobre la incapacidad de la canciller venezolana Delcy Rodríguez para comportarse con aplomo (2016, El País) 10. El presidente uruguayo Tabaré Vázquez se aferra a las posturas que pregonan algunos sectores del Frente Amplio (2016, El País) 11. Venezuela ha criticado con dureza al resto de los

		<p>países del Mercosur (2016, El País)</p> <p>12. Juicio de estima social sobre el carácter polémico del presidente venezolano Nicolás Maduro (2016, El País)</p> <p>13. Juicio de sanción social sobre la conducta inapropiada de la canciller venezolana Delcy Rodríguez al insistir en ingresar a una reunión a la que no estaba invitada (2016, El País)</p> <p>14. Juicio de estima social negativo sobre la insistencia de Rodríguez como característica no deseable (2016, El País)</p> <p>15. Juicio de estima social negativo sobre la conducta desafiante de la canciller venezolana Delcy Rodríguez (2016, La República)</p>
APRECIACIONES	POSITIVAS	<p>1. El Mercosur se vuelve cada vez más importante (1991, La República)</p> <p>2. Uruguay debe mantener equilibrio en sus relaciones internacionales (1995, La República)</p> <p>3. Uruguay es una puerta de entrada al Mercosur (2008, La República)</p> <p>4. Uruguay tiene expectativas positivas sobre la aprobación del proyecto de interconexión energética del FOCEM (2008, La República)</p> <p>5. Uruguay tiene una postura flexible respecto a Venezuela (2016, El País)</p>
	NEGATIVAS	<p>1. Hubo imprevisión de los países del Mercosur (1991, La República)</p> <p>2. La izquierda política en Argentina es compleja (1991, La República)</p> <p>3. Brasil y Argentina están molestos por la regulación financiera de Uruguay (1995, La República)</p> <p>4. Hay que cambiar la política exterior de Uruguay (2002, La República)</p> <p>5. Hay dificultades para avanzar en el proceso de integración (2008, La República)</p> <p>6. Argentina afectó a Uruguay vetando un proyecto del FOCEM (2008, La República).</p> <p>7. El Mercosur fracasó (2008, La República)</p> <p>8. Hay pocas expectativas positivas para la cumbre de presidentes del Mercosur (2008, La República)</p> <p>9. El Mercosur es una región que espera la crisis (2008, El País)</p> <p>10. La mala relación entre los gobiernos de Argentina y Uruguay tensará la cumbre presidencial (2008, El País)</p>

		<p>11. La cumbre del Mercosur cerró con un fracaso (2008, El País)</p> <p>12. A Uruguay lo afectarán las medidas proteccionistas que se están tomando en la región (2008, El País)</p> <p>13. Venezuela será suspendida del Mercosur, más allá de sus intentos por permanecer en el bloque (2016, El País)</p> <p>14. La relación entre Brasil y Venezuela es pésima (2016, El País)</p> <p>15. Venezuela emprende una contraofensiva contra los países del Mercosur (2016, El País)</p> <p>16. Brasil trata con dureza a Venezuela (2016, El País)</p> <p>17. Todos los países del Mercosur con excepción de Uruguay consideran que Venezuela debe ser suspendida (2016, El País)</p> <p>18. El presidente Tabaré Vázquez está siendo presionado por su par venezolano Nicolás Maduro (2016, El País)</p> <p>19. Puede haber un escándalo en la cumbre de presidentes del Mercosur (2016, El País)</p> <p>20. La canciller venezolana Delcy Rodríguez motivó que la cumbre presidencial del Mercosur terminara en polémica (2016, El País)</p> <p>21. Suspensión de Venezuela del Mercosur perjudicará a ese país (2016, La República)</p>
--	--	---

AFECTOS	POSITIVOS	1. El presidente uruguayo Tabaré Vázquez es una persona conciliadora (2016, El País)
	NEGATIVOS	<p>1. Enojo entre los presidentes de Argentina y Uruguay, Cristina Fernández y Néstor Kirchner (2008, El País)</p> <p>2. La canciller venezolana Delcy Rodríguez estaba furiosa (2016, El País)</p> <p>3. El presidente uruguayo Tabaré Vázquez se aferra a las posturas que pregonan algunos sectores del Frente Amplio (2016, El País)</p>

Como se mencionó en el capítulo teórico-metodológico, Martin y White (2005) sostienen que el lenguaje de la prensa se inscribe en un régimen de “despersonalización estratégica”, mediante la cual se oculta el rol subjetivo del autor. Este régimen supone una prohibición implícita que asume

el periodista de realizar juicios y evaluaciones, en una operación ideológica que permite presentar el producto como “fáctico” y “neutral”.

En ese marco, observamos en primera instancia que, en el material analizado, las apreciaciones se utilizan en mayor medida que los juicios, y estos más que los afectos. Las apreciaciones permiten representar la evaluación con atributos o cualidades de cosas en vez de representarlas como orientaciones hacia la conducta de actores sociales concretos. Por lo mismo se evita la confrontación directa y el potencial conflicto con el otro cercano. Eso permite a la prensa mantener su identidad de imparcialidad, ya que al mantenerse en un nivel de abstracción mayor (refiriéndose a ideas y conductas en vez de a personas) transmite su postura más indirectamente. De todos modos, como se observa en el cuadro anterior, sobre todo en los años 2008 y 2016 abundan los juicios, aunque son más recurrentes los juicios sobre conductas de los actores que los juicios sobre los actores en sí mismos, en línea con la postura de pretendida imparcialidad de la prensa.

Los gráficos 1 y 2 detallan la proporción de juicios y apreciaciones positivos respecto a los negativos, y qué temas son más recurrentes como objetos de evaluación.

Gráfico 1. Juicios en las notas sobre el Mercosur

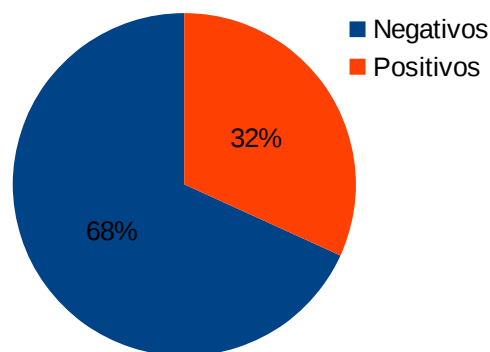


Gráfico 1.1 Juicios positivos en las notas sobre el Mercosur

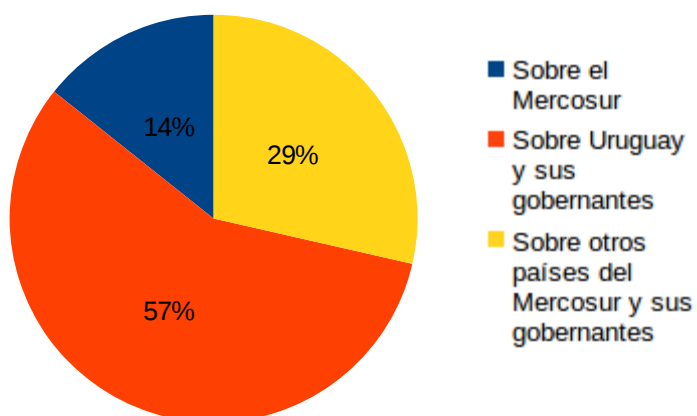


Gráfico 1.2 Juicios negativos en las notas sobre el Mercosur

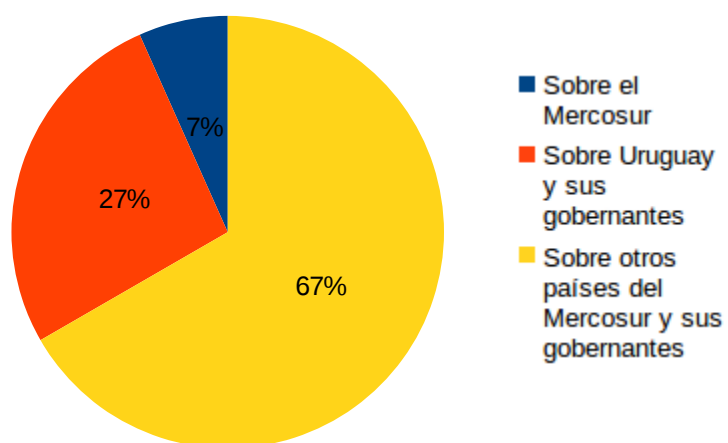


Gráfico 2. Apreciaciones en las notas sobre el Mercosur

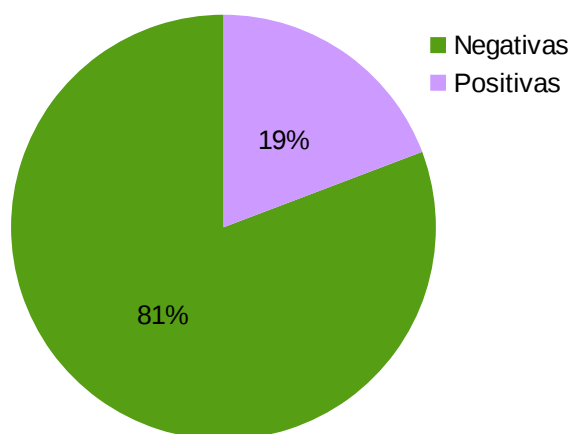


Gráfico 2.1 Apreciaciones positivas en las notas sobre el Mercosur

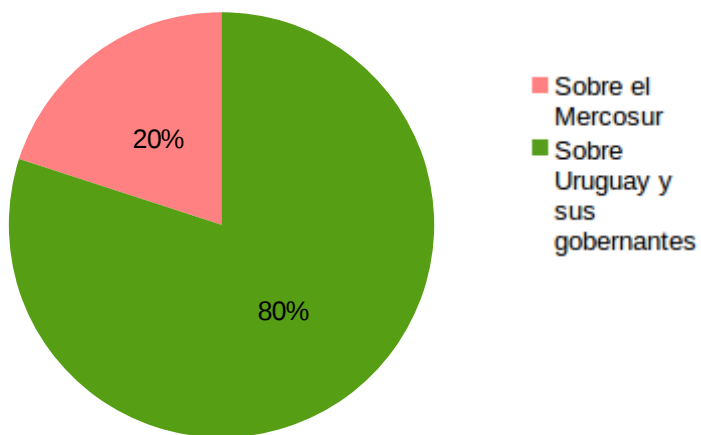
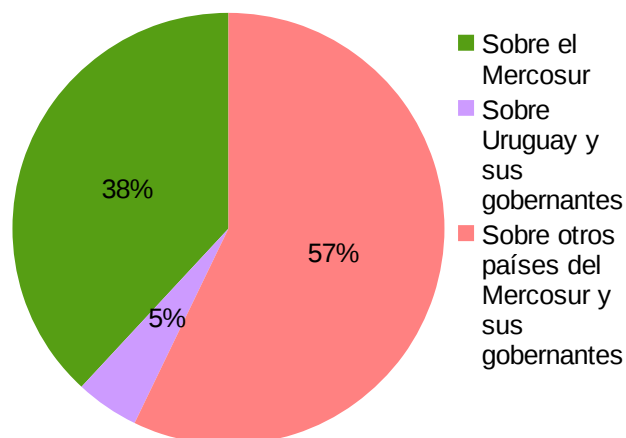


Gráfico 2.2 Apreciaciones negativas en las notas sobre el Mercosur



Por otra parte, un elemento interesante a destacar es que las apreciaciones, juicios y afectos son relativamente escasos en 1991, 1995 y 2002, y en cambio son más frecuentes en 2008 y 2016.

Cuadro 32. Notas con apreciaciones y juicios. Porcentaje sobre el total de notas sobre el Mercosur, por año.

Año	% notas con aprec. y juicios
1991	7%
1995	6%
2002	11%
2008	44%
2016	33%

Podrían ensayarse al menos dos explicaciones para los datos resumidos en la tabla. Una de ellas podría ser que cambió el estilo periodístico de los medios analizados, y que en las dos últimas etapas estos optaron por un estilo más subjetivo, que incluye en mayor medida apreciaciones y

juicios. Esta explicación no puede descartarse a priori sin un análisis a fondo de otras notas no vinculadas al Mercosur producidas por los medios en cuestión, lo que no es objeto de esta tesis; no obstante, me inclino por una explicación alternativa que tiene más que ver con el contenido de las notas en cuestión, y en particular, con el carácter polémico de los hechos abordados. El carácter polémico de los hechos es un factor de noticiabilidad (Martini, 2000), pero según surge de esta tesis, también podría considerarse un aliciente para la introducción de marcas de subjetividad en las notas.

En 1991, todos los gobiernos de la región compartían a grandes rasgos una visión ideológica neoliberal y un propósito en común: echar a andar un nuevo mecanismo de integración regional. En ese marco, si bien hay una apreciación negativa en La República sobre una imprevisión en el Tratado de Asunción, o una apreciación negativa en ese mismo diario sobre la composición diversa de la izquierda, la única evaluación que refiere específicamente al Mercosur es positiva: “El Mercosur crece en importancia” (La República, 12/12/1991).

En 1995, el Mercosur todavía estaba dando sus primeros pasos, y no se registraban episodios de conflictividad entre los gobiernos de la región. Ese año, hay apreciaciones en La República sobre la molestia de Argentina y Brasil por la regulación laxa de Uruguay en materia financiera, y sobre la necesidad de mantener el equilibrio en la política exterior uruguaya, pero nuevamente, no hay apreciaciones negativas sobre el Mercosur.

El País no realiza evaluaciones en 1991 y 1995. En el año 2002, la única evaluación que realiza consiste en un juicio positivo sobre la necesidad de darle vigor al Mercosur. En 2002, pleno año de crisis económica para Uruguay y un año después del epicentro de la crisis argentina, los países de los dos márgenes del Río de la Plata estaban abocados a la resolución de sus situaciones internas, y esto se reflejó en la poca importancia asignada al Mercosur, como se observó en el

capítulo anterior de esta tesis. Luiz Inácio Lula da Silva acababa de asumir su primer mandato en Brasil y enviaba señales de unión a sus pares regionales.

En 2008 se observa un aumento considerable en la cantidad de evaluaciones en las notas de prensa seleccionadas. El Mercosur ya tenía otras connotaciones para Uruguay. Se cargaban las tintas en su incapacidad para resolver el conflicto entre Argentina y Uruguay por la planta de celulosa de UPM en Fray Bentos, y las relaciones entre estos dos países no marchaban bien, lo que se vio reflejado en la disputa personal entre el presidente Tabaré Vázquez y el presidente argentino Néstor Kirchner, que incluso llevó a que el primero vetara al segundo para ocupar la secretaría general de la Unión de Naciones Suramericanas. Además, ese año no pudieron concretarse dos proyectos estratégicos para la integración económica como la eliminación del doble cobro del arancel externo común y la aprobación del Código Aduanero, luego de años de negociaciones.

Todos estos factores llevaron a la prensa a hablar de “dificultades para avanzar en integración” (La República, 6/12/2008), de “fracaso del Mercosur” (La República, 16/12), de “pocas expectativas en cumbre (presidencial del Mercosur)” (La República, 16/12), del Mercosur como “una región que espera la crisis” (El País, 16/12), de un Mercosur que “sigue trabado” (El País, 17/12), de medidas proteccionistas de Argentina que “pueden afectar a Uruguay” y constituyen un “peligro” (El País, 28/12), entre otras valoraciones. No se notan diferencias entre los dos diarios analizados en materia de formulación de evaluaciones negativas sobre el Mercosur.

El año 2016 tiene características distintas a 2008, pero comparte la veta polémica. En este caso, en el epicentro del debate está la situación de la suspensión de Venezuela del bloque regional. Argentina, Brasil y Paraguay, ya sin gobiernos “progresistas” al mando, impulsaron la suspensión por entender que Venezuela no internalizó la normativa del Mercosur. Finalmente la suspensión

se concretó, y en estos debates Uruguay procuró en un principio mantener una posición equidistante, que luego decantó hacia un alineamiento más claro con Argentina, Brasil y Paraguay.

Ese año, La República sólo realiza un par de evaluaciones: un juicio social negativo sobre la canciller venezolana Delcy Rodríguez y una apreciación negativa sobre las consecuencias que tendría la suspensión de Venezuela. En cambio, El País registra ese año su mayor número de evaluaciones. Las evaluaciones negativas sobre el Mercosur como bloque regional son numerosas, pero son superadas por las evaluaciones negativas sobre el resto de los países del Mercosur, y en particular, sobre Venezuela. El País considera que “la relación entre los gobiernos de Venezuela y Brasil no podría ser peor” (1/12), que la voluntad de todos los países menos de Uruguay es “quitar del medio a Venezuela, con cuyo gobierno tienen pésima relación (El País, 3/12), que “la diplomacia guaraní se está tomando venganza de la expulsión de Paraguay en 2012” (El País, 3/12), que “la canciller venezolana Delcy Rodríguez mostró su furia con la sanción del bloque” (El País, 3/12), entre otras valoraciones. En cambio, resalta el papel mediador de Uruguay, por ejemplo a partir de las siguientes evaluaciones: “Uruguay marcó un matiz importante respecto a la posición de Argentina y Brasil” (El País, 3/12); “Vázquez le envía señales conciliadoras a Venezuela” (El País, 5/12), “Uruguay tiene un matiz respecto a la postura inflexible de Argentina, Brasil y Paraguay con respecto al gobierno chavista” (El País, 6/12).

Sostengo que el carácter polémico de la agenda del Mercosur, o al menos de su agenda más visible -pautada por las declaraciones de las autoridades de los distintos países-, determinó mayores expresiones de subjetividad en la prensa en los años 2008 y 2016 que en etapas anteriores.

4.1 Diferencias en función de la línea editorial

Las variaciones en el tratamiento informativo en función de la línea editorial de los diarios analizados son menores; en las definiciones centrales a objetos de esta tesis, no se observan diferencias sustanciales entre los dos periódicos, como se fundamentará más adelante. En cambio, sí hay, por ejemplo, posiciones editoriales de los diarios en materia de política económica que marcan las representaciones del Mercosur. La representación de Argentina como un país proteccionista en términos económicos se utiliza para diferenciar y separar a ese país de Uruguay. En la nota de El País del 16/12/08, donde se informa sobre la cumbre del Mercosur que se realizaría al día siguiente, hay una connotación negativa asignada al término proteccionismo, lo que revela a su vez una determinada concepción de política económica, afín con la línea editorial del diario (liberal desde el punto de vista económico, pro libre mercado y pro economía abierta). La misma concepción de política económica se constata en una nota de El País del 6/12/2002, encabezada por el titular “La región podrá crecer asociada a grandes mercados”. Allí se recogen declaraciones del entonces presidente Jorge Batlle en las que “llamó los socios del Mercosur a salir juntos hacia el mundo” y a abrir los mercados.

Esta concepción sobre la conveniencia de “abrirse al mundo” y de asociarse a los “grandes mercados” no aparece con la misma fuerza en La República, que en cambio titula ese mismo año, el 3/12/2002: “Lula llamó desde Bs As a la unión del Mercosur para defenderse de los poderosos”. Aquí los grandes mercados parecen suponer más bien una amenaza y no una oportunidad para el Mercosur. Si bien el énfasis en una u otra concepción está dado por los diferentes orígenes ideológicos de las fuentes que emiten las declaraciones (Jorge Batlle y Lula

da Silva en el caso de los ejemplos citados), también el medio escoge qué fuentes utiliza y qué declaraciones de esas fuentes consigna en sus notas.

Michel Foucault distinguía tres sistemas de exclusión que afectan al discurso: la palabra prohibida, la separación de la locura y la voluntad de verdad o de saber. En especial, la pretensión de verdad o de saber es un mecanismo que oculta otras verdades, silencia otros discursos: “Así no aparece ante nuestros ojos más que una verdad que sería riqueza, fecundidad, fuerza suave e insidiosamente universal. E ignoramos por el contrario la voluntad de verdad, como prodigiosa maquinaria destinada a excluir...” (Foucault, 1970:24). Esta voluntad de verdad inherente a los discursos se asienta en una base institucional y se construye y refuerza a través de prácticas que determinan cómo debe ser valorado, distribuido y atribuido el saber.

En particular, en el caso del periodismo, y como ya se mencionó en otro capítulo de esta tesis, su tono pretendidamente objetivo oculta al enunciador. Por lo tanto, deja en sombras esa voluntad de verdad que se atribuye al enunciador pero que es en realidad propiedad del discurso mismo. Lozano advierte que "el no marcar una actitud respecto a lo que se enuncia es ya una actitud atribuible al sujeto enunciador y, por tanto, por más que éste no se manifieste explícitamente, sus enunciados lo revelan y él resulta de hecho construido por su propio texto" (1989:105).

Por ejemplo, en el caso de las citas textuales, instrumento muy utilizado por el periodismo, las palabras se sacan del contexto lingüístico y extralingüístico en el que se emitieron y se introducen en un nuevo contexto. Esto "las hace entrar en una nueva 'relación dialógica' con las palabras colindantes y adquirir por tanto nuevas significaciones", apunta Lozano (1989:149), quien advierte a su vez que a menudo se utilizan las palabras de otro "para, a través de ellas, y sin dejar de mostrar que son de otro, expresarse uno mismo". “Los reporteros pueden quitar del relato sus propias opiniones consiguiendo que otros digan lo que ellos mismos piensan”, indica Tuchman

(1983:108). Siguiendo esta orientación teórica, la elección de las fuentes y de las declaraciones que esas fuentes da pautas sobre la orientación editorial del diario, como se mencionó en el caso del “proteccionismo” de Argentina.

Otra diferencia en el tratamiento en función de la línea editorial la constituyen las representaciones sobre el Mercosur que tuvo La República en sus comienzos, en 1991, alineada con la posición mayoritaria de “apoyo crítico” a la ratificación del Tratado de Asunción que expresaron los legisladores del Frente Amplio, si bien hubo también parlamentarios del FA que votaron en contra (Helios Sarthou, Hugo Cores, Sergio Previtali).

Véase por ejemplo el enfoque de la información que hace esta nota de La República del 19/12/91:

COLGADO: “Alertamos sobre la peligrosa subordinación en términos de soberanía política que implica el Mercosur con respecto a la iniciativa Bush”

TITULAR: Izquierdas del Mercosur denunciaron coordinación de políticas represivas

BAJADA: Participantes del encuentro de Bs As dicen recoger el legado de Artigas, San Martín, Perón y el Che Guevara, entre otros”.

Es interesante advertir que en este caso el origen común está marcado por el “legado” de los héroes patrios de cada país -que la izquierda debería retomar- y de dirigentes históricos de la izquierda como Ernesto Che Guevara. Las representaciones de los héroes patrios son en general de signo ideológico ambiguo; esto hace que sus consignas y su imagen sean utilizadas por partidos de derecha, centro e izquierda indistintamente. El caso de José Artigas en Uruguay no es una excepción; algunas de las acciones y medidas adoptadas por el “prócer” fueron tomadas y reivindicadas por el Frente Amplio. La más clara: el reglamento de tierras en 1815, en el que

Artigas propuso que “los más infelices” fueran “los más privilegiados”, con muchos puntos de semejanza con las propuestas de reforma agraria que se incorporaron a los primeros programas del Frente Amplio.

Otra leve diferencia en el tratamiento informativo que está en relación con la línea editorial de los diarios analizados se produce en el caso del proceso de ingreso de Venezuela al Mercosur –que se concretaría recién en 2012-, que genera definiciones de “nosotros” y “otros” en términos más ideológicos. Entonces, es “la derecha” la que “no quiere a Venezuela en el Mercosur” y es “la oposición” la que “se está preparando para obstaculizar en el Senado brasileño la aprobación del protocolo que permite el ingreso de Venezuela al Mercosur” (La República, 22/12/2008). Esto fue así mientras existía una sintonía política entre el gobierno venezolano comandado por Hugo Chávez y el gobierno del Frente Amplio. En cambio, en 2016, cuando Venezuela está en crisis económica y política y el gobierno uruguayo se empieza a distanciar de la administración de Nicolás Maduro, La República también toma distancia de Venezuela, por ejemplo realizando juicios negativos hacia sus gobernantes en sus notas informativas.

4.2 Los pies de foto como recurso editorial

Las fotografías que aparecen junto a las notas a menudo se inclinan por la protocolar “foto de familia” de los presidentes al término de una cumbre. Incluso en estos casos, se utilizan los pies de foto para inducir determinadas interpretaciones, en un uso claramente editorial de leyendas que habitualmente se limitan a describir lo que aparece en la imagen. En los manuales de estilo de algunos de los principales periódicos del mundo, se insta a un uso exclusivamente informativo del pie de foto. Dice por ejemplo el manual de estilo de El País de Madrid: “Los pies deben ser

puramente informativos e independientes del texto al que acompañan. No es necesario reiterar lo que resulta obvio en la imagen ('Butragueño golpea el balón'), pero sí explicar detalles relativos a la foto ('Butragueño, durante el último partido contra el Milan en el estadio de San Siro').

Esta reiteración de lo "obvio", con el claro objetivo de enfatizar una situación, está presente por ejemplo en una nota de El País del 17/12/08. Allí se incluye la tradicional foto de familia y al pie se alerta: "Vázquez y Cristina a distancia". En el contexto en el que se escribió la nota, se entendían perfectamente las razones de esa distancia. Entre 2006 y 2010 Uruguay y Argentina estuvieron enfrentados por la instalación de la planta de celulosa de la empresa finlandesa Botnia —que luego pasó a llamarse UPM- en Fray Bentos, a orillas del río Uruguay, frontera entre ambos países. Incluso luego de que la Corte Internacional de Justicia de La Haya falló sobre el tema y los dos países acordaron un monitoreo conjunto, subsistieron durante años las divergencias en torno a cómo interpretar los resultados del monitoreo, que impidieron la difusión de un informe medioambiental binacional sobre el impacto de la planta hasta la asunción de Mauricio Macri como presidente de Argentina.

El pie de foto "Vázquez y Cristina a distancia" cumple una función más bien iterativa, de refuerzo de la imagen. Pero también están los casos opuestos: cuando el pie de foto entra en contradicción con la imagen y de esa contradicción se pretende imprimir un sentido determinado a la información. Por ejemplo, en una nota de El País del 28/12/2008, se muestra a la presidenta argentina Cristina Fernández con una amplia sonrisa. Al pie, nuevamente se alerta: "Peligro. Medidas argentinas pueden afectar a Uruguay". Para reforzar la connotación negativa asociada a Argentina y a sus representantes (en este caso la presidenta), la sonrisa de Fernández puede interpretarse a partir de la lectura del pie de foto como una especie de burla.

Otras veces se inclinan por fotografías más significativas, y cuando lo hacen, en general se refuerzan las representaciones del Mercosur como una región conflictiva y con dificultades para llegar a acuerdos. Por ejemplo, una nota de El País del 17/12/08, muestra a los presidentes de Brasil y de Uruguay en ese momento, Luiz Inácio Lula da Silva y Tabaré Vázquez, enfrentados y con gestos adustos, al tiempo que Lula levanta su dedo índice en señal de advertencia.

4.3 Un presente de fracasos, sin futuro posible

Una vez realizado el análisis en términos de evaluación de las notas, con atención a las diferencias en cada una de las etapas analizadas y para cada diario, ingreso a considerar los elementos vinculados a la identidad.

Como se detalló en el capítulo teórico-metodológico, algunos elementos que componen la identidad son el sentimiento de pertenencia a un colectivo, la percepción de un “porvenir deseado” y una memoria común sobre el pasado. ¿Qué indicios de estas variables podemos hallar en las notas analizadas?

Hay un caso particular de definiciones que Umberto Eco califica como "ideológicas". Como se mencionó en otro pasaje de esta tesis, se trata de "definiciones incompletas que ponen a prueba la unidad cultural o un complejo de unidades culturales bajo uno de sus posibles aspectos" (Eco, 1989:119). Este tipo de definiciones ideológicas son comunes al momento de designar al Mercosur. Se utilizan definiciones como sinónimos, y entonces se asocian ciertas características con el Mercosur; una de las más sobresalientes parece ser la pasividad. El Mercosur es a veces “una región que espera la crisis” (El País, 16/12/08) o “una región dominada por bloques menores y fuertes proteccionismos” (El País, 16/12/08). La pasividad connota a su vez falta de

fuerza, incapacidad de hacer cosas por sí mismo según la definición de la Real Academia Española.

Además, en el caso del Mercosur hay una especie de imposibilidad de proyectar un futuro en común ya que, en particular en el año 2008, se construyen representaciones del Mercosur como una región sin futuro posible. Esto es así a partir de las imágenes que se elaboran sobre el presente, que en su mayoría dan cuenta de un estado de indefinición y enfatizan sobre los obstáculos que hacen prácticamente imposible el avance del bloque. Para llegar a estas conclusiones, los periodistas relatan presuntos fracasos de cumbres presidenciales o reuniones ministeriales.

Las palabras “fracaso” y “trabas” son las que más aparecen en los titulares de las notas que refieren a las cumbres presidenciales. Incluso a veces aparecen afirmaciones sueltas, sin hacer referencia a ninguna información concreta, como es el caso del titular de La República del 16/12/2008, que simplemente enuncia: “Fracaso del Mercosur”. Otras notas se atienen a ciertos hechos para llegar a la misma conclusión: “Cumbre sin acuerdos. No habrá arancel externo común y libre circulación de mercaderías dentro del bloque”, tituló la República el 17/12/2008, como si las dos medidas mencionadas fueran los únicos acuerdos a los que debían arriba los presidentes, y como si no hubiera habido otros acuerdos en la misma cumbre. Esta percepción no parece ser reciente; ya en 1991, por ejemplo, La República hablaba de un “creciente desinterés por el Mercosur y su incidencia en la vida cotidiana” (12/12/1991).

Incluso se especula con los fracasos antes de que se produzcan. “No se esperan grandes definiciones” es el título de una nota de El País del 16/12/2008, día en que se realizaría la cumbre de presidentes del Mercosur. Las especulaciones alcanzan también a los titulares: “Vázquez y Cristina disimulan enojos” es el título de una nota del mismo diario al día siguiente. “Pocas

expectativas en cumbre” titula La República del 16/12/2008. “Ingreso de Venezuela trancado y elección de parlamentarios del Mercosur no promete mejores horizontes”, señala La República el 24/12/2008.

En ocasiones no figuran explícitamente las fuentes de las notas, y no se relata ningún hecho concreto, por lo cual la noticia, si bien tiene formato de información, se asemeja más a una especulación u opinión del periodista. Véase este ejemplo, en el comienzo de una nota que hace referencia a la preocupación del gobierno uruguayo por la decisión de Argentina de ampliar el mecanismo de licencias de importación:

“Gobierno atento a medidas de proteccionismo en el Mercosur (titular)

De afectar al país se irá a tribunales de controversias (bajada)

(Cuerpo:)

El gobierno sigue con atención la introducción de nuevas barreras al ingreso de productos en mercados regionales por la crisis, que pueden llegar a afectar las exportaciones uruguayas. Ante ello, no se descarta la posibilidad de recurrir a mecanismos de solución de controversias”.

En la nota no se menciona la fuente de la información (¿son fuentes de presidencia, son ministros, son funcionarios de cancillería?) . Tampoco hay hechos concretos (la “atención” del gobierno no parecería a priori un elemento que justifique redactar una nota informativa, podría decirse incluso que es una actitud normal de un gobierno ante una situación que puede eventualmente afectarlo) ni hay datos concretos (¿en qué medida pueden verse afectadas las exportaciones? ¿Según qué fuente?).

A las denotaciones y connotaciones asociadas con el fracaso en las notas analizadas se le suma el hecho de que estos fracasos se representan como reiterados, sin solución de continuidad. Esto es reforzado a través de adjetivos que califican las instancias: “nuevo fracaso en otra cumbre” es el titular de una nota de El País del 17/12/08. Cuando se habla de acuerdos, se anexa un adjetivo que los minimice: “Acuerdos menores”, por ejemplo (El País, 17/12/08).

En 2016 ya ni siquiera se especula sobre la agenda del Mercosur a futuro, porque la suspensión de Venezuela prácticamente monopoliza la cobertura informativa, como se señaló en el capítulo anterior de esta tesis.

Hay algunas excepciones a esta constatación general realizada en base a los artículos analizados: en las notas del diario La República que refieren a la sociedad civil como actor principal de la información, los términos con connotación de conflicto y fracaso se sustituyen por la figura del consenso como eje que atraviesa el discurso sobre el Mercosur. Así, se habla de encuentros –en referencia a la cumbre social del Mercosur- donde “la tónica fundamental será el diálogo” y donde “se espera intercambio de visiones, inquietudes, perspectivas y análisis sobre el devenir de la integración” (La República, 15/12/08). Aquí el Mercosur no aparece en el rol pasivo atribuido por El País; por el contrario, “la crisis financiera internacional señala al Mercosur como la alternativa posible y más eficaz para afrontar los efectos de la debacle” (La República, 15/12/08). Las connotaciones positivas asociadas con el Mercosur en las notas de La República sólo se encuentran en las noticias que tienen como protagonista a la sociedad civil, y en las primeras etapas analizadas. En cambio, cuando los protagonistas son los gobiernos o los presidentes, aparecen al igual que en El País las connotaciones de conflicto y de dificultad en la relación de Uruguay con el resto de los países del Mercosur. Así, se concluye que hay “dificultades para avanzar en la integración” porque Argentina “insiste con el aumento del Arancel Externo Común”

(La República, 6/12/2008). En La República del 14/12/08 se señala, por ejemplo, que el entonces presidente uruguayo Tabaré Vázquez le expresará a su par brasileño Luiz Inacio Lula da Silva su “preocupación” por el “veto” de Argentina a la conexión eléctrica. Con el término “veto” se refiere a algunas demoras que tuvo la cancillería argentina para aprobar un proyecto de interconexión eléctrica entre Brasil y Uruguay del Fondo de Convergencia Estructural del Mercosur (Focem), que beneficiaba sobre todo a Uruguay. Las demoras ya se interpretan como un “veto” por parte del periodista, si bien finalmente se terminaron liberando esos fondos.

4.4 Los otros internos

La identificación de un “otro” en función del cual se construye la identidad es central. Las identidades se construyen por oposición a una alteridad externa y en función de una alteridad interna (Augé, 1994). La definición de una identidad es una operación que “engendra y segrega un distinto, un ajeno, un extraño, al que hay que asignarle un estatuto y una función” (Viñar, 1992). Las identidades se construyen en un espacio relacional, espacio “surcado por el poder en su carácter también relacional” (Guigou, 2000).

Alabarces señala que “la comunidad nacional no puede ser imaginada sin imaginar a su vez comunidades extranjeras que conviertan a la propia en única”. “No puede haber un nosotros sin un ellos. En este punto los juicios estereotipados entran en juego: el nosotros constituye un estándar, mientras que los otros funcionan como desviación del mismo” (Alabarces, 2001).

En las notas de prensa analizadas, se constata que la construcción de alteridad se realiza dentro de la propia región. En primer lugar, por lo que queda de manifiesto en los gráficos anteriores: las valoraciones negativas sobre el Mercosur y sobre el resto de los países del Mercosur (excluyendo

a Uruguay) son ampliamente mayoritarias, y en cambio, la mayoría de los juicios y apreciaciones positivos son sobre Uruguay y sus gobernantes.

En una de las definiciones utilizadas por El País para referirse al Mercosur –“una región dominada por bloques menores y fuertes proteccionismos”- parece haber un “nosotros” que se opone a un “otros” interno a la región, que la domina y que es “fuertemente proteccionista”. Haciendo un análisis de la coyuntura política de 2008, puede afirmarse que ese “otros” se identifica, sin necesidad de mencionar el nombre del país, con Argentina. Luego de la crisis económica internacional desencadenada en 2008, Argentina fue el país que más aplicó medidas proteccionistas luego de Rusia, según el monitor de Global Trade Alert (www.globaltradealert.org). Las restricciones pasaron por medidas parancelarias, de control aduanero, y medidas cambiarias, entre otras. Las disposiciones proteccionistas dispuestas por el gobierno argentino han sido objeto de debate no sólo en encuentros bilaterales presidenciales y ministeriales, sino también en el ámbito del Mercosur, en las reuniones del Consejo Mercado Común y en las cumbres presidenciales.

Argentina –o más precisamente, Buenos Aires- es, a su vez, el gran “otro” en la construcción identitaria del Uruguay. En términos históricos, esto se explica en parte por las semejanzas entre Montevideo y Buenos Aires, con perfiles similares en términos poblacionales a raíz del origen de sus inmigrantes, y circunstancias históricas como la lucha de puertos y el proceso independentista. “El ‘otro’ de Uruguay siempre fue Buenos Aires. ¿De quién uno tiene que diferenciarse? De aquél que más se nos parece”, señala el historiador uruguayo Gerardo Caetano, especialista en temas de integración regional ³¹. En las notas de prensa, ese “otro” “nos”

³¹ En entrevista con el periódico uruguayo La Diaria, 7/9/2012.

“domina” y se refuerza la impotencia como característica asignada a la representación del “nosotros”.

En El País, el “otro” nunca es externo a la región, siempre es interno, y (casi) siempre es Argentina. El “nosotros” es Uruguay y en particular el poder político constituido, “el gobierno”, “el presidente”. Lo mismo sucede en La República, pese a que son diarios con posiciones editoriales disímiles. El “otro” es fundamentalmente Argentina, y a menudo Brasil aparece como aliado de Uruguay. En una nota referente al proceso de aprobación por parte del Fondo de Convergencia Estructural del Mercosur (Focem) de un proyecto de interconexión energética entre Uruguay y Brasil, que beneficiaba fundamentalmente al primero, La República del 27/12/2008 señala: “Ante la postura negativa del gobierno argentino, Vázquez entabló una reunión bilateral con Lula da Silva en Bahía, para plantear su preocupación y tratar de aceitar la relación con Argentina”. Se indica que, mientras la relación entre Uruguay y Brasil “está pasando por su mejor momento”, Argentina “está utilizando una coyuntura en la que las relaciones bilaterales con Uruguay no son las mejores para trabar la habilitación de los recursos del Focem”.

No obstante, en ocasiones también se incluye a Brasil como el “otro” que toma acciones que perjudican a Uruguay: “Desde la cancillería (uruguaya) se remarcó el intento de Brasil de incorporar, a través del mecanismo aduanero, la situación de Manaus, lo que significa una perforación del acuerdo (fundacional del Mercosur), y la propuesta argentina de incluir las detracciones al cobro del Arancel Aduanero, con lo que Uruguay está en desacuerdo” (La República, 6/12/08).

En la cobertura de 2016, sin embargo, hay un notorio cambio respecto a la situación descrita anteriormente. Venezuela pasa a ser el “otro” por excelencia, y las características del Mercosur, y en particular de Uruguay, pasan a construirse en oposición a Venezuela. Los gobernantes

venezolanos, y por extensión todo el país, se caracterizan como irracionales, polémicos y confrontativos. Se dice por ejemplo que la canciller venezolana Delcy Rodríguez “mostró su furia” (El País, 3/12/2016), y que quiso ingresar a una reunión del Mercosur pese a que “no estaba invitada” (El País, 15/12/2016). En cambio, se presenta la posición del gobierno uruguayo en esta discusión como racional, calma, dialoguista y equidistante. El “otro” Venezuela tiene también sus “otros” internos en Uruguay, en este caso para el diario El País: el PIT-CNT y algunos sectores del Frente Amplio se presentan como “aliados” del gobierno venezolano y enfrentados al resto del Uruguay y al resto del Mercosur, y esta construcción se realiza en un lenguaje bélico: por ejemplo, se habla de la “contraofensiva” de Venezuela, y se sostiene que Paraguay quiere “tomar venganza”.

Por otra parte, hay un aspecto del tratamiento de la información que refuerza la construcción de un “nosotros” nacional y la representación del resto de los países de la región como “otros”, y es el hecho de que las fuentes utilizadas por los periodistas para tratar temas del Mercosur son casi exclusivamente nacionales: el presidente uruguayo, los ministros uruguayos, los jefes de gobierno uruguayos en general, o, en menor medida, las organizaciones de la sociedad civil uruguaya³². Esto coincide con el estudio de caso del discurso de los periodistas del diario El País, que se presenta en otro capítulo.

La utilización casi exclusiva de fuentes nacionales contribuye a generar representaciones fuertemente ancladas en los intereses nacionales, o más precisamente –dada la apelación casi exclusiva también a fuentes gubernamentales–, en los intereses del gobierno de turno. Coincide con la absorción casi completa de “la política” por “los políticos”, una de las conclusiones que se

³² La única excepción a esta constatación en los artículos analizados fue una nota de La República en la que se citaba como fuente a un diplomático brasileño (La República, 15/12/08).

incluyen en el capítulo 3. Hay una constante apelación a “los intereses de Uruguay”, que prácticamente en todas las notas analizadas entran en contradicción con las acciones que toman el resto de los países del Mercosur o con la situación general en el Mercosur. “Desde el gobierno uruguayo existe poco optimismo acerca de que este encuentro (en referencia a una cumbre presidencial) arroje un resultado positivo para los intereses de Uruguay”, señala La República el 16/12/2008.

La relación predominante entre los países del Mercosur, como actores de la información, es de conflicto. Los actores, fundamentalmente los representantes gubernamentales de los países del Mercosur, aparecen enfrentados. El enfrentamiento es la mayoría de las veces entre Uruguay y Argentina, en ocasiones entre Uruguay y Brasil, y en 2016 entre Venezuela y el resto de los países del Mercosur.

Adicionalmente, la relación de Uruguay con el Mercosur se representa en permanente oposición. La voluntad de sus gobernantes se representa como frustrada, se enfatizan los presuntos perjuicios para Uruguay de las acciones de los restantes países del Mercosur, se remarca la imposibilidad de llegar a acuerdos y los permanentes obstáculos para alcanzar los objetivos que tiene el país según los diarios analizados. En 2016, se presenta la posición del gobierno uruguayo como una posición incómoda, en cierto sentido de víctima de un enfrentamiento al interior del Mercosur.

4.5 El mito de la excepcionalidad uruguaya

Distintos autores han esbozado los mitos sobre los cuales se ha construido la identidad nacional de Uruguay. Mitos entendidos como “construcciones narrativas que congregan un cúmulo de

significaciones relacionadas” que apuntan a generar “ciertos efectos y dar cuenta de ciertas interpretaciones de hechos o acontecimientos del pasado o del presente” (Porzecanski, 1992:49). Por ejemplo, el mito de la cultura ciudadana, aquel perteneciente al imaginario del Uruguay Feliz (el que prevaleció desde principios hasta mediados del siglo XX) que alude a la cultura universalista, liberal y racionalista, al orgullo del nivel educativo alto para la región (Rial & Perelli, 1986). Con el fin de la última dictadura cívico militar (1973-1985), se evoca la nostalgia por el país mítico definitivamente perdido. A partir de allí, la conquista democrática será el mito homogeneizador más fuerte (Piazza, 2001), atravesando diferencias generacionales y posiciones sociales.

Al mismo tiempo, la construcción simbólica de la identidad nacional estuvo y está marcada por la incesante búsqueda de imágenes inclusivas para conciliar la pluralidad (González Laurino, 2001:93). María Graciela Rodríguez señala que las representaciones “implican una síntesis (ideológica, en sentido amplio) que requiere ‘aplanar’ las diferencias” (Rodríguez & Alabarces, 2008). La representación del “uruguayo tipo” es habitualmente la representación del varón montevideano de origen europeo, excluyendo a la mujer, a los habitantes del interior y a las minorías étnicas.

Por otra parte, hay ciertas características que se asocian con el “uruguayo tipo”, como la mesura, la medianía, el afán amortiguador³³, y todo aquel que se salga de ese patrón de conducta esperado se convierte casi automáticamente en un “otro” interno, pues su conducta se asocia con características identitarias foráneas (por ejemplo, el exhibicionismo argentino, la alegría brasileña o el ímpetu caribeño).

³³ Tan bien explicado en términos históricos en “El impulso y su freno” de Carlos Real de Azúa (1964).

En las notas de prensa analizadas, las representaciones de la nacionalidad se construyen en oposición a un otro, fundamentalmente Argentina, ocasionalmente Brasil y en 2016 Venezuela, frente a los cuales Uruguay es representado como país excepcional, como comunidad homogénea y sin grandes contrastes. Hay una insistencia en marcar la “excepcionalidad” de Uruguay en el contexto regional y dentro del Mercosur en particular que condice con lo que se señala respecto al “mito de la excepcionalidad uruguaya”.

En una nota de La República del 26/12/1995 se habla de “el principismo y el pragmatismo como pilares de la política exterior uruguaya” y “la posición de Uruguay en respaldo del realismo y la seguridad jurídica”. Nuevamente aquí el “otro” es Argentina, a la que se identifica con la inseguridad jurídica, la inestabilidad y las “reglas de juego poco claras”. En una nota de La República del 11/12/08, Uruguay es representado como “la puerta de entrada de México al Mercosur”. Esto se fundamenta en función de las “ventajas comparativas” de Uruguay –aunque no se aclara a qué se hace referencia con ese término, como si fuera un presupuesto que no es necesario demostrar-. Recién sobre el final de la nota se enumeran esas ventajas a juicio del periodista: “eficiencia de nuestro puerto, reglas claras y baja corrupción”.

Nótese en este caso que no se trata de un editorial; no obstante, hay una clara marca del enunciador que es la primera persona del plural (“nuestro puerto”). Lozano, Peña Marín y Abril (1989:119) advierten que en los editoriales periodísticos –y es perfectamente extensible a las notas informativas- muchas veces se utiliza en lugar de la primera persona, que hace patente el lugar del enunciador, una “instancia garante del discurso: la “realidad evidente”, el saber, la ciencia..., que toman a su cargo las modalidades argumentativas (o bien una necesidad, un deber que se imponen al sujeto)”. En el caso de la nota analizada, la “realidad evidente” son las “ventajas comparativas” de Uruguay, un hecho que no necesita ser explicado.

Para dar cuenta de las representaciones de la nacionalidad y de los países del Mercosur, y de cómo se define la “otredad”, resulta necesario analizar el uso de los posesivos. La Real Academia Española define a los posesivos como los determinantes y adjetivos que expresan posesión o pertenencia. En términos semánticos, los posesivos refieren al poseedor o dueño, al agente de una acción, o al objeto representado. En este caso en particular se analizará cuántas veces aparecen en las notas analizadas y a qué refieren los posesivos pronominales de primera persona del plural, de número morfológico singular y plural (nuestro, nuestros). En primer lugar, cabe señalar que no es frecuente el uso de la primera persona en las notas informativas, ni siquiera en aquellas con indicadores de evaluación, y por tanto se encontraron pocos casos de análisis. En el cuadro siguiente se indica a qué países hacen referencia los posesivos hallados y el número de veces en que fueron utilizados.

Cuadro 33. Uso de posesivos en primera persona

	Uruguay	Uruguay y países extra-Mercosur	Uruguay, Brasil, Paraguay, Argentina (el Mercosur aparece como el “otro”)
Singular (nuestro)	7		
Plural (nuestros)		4	1

Del cuadro anterior se desprende que el uso del posesivo de primera persona del singular refiere exclusivamente a Uruguay. No hay, por ejemplo, menciones a “nuestra región”, o a “nuestro objetivo como Mercosur”, o a “nuestra capacidad como región”, por utilizar algunas

formulaciones hipotéticas. En el caso de la primera persona de número morfológico plural (nuestros), el plural implica necesariamente la introducción de al menos un tercer país para justificar ese número morfológico. En la mayoría de los casos hallados, ese tercer país es de fuera de la región.

Por ejemplo, en la nota analizada que hacía referencia a Uruguay como “puerta de entrada al Mercosur” de México, se utiliza el posesivo en “nuestros países” para referirse a Uruguay y a México, como si Uruguay fuera más pasible de identificarse con un país externo al Mercosur que con los propios integrantes del bloque. Esto se refuerza con el uso de los términos “aztecas” y “charrúas” para referirse a ambos países, apelando a un origen -relativamente- común.

Se halló sólo un caso donde los terceros países corresponden a los países del Mercosur, pero curiosamente, en ese caso, y a partir del análisis semántico de la unidad discursiva, se concluye que el Mercosur es el “otro” que de alguna manera se opone a ciertas características de los cuatro países que lo integran. Específicamente, en esta nota del diario La República de 1991 se entiende que el Mercosur como acuerdo comercial va en contra de un supuesto origen común de los países integrantes (indígena, luego independentista) y hasta de ciertos presupuestos ideológicos que serían compartidos por estos países (por ejemplo, la defensa de la soberanía nacional frente a las potencias extranjeras y la defensa del “pueblo” frente al “mercado”).

La “eficacia”, las “reglas claras”, la “baja corrupción”, “el principismo”, el “pragmatismo”, el “realismo” y la “seguridad jurídica” se mencionan como características de Uruguay como nación. Como se señaló, el “otro” es fundamentalmente Argentina, a la que se identifica con la inseguridad jurídica, la inestabilidad y las “reglas de juego poco claras”. También con la conflictividad. En 2016, el “otro” es Venezuela, un otro “polémico”, “áspero”, “furioso”.

En las representaciones de “nosotros” y los “otros” en las notas analizadas no incide decisivamente la línea editorial del diario. Tanto para El País como para La República, el “otro” sigue siendo Argentina, eventualmente Brasil y en 2016 Venezuela, y hay una fuerte apelación a la nacionalidad más allá de la línea política del gobierno de turno.

Stuart Hall (2005:84) señala que la ideología es una función del discurso y de la lógica de los procesos sociales, más que una intención del agente. Cuando un locutor radial vincula como si se tratara de un fenómeno inevitable la suba de la inflación con la demanda por mayores salarios, es un agente que sirve como soporte “para la reproducción del campo discursivo de la ideología dominante”. Se podría decir que, en términos ideológicos, no hay mayores diferencias entre los dos diarios analizados en este punto: ambos contribuyen a reforzar las representaciones de los uruguayos como “excepcionales” en la región y distintos (mejores) que los argentinos, los brasileños y los venezolanos (no menciono Paraguay porque ni siquiera llega a la categoría de “otro”, ya que no hay prácticamente referencias particulares a ese país en las notas analizadas). Pese a que editorialmente se proclaman antagónicos, los dos diarios contribuyen en general al mantenimiento de la ideología dominante y del statu quo.

Retomando los atributos de los cuales se compone la identidad, podemos concluir que las fronteras que distinguen al “nosotros” del “otros” no se trazan entre el Mercosur y los países extra Mercosur, sino que se trazan entre los propios países del Mercosur, fundamentalmente entre Uruguay (“nosotros”) y Argentina (el “otro” más claro que surge del análisis).

No hay un porvenir deseado, ni siquiera hay un porvenir.

La apelación a una memoria común que figura en dos de los casos analizados agrupa dentro de esa raíz común no a los países del Mercosur, sino a (algunas) izquierdas del Mercosur en un caso y a Uruguay y a México en el otro.

El “otro”, fundamentalmente Argentina y luego Venezuela, aparece como inestable y conflictivo. En contraposición, el “nosotros” es seguro, principista y pragmático a la vez, eficaz y claro. Con estas características tan nítidamente definidas, no es extraño que la confrontación y el conflicto, en su costado negativo, sean una constante en el abordaje informativo de las notas sobre el Mercosur de los diarios analizados.

La identidad nacional siempre fue construida en fuerte oposición a “los vecinos” del Cono Sur. En el caso de los textos analizados, resulta llamativo el hecho de que, pese a la coyuntura histórica de 2008 –año de gobiernos “progresistas” en la región, con un marcado discurso pro-integración y latinoamericanista- las representaciones del Mercosur que construyen y vehiculizan los diarios analizados siguen definiendo “otros” internos y los países del Mercosur no aparecen unificados en una región con características identitarias comunes, sino más bien como la suma de comunidades nacionales. Es que las representaciones sociales no son fruto de coyunturas sino de procesos históricos, y la visión coyuntural del poder político en 2008 no aparece como suficiente para torcer una acumulación histórica de décadas.

Capítulo 5

Seguir la línea: posiciones editoriales sobre el Mercosur

En este capítulo se analizan editoriales y columnas de opinión sobre el Mercosur que aparecieron en las páginas de los diarios El País y La República en los períodos analizados, en procura de identificar los mecanismos ideológicos utilizados en los mensajes. Se analizan las estrategias y los modos de operación de la ideología en las opiniones sobre el Mercosur, según los conceptos definidos por Thompson (1998) y Van Dijk (1996).

Antes de exponer los resultados del análisis, reitero dos precisiones que ya formulé en el capítulo teórico-metodológico. En primer lugar, para la selección de las editoriales y columnas de opinión que tuvieran como tópico central el Mercosur -en el concepto utilizado por Van Dijk, ya detallado- no utilicé el mismo criterio que en el caso de las notas informativas. En las notas informativas, el tópico de la nota está siempre en su titular, si este es de carácter informativo. No sucede lo mismo con las editoriales, que muchas veces tienen títulos figurativos. Por lo tanto, la determinación del tópico en estos casos requirió una lectura a fondo del artículo en cuestión, para determinar si este efectivamente tenía como tópico central el Mercosur.

La segunda precisión es que para el análisis consideré, por un lado, las editoriales, como formas de expresión de la opinión del medio. Y en segundo lugar, sólo ciertas columnas de opinión, aquellas que tienen un carácter fijo en el diario, ya sea a partir de un título que las identifica -por ejemplo, en La República hay una sección de opinión que se denomina “10 puntos para...”- ya sea porque se trata de una firma habitual en el diario -por ejemplo, el diario El País publicaba en

uno de los períodos analizados, todos los domingos, una columna de opinión del excanciller uruguayo Sergio Abreu-. Utilicé este criterio porque muchas veces los diarios analizados incorporan columnas de opinión ocasionales, de personas que habitualmente no escriben en el diario, y puede ser complejo emparentar estas opiniones con la opinión del medio.

Con estos criterios, en los cinco períodos analizados (1991, 1995, 2002, 2008 y 2016) sólo se hallaron ocho editoriales o columnas de opinión -en los términos definidos anteriormente- en los dos diarios utilizados, lo cual resulta a primera vista un dato llamativo. Si suponemos que un diario puede publicar al menos una nota de opinión sobre el Mercosur por día, y teniendo en cuenta los días que tiene el mes de diciembre, podemos concluir que El País decidió editorializar sobre el Mercosur en el 4% de sus ediciones en los períodos analizados, y que La República editorializó sobre el tema en el 1% de sus ediciones en los períodos analizados. Este dato nos lleva a concluir que el Mercosur es un tópico poco recurrente para los diarios analizados en las etapas estudiadas. Detallo las editoriales y columnas de opinión hallados por año y por medio en el siguiente cuadro:

Cuadro 34. Editoriales y columnas de opinión, por medio y por año.

Medio / Año	1991	1995	2002	2008	2016
El País	2	1	1	1	1
La República	0	2	0	0	0

Parece ser, por tanto, que el Mercosur no es un tema sobre el que se editorialice frecuentemente, a diferencia, por ejemplo, de la política partidaria, de la gestión del gobierno nacional, de la crisis económica o de la seguridad, para poner ejemplos de temas que sí aparecieron con mucho mayor frecuencia en las editoriales y columnas de opinión en los períodos analizados.

Cuando sí se editorializa o se opina sobre él, ambos diarios lo hacen en términos positivos, hasta el año 2002 inclusive.

La República sólo editorializa en el año 1995, y lo hace de manera positiva. En uno de sus artículos (La República, 18/12/1995, página 11), titulado “10 puntos al acuerdo firmado entre la Unión Europea y el Mercosur”, se destaca que este acuerdo marco de cooperación firmado en diciembre de 1995 “constituye sin ninguna duda un paso adelante en el involucramiento de la región con otras zonas o bloques comerciales del mundo”. Resalta que es de “inestimable valor comenzar a negociar (...) con un bloque económico de la importancia de la Unión Europea” y que el acuerdo “brinda certezas a los agentes económicos”.

En tanto, en una publicación al día siguiente (La República, 19/12/1995, página 11) en la misma subsección editorial, titulada “10 puntos a la reanudación de las negociaciones entre Chile y el Mercosur”, el tono es más neutro, y el artículo se limita a señalar la conveniencia de que Chile se sume al proyecto del Mercosur.

En términos similares a lo analizado en el caso de las notas informativas, el diario El País editorializa favorablemente sobre el Mercosur en los años 1991, 1995 y 2002, lo hace negativamente en 2008 y en forma favorable nuevamente en 2016. Un hecho que corresponde puntualizar, y que puede tener relación con esta postura del diario, es que en los primeros tres años analizados el gobierno nacional lo detentaba el Partido Nacional o el Partido Colorado, y en 2008 el gobierno nacional estaba a cargo del Frente Amplio, partido contra el cual el diario El País editorializa prácticamente todos los días. Este cambio de postura del diario respecto al Mercosur también puede responder simplemente al paso del tiempo, y a que las expectativas iniciales respecto a los alcances y logros del Mercosur se hayan frustrado, como parece surgir de

las entrevistas realizadas a los trabajadores de ese medio analizadas en el capítulo correspondiente. El caso del año 2016 se analizará más en detalle.

“El día 4 del Nuevo Uruguay”, titulaba El País su editorial del 2 de diciembre de 1991 (página 6). Aludía a la entrada en vigencia del Tratado de Asunción el 29 de noviembre de 1991; el medio considera tal la trascendencia de este acontecimiento que lo califica como el comienzo de un “Nuevo Uruguay”. Las mayúsculas en “nuevo” dan cuenta de que el calificativo no se utiliza solamente para adjetivar a Uruguay, sino que se quiere representar prácticamente un cambio de nombre del país, que pasaría de llamarse “Uruguay” a “Nuevo Uruguay”. La entrada en vigencia del Tratado de Asunción marca para el diario “el principio de un tiempo que puede conducir -tiene que conducir- a un mejor país para los empresarios, para los industriales, para los trabajadores, y para el país todo”. En otro pasaje el diario sentencia que “sin el Mercosur no tendríamos esperanza, que es lo peor que le puede pasar a los países y a los pueblos, y tendríamos que conformarnos con continuar como estuvimos y como estamos”, que el Mercosur “abre las puertas del Uruguay del futuro” y es una “hermosa aventura”. Afirma que el Mercosur permitirá “mejorar los salarios, eliminar el desempleo, asegurar las fuentes de trabajo y elevar el nivel de vida”.

En su editorial sobre el Mercosur del año 1995, El País destaca que el Mercosur es la “única realidad integracionista palpable y en crecimiento”, lo compara con la Unión Europea en sus inicios, y sostiene que es un factor de “reencuentro” entre los países y sus comunidades (El País, 19 de diciembre de 1995, página 6, editorial “Entre mitos y realidades”).

La editorial del mismo diario referida al tema en 2002 (El País, 4/12/2002, página 6) comienza con la frase “buenas noticias”. El editorial hace mención a un acuerdo para el libre tránsito y residencia dentro del Mercosur, y destaca que el “sistema de fronteras abiertas” que promueve el

acuerdo “comenzará a regir en términos similares -aunque no idénticos- a los que existen en la Unión Europea”. Resalta también que el acuerdo permitirá a “una legión de clandestinos oficializar su situación y dejar atrás el viejo temor a ser repatriado compulsivamente cuando su precaria condición era detectada por las autoridades”.

El acuerdo se carga en el editorial de connotaciones asociadas a la libertad y a la fraternidad entre los países. Se habla de “flamante apertura” que permitirá acabar con los “enojosos rigores” (en referencia a los trámites aduaneros). “Periodistas de la región ya han festejado la posibilidad que se abre de trasladarse sin papeleos y de trabajar o estudiar libremente en un país vecino”, destaca el editorial, sin dar detalles de qué periodistas festejaron ni en qué términos lo hicieron. Se resalta que el acuerdo es “el más importante que se ha suscrito” desde que nació el Mercosur y que se trata de “un nuevo impulso en el proceso de profundización del Mercosur”, asumiendo que el bloque está en un “proceso de profundización”. Se concluye que el acuerdo permitirá que “ciertas aspiraciones regionalistas pasen del papel a los hechos y cierta voluntad integradora salte definitivamente de los discursos a la realidad”.

El optimismo y los buenos augurios del diario El País desaparecen completamente en la columna de opinión y el editorial correspondientes a los años 2008 y 2016, respectivamente. En una columna de opinión firmada por excanciller del gobierno del Partido Nacional (1990-1995) Sergio Abreu, publicada el 21 de diciembre de 2008 en la página 15 del diario, el columnista cuestiona la eficiencia y los resultados de las cumbres presidenciales del Mercosur -afirma, por ejemplo, que son una “terapia de grupo”-. Sostiene que el Mercosur se encuentra inmerso en un proceso de “predominante escepticismo”, en una “penosa situación”, y que existe “una sensación de desgaste, no sólo del proyecto integracionista, sino también del 'affectio societatis' de sus Estados parte fundadores”.

El caso del editorial del diario El País del año 2016 es interesante, ya que nuevamente atribuye connotaciones positivas al Mercosur, o en realidad a todos los países del Mercosur con excepción de Venezuela. Este cambio de perspectiva respecto a 2008 coincide con el hecho de que todos los países del Mercosur con excepción de Uruguay y Venezuela habían cambiado de orientación política en 2016, tras la asunción de Mauricio Macri en Argentina, Michel Temer en Brasil y Horacio Cartes en Paraguay. El editorial de El País del 6 de diciembre de 2016 se encarga de dejar en claro el contraste entre estos últimos gobiernos mencionados, caracterizados por la “seriedad”, con los gobiernos progresistas de la “ola populista”, a los que cataloga como “régimenes de enorme corrupción política en los que no hay garantía alguna del respeto por el estado de derecho y de seguridad para el inversor extranjero”. “Y no hay mejor ejemplo de esa ola populista que el caso de Maduro en Venezuela”, agrega.

El editorial se titula “Menos Caribe y más seriedad”; “Caribe” se utiliza en forma metonímica para hacer referencia a Venezuela, y “seriedad” se usa para caracterizar al Mercosur. Vemos cómo de esta manera se excluye por medio del discurso a Venezuela del Mercosur. Las referencias al Mercosur son positivas (“seriedad”, carácter democrático), en contraste con las referencias negativas que se hacen sobre el gobierno de Venezuela y sobre Venezuela: “dictadura cuya consideración internacional completamente está devaluada”, “maraña caribeña”, “realismo mágico caribeño”, “un régimen con presos políticos, sin separación de poderes, sin libertad de prensa ni respeto por las garantías individuales, y sumido, además, en una crisis económica galopante”, un régimen “criticado por su autoritarismo y falta de democracia por todos los demás socios del Mercosur”.

El editorial alude a un hecho específico: el respaldo que dio Uruguay a Venezuela en el Mercosur, ante la voluntad de los restantes países de aplicarle a ese país la cláusula democrática. Cuestiona

la actitud del gobierno encabezado por Tabaré Vázquez de interceder en favor de Venezuela y sostiene que debe excluirse a Venezuela del bloque en aras de la “seriedad” del Mercosur.

5.1 El cuadrado ideológico

Cuando se habla del Mercosur en los editoriales y columnas analizadas, ¿en qué términos se habla? Un interesante aporte metodológico de Van Dijk es el llamado “cuadrado ideológico” (1996). El autor lo define como una “estructura valorativa abstracta” que contiene una estrategia de polarización, de “descripción positiva del propio grupo y descripción negativa del grupo ajeno”, que resalta nuestras buenas propiedades/acciones frente a las malas propiedades/acciones del grupo ajeno, al tiempo que mitiga las malas propiedades/acciones del grupo propio y las buenas propiedades/acciones del grupo ajeno.

La responsabilidad de las buenas acciones las asignamos a nosotros mismos, y las malas acciones se atribuyen a los otros, y en ambos casos, se entiende que los grupos tienen un total control y responsabilidad sobre sus actos. En cambio, cuando son los otros los que realizan las buenas acciones, y nosotros hacemos las malas, se presenta como que esto sucede por circunstancias ajenas a nuestro control, o al control de ellos (por ejemplo, se entiende que las buenas acciones del otro obedecieron a la “suerte”).

El “cuadrado ideológico” presupone la definición de un “nosotros” y un “otros” en clave identitaria, como se estudió cuando se analizó las notas sobre el Mercosur desde la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso.

¿Existe tal definición en los artículos de opinión analizados, y cómo se caracteriza?

La primera constatación es que la primera persona del plural se utilizó en el 50% de los editoriales y columnas analizadas.

Cuadro 35. Uso de la primera persona del plural en artículos de opinión

La República, 1995				
“Nosotros”	Referencia “nosotros”	“Ellos”	Referencia “ellos”	Proposición
Nuestros países	Países que “integran el Cono Sur de América” (incluido Chile)	“Los bloques económicos ya consolidados”	Referencia implícita a la Unión Europea	“Nuestros países” deben “sumar esfuerzos, y no restarlos”, ante “los bloques económicos ya consolidados”
El País, 1991				
“Nosotros”	Referencia “nosotros”	“Ellos”	Referencia “ellos”	Proposición
Uso de primera persona del plural, sujeto omitido	Los uruguayos	“Mentalidades” que se aferran a “esquemas ya superados”	Los uruguayos que no tienen esperanzas en que el Mercosur funcione	Los “uruguayos” tenemos que creer en el Mercosur, y el principal obstáculo para el Mercosur son aquellas “mentalidades” que se aferran a “esquemas ya superados” y no creen en el Mercosur
El País, 2008				
“Nosotros”	Referencia “nosotros”	“Ellos”	Referencia “ellos”	Proposición
Nuestros países	Países del Mercosur	Ciertos “enfoques” predominantes en el Mercosur	Los “enfoques nacionalistas, internacionalistas e ideológicos” dentro del Mercosur	Los enfoque “nacionalistas, internacionalistas e ideológicos” en el Mercosur no permiten “consolidar” a “nuestros países”, al “Mercosur”
El País, 2016				
“Nosotros”	Referencia “nosotros”	“Ellos”	Referencia “ellos”	Proposición
Nuestro país	Uruguay	“Una dictadura”, el “realismo mágico caribeño”	Venezuela	Nuestro país, caracterizado por su “seriedad institucional”, no debe mediar en el Mercosur en favor de una “dictadura”. El “realismo mágico caribeño” debe abandonar el Mercosur.

En la columna publicada por La República en 1995, hay un “nosotros” que trasciende a los Estados parte del Mercosur y abarca a todos los países del “Cono Sur”, incluyendo Chile. Hay un

“otros” externo al Mercosur - “los bloques económicos ya consolidados”- pero que no se plantea en términos de confrontación, sino más bien como un modelo a seguir y en el peor de los casos, como una competencia en el mercado global.

En cambio, el “otros” que delinea el diario El País es en todos los casos interno. En 1991, el “nosotros” son los uruguayos que confían en el Mercosur y el “otros” son aquellos uruguayos que no creen en el Mercosur, de quienes se sostiene que tienen “mentalidades” “aferradas a esquemas a que nos enfrentaron los pujos del desafío tecnológico”.

En 2008, el “nosotros” son los países del Mercosur, pero el “otros” es nuevamente interno: son los “enfoques nacionalistas, internacionalistas e ideológicos que postergan el peso de la experiencia y la realidad”, aludiendo a las orientaciones políticas de los gobiernos de turno -fundamentalmente, el kirchnerismo en Argentina, la presidencia de Lula da Silva en Brasil y el gobierno del Frente Amplio en Uruguay-. La columna deja entrever que el Mercosur como herramienta es buena, pero que la acción de los gobiernos “progresistas” de turno lo sumen en la inacción.

En el editorial publicado en 2016 por el diario El País es donde se visualiza más claramente los conceptos mencionados por Van Dijk para definir el “cuadrado ideológico”. Allí el “nosotros” es Uruguay, caracterizado por su “seriedad institucional”, por ser “atractivo y competitivo para capitales extranjeros”. El “otros”, Venezuela, suspendida del Mercosur el 2 de diciembre de 2016, es el “populismo”, la “corrupción política”, donde “no hay garantía alguna del respeto por el estado de derecho y de seguridad para el inversor extranjero”, es “un régimen con presos políticos, sin separación de poderes, sin libertad de prensa ni respeto por las garantías individuales, y sumido, además, en una crisis económica galopante”, caracterizado por el “autoritarismo y falta de democracia por todos los demás socios del Mercosur”. Representa el

“realismo mágico caribeño” y es una “dictadura”. Para el diario El País, Venezuela es una especie de tumor maligno que hay que extirpar del Mercosur, a riesgo de que afecte la identidad del bloque, y muy particularmente, la identidad uruguaya. El “realismo mágico caribeño” amenaza con destruir la “seriedad institucional” de un país como Uruguay. El editorial también identifica aliados internos de Venezuela en Uruguay para esta empresa, que son el Frente Amplio y la central sindical única de Uruguay, el PIT-CNT:

“Ya es tiempo de que el gobierno deje de lado la contemplación de los intereses partidistas de la coalición de izquierdas y de sus aliados sindicales cuando se trata de definir la política exterior del país. Que el Partido Comunista y demás radicales del Frente Amplio y movimientos sociales (con el Pit-Cnt a la cabeza) apoyen la dictadura de Maduro no puede implicar fijar posiciones de política exterior que debilitan completamente nuestro principal capital internacional, ese que tantas décadas nos costó generar: el de ser un país serio, democrático y respetuoso del derecho internacional” (El País, 6/12/2016).

Señala Van Dijk que las ideologías pueden representarse como autoesquemas de grupos, y una de sus categorías es la pertenencia: no sólo quién pertenece al grupo, sino también quién puede ser admitido. En este caso, parece claro que Venezuela, para el diario El País, no puede ser admitida en el grupo de países del Mercosur.

5.2 Modos de operación de la ideología

Uno de los aportes más interesantes de Thompson es su esquema de los modos generales de operación de la ideología y su vínculo con las estrategias de construcción simbólica. Recuerdo a continuación la tabla que incluí en el capítulo teórico-metodológico (Thompson, 1998:92-100).

Modos	Estrategias
1. Legitimación Las relaciones de dominación se presentan como legítimas, como justas y dignas de apoyo.	1A. Racionalización Se construye una cadena de razonamientos que lleva a concluir que las relaciones de dominación son legítimas.
	1B. Universalización Los arreglos institucionales que sirven a los intereses de algunos individuos se representan como si sirvieran a los intereses de todos.
	1C. Narrativización La estrategia en este caso se da mediante historias que recuentan el pasado y que narran el presente como parte de una tradición inmemorial y apreciada.
2. Simulación Se busca ocultar, negar o disimular las relaciones de dominación.	2A. Sustitución Un término que comúnmente se usa para referirse a un objeto o individuo, se emplea para referirse a otro, en consecuencia las connotaciones positivas o negativas del término se transfieren al otro objeto o individuo.
	2B. Eufemización Utilización de eufemismos.
	2C. Tropo Uso figurado del lenguaje.
3. Unificación	3A. Estandarización Un marco de referencia estándar se promueve como la base aceptable y común del intercambio simbólico.
	3B. Simbolización de la unidad Construcción de símbolos de unidad, de identidad colectiva e identificación.
4. Fragmentación	4A. Diferenciación Enfatizar las distinciones, diferencias y divisiones que hay entre los grupos e individuos, las características que los desunen e impiden que se constituyan en un desafío efectivo para las relaciones existentes.
	4B. Expurgación del otro

	Construcción, dentro o fuera, de un enemigo que se retrata como maligno, dañino o amenazador, y ante el cual se convoca a los individuos para que se opongan a él o lo expurguen.
5. <i>Cosificación</i> Representar un estado de cosas histórico y transitorio como si fuera permanente, natural e intemporal	5A. <i>Naturalización</i> Un estado de cosas que es una creación social e histórica se presenta como un suceso natural o como resultado inevitable de características naturales.
	5B. <i>Eternalización</i> Los fenómenos sociohistóricos son privados de su carácter histórico al ser retratados como permanentes, invariables y siempre recurrentes.
	5C. <i>Nominalización / Pasivización</i> En el primer caso alude, por ejemplo, a cuando una descripción se transforma en sustantivo. En el segundo caso, a la utilización de verbos en forma pasiva, que ocultan al sujeto de la acción.

En los editoriales y columnas analizados se registran modos de cosificación. Por ejemplo, el editorial de La República del 19 de diciembre de 1995 usa una estrategia de naturalización para sostener como inevitable la integración de Chile al Mercosur: “En cualquier sentido que se pretenda, la lógica regional indica que Chile” se integrará “con las singularidades del caso al proyecto Mercosur”. El comienzo de la frase refuerza el carácter absoluto de la sentencia, y la frase sustantiva “la lógica regional” quiere presentar una política determinada (la decisión de Chile de ingresar al Mercosur) como la única posible, porque así lo indica la “lógica”. Esto parece dar cuenta de la visión del diario de la inevitabilidad de la integración regional como proceso.

En el editorial del diario El País del 4 de diciembre de 2002 encontramos una estrategia de universalización enmarcada en el modo de legitimación. Este editorial celebra la decisión del Consejo del Mercado Común de aprobar un acuerdo para el libre tránsito y residencia dentro del Mercosur. En ese marco, sostiene que “periodistas de la región” ya “han festejado” el acuerdo.

No detalla a qué periodistas se refiere, ni qué carácter tuvo el festejo. La denominación genérica, que no sabemos -y no tenemos forma de saberlo- si aplica a todos los periodistas, se constituye en una estrategia de universalización para legitimar el acuerdo alcanzado en el Mercosur.

Se registran también en los editoriales analizados modos de simulación a través del uso de tropos. Por ejemplo, el diario El País, en su columna de opinión publicada el 21 de diciembre de 2008, califica la reunión de presidentes del Mercosur como una “terapia de grupo”, para denotar que se trató de una manifestación de opiniones y sentimientos que no concluyó en ninguna definición concreta, y por lo tanto, para marcar la ineficiencia del Mercosur, a juicio del columnista. En ese mismo editorial, también se utiliza un tropo cuando se sostiene que “el pragmatismo comienza a despertar una vez más desde el Uruguay su legítima inquietud”. Según la visión del autor, las visiones pragmáticas son, en primer lugar, “legítimas”, y empiezan a prevalecer. Hay una personalización del pragmatismo, que “despierta” su inquietud.

El editorial de El País del 7 de diciembre de 1991, en referencia a la entrada en vigencia del Tratado de Asunción, también utiliza un tropo al señalar que el Mercosur “ha comenzado a caminar”. En el editorial del 2 de diciembre de 1991, para El País el Mercosur es el que “abre las puertas del Uruguay del futuro” y es también una “hermosa aventura”. Se utiliza una estrategia de simbolización de la unidad, en la que el Mercosur se constituye en el símbolo unificador que agrupa a “todas las fuerzas productivas, de empresarios, de comerciantes, de industriales, del agro, de la educación, y sobre todo, de los trabajadores”. El editorial no se detiene en las resistencias internas en cada país a la constitución del Mercosur, sino que las menciona lateralmente, agrupadas bajo el paraguas de los descreídos, los que no tienen “esperanza”, los que no creen en un “mejor Uruguay”. “Al unir a los individuos en una forma que hace caso omiso de las diferencias y divisiones, la simbolización de la unidad puede servir, en circunstancias

particulares, para establecer y sostener las relaciones de dominación”, advierte Thompson (1998:98).

Mientras tanto, el editorial de El País del 6 de diciembre de 2016, bajo el modo de la fragmentación, se estructura en una estrategia explícita de “expurgación del otro”, es decir, en la construcción de un enemigo “que se retrata como maligno, dañino o amenazador, y ante el cual se convoca a los individuos para que se opongan a él o lo expurguen”. Ya desde su título, “menos Caribe y más seriedad”, el editorial convoca a expulsar a Venezuela del Mercosur. Venezuela es además el “Caribe”, y el “Caribe” significa, para el editorial de El País, una “maraña” -con su connotación de desorden y enredo-, es falta de seriedad, “corrupción política”, “populismo”, “realismo mágico”. Uruguay, en cambio, se constituye como un símbolo de “seriedad”. Venezuela amenaza el carácter “serio” de Uruguay, e incluso del Mercosur, y por eso debe ser expulsada del bloque. El editorial solicita directamente al gobierno uruguayo que acompañe al resto de los países del Mercosur en su voluntad de expulsar a Venezuela.

Este editorial utiliza también una estrategia de racionalización para intentar legitimar un determinado modelo de desarrollo económico. Se sostiene que para lograr “crecimiento económico”, es necesario conseguir “poderosos inversores internacionales”; y para “seducir” a esos “inversores exigentes y de calidad”, “es sabido que se precisan proyectos económicos y financieros atractivos” y “seriedad institucional”.

Luego se utiliza una estrategia de diferenciación, en este caso para separar a Uruguay del “resto de la región”, es decir, de los demás países del Mercosur. El diferencial de Uruguay es, a juicio del editorial, la “seriedad institucional”, que permitió que “Botnia se decidiera por instalarse en Río Negro en su momento, y es la clave que ha permitido desarrollar en todos estos años más inversiones multimillonarias en ese sentido en distintos puntos del país”.

En resumen, el Mercosur no es un tema sobre el cual los diarios analizados editorialicen con frecuencia, si se compara con otros temas que sí figuran asiduamente en las páginas de opinión de La República y El País. Esto denota, o bien falta de interés de los medios analizados en el Mercosur como tema -una conclusión que estaría en línea con los resultados del análisis de las entrevistas a periodistas, editores y jefes, en el caso de El País, respecto a la valoración que hacen los periodistas sobre el grado de interés del tema para los lectores-, o bien que se considera un tema poco polémico, y por tanto, poco digno de disputar sentidos en la arena pública.

Hasta el año 2002 inclusive, los diarios analizados construyen una imagen positiva del Mercosur. En cambio, en 2008 y 2016, en las únicas dos opiniones halladas en el diario El País -La República no editorializó ninguno de los dos años- se construye una imagen negativa. Esto está en línea con el análisis de discurso de las noticias de este diario en esos dos períodos, y también con la percepción negativa sobre el Mercosur que los periodistas de ese diario manifestaron en las entrevistas realizadas.

La construcción de un “nosotros” mercosuriano está ausente en los editoriales y columnas de opinión analizados. El 50% de las referencias explícitas a un “nosotros” aludieron a Uruguay, y el otro 50% se dividió en, por un lado, una concepción más amplia de la región -“el Cono Sur de América”, incluido Chile-, y por el otro, una apelación a un “nosotros” mercosuriano que no obstante contenía un enemigo interno: “los enfoques nacionalistas, internacionalistas e ideológicos” dentro del Mercosur.

Los modos de operación de la ideología y sus estrategias se utilizaron para celebrar acciones de los gobiernos del Mercosur hasta el año 2002 inclusive -como la eventual integración de Chile al Mercosur, que luego no se concretó, o la firma de un acuerdo para el libre tránsito- y de manera opuesta, con intención de desacreditar las acciones de los gobiernos en la opinión de El País en

2008 y 2016. En 2008 se entiende al Mercosur como una “terapia de grupo” -con connotaciones asociadas a la locuacidad y la ineficiencia- y en 2016 las estrategias ideológicas se afirman en “expurgar” los elementos “negativos” del Mercosur, representados por Venezuela.

Capítulo 6

Los constructores de la información: un estudio de caso

Este capítulo procura identificar y caracterizar las representaciones del Mercosur que tienen quienes producen la información en el diario El País: periodistas, editores y el director del diario. Se indagará la percepción que tienen estos hacedores de información sobre el Mercosur y sobre el lugar que el bloque regional ocupa en los proyectos nacionales, como manera de comprender mejor el proceso de producción de la información, desde los aportes teóricos de la sociología de las redacciones.

“Como medio, lo que te identifica es determinada visión del mundo. La gente, cuando elige un medio por sobre otro, es porque se siente más cerca de esa determinada manera de ver el mundo”. La frase pertenece al director del diario El País, Martín Aguirre, entrevistado para esta tesis, y dice al menos dos cosas. En primer lugar, que un medio de comunicación conforma una especie de unidad conceptual, y en segundo lugar, que cada medio conforma su propia unidad conceptual. La afirmación del director del diario El País podría vincularse con la vertiente teórica de los encuadres o framing de los medios, que se distancia de las concepciones de los medios como “reflejo” de la realidad. Esta hipótesis de los medios “espejo” se descarta simplemente observando la diversidad de abordajes y coberturas que pueden hacer distintos medios sobre un mismo hecho. Pero por otra parte, la pregunta sobre si determinado medio en determinado momento “reflejó” lo que sucedió realmente, ni siquiera es pertinente, sostienen Pamela Shoemaker y Stephen Reese (2014). Ambos autores entienden que el contenido de los medios es

fundamentalmente una construcción social, y por tanto “nunca encontrará a su análogo en alguna referencia externa” (Shoemaker y Reese: 24, traducción propia). “La distorsión (de la realidad), en este sentido, se vuelve irrelevante” y en cambio la pregunta central es de qué modo los medios “dan forma” a la realidad social (2014:24).

Esta pregunta puede analizarse focalizándonos tanto en el mensaje como en los emisores. Los capítulos anteriores estuvieron centrados en el análisis de los discursos contruidos por el diario El País y el diario La República, estudiados en tanto productos, independientemente de su contexto de producción, aunque con algunas referencias contextuales en términos temporales. En ese sentido, observamos los distintos encuadres de los medios analizados en torno a los mismos hechos.

En este capítulo, correremos el foco hacia el emisor. Un emisor que no es individual, sino una polifonía que muchas veces se consolida como un coro. Que es transmisor de una “visión del mundo”, en palabras de Martín Aguirre.

El estudio de caso que se incluye en este capítulo consistió en la realización y procesamiento de doce entrevistas en profundidad a periodistas, editores y al director del diario El País, realizadas en el año 2011. Se entrevistó al director del diario, Martín Aguirre, a los editores de las secciones Nacional -Carlos Ríos-, Economía -Lucía Baldomir- e Internacional -Carlos Tapia-, y a los periodistas Eduardo Barreneche, Eduardo Delgado, Federico Castillo, Pablo Melgar, Valeria Gil y Daniel Isgleas (Nacional), Andrés Oyenart y Fabián Tiscornia (Economía).

El objetivo fue explorar de qué manera inciden la forma de organización del medio, las rutinas periodísticas y el tipo de fuentes de información de los diarios de referencia en el tratamiento periodístico del tema Mercosur, a través de las siguientes variables:

- a. Quién selecciona las noticias que se incluyen en el diario y su destaque, y en función de qué criterios lo hace (periodísticos –proximidad, número de personas a las que afecta, continuidad, etc.- o empresariales).
- b. ¿Qué periodistas cubren Mercosur? ¿De qué secciones? ¿Hay un periodista asignado específicamente a cubrir Mercosur?
- c. Fuentes utilizadas.
- d. Dónde se ubica habitualmente la información sobre Mercosur.
- e. Valoración de la importancia de los temas vinculados al Mercosur.

El cuestionario guía con el que se trabajó tuvo tres objetivos específicos. En primer lugar, determinar cómo se conceptualiza y procesa la información sobre el Mercosur en la redacción del diario El País. En segundo lugar, explorar la percepción de los periodistas sobre la incidencia de la línea editorial del diario en la información en general y en los temas del Mercosur en particular. Y finalmente, determinar cómo los periodistas caracterizan al Mercosur, a la región y a los países que la integran, registrando definiciones de elementos identitarios.

Las preguntas formuladas fueron las siguientes:

- ¿Quién decide qué información se publica en la sección?
- ¿En función de qué criterios se decide?
- A su juicio, ¿qué características debe tener una información de calidad?
- ¿Existen en su medio periodistas especializados en temas del Mercosur?
- ¿Qué fuentes de información se utilizan para tratar los temas del Mercosur?
- ¿En qué sección se ubica habitualmente la información sobre el Mercosur?
- ¿La ideología del periodista incide en la elaboración de la información?

- ¿La línea editorial del medio influye en el tratamiento de la información en general, y en la información sobre el Mercosur en particular?
- ¿Los temas del Mercosur son importantes para la vida cotidiana?
- ¿El Mercosur ha sido eficaz a la hora de resolver problemas cotidianos?
- ¿Cuál es su percepción sobre los alcances del Mercosur?
- ¿Cuál es su percepción sobre el nivel de conflictividad actual del Mercosur?
- ¿Considera que existen rasgos identitarios comunes entre los países que integran el Mercosur?

A continuación se exponen los resultados del análisis.

6.1 Una dinámica tácita

Una de las primeras conclusiones que pueden extraerse de las entrevistas realizadas es que no existe un criterio explícito en la redacción de El País sobre quién toma las decisiones de armado del temario de cada sección ni sobre cómo es el proceso que lleva a la decisión de escoger una información y descartar otras. Tampoco hay criterios explícitos sobre en qué sección debería ubicarse la información del Mercosur según cada caso. Esto surge de la falta de concordancia entre las respuestas brindadas.

Los ocho periodistas consultados dieron cuatro respuestas distintas cuando se les preguntó quién decide qué se publica en la sección. Tres de ellos respondieron que es el periodista quien elige, aunque es el editor quien jerarquiza y prioriza, y en función de ello decide el lugar que ocupará la nota en la sección y el tamaño que tendrá. Tres de ellos contestaron que la decisión corresponde indistintamente al editor y al periodista. Uno contestó que resuelve el editor. Y el restante manifestó que la decisión corresponde al editor jefe en acuerdo con el editor de la sección.

En el caso de los tres editores consultados, dos respondieron que la decisión la toma el editor, y el restante contestó que la toman en acuerdo el editor y el periodista. El director del diario respondió que las decisiones las toma el editor jefe en acuerdo con los editores de las secciones.

Las diferencias en las respuestas, sobre todo a nivel de los periodistas y más allá de las improntas personales y las dinámicas inherentes a cada sección, nos hace concluir que el proceso de toma de decisiones en el diario El País no tiene criterios explícitos, y que algunos periodistas se consideran con poder de decisión en el diario, mientras que otros atribuyen ese rol exclusivamente a sus jefes.

Similar falta de concordancia se observó en las respuestas a la pregunta de en qué sección se ubica la información del Mercosur. En este caso la discordancia fue tal que prácticamente no hubo una respuesta igual a la otra: hubo nueve respuestas distintas (en doce entrevistados), que mostramos en la siguiente tabla. No se observa una asociación entre la sección para la que trabaja el periodista o el editor y la respuesta, por lo tanto no discriminamos por esa variable.

Cuadro 36. ¿En qué sección o secciones se publica la información sobre el Mercosur?

En Economía, salvo cuando “hay conflictos” (en ese caso, lo toma Nacional)
Generalmente en Economía, a veces en Nacional
Generalmente en Nacional, a veces en Internacional
Generalmente en Nacional, a veces en Internacional y en Economía
Generalmente en Nacional, a veces en Economía
En Nacional y en Internacional
En Nacional y en Economía
En Nacional
En Internacional y en Economía

Como podemos observar en la tabla, tampoco existen criterios explícitos o consensos sobre dónde debe ubicarse la información sobre el Mercosur. Llama la atención la respuesta dada por el editor de la sección Nacional, que contestó que los temas del Mercosur habitualmente son abordados por la sección de Economía, salvo cuando tienen una “arista política”, y ésta está dada por una situación de “conflicto entre los países” o por polémicas que puedan surgir en torno a figuras controversiales, como la de Hugo Chávez. El Mercosur parece ser, para este editor, un tema técnico y especializado, y sólo se “politiza” cuando se vuelve conflictivo.

Tampoco hubo concordancia en las respuestas a la pregunta sobre si existen periodistas especializados en temas del Mercosur en el diario. De todos modos, sí hubo prácticamente unanimidad respecto a que esos periodistas especializados no estaban en la sección de la que el periodista o el editor formaban parte; en todo caso, cuando se respondía que sí existían periodistas especializados en el medio, casi siempre estaban “fuera”, en otra sección. Además, todos los que señalaron que existían periodistas especializados dijeron que estos pertenecían a la sección de Economía.

Ahora bien, quizás la diversidad de respuestas en este caso obedezca a que no está muy claro qué entendemos por periodismo especializado. Héctor Borrat (Fontcuberta & Borrat, 2006) señala que hay por lo menos dos formas de concebir la “especialización”. Un primer enfoque entiende a la especialización simplemente como “permanencia en una práctica profesional de larga duración anclada en una sección del temario o en una corresponsalía determinada”, y presume que cuanto más experiencia tenga el periodista, más especializado es. Un segundo enfoque distingue como especialistas a aquellos que, “por su conocimiento y por su experiencia profesional, demuestran estar realmente capacitados para practicar el periodismo especializado”.

Borrat define al periodismo especializado como “una manera de producir textos periodísticos” caracterizada por la coherencia interna en los textos, la correspondencia de los textos con la realidad y la “pertinencia de los conceptos, métodos y modelos de análisis aplicados”. Dice que las primeras dos características pueden aplicarse también a textos generalistas de “buen nivel profesional”; en cambio, la tercera es exclusiva del periodismo especializado. Me permito señalar que discrepo en su totalidad con esta definición. En primer lugar, la coherencia interna es una característica deseable -y en algunos casos, imprescindible para la comprensión- de cualquier texto escrito, no solamente de los textos periodísticos. En segundo lugar, la “correspondencia de los textos con la realidad” es conceptualmente errónea y metodológicamente impropio. Como ya señalé al comienzo de este capítulo, siguiendo a Pamela Shoemaker y Stephen Reese (2014), la pregunta sobre la correspondencia de los hechos con la realidad, en línea con el concepto aristotélico de verdad, puede ser una aspiración de los periodistas pero no una base de la cual se parte para analizar la prensa. Como ya se mencionó, el contenido de los medios es fundamentalmente una construcción social, y por tanto “nunca encontrará a su análogo en alguna referencia externa” (Shoemaker y Reese: 24, traducción propia). Es, por este motivo, metodológicamente impropio, ya que no está claro cómo demostraríamos en cada caso una supuesta correspondencia de los textos periodísticos con la realidad, exceptuando las afirmaciones más simples que podemos encontrar en prensa. Si afirmamos “un menor de edad mató a una mujer de 33 años con un cuchillo”, bastaría tener acceso a las cédulas de identidad de ambos, constatar la muerte de la mujer y determinar su causa, y conseguir varios testigos para estar medianamente seguros de la correspondencia de esa afirmación con la realidad (aun así, hay excepciones), pero está claro que este tipo de afirmaciones fácilmente verificables no son la

generalidad en la prensa, y además se acompañan de muchos otros elementos a nivel textual que convierten a ese texto en una construcción, y no un mero “reflejo” de lo sucedido.

La tercera característica mencionada por Borrat como exclusiva del periodismo especializado, la “pertinencia de los conceptos, métodos y modelos de análisis aplicados”, considero que también puede estar presente en la prensa generalista, y se deriva, o bien de la experiencia acumulada del periodista, o bien de un saber profesional o técnico específico. Por lo tanto, considero que estas dos últimas características -experiencia acumulada y saber específico-, vinculadas a una producción sostenida sobre los temas objeto de especialización, es lo que determina la existencia o no de un periodista “especializado”.

La existencia de periodismo especializado es un indicador de la relevancia que le otorga un medio a un tema, aunque muchas veces sea producto de las inquietudes naturales de los periodistas. En el caso del diario El País, si tomamos en cuenta sólo las respuestas afirmativas a la especialización, vemos que los periodistas especializados se ubicarían en la sección de Economía. El Mercosur es concebido entonces como un tema objeto de especialización (por lo tanto, de atención por parte del medio) en sus aspectos vinculados a lo económico. Esto estaría en línea con la concepción inicial del Mercosur como una unión fundamentalmente económica. En el siguiente cuadro presentamos las respuestas.

Cuadro 37. ¿Existen periodistas especializados en temas del Mercosur en el diario?

Cargo	Respuesta	Frecuencia
Periodistas y editor de Nacional	No	5
	Sí, en Economía	2
Periodistas y editora de Economía	Sí, en Economía	2
	No	1
Editor de Internacionales	No sabe	1
Director del diario	No, aunque “puede ser” en Economía	1

6.2 El interés público, o “lo que a la gente le importa”

En Argentina, César Arrueta (2010) realizó un estudio de caso de dos periódicos en contextos de periferia, y concluyó que la “dimensión contextual” del “interés público” se torna una dimensión clave para entender los procesos de producción periodística y la edificación temática. “El interés público no es un valor autónomo e independiente. Está determinado por las condiciones históricas y sociales e indicadores políticos y económicos”, sostiene Arrueta (2010:221). En este sentido, “la concepción de interesante y significativo no tiene un estricto correlato con demandas del público lector masivo, sino con las habilidades entabladas por el diario en su lucha por capital y la red de aliados/ no aliados con los cuales disputa ese poder” (2010:223).

Las rutinas periodísticas, por tanto “tienden a garantizar la publicación de determinados acontecimientos en desmedro de otros, no necesariamente por el peso específico de su valor público, sino por la trascendencia que tiene su visibilidad en términos de especulaciones individuales/corporativas” (Arrueta, 2010:223).

Héctor Borrat, al distinguir los periódicos generalistas de los especializados (Borrat & Fontcuberta, 2006:220), dice que se supone que los primeros hacen preguntas sobre la “realidad” o la “actualidad” que coinciden con las que se haría el “lector común”, y de ese modo quedan “investidos de una suerte de representación informal de la mayoría de lectores”.

Esta idea de los periodistas como representantes o voceros del “ciudadano común” está claramente presente en las entrevistas realizadas, en particular en las respuestas a las preguntas “¿Con qué criterios se resuelve lo que se incluye en el temario?” y “¿Qué características tiene una información de calidad?”. Estas fueron las respuestas (cabe tener en cuenta que para un mismo entrevistado puede haber múltiples respuestas).

Cuadro 38. ¿Con qué criterios se resuelve lo que se incluye en el temario?

Respuesta	Frecuencia
Lo que a la gente le importa	7
Lo que al medio le importa	6
Lo que afecta a la gente	5
Abarcar “toda la agenda”	3
Novedad	3
Carácter polémico o conflictivo	1
Exclusividad	1

Cuadro 39. ¿Qué características tiene una información de calidad?

Respuesta	Frecuencia
Que afecta a la gente	5
Que le importa a la gente	3
Que mantiene informada a la ciudadanía	3
Que es atractiva, interesante	3
Novedad	2
Exclusividad	2
Desnuda una realidad que estaba oculta	1
Es abarcativa y compleja	1

Analizaremos las dos preguntas en conjunto, porque nos permiten evaluar las diferencias entre los criterios que se utilizan para incluir determinada información en el temario del diario y la información que se considera “de calidad”. La primera constatación es, precisamente, que hay diferencias. Pero vayamos antes a una coincidencia.

En las respuestas a las dos preguntas está presente la concepción del periodista o editor como una especie de intérprete de lo que quiere saber la “gente común”. En algunos casos, el periodista o editor es consciente de ese rol que se autoatribuye. “Yo, como filtro entre el que sabe mucho y el lector, trato de imaginarme qué es lo que quiere el lector”, fue la respuesta de la editora de Economía. Pero en la mayoría de los casos, el entrevistado no es consciente de ese rol que se autoatribuye, y considera que “obviamente” conoce los intereses de la “gente común” y por lo tanto actúa en función de ellos. “Se incluyen los temas que son de importancia para la gente, obviamente”, dice un periodista de Economía. “Hay temas que porque a la gente le importan más, nosotros les damos más bolilla”, explica el editor de Nacional. “Para pensar que algo puede llegar a ser noticia, lo primero es ver en qué anda la cabeza de la gente”, dice un periodista de esa

sección. “(Incorporamos en el temario) lo que le interesa a doña María, no me importa lo que diga la política o el ministro”, comenta otro periodista de Nacional, haciendo una curiosa personalización de “la política”, y ubicándola de alguna manera en contraposición a los intereses de la “gente común”, también personalizada en “doña María”. Esta connotación negativa que se atribuye a la política está presente en el discurso de varios de los entrevistados, como si “la política” fuera una entidad ajena a los intereses cotidianos de la gente.

En síntesis, la idea del periodista como intérprete del sentir común, o como representante de las inquietudes comunes, tiene una larga tradición tanto en el oficio como en los estudios académicos. Por ejemplo, la denominada “teoría de la mediación” concibe al periodista como una especie de filtro o intérprete entre los acontecimientos y el público o la audiencia (ver por ejemplo Manuel Martín Serrano, 1977).

No obstante, el concepto de priorizar en función de “los intereses de la gente”, que es claro cuando se preguntan los criterios para la elaboración del temario, no tiene un peso determinante para considerar si una información es de calidad o no. En este último caso, pesa más en las respuestas el criterio de “lo que le afecta a la gente”. Esta respuesta tiene por lo menos dos sentidos. Por un lado, se entiende que una información que le afecta a la gente es una que le es útil en su vida cotidiana, o que le puede servir “para tomar alguna decisión” (respuesta del editor de la sección Nacional). Por otro lado, está subyacente en esta respuesta la idea de que hay información que es útil y necesaria en términos de la formación de los ciudadanos, y que no necesariamente es entretenida o le interesa a “doña María”. De todos modos, se entiende que hay un deber del periodista de proporcionar este tipo de información. “Si sólo le das a la gente lo que quiere, te podés transformar en una especie de Tinelli informativo”, dice por ejemplo el director del diario.

En definitiva, si bien parece existir un criterio que asocia la calidad de la información con su utilidad en términos ciudadanos o cotidianos, este criterio, si bien es mencionado, no tiene un lugar central a la hora de elaborar el temario. Para definir el temario, en cambio, pesan más “los intereses de la gente”, y curiosamente, los intereses del medio. Digo “curiosamente” porque no parece ser parte de la “ideología profesional” del periodista (Abril, 1997) admitir que hay criterios que definen el temario que no tienen que ver con intereses comunes sino con intereses particulares de cada medio. Esto iría a contrapelo de la idea del periodista como mediador o intérprete, para convertirlo en una figura más cercana a la de un trabajador ajustándose a los requerimientos de su empresa.

El director del diario admite por ejemplo que los intereses del diario juegan en la definición del temario, si bien no son centrales. “Evidentemente en algunos temas tenemos más preferencia o una política institucional”, señala.

Los intereses del diario parecen quedar a un nivel implícito, ya que ninguno de los periodistas consultados denunció coerción para publicar determinada información, como se señalará más adelante. En cambio, los intereses se transmiten mediante la experiencia en la redacción, las lógicas institucionales aprehendidas y las rutinas compartidas. “Yo conozco al diario”, sintetiza un periodista de la sección Nacional. “Tengo un gran porcentaje de temas que yo sé que esto es así, que tiene que ir por acá, y mi editor comparte mi criterio”, agrega.

6.3 “Lo que todos tienen”

Otro concepto que aparece como criterio de selección de información en el temario es el de la necesidad de “abarcar toda la agenda” informativa. La “agenda” aparece como algo fijado de

antemano, que no es necesario explicitar. “En El País va todo, como es un diario grande tiene que abarcar todo”, dice el editor de la sección Nacional. Pero desde los estudios de agenda setting y los más recientes centrados en los encuadres que los medios realizan de la información, bajo el paraguas del framing (Sábada: 2008), sabemos que los medios no sólo construyen las agendas, sino que determinan qué aspecto de cada tema merece ser priorizado, cuál debe ser minimizado y cuál totalmente invisibilizado. Sabemos también que la agenda de los medios muchas veces es circular -un tema es digno de integrar un temario si otros medios ya lo han tratado- y que hay temas y medios que quedan por fuera del circuito informativo. En esto influyen las rutinas periodísticas y ciertos encuadres que los periodistas hacen de los hechos y que se convierten en dominantes, y también el “poder simbólico” (Bourdieu: 2014) de cada medio, que determina que no todos los medios tengan el mismo poder de fijar los temas de agenda.

Precisamente, cuando se pide a los entrevistados que sean más explícitos respecto a qué entienden por “abarcar toda la agenda”, se llega a la conclusión de que, por un lado, “la agenda” es lo que está “en los demás medios”. “Son temas que ya están más o menos en la agenda de todos los diarios”, responde un periodista de la sección Nacional. Otra concepción apunta a que el periodista es capaz de “abarcar toda la agenda” si logra que “no se le escape nada que pueda ser de interés para un uruguayo promedio”, en palabras del director del diario. Aquí nuevamente aparece la figura del periodista como un intérprete de los intereses de un “ciudadano común”.

También figura como criterio de inclusión en el temario la “exclusividad”, que parecería ir a contrapelo del criterio de “abarcar lo que todos tienen”, pero que sin embargo funciona de forma complementaria. Esa nota “exclusiva” será la que luego marque la agenda informativa de los restantes medios y del medio propio en los días siguientes. “Pesa mucho el tema de 'esto es nuestro'”, comenta un periodista de Economía.

Mientras tanto, el concepto clásico de “noticia”, asociada desde su raíz con la “novedad”, no parece tener demasiado peso a la hora de configurar el temario. Esto llama la atención, dado que “la noticia” es el género básico del periodismo. Se precisarían estudios focalizados y en profundidad para determinar en qué medida la “novedad” como cualidad de la prensa escrita se ha deteriorado debido al surgimiento de otros mecanismos de producción y circulación de la información, como Internet y en particular las redes sociales.

Por último, el criterio más clásico del periodismo como develación de una verdad oculta y molesta -pensemos en la frase, reiterada hasta el cansancio por aquellos vinculados al oficio y atribuida a George Orwell: “Periodismo es publicar lo que alguien no quiere que publiques. Todo lo demás es relaciones públicas”- sólo fue mencionado por uno de los entrevistados como un criterio de calidad de la información. Otro entrevistado mencionó la complejidad -en términos de consulta a varias fuentes- como un valor y dos más consideraron que una información es de calidad si es “atractiva, interesante”.

6.4 Ideología, información y línea editorial

En su libro “Teoría general de la información”, Gonzalo Abril explica de forma detallada cómo subsisten hasta el día de hoy dos modelos de prensa: uno que califica como “prensa de prestigio” y otro que denomina “prensa popular”. Ambos modelos tienen distintas formas de narrar y construyen públicos diversos; mientras el primero utiliza lenguaje abstracto y le habla a “sujetos politizables”, a una persona interesada por la realidad política y social de su país y del mundo, el segundo utiliza lenguaje concreto y cargado de imágenes, y refiere a hechos de la vida cotidiana. Al describir ambos modelos, Abril pretende poner sobre la mesa que la normatividad y los usos

que definen el “buen periodismo” -desde la academia, desde el oficio- responden a una determinada realidad histórica, y no son inmutables y tampoco inobjtables. “La visión funcionalista del discurso informativo, que deslinda la información de la opinión y del entretenimiento, responde a un modelo histórica y culturalmente limitado del periodismo, el de la prensa de prestigio, incluso a una visión sobreidealizada de ese modelo”, sostiene Abril (1997:217). Este autor entiende, como se mencionó anteriormente, que existen ciertos presupuestos de una ideología profesional y académica “que desdeña gran parte de los modelos, formatos, orientaciones y sensibilidades que se han dado de hecho a lo largo de la historia del periodismo” (Abril, 1997:217). Parte de esa ideología profesional es la idea de “objetividad”, que hasta hoy se sigue propugnando como un objetivo en cursos técnicos e incluso en formación universitaria en periodismo. Esta supone que existe la posibilidad de que el periodista, en tanto sujeto, se separe del “objeto” -que serían los hechos- para poder describirlo e informar sobre él sin contaminar la información con su “subjetividad”. Huelga decir que cualquier investigación empírica sobre el contenido de los medios y cómo estos describen los acontecimientos arroja como conclusión implícita o explícita que dicha separación no es posible, como ya se desarrolló y fundamentó al comienzo de este capítulo y a lo largo de toda la tesis.

Van Dijk sostiene que a la hora de redactar una noticia, el periodista está influido por el conocimiento sobre la orientación ideológica del periódico, el conocimiento sobre los intereses de los lectores, los deseos del editor, el estilo formal y el léxico del periódico (2012:162).

Sobre esta base, analizaremos las respuestas que dieron los periodistas y editores de El País a las preguntas: ¿La ideología del periodista incide en la elaboración de la información?; ¿La línea editorial del medio incide en el tratamiento de la información en general, y en la información sobre el Mercosur en particular?

Como se detalla en el capítulo teórico-metodológico, concibo a la ideología en el sentido en que la define Robert Ferguson, como una “reserva discursiva” a la que recurren individuos o grupos “según un complejo y cambiante conjunto de posibilidades, en cualquier situación de construcción de significado” (2007:27). Esa reserva discursiva es “socialmente adquirida y sostenida”. Es decir, se trata de discursos socialmente adquiridos que se ponen de manifiesto en cualquier situación de construcción de significado.

Vale señalar, de todos modos, que el concepto de “ideología” no tiene un uso unívoco. La Real Academia Española define a la ideología como el “conjunto de ideas fundamentales que caracteriza el pensamiento de una persona, colectividad o época, de un movimiento cultural, religioso o político”; sin embargo, en su uso cotidiano, el término “ideología” se asocia con creencias fijas, habitualmente en el terreno político. Y la creencia, antagonista natural de la duda, no es bien vista en los manuales y en la práctica del periodismo. Con esto quiero decir que soy plenamente consciente de que hay un terreno de connotaciones asociadas al concepto de “ideología”, difícilmente determinables, que puede estar condicionando las respuestas dadas por periodistas y editores a la primera pregunta planteada.

De este modo se agrupan las respuestas a las preguntas formuladas:

Gráfico 3

¿La ideología del periodista incide en la elaboración de la información?

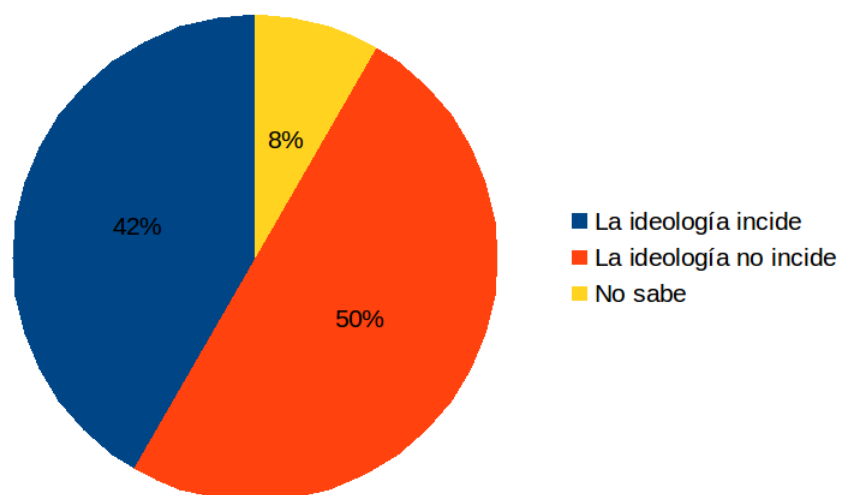
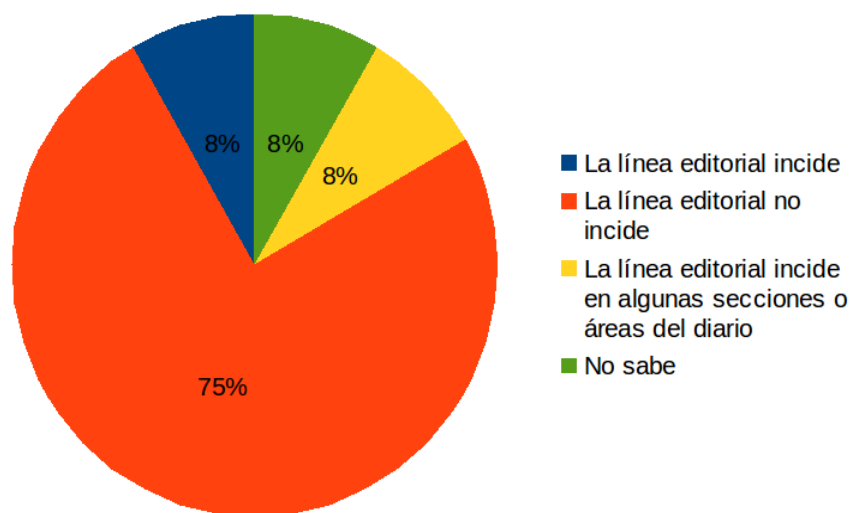


Gráfico 4

¿La línea editorial del medio incide en el tratamiento de la información en general, y en la información sobre el Mercosur en particular?



Si se cruzan las respuestas dadas a las dos preguntas, se obtiene el siguiente cuadro, que muestra la cantidad de respuestas registradas para cada cruce:

Cuadro 40. Ideología/línea editorial

Ideología/línea editorial	L.E. no incide	L.E. incide	No sabe
Ideología no incide	5	0	1
Ideología incide	4	1 (en algunas secciones)	0
No sabe	0	1	0

Como se observa en el primer gráfico, la mitad de los entrevistados contestaron que la ideología no incide en el tratamiento de la información. Sin embargo, no todos los consultados entienden lo mismo por “ideología”. Algunos conciben este término como un elemento incompatible con el ideal de “objetividad”, y por tanto con el periodismo. “Absolutamente no, eso es básico”, fue la categórica respuesta de un periodista de la sección Nacional a la pregunta de si la ideología incide en el tratamiento de la información. “Trato de ser lo más objetiva posible. Los medios tienen ideología pero eso no debe afectar”, respondió una periodista de la misma sección. Otros, consideran la ideología como un elemento incompatible con el “equilibrio” o la “imparcialidad”. Otros asimilan la palabra “ideología” a una pertenencia político-partidaria, y contestan en ese sentido. “No tengo corazón político, a mí me conmueve la injusticia”, fue la respuesta de uno de los periodistas de la sección Nacional. “Un periodista no puede trabajar en función de su

ideología. Nosotros tenemos que dar la información, sin importar de qué partido viene”, afirmó el editor de la sección Internacional.

La editora de la sección de Economía, Lucía Baldomir, valoró que la ideología no puede reflejarse en las noticias económicas: “Contra los números no hay nada que hacer. En economía, por un tema de rigor de números, no hay una ideología que se pueda meter, ni religiosa ni política ni nada”. Un periodista de la misma sección coincidió con esta visión, aunque de manera más matizada: “En mi área son muchas cosas técnicas, no hay mucho de ideología”.

Quienes reconocen que la ideología incide en la elaboración de la información consideran en general que es algo no deseado pero inevitable. “Es la base del periodismo. El periodismo es un oficio ideológico, y es clarísimo que multiplica y pontifica su visión de las cosas”, valoró un periodista de la sección Nacional, y agregó que “es mentira” que los medios “te dan la información pura”. Otro periodista de la misma sección consideró que la ideología “no debería ocupar ningún lugar”. “Aunque es como en el fútbol, que todo el mundo tiene su camiseta. Pasa, porque es como el fútbol, en algún momento nos sale el hincha, aunque tratamos de que no”, agregó.

Sólo dos de los entrevistados -un periodista de la sección Economía y el director del diario El País, Martín Aguirre- definieron a la ideología de forma similar a los conceptos del diccionario de la Real Academia Española y el mencionado de Ferguson. Conciben a la ideología como una “forma de ver las cosas”, como una “visión del mundo”. “Cada uno tiene sus criterios y su forma de ver las cosas. Por más que vos tratás de hacer el trabajo de la forma más independiente posible, termina reflejándose eso”, valoró el periodista.

Aguirre, en tanto, emparentó la ideología con determinada “visión del mundo” y “sistema de valores” que tendría tanto el diario como la mayoría de sus periodistas. “La gente cuando elige un

medio por sobre otro es porque se siente más cerca de esa determinada manera de ver el mundo”. Sin embargo, consideró que esto “no pesa” en la elaboración de la información, porque priman la “honestidad y el profesionalismo”. De todos modos, comentó que puede haber periodistas “incompatibles con lo que vos creés” y que eso “es complicado, porque tampoco vas a echar a alguien porque piense distinto que vos”. En estos casos, de igual manera, señaló que hay “una serie de filtros para llegar al producto final: editor, editor jefe, directores” y sugirió que en el crecimiento profesional de los periodistas en el medio tiene un peso determinante el hecho de que compartan la “visión del mundo” del medio. “Probablemente tu escalafón de crecimiento y tu permanencia es porque la gente te da esa confianza, los dueños o directivos sienten que vos estás en una línea cercana con lo que ellos piensan. No quiero hablar a nivel político sectorial, sino de forma de ver el mundo. Eso termina generando una cierta forma de evolución de la noticia, desde que entra a la redacción hasta que se publica, que termina supuestamente teniendo una cierta coherencia”, opinó.

Las respuestas sobre la incidencia de la ideología están divididas; en cambio, es ampliamente mayoritaria la convicción de que la línea editorial del medio no incide en la elaboración de la información, para ningún tema (ni para los asuntos del temario en general, ni para el Mercosur en particular). Hay coincidencias también en que esta dinámica es relativamente reciente, y que hasta el gobierno de Luis Alberto Lacalle inclusive (1990-1995), la línea editorial sí era determinante de algunos contenidos. Lacalle es del Partido Nacional, partido con el que tradicionalmente ha estado asociada la familia fundadora del diario El País, los Rodríguez Larreta-Aguirre. Los entrevistados entienden que luego de mediados de los noventa, el diario “se profesionalizó más”, dejó de ser prioritariamente un vehículo de opinión para responder en mayor medida a la “ideología profesional” del periodismo.

El director del diario sostiene que El País es “un diario blanco” (del Partido Nacional) que “en sus orígenes era muy blanco, era una tribuna partidaria”. “Con el tiempo se fue separando (la línea editorial de la información). Hoy en general somos un diario que defiende los valores cercanos al liberalismo y al Partido Nacional, pero desde hace un tiempo que la parte periodística neta está muy independiente, porque el editor jefe no es un miembro de las familias del diario y tiene independencia técnica. Yo creo que hay bastante independencia en ese sentido, sobre todo en lo político sectorial, aunque sí tratamos de que mantenga determinada manera de ver una sociedad, el mundo, que nos da un matiz diferente a otros medios”, explicó el director.

Esta idea de que la línea editorial está separada del proceso de elaboración de la información es compartida en la redacción, como se observa en el segundo gráfico. “A mí nadie me dijo: ‘agarrá por este lado’”, aseguró un periodista de la sección Nacional. “La línea editorial del diario hace tiempo que va por un canal diferente al de la redacción. No incide para nada en la línea informativa, felizmente”, dijo otro. “Acá están muy bien separadas las opiniones de la página editorial de la información”, aseguró un tercero.

Un grupo minoritario de los entrevistados consideró en cambio que la línea editorial del medio sí incide, sobre todo en la jerarquización de los temas. “Hay líneas de los medios que inciden en los temas que se priorizan”, valoró un periodista de la sección Nacional. “Puede incidir, sí, en algunos temas quizás se le da más importancia porque se sigue una línea”, consideró otro, y agregó que esta influencia “se nota más” en la portada del diario y en los títulos en general.

6.5 La visión del Mercosur

Partiendo del supuesto -muchas veces comprobado empíricamente- de los autores citados en este capítulo que trabajan en la sociología de las redacciones respecto a que la visión individual de los periodistas sobre los temas es un elemento que influye en su tarea periodística, junto a otros factores más colectivos y estructurales, consulté a los entrevistados su visión del Mercosur, en base a cuatro variables: Importancia del Mercosur para la vida cotidiana, Eficacia del Mercosur para resolver problemas, Nivel de conflictividad del Mercosur y Alcances del Mercosur. En función de las respuestas a estas cuatro preguntas, podemos afirmar que entre los periodistas y editores del diario El País predomina una visión negativa del Mercosur: se considera un mecanismo de integración poco o nada importante para la vida cotidiana, nada o poco eficaz y con un nivel de conflictividad alto.

Gráfico 5

Importancia del Mercosur para la vida cotidiana

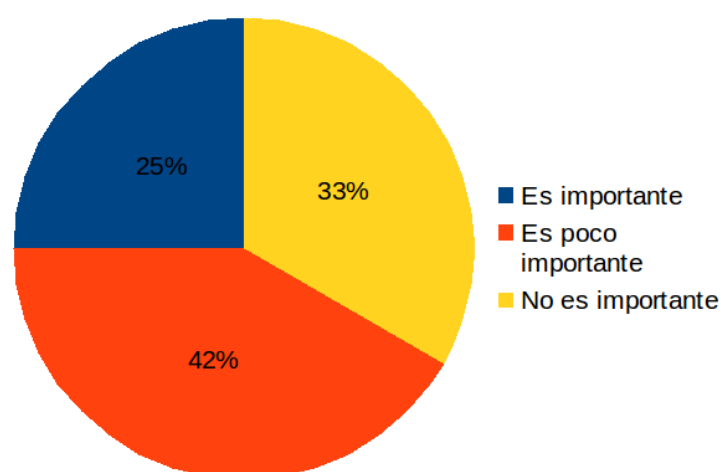
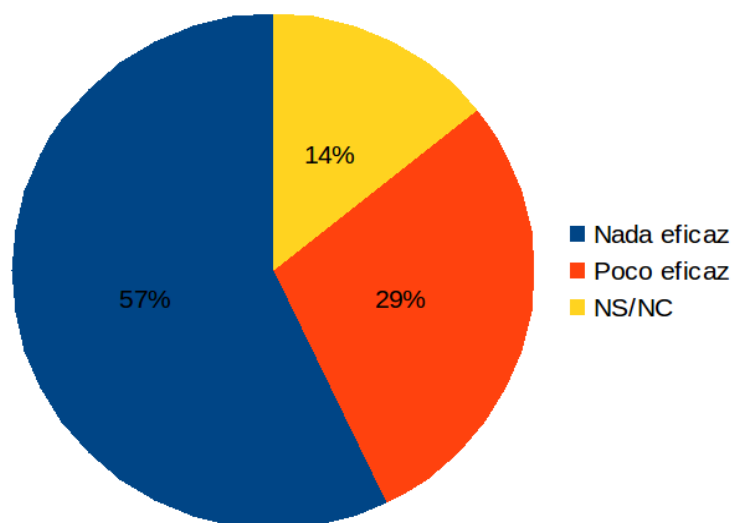


Gráfico 6**Eficacia del Mercosur para resolver problemas entre países**

Los periodistas y editores del diario no sólo tienen esta imagen en general negativa del Mercosur, sintentizada en que el 75% considera que tiene poca o nula importancia para la vida cotidiana, el 86% entiende que es poco o nada eficaz para resolver los problemas entre los países, y el 55% considera que el nivel de conflictividad en el bloque es alto. Además, varios de los entrevistados expresaron hacerse eco de lo que “la gente” pensaba respecto al Mercosur, nuevamente autoadjudicándose el rol de intérpretes de lo que “la gente” quiere saber o sobre lo que le gustaría estar informada.

“No creo que sea un tema que a la gente común le atraiga. Ya cuando ves 'Mercosur tal cosa', pensás: 'otra vez lo mismo'”, comentó el editor de la sección Nacional del diario, dando cuenta además de lo que interpreta como cierta situación de hartazgo “de la gente” -los lectores en este caso- con el Mercosur. “No hay grandes acuerdos, no hay grandes temas, y en el medio no pasa nada a nivel de agenda. Es un tema difícil y que no genera atención”, expresó un periodista de la

sección Nacional, nuevamente en una interpretación de cómo el tema es recibido por los lectores. Otro periodista de la misma sección consideró que “no hay una noticia del Mercosur que afecte directamente a la gente, no es una noticia de manejo cotidiano”. “El Mercosur no es importante porque a la gente no le importa”, sentenció otro periodista de la misma sección. Aunque consideró que el Mercosur sí tiene importancia desde el punto de vista económico, confesó que le “aburre la idea de ir a cubrir el Mercosur” porque “nunca se va a hacer tapa con el Mercosur, salvo que sea un escándalo”. Aquí el periodista deja entrever, además de criterios propios, criterios editoriales del diario que determinan que el Mercosur nunca va a “ser tapa, salvo que sea un escándalo”. No queda claro en función de qué criterios el diario nunca pondría en tapa el Mercosur, si es por la misma percepción que estamos comentando de que “a la gente no le importa” o por otras razones. Pero parece claro que en este caso los criterios del medio influyen en la disposición con que el periodista va a cubrir el tema.

La editora de la sección Economía del diario también concluyó, en el mismo sentido, que “obviamente” el Mercosur “no es la principal preocupación de la gente ni está entre las diez preocupaciones más cercanas”. Comentó que “sólo afecta a las empresas y los trabajadores”, como si “la gente” fuera una categoría aparte que no comprendiera ni a trabajadores ni a empresarios.

Hay discursos mucho más categóricos que los citados. “El Mercosur no existe. Es todo una pantomima, se violan los acuerdos, no se respeta nada. Es un proyecto que ya murió”, consideró un periodista de la sección Nacional. “El Mercosur no funciona, es una mentira, es un proceso que no tiene mucho sentido. Hay dos naciones con vocación imperial y hay dos paisitos”, señaló un periodista de la misma sección. La mayoría de los periodistas consideraron que el Mercosur

sólo sirve a los intereses de “los grandes” -Brasil y Argentina-, un punto que será analizado en la subsección siguiente, cuando nos refiramos a la cuestión de la identidad nacional.

Como ejemplo de no eficacia del bloque para resolver los problemas entre países, algunos mencionaron la inacción del Mercosur ante el bloqueo del puente internacional General San Martín por parte de un grupo de ambientalistas argentinos entre 2007 y 2010, en protesta por la instalación de la planta de celulosa de UPM (ex Botnia) a orillas del río Uruguay. Otros mencionaron las trabas a la libre circulación de mercaderías como un elemento indicador de la poca eficacia del Mercosur. Está la percepción, además, de que la conflictividad es constante. “Los problemas nunca desaparecen”, consideró la editora de la sección de Economía.

Un periodista de la sección de Economía marcó la distancia entre la importancia que “la gente” le asigna al Mercosur y la que efectivamente tiene. “Es importante, y más para un país como Uruguay, que depende mucho de lo que pase en el Mercosur. El tema es que la gente no asimila bien la importancia que tiene”, opinó.

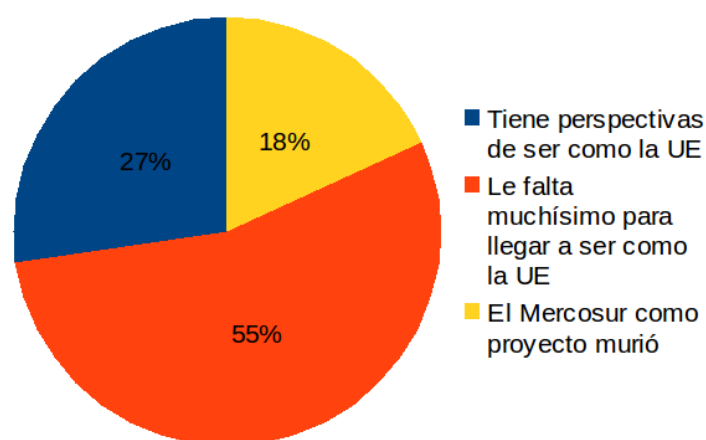
Curiosamente, el director del diario, Martín Aguirre, se encuentra en minoría en su opinión sobre la importancia del Mercosur. Él entiende que el bloque es “muy importante” por la “visión integradora” y por el hecho de que Uruguay es “un país chiquito”.

Si bien la mayoría de los periodistas tienen una visión negativa respecto al Mercosur, la mayoría considera también que debe seguir el rumbo de la Unión Europea, aunque todavía “falta muchísimo” para que se asemeje a ese bloque. En algunos casos, este objetivo aparece como demasiado lejano, pero se sigue considerando un objetivo, porque “no queda más remedio”: “Nos faltan 200 años para llegar a ser como la UE, es un problema de civilización”, indicó un periodista de la sección Nacional. Otros, en cambio, consideran que el Mercosur como proyecto “ya murió”, y que la UE y el Mercosur son diferentes porque tienen países que los integran y

economías diferentes, y porque al Mercosur le hace falta “madurez política”. Estas fueron las respuestas a la pregunta sobre los alcances del Mercosur.

Gráfico 7

Alcances del Mercosur



6.6 Pequeño entre gigantes

Como se señaló en el capítulo teórico-metodológico, no hay “identidad” sino más bien “identidades” cambiantes e inconclusas, y la “identidad uruguaya” no es la excepción. Los supuestos ideológicos sobre los que se apoyan las representaciones de la nacionalidad uruguaya tienen variaciones en términos geográficos y temporales, pero a grandes rasgos podrían sintetizarse en el supuesto de Uruguay como país excepcional, igualitario, liberal, homogéneo, conciliador.

La construcción simbólica de la identidad nacional estuvo y está marcada por la incesante búsqueda de imágenes inclusivas para conciliar la pluralidad (Porzecanski, 1992). Estas imágenes se construyen en oposición a un Otro, primero Argentina, después Brasil, frente a los cuales Uruguay es representado como país excepcional, como comunidad homogénea y sin grandes contrastes.

“La uruguayidad nace cosmopolita y universalista, desde el eurocentrismo de moda francés, y se afirma en la excepcionalidad de sus signos modernos frente al primitivismo social, político, económico y cultural de la región. Una población urbana, alfabetada, de origen inmigrante en una sociedad democrática, pluralista, secularizada e igualitaria, articulada desde un Estado laico, garante de las libertades públicas y de la asistencia social, explican el mito de la Suiza de América elaborado durante la segunda fundación nacional del Estado en el primer tercio del siglo XX”. (González Laurino, 2001:18-19)

El proyecto pasa a ser construir “un país europeo” dentro de un continente poblado mayoritariamente por indios y negros. Morales indica que a través de esa identidad, “el país tendía a aislarse de América Latina, a la que daba la espalda”, y “se comenzaba a sentir la Suiza de América”, sin sentirse parte de una “identidad latinoamericana” (2013:59). Es en esta etapa que los proyectos nacionalistas priman frente a los proyectos integracionistas (Caetano, 1992).

Del trabajo realizado en este capítulo, que aborda -aunque en forma muy parcial y focalizada- los relatos en torno a la identidad nacional de los periodistas del medio analizado, surge que la etapa de “uruguayidad” sigue teniendo un peso central en las representaciones del “nosotros” nacional. Por lo que es posible preguntarse si esta idea de “crisis” de la nacionalidad no estará restringida

exclusivamente a ámbitos intelectuales y académicos, sin permear en los sentidos comunes de la mayoría de la población.

En materia de tradiciones, un elemento central en la construcción de las identidades, es claro que la historia en común de los cuatro países miembros del Mercosur determina un repertorio en común. Por ejemplo, el consumo del mate. Pero la cercanía, fundamentalmente con el litoral argentino y Rio Grande do Sul de Brasil, no es funcional a la construcción de la “uruguayidad”, y por tanto se apela a ensalzar héroes y fechas patrias propias que ayuden a una separación que propenda a ese objetivo. “El uso de la historia, para la afirmación de las dos identidades a ambos márgenes del Plata, fue fundamental: en la afirmación de las fechas patrias y de los héroes de bronce y mármol se va construyendo y formando una narrativa que es esencial para entender en forma dicotómica a las dos naciones que conformaban una sola unidad”, señala Morales (2013:46). Este autor considera que “el vínculo más problemático y complejo” que tiene Uruguay en el proceso de construcción de una identidad nacional es “el afuera representado por Argentina en general, y Buenos Aires en particular, con los que se da una relación de amor y odio, que está en la base de muchos mecanismos constructores de la uruguayez y profundamente ocultadores de la realidad” (2013:63). “Si en la primera etapa de la construcción de la identidad nacional, lo uruguayo y lo argentino se diluían en lo rioplatense, con el nacimiento del primer imaginario nacionalista la visión del pasado se desargentinizó y Buenos Aires empezó a considerarse la fuente de todos los males”, acota el mismo autor (2013:63).

De esta manera, en el relato histórico, se presenta a Uruguay como un país pequeño y digno que resiste los embates de sus vecinos avasalladores. Morales menciona como ejemplo el relato del éxodo del pueblo oriental en 1811, como síntesis del mito bíblico de David contra Goliath, donde “los compatriotas parecen siempre querer andar solos y tanto los argentinos (término asociado a

Buenos Aires) como los españoles, los portugueses y brasileños son los pueblos que quieren esclavizarlos” (2013:48). La historia uruguaya para consumo escolar alimentó este relato, de manera de contrarrestar las dudas que tenían las élites uruguayas a fines del siglo XIX sobre la viabilidad de Uruguay como Estado independiente. “La élite montevideana tenía temor y dudas sobre si podría imponer un orden real y un orden simbólico a todo el territorio, y si era viable un país tan pequeño y despoblado como proyecto moderno”, recuerda Morales (2013:56).

En las décadas del veinte y del treinta del siglo XX, las principales alteridades en la construcción de la identidad uruguaya se basan en “la humildad uruguaya versus la autoconfianza y la soberbia porteñas, el glamour y la superficialidad argentina versus la grisura uruguaya, el sentirse, como uruguayos, parecidos a los argentinos de provincia y distintos a los porteños, pero siempre partiendo de sentirse muy parecidos a los hermanos argentinos” (Morales, 2013:63). En esta época, señala Morales, no sólo la escuela pública sino también los medios de comunicación, en particular los diarios, cumplen la función de constructores de “patrias subjetivas” para amplios sectores de la población, con discursos uniformadores (2013:67).

En un análisis sobre la percepción y autopercepción identitaria en el Mercosur, realizado en 1993 en base a artículos de prensa y a un informativo de televisión, Hugo Achúgar y Francisco Bustamante (1996) constatan el “orgullo” y el “sentimiento de superioridad y de diferenciación” de los uruguayos respecto a sus vecinos del Mercosur. Esta “virtud del ser uruguayo” se concretaría más por ausencia que por presencia, es decir, “por carecer de algo malo más que por lograr esforzadamente algo bueno” (1996:145).

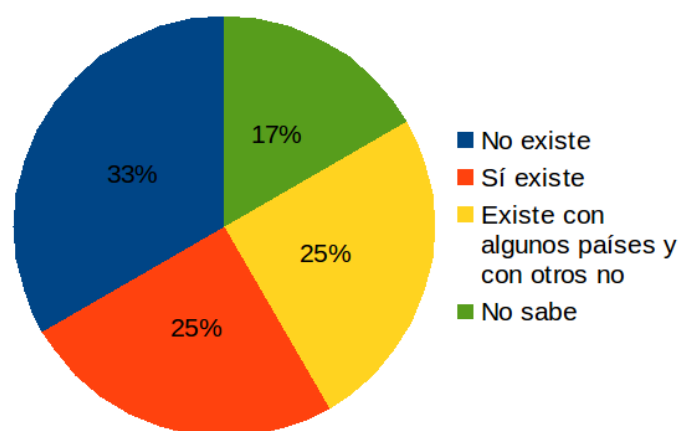
Como se señaló en el capítulo teórico-metodológico, esta investigación de Achúgar y Bustamante concluye que el relativamente alto nivel educativo es un factor que los uruguayos erigen para diferenciarse de sus vecinos. “La búsqueda que los uruguayos hacen de un perfil que los distinga

de sus vecinos ha tenido dos etapas. Durante la primera, coincidente con los años de prosperidad y estabilidad, el sentimiento prevaleciente era el del orgullo diferenciador; en los últimos años (la investigación se realiza en 1993) se ha producido una inflexión que busca la diferenciación por la exacerbación de los elementos negativos”, señalan los autores (1996:145).

Dieciocho años después de aquel relevamiento, los discursos de los periodistas del diario analizados en este capítulo no parecen haber variado demasiado respecto a las percepciones señaladas por Achúgar y Bustamante. Veamos primero las respuestas a la pregunta de si existe una identidad común a los países del Mercosur.

Gráfico 8

¿Existe una identidad común a los países del Mercosur?



En primer lugar, se constatan opiniones divididas. Casi la tercera parte de los consultados entiende que no hay una identidad común a los países del Mercosur, si bien algunos de ellos reconocen que hay historias en común, por ejemplo el período colonial, las luchas por la independencia, y más recientemente, las dictaduras que sufrieron los países del Cono Sur.

Una cuarta parte de los consultados considera, en cambio, que sí hay una identidad en común, y mencionan como un factor aglutinante la historia pero también las “costumbres similares” y las manifestaciones culturales, entre ellas “la pasión con la que se vive el fútbol”. Señalan la particular cercanía con el litoral argentino y con Rio Grande do Sul en Brasil. Otra cuarta parte de los consultados entiende que esta identidad en común se manifiesta sobre todo con Argentina. A Brasil se lo ve más distante, fundamentalmente por el factor del idioma. “Están acá al lado (los brasileños) y no tenemos ni idea de quiénes son los gobernadores de los Estados más importantes. Para Brasil nosotros no existimos, y un ecuatoriano es lo mismo que un uruguayo. Ellos son un continente”, sintetizó un periodista de la sección Nacional. Mientras tanto, llama la atención la ajenidad total con que se percibe a Paraguay, en línea con los hallazgos de Achúgar y Bustamante.

En los discursos de los periodistas y editores del diario El País, está muy presente la imagen-constitutiva de las construcciones de la nacionalidad, como se reseñó- de Uruguay como país pequeño frente a dos grandes vecinos que amenazan con avasallarlo. “Para Paraguay y Uruguay (el Mercosur) es una sociedad desventajosa, porque los números lo indican. Estamos hablando de dos monstruos que siempre tratan de beneficiarse y de perjudicarnos a nosotros”, consideró un periodista de la sección Nacional. Otra periodista de la misma sección valoró que en el Mercosur, Brasil y Argentina lideran y Paraguay y Uruguay “quedan al margen de todo”.

El editor de la sección Internacional, en línea con las construcciones de la “uruguayidad” de las primeras décadas del siglo XX, concluyó que no hay una identidad en común porque “los países con raíces indígenas y los que están formados básicamente por hijos de inmigrantes europeos quizás miren culturalmente hacia distintos lugares”.

Entre quienes afirmaron que sí existe una identidad en común, fue complejo lograr que describieran los elementos que dan cuenta de esa identidad en común. Parece responder más bien a un sentimiento difícilmente racionalizable. Por ejemplo, la editora de la sección de Economía comentó: “Creo que si se encuentran un argentino, un brasileño y un uruguayo en cualquier parte del mundo, te sentís parte del Cono Sur”. Un comentario similar realizó un periodista de la sección Economía. Un periodista de la sección Nacional incluso consideró que el Mercosur contribuyó a la construcción de una identidad cultural entre los países. “Hay una identidad cultural a pesar de que los países hablan distintos idiomas, ese es el mayor logro del Mercosur”, valoró.

Podemos señalar, a modo de conclusión de este punto, que en los periodistas y editores del medio analizado coexisten representaciones diversas sobre lo nacional y lo regional, que en algunos casos retoman ideas de los proyectos integradores, pero predominan las representaciones en línea con un relato de la identidad nacional que concibe a Uruguay como un país único, con características marcadas (y positivas) que lo distinguen de sus vecinos, enfrentado a la amenaza latente de dos gigantes que históricamente quisieron dominarlo.

Capítulo 7

Conclusiones

En este trabajo de tesis se procuró, en primera instancia, sistematizar y caracterizar las representaciones de los diarios El País y La República sobre el Mercosur en cinco etapas de la historia del bloque regional (1991, 1995, 2002, 2008 y 2016). Respecto a este primer objetivo central, tomaré en cuenta en las conclusiones dos vertientes de análisis. Por un lado, detallaré las conclusiones que atañen específicamente al tratamiento de la información sobre el Mercosur. Por otro lado, señalaré algunos aspectos que caracterizan las representaciones que construye la prensa en términos generales, no sólo aplicables al Mercosur.

Luego detallaré las conclusiones relacionadas al objetivo específico de comparar la cobertura de los dos diarios, y finalmente, abordaré las representaciones vinculadas al concepto de identidad.

7.1 El Mercosur en la prensa uruguaya

A. Sin referentes propios

Una de las primeras conclusiones que pueden extraerse del análisis es que las representaciones del Mercosur tienen como referentes principales a los gobiernos nacionales. Las instituciones, los funcionarios y las sedes mercosureñas ocupan un espacio marginal en las representaciones del Mercosur de la prensa escrita.

Los funcionarios de los gobiernos nacionales y en especial los presidentes son los actores principales de la información sobre el Mercosur. El 59% de las noticias analizadas tienen como

protagonistas a instituciones o funcionarios de los gobiernos nacionales (incluidos los presidentes); en cambio, sólo el 13% tienen como protagonistas principales a funcionarios, instituciones o parlamentarios del Mercosur.

En cuanto a los actores secundarios, la situación es similar: los actores nacionales representan el 59%, y los mercosureños, el 13%. Esto da cuenta de que la información sobre el Mercosur está personalizada, pero esa personalización no se enfoca en representantes “propios” del bloque regional, sino en representantes de los Estados nacionales.

Al mismo tiempo, se registra un descenso de las noticias que tienen como actor principal a las instituciones o los funcionarios del Mercosur con el cambio de década; pasaron de ser el 12% de las noticias publicadas en 1991 y el 31% en 1995, a representar el 0% en 2002, el 4% en 2008 y nuevamente el 0% en 2016. Como contrapartida, ganaron protagonismo las instituciones y los funcionarios de los gobiernos nacionales: de representar el 14% tanto en 1991 como en 1995, pasaron a ser el 22% en 2002, el 56% en 2008 y el 63% en 2016.

Así como los funcionarios e instituciones del Mercosur ocupan un lugar marginal como actores principales de la información, las fotos que acompañan las noticias siguen el mismo patrón, e incluso acentuado: en ninguno de los casos analizados aparece retratado un funcionario del Mercosur o incluso el Edificio del Mercosur, sede administrativa del organismo. En cambio, de las noticias que tienen foto, el 55% de ellas son de los presidentes de los países integrantes, el 20% de funcionarios de los gobiernos nacionales y el 25% corresponden a otros (por ejemplo, integrantes de partidos políticos, productores rurales, médicos, actores de la cultura).

El análisis sintáctico realizado arroja conclusiones similares en relación al predominio de una visión nacional en el tratamiento de la información. Se constató que el 25% de las noticias ubican al Mercosur como sujeto de la acción gramatical, el 11% como objeto directo, el 1% como objeto

indirecto, el 18% como complemento circunstancial, el 7% como objeto preposicional y el 38% como adjetivo.

El predominio de la función de adjetivo da cuenta de que el sujeto de la acción no es mayoritariamente el Mercosur sino “los países del Mercosur”, “los presidentes del Mercosur”, “los gobiernos del Mercosur”, entre otros. Esto implica que, pese a que las noticias tienen como tópico el Mercosur, la importancia se desplaza del Mercosur como tal a los países integrantes, o en su defecto a sus representantes, los presidentes. El Mercosur sólo aparece propiamente como sujeto en el 25% de los casos. Si miramos el predicado, la función que predomina es la de complemento circunstancial (18% de los casos totales), que es precisamente el complemento prescindible.

Esta lógica anclada en lo nacional de la cobertura informativa es coincidente con la cultura institucional del Mercosur, tal como la han caracterizado algunos autores (por ejemplo, Costa, 2011), signada por las dificultades para establecer y promover una agenda regional y por un diseño institucional intergubernamental. Estos elementos, indica Costa, “cristalizan una cultura institucional en la que predomina la visión nacional en las negociaciones”, lo que “no favorece ni mucho menos estimula la profundización del proceso en sus múltiples dimensiones” (2011:324). También es coincidente con los resultados de investigaciones realizadas en otros países sobre la cobertura de la prensa del Mercosur. Por ejemplo, en el análisis del discurso de la prensa argentina realizado por Ford, Martini y Mazzioti (1996), los autores llegan a la conclusión de que el eje central de la cobertura sobre el Mercosur está centrado en cada uno de los países integrantes del Mercosur y no en el bloque regional como un todo.

B. Con connotaciones negativas

Los hallazgos de esta investigación están en línea con el aporte de Unesco en 2008. Ese estudio mencionaba el enfoque de poca profundidad y predominantemente negativo sobre el Mercosur que realiza la prensa, destacando las dificultades y carencias del bloque y minimizando u omitiendo sus logros. En algunos casos, el estudio de Unesco mencionaba incluso una especie de crónica de una muerte anunciada en relación al fracaso de la cumbre de presidentes del Mercosur: “Al recorrer analíticamente las informaciones sobre el eje temporal propuesto, se entiende cómo las noticias pronosticaron, ordenaron y reprogramaron como si fuese una constante novedad para los medios, vistiéndose en objetividad, el fracaso no únicamente de la cumbre sino del Mercosur como proyecto. (...) Por lo tanto, podemos entender que desde el inicio del proceso informativo ya estaba claro, de ahí lo teleológico, cómo sería el final y los caminos sobre los cuales deberían andar las noticias relacionadas al fenómeno y a la región” (Unesco, 2008).

Esto es plenamente coincidente con los hallazgos de esta investigación a partir del análisis de discurso de los diarios y de las entrevistas a periodistas y editores del diario El País. La información da cuenta de un estado de indefinición y enfatiza sobre los obstáculos que hacen prácticamente imposible el avance del bloque. Para llegar a estas conclusiones, los periodistas relatan presuntos fracasos de cumbres presidenciales o reuniones ministeriales.

Las palabras “fracaso” y “trabas” son las que más aparecen en los titulares de las notas que refieren a las cumbres presidenciales. Incluso a veces aparecen afirmaciones sueltas, sin hacer referencia a ninguna información concreta, como es el caso del titular de La República del 16/12/2008, que simplemente enuncia: “Fracaso del Mercosur”. Otras notas se atienen a ciertos hechos para llegar a la misma conclusión: “Cumbre sin acuerdos. No habrá arancel externo común y libre circulación de mercaderías dentro del bloque”, tituló la República el 17/12/2008,

como si las dos medidas mencionadas fueran los únicos acuerdos a los que debían arriba los presidentes, y como si no hubiera habido otros acuerdos en la misma cumbre. Esta percepción no parece ser reciente; ya en 1991, por ejemplo, La República hablaba de un “creciente desinterés por el Mercosur y su incidencia en la vida cotidiana” (12/12/1991).

Incluso se especula con los fracasos antes de que se produzcan. “No se esperan grandes definiciones” es el título de una nota de El País del 16/12/2008, día en que se realizaría la cumbre de presidentes del Mercosur. Las especulaciones alcanzan también a los titulares: “Vázquez y Cristina disimulan enojos” es el título de una nota del mismo diario al día siguiente. “Pocas expectativas en cumbre” titula La República del 16/12/2008. “Ingreso de Venezuela trancado y elección de parlamentarios del Mercosur no promete mejores horizontes”, señala La República el 24/12/2008.

En ocasiones no figuran explícitamente las fuentes de las notas, y no se relata ningún hecho concreto, por lo cual la noticia, si bien tiene formato de información, se asemeja más a una especulación u opinión del periodista.

A las denotaciones y connotaciones asociadas con el fracaso en las notas analizadas se le suma el hecho de que estos fracasos se representan como reiterados, sin solución de continuidad. Esto es reforzado a través de adjetivos que califican las instancias: “nuevo fracaso en otra cumbre” es el titular de una nota de El País del 17/12/08. Cuando se habla de acuerdos, se anexa un adjetivo que los minimice: “Acuerdos menores”, por ejemplo (El País, 17/12/08).

En 2016 ya ni siquiera se especula sobre la agenda del Mercosur a futuro, porque la suspensión de Venezuela prácticamente monopoliza la cobertura informativa.

Si se analizan los elementos de evaluación de las notas, se observa que el 68% de los juicios y el 81% de las apreciaciones contenidos en las notas sobre el Mercosur son negativos.

La visión negativa sobre el Mercosur también está presente en quienes construyen la información. En las entrevistas realizadas a periodistas, editores y al director del diario El País se constata que estos consideran al Mercosur como un mecanismo de integración poco o nada importante para la vida cotidiana, nada o poco eficaz y con un nivel de conflictividad alto.

Los periodistas y editores del diario no sólo tienen esta imagen en general negativa del Mercosur, sintetizada en que el 75% considera que tiene poca o nula importancia para la vida cotidiana, el 86% entiende que es poco o nada eficaz para resolver los problemas entre los países, y el 55% considera que el nivel de conflictividad en el bloque es alto. Además, varios de los entrevistados expresaron hacerse eco de lo que “la gente” pensaba respecto al Mercosur, autoadjudicándose el rol de intérpretes de lo que “la gente” quiere saber o sobre lo que le gustaría estar informada.

C. Predominio de la agenda político-económica

La información sobre el Mercosur se ubica preferentemente en la sección “Política”, “Nacional” o “Información”, todas denominaciones que hacen referencia al espacio donde se ubica la información de política nacional. La sección de Economía aparece en un segundo lugar. Se constata que, al igual que en el estudio de Unesco, el Mercosur ocupa un espacio escaso en secciones como “Cultura”, o “Sociedad / Comunidad”.

Por otra parte, y pese a que la mayor parte de las noticias sobre el Mercosur se ubican en la sección Política, hay un fuerte énfasis economicista en la elección de los hechos a representar. Esto puede tener que ver con que las propias instituciones y actores del Mercosur siguen centrando la agenda del bloque regional en cuestiones económicas. El 32% de las notas tienen que ver con asuntos económicos (acuerdos de libre comercio, intercambio comercial, aplicación

de aranceles, FOCEM). En cambio, la agenda “social” del bloque sigue ocupando un espacio marginal en la información: sólo 5% de las noticias abordan temas vinculadas a ella.

Hay también una ausencia de organizaciones sociales o académicas, de partidos políticos y del empresariado como actores principales e incluso como secundarios de la información, lo que parece indicar o bien el escaso involucramiento de la sociedad civil organizada en las actividades vinculadas al bloque regional, o bien la escasa atención que le presta la prensa escrita a este segmento a la hora de representar la información. En cambio, sí emergen como actores de cierto peso otros gobiernos de América Latina u otros bloques regionales, sobre todo como actores secundarios: representan el 13% de los actores secundarios identificados en las noticias.

Si se realiza un cruce de la variable “actor principal” con la sección del diario, se llega a la conclusión de que hay ciertos actores (organizaciones sociales o académicas, productores rurales, actores de la cultura) que están prácticamente excluidos de las secciones de Política, Economía e Internacionales, que se denominan en las redacciones las secciones “duras” de los diarios. Por otra parte, para los temas vinculados al Mercosur Social no se destina en ningún caso enviados especiales.

El enfoque de la información sobre el Mercosur como fundamentalmente económica predominó en un primer momento pero luego fue dejando lugar a un enfoque más político. Mientras que en 1991 el 43% de las noticias se ubicaron en la sección Política y el 36% en Economía, en 1995 esa diferencia se ensancha (54% en Política y 23% en Economía). En 2008, el 56% de las notas correspondieron a la sección Política y tan sólo el 12% a Economía, y finalmente, en 2016, el 57% se ubicaron en Política y el 21 en Economía.

Esta conclusión es coincidente con el estudio realizado por Marcelino García (2007) de la cobertura de la prensa argentina sobre el Mercosur, en el que constató que las notas se centraban

mayormente en aspectos económicos y políticos, y que estaba prácticamente ausente la agenda cultural y social.

D. La información sobre el Mercosur no está a cargo de especialistas

Esta conclusión surge de analizar dos indicadores: la firma de las noticias y la utilización de fuentes anónimas. En cuanto a la firma, se halló que el 82% de las noticias no tenía firma frente al 18% que sí la tenía. Por otra parte, el 87% de las noticias no incluían fuentes anónimas. Con las salvedades metodológicas realizadas respecto a este último punto en particular en el capítulo correspondiente, puede concluirse que los periódicos no asignan la cobertura de los temas vinculados al Mercosur a algún periodista en particular, y, en el mismo sentido y por lo mismo, que los periodistas no hacen un uso habitual de fuentes anónimas (el uso de fuentes anónimas para las noticias de política nacional alcanza a prácticamente la mitad de las noticias en 2008).

Estas conclusiones son coincidentes con las respuestas brindadas por periodistas, editores y por el director del diario El País a la pregunta sobre si existen periodistas especializados en el Mercosur. Aunque las respuestas no fueron concordantes -algunos dijeron que había periodistas especializados, y otros que no los había-, sí hubo prácticamente unanimidad respecto a que esos periodistas especializados no estaban en la sección de la que el periodista o el editor formaban parte; en todo caso, cuando se respondía que sí existían periodistas especializados en el medio, casi siempre estaban “fuera”, en otra sección. Además, todos los que señalaron que existían periodistas especializados dijeron que estos pertenecían a la sección de Economía.

Al mismo tiempo, el Mercosur tampoco es un tópico privilegiado en los editoriales y columnas de opinión de los diarios analizados. En los cinco períodos estudiados (1991, 1995, 2002, 2008 y 2016) sólo se hallaron ocho editoriales o columnas de opinión en los dos diarios utilizados, lo

cual resulta a primera vista un dato llamativo. Si suponemos que un diario puede publicar al menos una nota de opinión sobre el Mercosur por día, y teniendo en cuenta los días que tiene el mes de diciembre, podemos concluir que El País decidió editorializar sobre el Mercosur en el 4% de sus ediciones en los períodos analizados, y que La República editorializó sobre el tema en el 1% de sus ediciones en los períodos analizados.

Parece ser, por tanto, que el Mercosur no es un tema sobre el que se editorialice frecuentemente, a diferencia, por ejemplo, de la política partidaria, de la gestión del gobierno nacional, de la crisis económica o de la seguridad, para poner ejemplos de temas que sí aparecieron con mucho mayor frecuencia en los editoriales y columnas de opinión en los períodos analizados.

E. La crisis económica de 2002 influyó en la relevancia otorgada al Mercosur como tema

El año 2002 fue un año particular en el tratamiento de la información sobre el Mercosur; se diferencia del resto de los años analizados en múltiples indicadores. En primer lugar, en la cantidad de noticias publicadas sobre el Mercosur: ese año se publicaron 9 noticias, cuando en 1991 se publicaron 42; en 1995, 35; en 2008, 25; y en 2016, 30. Es decir, en 2002 se publicaron casi cinco veces menos noticias que en 1991 y casi tres veces menos que en 2008. Por otro lado, en 2002, los presidentes representaron los actores casi exclusivos de las noticias sobre el Mercosur (el 67% de las noticias publicadas los tuvieron como actores principales).

Otro de los indicadores de que en 2002 se otorgó menos relevancia al Mercosur es el uso de agencias internacionales de noticias para cubrir la información en esta área. Mientras el uso de agencias supuso el resto de los años entre el 0% y el 19% de las noticias publicadas sobre el Mercosur, en 2002 el 56% de las noticias sobre el Mercosur fueron tomadas de agencias, superando a las elaboradas en la redacción (sólo 33%, cuando el resto de los años el porcentaje

fluctuó entre 67% y 100%). Por otra parte, y en el mismo sentido, en 2002 no hubo enviados especiales a cubrir noticias sobre el Mercosur.

Esto refuerza la conclusión de que en las crisis económicas los medios de prensa tienden a atender casi exclusivamente las problemáticas internas del país vinculadas a la propia crisis.

7.2 Características del tratamiento de la información en la prensa escrita

Como mencioné anteriormente, me gustaría señalar algunas conclusiones que considero que trascienden a la cobertura de un fenómeno puntual (en este caso, el Mercosur) y pueden funcionar como una caracterización de la cobertura de prensa en general.

A. Personalización de la información y jerarquía de los actores

Esta investigación arroja conclusiones similares a las del estudio de la Unesco, donde se afirma que la información sobre el Mercosur está “fuertemente personalizada”. La mayor parte de las veces consiste en un relato de las peripecias de los presidentes de los países integrantes del bloque, que se juntan cada seis meses en una cumbre. Esta personalización del Mercosur en los presidentes coincide con el fenómeno al que se refería Tuchman, de “legitimación de políticos y burócratas como las encarnaciones de las unidades políticas” en los medios (1983:227).

Los presidentes de los Estados nacionales constituyen los actores principales de la información en el 24% de las noticias analizadas. Además, la información sobre el Mercosur está fuertemente focalizada en las cumbres presidenciales: el 16% de las noticias, la mayoría simple, tienen como tema principal a las cumbres. Esto coincide con la personalización del Mercosur en los presidentes de los Estados nacionales.

Además, si se analiza la variable “autor de la noticia”, se constata que el uso de enviados especiales, ya de por sí escaso en relación tanto a la escritura en redacción como al uso de agencias internacionales (7% de las noticias analizadas fueron escritas por enviados especiales), se destina exclusivamente a la cobertura de las cumbres presidenciales, en definitiva, al seguimiento personal de los presidentes.

La jerarquía de los actores involucrados parece por tanto central a la hora de evaluar si una información debe ser incluida en el temario, y con qué destaque. Funciona de esa forma como criterio de noticiabilidad (Martini, 2000).

B. La dimensión del conflicto

El estudio de la cobertura de la prensa argentina sobre el Mercosur realizado por Marcelino García (2007) concluye que esta resalta los conflictos entre los países integrantes del bloque regional y “dramatiza el antagonismo (entre dos contendientes, y aliados), envuelto en varios velos de sospechas, intrigas, eufemismos, tautologías, 'fuegos cruzados', 'palmadas' y 'estocadas’”. La importancia de la dimensión del conflicto a la hora de seleccionar y destacar la información también surge de esta investigación. Por ejemplo, el año 2016, caracterizado en esta tesis como de “crisis” del Mercosur por toda la situación asociada a Venezuela, es el año en el que se registra el mayor destaque de las noticias sobre el Mercosur.

El carácter polémico de los hechos es un factor de noticiabilidad (Martini, 2000), pero según surge de esta tesis, también podría considerarse un aliciente para la introducción de elementos de evaluación en las notas; se constata que la mayoría de las apreciaciones y juicios formulados apuntan a señalar las dificultades del Mercosur, y la mayoría de los juicios se aplican a las

conductas de funcionarios considerados “polémicos”, más concretamente, al presidente venezolano Nicolás Maduro y a la canciller de ese país, Delcy Rodríguez.

Por otra parte, del análisis de discurso surge que la relación predominante entre los actores del Mercosur -fundamentalmente los representantes gubernamentales de los países del Mercosur- es de conflicto. El enfrentamiento es la mayoría de las veces entre Uruguay y Argentina, en ocasiones entre Uruguay y Brasil, y en 2016 entre Venezuela y el resto de los países del Mercosur.

C. Las expresiones de subjetividad en las notas informativas

Tomando como referencia los conceptos de Martin & White (2005), es interesante señalar que las expresiones de subjetividad en la prensa analizada, medidas a partir de los elementos de evaluación caracterizados por estos autores, toman en general la forma de apreciaciones, que a veces constituyen balances sobre una situación determinada o sobre la posición de un país, y a veces se trata de valoraciones sobre un hecho o especulaciones sobre lo que podría suceder. Hay también juicios de estima o sanción social, la mayoría aplicados a gobernantes venezolanos, y pocos afectos.

Una de las conclusiones de este estudio es que en las notas informativas en prensa son más comunes las apreciaciones que los juicios como expresiones de subjetividad, aunque estos últimos se formulan en casos específicos; los juicios negativos contra funcionarios venezolanos se enmarcan en abordajes informativos que caracterizan a Venezuela como el “otro” del Mercosur y son funcionales a ellos.

D. Las dinámicas tácitas

Si bien en los discursos sobre los medios de comunicación que circulan en la esfera pública está muy presente cierto enfoque que llamaré “conspiracionista”, que atribuye a las coberturas mediáticas una permanente conciencia e intencionalidad política, las dinámicas de los medios suelen ser más complejas, y muchas veces las prácticas se explican más por ciertas rutinas y visiones del mundo compartidas que por una decisión maquiavélica de los dueños de un medio.

En el estudio de caso del diario El País, una de las primeras conclusiones que pueden extraerse de las entrevistas realizadas es que no existe un criterio explícito en la redacción sobre quién toma las decisiones de armado del temario de cada sección ni sobre cómo es el proceso que lleva a la decisión de escoger una información y descartar otras.

Los siete periodistas consultados dieron cuatro respuestas distintas cuando se les preguntó quién decide qué se publica en la sección. Tres de ellos respondieron que es el periodista quien elige, aunque es el editor quien jerarquiza y prioriza, y en función de ello decide el lugar que ocupará la nota en la sección y el tamaño que tendrá. Dos de ellos contestaron que la decisión corresponde indistintamente al editor y al periodista. Uno contestó que resuelve el editor. Y el restante manifestó que la decisión corresponde al editor jefe en acuerdo con el editor de la sección.

En el caso de los tres editores consultados, dos respondieron que la decisión la toma el editor, y el restante contestó que la toman en acuerdo el editor y el periodista. El director del diario respondió que las decisiones las toma el editor jefe en acuerdo con los editores de las secciones.

Las diferencias en las respuestas, sobre todo a nivel de los periodistas y más allá de las improntas personales y las dinámicas inherentes a cada sección, nos hace concluir que el proceso de toma de decisiones en el diario El País no tiene criterios explícitos, y que algunos periodistas se consideran con poder de decisión en el diario, mientras que otros atribuyen ese rol exclusivamente a sus jefes.

E. El interés público, o “lo que a la gente le importa”

En Argentina, César Arrueta (2010) realizó un estudio de caso de dos periódicos en contextos de periferia, y concluyó que la “dimensión contextual” del “interés público” se torna una dimensión clave para entender los procesos de producción periodística y la edificación temática. “El interés público no es un valor autónomo e independiente. Está determinado por las condiciones históricas y sociales e indicadores políticos y económicos”, sostiene Arrueta (2010:221). En este sentido, “la concepción de interesante y significativo no tiene un estricto correlato con demandas del público lector masivo, sino con las habilidades entabladas por el diario en su lucha por capital y la red de aliados/ no aliados con los cuales disputa ese poder” (2010:223).

Las rutinas periodísticas, por tanto “tienden a garantizar la publicación de determinados acontecimientos en desmedro de otros, no necesariamente por el peso específico de su valor público, sino por la trascendencia que tiene su visibilidad en términos de especulaciones individuales/corporativas” (Arrueta, 2010:223).

Héctor Borrat, al distinguir los periódicos generalistas de los especializados (Borrat & Fontcuberta, 2006:220), dice que se supone que los primeros hacen preguntas sobre la “realidad” o la “actualidad” que coinciden con las que se haría el “lector común”, y de ese modo quedan “investidos de una suerte de representación informal de la mayoría de lectores”.

Esta idea de los periodistas como representantes o voceros del “ciudadano común” está claramente presente en las entrevistas realizadas. En las respuestas a las preguntas “¿Con qué criterios se resuelve lo que se incluye en el temario?” y “¿Qué características tiene una información de calidad?” subyace la concepción del periodista o editor como una especie de intérprete de lo que quiere saber la “gente común”. En algunos casos, el periodista o editor es

consciente de ese rol que se autoatribuye, pero en la mayoría de los casos los periodistas o editores consideran que “obviamente” conocen los intereses de la “gente común” y por lo tanto actúa en función de ellos.

En síntesis, la idea del periodista como intérprete del sentir común, o como representante de las inquietudes comunes, tiene una larga tradición tanto en el oficio como en los estudios académicos. Por ejemplo, la denominada “teoría de la mediación” concibe al periodista como una especie de filtro o intérprete entre los acontecimientos y el público o la audiencia (ver por ejemplo Manuel Martín Serrano, 1977).

Los intereses del diario parecen quedar a un nivel implícito, ya que ninguno de los periodistas consultados denunció coerción para publicar determinada información, como se señalará más adelante. En cambio, los intereses se transmiten mediante la experiencia en la redacción, las lógicas institucionales aprehendidas y las rutinas compartidas.

D. La agenda circular, o “lo que todos tienen”

Otro concepto que aparece como criterio de selección de información en el temario es el de la necesidad de “abarcarse toda la agenda” informativa. En las entrevistas realizadas en el estudio de caso de El País, la “agenda” aparece como algo fijado de antemano, que no es necesario explicitar. Pero desde los estudios de agenda setting y los más recientes centrados en los encuadres que los medios realizan de la información, bajo el paraguas del framing (Sábada: 2008), sabemos que los medios no sólo construyen las agendas, sino que determinan qué aspecto de cada tema merece ser priorizado, cuál debe ser minimizado y cuál totalmente invisibilizado. Sabemos también que la agenda de los medios muchas veces es circular -un tema es digno de integrar un temario si otros medios ya lo han tratado- y que hay temas y medios que quedan por

fuera del circuito informativo. En esto influyen las rutinas periodísticas y ciertos encuadres que los periodistas hacen de los hechos y que se convierten en dominantes, y también el “poder simbólico” (Bourdieu: 2014) de cada medio, que determina que no todos los medios tengan el mismo poder de fijar los temas de agenda.

Precisamente, cuando se pide a los entrevistados que sean más explícitos respecto a qué entienden por “abarcar toda la agenda”, se llega a la conclusión de que, por un lado, “la agenda” es lo que está “en los demás medios”. Otra concepción apunta a que el periodista es capaz de “abarcar toda la agenda” si logra que “no se le escape nada que pueda ser de interés para un uruguayo promedio”, en palabras del director del diario. Aquí nuevamente aparece la figura del periodista como un intérprete de los intereses de un “ciudadano común”.

También figura como criterio de inclusión en el temario la “exclusividad”, que parecería ir a contrapelo del criterio de “abarcar lo que todos tienen”, pero que sin embargo funciona de forma complementaria. Esa nota “exclusiva” será la que luego marque la agenda informativa de los restantes medios y del medio propio en los días siguientes.

Mientras tanto, el concepto clásico de “noticia”, asociada desde su raíz con la “novedad”, no parece tener demasiado peso a la hora de configurar el temario. Esto llama la atención, dado que “la noticia” es el género básico del periodismo. Se precisarían estudios focalizados y en profundidad para determinar en qué medida la “novedad” como cualidad de la prensa escrita se ha deteriorado debido al surgimiento de otros mecanismos de producción y circulación de la información, como Internet y en particular las redes sociales.

Por último, el criterio más clásico del periodismo como develación de una verdad oculta y molesta -pensemos en la frase, reiterada hasta el cansancio por aquellos vinculados al oficio y atribuida a George Orwell: “Periodismo es publicar lo que alguien no quiere que publiques. Todo

lo demás es relaciones públicas”- sólo fue mencionado por uno de los entrevistados como un criterio de calidad de la información. Otro entrevistado mencionó la complejidad -en términos de consulta a varias fuentes- como un valor y dos más consideraron que una información es de calidad si es “atractiva, interesante”.

7.3 Incidencia de la línea editorial en la cobertura informativa

Esta tesis tuvo como uno de sus objetivos específicos comparar la cobertura del Mercosur que realizaron El País y La República, teniendo en cuenta que se trata de diarios con líneas editoriales contrapuestas en términos político-partidarios, así como explorar los vínculos entre las líneas editoriales y el tratamiento informativo.

En primer lugar, se constató que la posición de apoyo u oposición al gobierno de turno se relaciona con la relevancia que el diario otorga al Mercosur, medida a partir de la cantidad de notas publicadas. Excluyendo los años 1991 (año fundacional) y 2002 (año de crisis económica), las diferencias que aparecen entre El País y La República en materia de cantidad de noticias publicadas coinciden con un posicionamiento diverso respecto al gobierno de turno. En 1995, durante el gobierno del colorado Julio María Sanguinetti, El País –que se identifica con el Partido Nacional, partido que integró entre 1995 y 2000 la coalición gobernante con el Partido Colorado- publica claramente más notas sobre el Mercosur que La República: 24 frente a 11. En cambio, en 2008, durante el gobierno del Frente Amplio que La República apoyó explícitamente en sus editoriales, el registro es inverso: La República publicó 18 y El País 7.

Esto podría deberse a que se considera que apoyar (en este caso, asignando mayor importancia) al Mercosur es una forma de apoyar al gobierno de turno, teniendo en cuenta la fuerte identificación

que existe de los presidentes en particular como representantes del Mercosur. En otros términos, si al Mercosur “le va bien”, se considera un éxito de los gobiernos nacionales y en particular de los presidentes. El Mercosur aparece así casi como un engranaje más de la institucionalidad nacional.

En 2016 se da una caso particular: posiblemente debido al alto nivel de conflictividad y visibilidad (influenciada también por la presencia del tema en las redes sociales) que tuvo la suspensión de Venezuela del Mercosur, y por el hecho de que este fue un tema excluyente en la cobertura, los dos diarios analizados publicaron exactamente la misma cantidad de notas sobre el Mercosur cada uno (15).

En segundo lugar, puede concluirse que El País tiene una visión más economicista del Mercosur que La República, y que este último diario presta mayor atención a la agenda social. Si se analizan los temas cubiertos por ambos periódicos, el 39% de las notas publicadas por El País son sobre temas económicos, frente al 23% de La República. En cambio, La República presta mayor atención a la agenda social (7% frente a 3% de El País). Esto también se refleja en las secciones utilizadas para ubicar la información sobre el Mercosur: el 13% de las noticias de La República se ubicaron en la sección Comunidad / Sociedad; en cambio, en El País ese porcentaje no llegó al 2%.

Por otra parte, El País identifica más como actores a empresarios (tanto nacionales como extranjeros) y a los presidentes que La República, es decir, hace una personalización mayor de la información en función de figuras de mayor poder político o económico. En cambio, La República publica más notas que tienen como actores centrales a organizaciones sociales y académicas, y a los partidos políticos.

Sucede algo similar con las fotos. Mientras El País tiende a personalizar más las imágenes en los presidentes, La República presenta una mayor diversidad, ya que incluye en mayor medida a los funcionarios de gobiernos nacionales y a otros actores.

Además, El País realiza un uso editorial de los pies de foto, que se utilizan para inducir determinadas interpretaciones en lugar de describir lo que aparece en la imagen. A veces se reitera en palabras lo que aparece en la imagen con el claro objetivo de enfatizar una situación. Por ejemplo, en una nota de El País del 17/12/08 se incluye la tradicional foto de familia de los presidentes en la cumbre y al pie se alerta: “Vázquez y Cristina a distancia”. El pie de foto cumple una función más bien iterativa, de refuerzo de la imagen. Pero también están los casos opuestos: cuando el pie de foto entra en contradicción con la imagen y de esa contradicción se pretende imprimir un sentido determinado a la información. Por ejemplo, en una nota de El País del 28/12/2008, se muestra a la presidenta argentina Cristina Fernández con una amplia sonrisa. Al pie, nuevamente se alerta: “Peligro. Medidas argentinas pueden afectar a Uruguay”. Para reforzar la connotación negativa asociada a Argentina y a sus representantes (en este caso la presidenta), la sonrisa de Fernández puede interpretarse a partir de la lectura del pie de foto como una especie de burla.

Otras veces se inclinan por fotografías más significativas, y cuando lo hacen, en general se refuerzan las representaciones del Mercosur como una región conflictiva y con dificultades para llegar a acuerdos. Por ejemplo, una nota de El País del 17/12/08, muestra a los presidentes de Brasil y de Uruguay en ese momento, Luiz Inácio Lula da Silva y Tabaré Vázquez, enfrentados y con gestos adustos, al tiempo que Lula levanta su dedo índice en señal de advertencia.

Al mismo tiempo, en el capítulo de análisis de discurso se constató que en las notas del diario La República que refieren a la sociedad civil como actor principal de la información, los términos

con connotación de conflicto y fracaso se sustituyen por la figura del consenso como eje que atraviesa el discurso sobre el Mercosur. Así, se habla de encuentros –en referencia a la cumbre social del Mercosur- donde “la tónica fundamental será el diálogo” y donde “se espera intercambio de visiones, inquietudes, perspectivas y análisis sobre el devenir de la integración” (La República, 15/12/08).

En cuanto a la dimensión de análisis vinculada a la identidad, es interesante la constatación de que la línea editorial no altera las representaciones de “nosotros” y “otros” que se construyen en las notas informativas y en los editoriales. Tanto para El País como para La República, el “otro” sigue siendo Argentina, eventualmente Brasil y en 2016 Venezuela, y hay una fuerte apelación a la nacionalidad más allá de la línea política del gobierno de turno.

Stuart Hall (2005:84) señala que la ideología es una función del discurso y de la lógica de los procesos sociales, más que una intención del agente. Cuando un locutor radial vincula como si se tratara de un fenómeno inevitable la suba de la inflación con la demanda por mayores salarios, es un agente que sirve como soporte “para la reproducción del campo discursivo de la ideología dominante”. Se podría decir que, en términos ideológicos, no hay mayores diferencias entre los dos diarios analizados en este punto: ambos contribuyen a reforzar las representaciones de los uruguayos como “excepcionales” en la región y distintos (mejores) que los argentinos, los brasileños y los venezolanos (no menciono Paraguay porque ni siquiera llega a la categoría de “otro”, ya que no hay prácticamente referencias particulares a ese país en las notas analizadas). Pese a que editorialmente se proclaman antagónicos, los dos diarios contribuyen en general al mantenimiento de la ideología dominante y del statu quo.

No obstante, la línea editorial de los diarios analizados se refleja a un nivel menor en el tratamiento informativo. Hay por ejemplo posiciones en materia de política económica que

marcan las representaciones del Mercosur (la asociación del proteccionismo con Argentina, como se señaló anteriormente). En la nota de El País del 16/12/08, donde se informa sobre la cumbre del Mercosur que se realizaría al día siguiente, hay una connotación negativa asignada al término proteccionismo, lo que revela a su vez una determinada concepción de política económica, afín con la línea editorial del diario (liberal desde el punto de vista económico, pro libre mercado y pro economía abierta).

Esta concepción sobre la conveniencia de “abrirse al mundo” y de asociarse a los “grandes mercados” no aparece con la misma fuerza en La República, que en cambio titula ese mismo año, el 3/12/2002: “Lula llamó desde Bs As a la unión del Mercosur para defenderse de los poderosos”. Aquí los grandes mercados parecen suponer más bien una amenaza y no una oportunidad para el Mercosur. Si bien el énfasis en una u otra concepción está dado por los diferentes orígenes ideológicos de las fuentes que emiten las declaraciones (Jorge Batlle y Lula da Silva en el caso de los ejemplos citados), también el medio escoge qué fuentes utiliza y qué declaraciones de esas fuentes consigna en sus notas.

Otra diferencia en el tratamiento informativo que está en relación con la línea editorial de los diarios analizados se produce en el caso del proceso de ingreso de Venezuela al Mercosur –que se concretaría recién en 2012–, que genera definiciones de “nosotros” y “otros” en términos más ideológicos. Entonces, es “la derecha” la que “no quiere a Venezuela en el Mercosur” y es “la oposición” la que “se está preparando para obstaculizar en el Senado brasileño la aprobación del protocolo que permite el ingreso de Venezuela al Mercosur” (La República, 22/12/2008). Esto fue así mientras existía una sintonía política entre el gobierno venezolano comandado por Hugo Chávez y el gobierno del Frente Amplio. En cambio, en 2016, cuando Venezuela está en crisis económica y política y el gobierno uruguayo se empieza a distanciar de la administración de

Nicolás Maduro, La República también toma distancia de Venezuela, por ejemplo realizando juicios negativos hacia sus gobernantes en sus notas informativas.

En cuanto al análisis de los editoriales, se constata que La República sólo editorializa en el año 1995, y lo hace de manera positiva. El diario El País editorializa favorablemente sobre el Mercosur en los años 1991, 1995 y 2002, lo hace negativamente en 2008 y en forma favorable nuevamente en 2016. Un hecho que corresponde puntualizar, y que puede tener relación con esta postura del diario, es que en los primeros tres años analizados el gobierno nacional lo detentaba el Partido Nacional o el Partido Colorado, y en 2008 el gobierno nacional estaba a cargo del Frente Amplio, partido contra el cual el diario El País editorializa prácticamente todos los días. Este cambio de postura del diario respecto al Mercosur también puede responder simplemente al paso del tiempo, y a que las expectativas iniciales respecto a los alcances y logros del Mercosur se hayan frustrado, como parece surgir de las entrevistas realizadas a los trabajadores de ese medio analizadas en el capítulo correspondiente.

El caso del editorial del diario El País del año 2016 es interesante, ya que nuevamente atribuye connotaciones positivas al Mercosur, o en realidad a todos los países del Mercosur con excepción de Venezuela. Este cambio de perspectiva respecto a 2008 coincide con el hecho de que todos los países del Mercosur con excepción de Uruguay y Venezuela habían cambiado de orientación política en 2016, tras la asunción de Mauricio Macri en Argentina, Michel Temer en Brasil y Horacio Cartes en Paraguay. El editorial de El País del 6 de diciembre de 2016 se encarga de dejar en claro el contraste entre estos últimos gobiernos mencionados, caracterizados por la “seriedad”, con los gobiernos progresistas de la “ola populista”.

En las entrevistas realizadas a los periodistas, editores y al director del diario El País, surge como ampliamente mayoritaria la convicción de que la línea editorial del medio no incide en la

elaboración de la información, para ningún tema (ni para los asuntos del temario en general, ni para el Mercosur en particular). Hay coincidencias también en que esta dinámica es relativamente reciente, y que hasta el gobierno de Luis Alberto Lacalle inclusive (1990-1995), la línea editorial sí era determinante de algunos contenidos. Lacalle es del Partido Nacional, partido con el que tradicionalmente ha estado asociada la familia fundadora del diario El País, los Rodríguez Larreta-Aguirre. Los entrevistados entienden que luego de mediados de los noventa, el diario “se profesionalizó más”, dejó de ser prioritariamente un vehículo de opinión para responder en mayor medida a la “ideología profesional” del periodismo.

7.4 Identidad nacional, ¿identidad regional?

En función de los atributos que componen la identidad según se ha conceptualizado en esta tesis, analizaremos los hallazgos que surgen a partir de las diferentes metodologías aplicadas. Excluimos de la categorización al atributo “sentimientos de pertenencia a un colectivo”, ya que se trata de una dimensión que, definida en esos términos, no es posible de ser analizada en un estudio comunicacional.

I. Construcciones simbólicas sobre atributos, características o clasificaciones propias de un colectivo, que lo distingue de otros.

En la prensa analizada no podemos identificar una serie de cualidades o características que se asignen al Mercosur. En cambio, abundan las referencias a atributos que se asignan a la nacionalidad uruguaya, que están en sintonía con lo que algunos autores han caracterizado como

mitología nacional. El mito central de la nacionalidad en el caso de Uruguay es la excepcionalidad (Caetano, 1992).

Cabe acotar que no hay “identidad” sino más bien “identidades” cambiantes e inconclusas, y la “identidad uruguaya” no es la excepción. Los supuestos ideológicos sobre los que se apoyan las representaciones de la nacionalidad uruguaya tienen variaciones en términos geográficos y temporales, pero a grandes rasgos podrían sintetizarse en el supuesto de Uruguay como país excepcional, igualitario, liberal, homogéneo, conciliador.

Estos supuestos adoptan la forma narrativa de los mitos, entendidos como “construcciones narrativas que congregan un cúmulo de significaciones relacionadas” que apuntan a generar “ciertos efectos y dar cuenta de ciertas interpretaciones de hechos o acontecimientos del pasado o del presente” (Porzecanski, 1992:49). Por ejemplo, el mito de la cultura ciudadana, aquel perteneciente al imaginario del Uruguay Feliz (el que prevaleció desde principios hasta mediados del siglo XX) que alude a la cultura universalista, liberal y racionalista, al orgullo del nivel educativo alto para la región.

La construcción simbólica de la identidad nacional estuvo y está marcada por la incesante búsqueda de imágenes inclusivas para conciliar la pluralidad (Porzecanski, 1992). Estas imágenes se construyen en oposición a un Otro, primero Argentina, después Brasil, frente a los cuales Uruguay es representado como país excepcional, como comunidad homogénea y sin grandes contrastes.

En determinado momento de la construcción de la nacionalidad uruguaya, los indios y mestizos son relegados para ensalzar en su lugar el rol de los inmigrantes europeos, lo que contribuye a separar a Uruguay del resto de América Latina. “La América india, la América negra y la América mestiza son consideradas como los emporios de la ineptitud, la haraganería, la malicia y

la corruptela” y en cambio “se exalta el legado espiritual, moral y 'racial' de los inmigrantes”, indica Vidart (2012:386). El proyecto pasa a ser construir “un país europeo” dentro de un continente poblado mayoritariamente por indios y negros. Morales indica que a través de esa identidad, “el país tendía a aislarse de América Latina, a la que daba la espalda”, y “se comenzaba a sentir la Suiza de América”, sin sentirse parte de una “identidad latinoamericana” (2013:59). Es en esta etapa que los proyectos nacionalistas priman frente a los proyectos integracionistas (Caetano, 1992).

Hay ciertas características que se asocian con el “uruguayo tipo”, como la medida, la medianía, el afán amortiguador, y todo aquel que se salga de ese patrón de conducta esperado se convierte casi automáticamente en un “otro” interno, pues su conducta se asocia con características identitarias foráneas (por ejemplo, el exhibicionismo argentino, la alegría brasileña o el ímpetu caribeño).

En las notas de prensa analizadas, las representaciones de la nacionalidad se construyen en oposición a un otro, fundamentalmente Argentina, ocasionalmente Brasil y en 2016 Venezuela, frente a los cuales Uruguay es representado como país excepcional, como comunidad homogénea y sin grandes contrastes. Hay una insistencia en marcar la “excepcionalidad” de Uruguay en el contexto regional y dentro del Mercosur en particular que condice con lo que se señala respecto al “mito de la excepcionalidad uruguaya”.

Del análisis de discurso surge como características asociadas a lo nacional la “eficacia”, las “reglas claras”, la “baja corrupción”, “el principismo”, el “pragmatismo”, el “realismo” y la “seguridad jurídica”.

En los discursos de los periodistas y editores del diario El País, está muy presente la imagen -constitutiva de las construcciones de la nacionalidad, como se reseñó- de Uruguay como país pequeño frente a dos grandes vecinos que amenazan con avasallarlo.

En los periodistas y editores del medio analizado coexisten representaciones diversas sobre lo nacional y lo regional, que en algunos casos retoman ideas de los proyectos integradores, pero predominan las representaciones en línea con un relato de la identidad nacional que concibe a Uruguay como un país único, con características marcadas (y positivas) que lo distinguen de sus vecinos, enfrentado a la amenaza latente de dos gigantes que históricamente quisieron dominarlo.

II. Una memoria común sobre el pasado y un "porvenir deseado"

En las entrevistas realizadas a periodistas, editores y al director del diario El País, destaca la apelación a una historia en común de los países del Mercosur como factor de unión. Se mencionan en este sentido el período colonial, las luchas por la independencia, y más recientemente, las dictaduras que sufrieron los países del Cono Sur. La historia en común parece ser un elemento entonces de construcción de identidad en común.

Sin embargo, no sucede lo mismo con la proyección de un futuro en común. En el caso del Mercosur, hay una especie de imposibilidad de proyectar un futuro en común, y las representaciones del bloque regional que construye la prensa caracterizan al Mercosur como una región sin futuro posible. En otros términos, podría pensarse que el Mercosur como proceso de integración no encarna los factores de unión que marca la historia y en algunos casos las costumbres comunes.

III. Representaciones sobre los "otros"

Algunos autores identifican a Estados Unidos como el "otro" del Mercosur o de América Latina, como la alteridad en función de la cual se trazan rasgos propios de la región. Caballero Santos, en un artículo denominado "La identidad en el Mercosur: regionalismo y nacionalismo", sostiene

que desde las independencias latinoamericanas del siglo XIX, los Estados latinoamericanos se construyeron por contraposición al “otro norteamericano” (Caballero Santos, 2014). Por tanto, la idea de unidad y de integración regional se pensó más como un mecanismo de protección y defensa frente a un “otro” amenazante.

Sin embargo, del análisis de esta tesis surge que los “otros” que la prensa uruguaya construye son fundamentalmente internos al Mercosur (Argentina, Venezuela), y que las representaciones identitarias en las notas que tienen como tópico el Mercosur apelan casi todos los casos a la identidad nacional y no a una eventual identidad regional.

En las notas de prensa analizadas, se constata que la construcción de alteridad se realiza dentro de la propia región. El “otro” es fundamentalmente Argentina, un país “proteccionista” en términos económicos, y conflictivo. Argentina –o más precisamente, Buenos Aires– es, a su vez, el gran “otro” en la construcción identitaria del Uruguay. En términos históricos, esto se explica en parte por las semejanzas entre Montevideo y Buenos Aires, con perfiles similares en términos poblacionales a raíz del origen de sus inmigrantes, y circunstancias históricas como la lucha de puertos y el proceso independentista. “El ‘otro’ de Uruguay siempre fue Buenos Aires. ¿De quién uno tiene que diferenciarse? De aquél que más se nos parece”, señala el historiador uruguayo Gerardo Caetano, especializado en temas de integración regional (en entrevista con el periódico uruguayo *La Diaria*, 7/9/2012). En las notas de prensa, ese “otro” “nos” “domina” y se refuerza la impotencia como característica asignada a la representación del “nosotros”.

Es interesante el giro que se registra en el año 2016, cuando hay un notorio cambio respecto a la situación descrita anteriormente. Venezuela pasa a ser el “otro” por excelencia, y las características de Uruguay pasan a construirse en oposición a Venezuela. Los gobernantes venezolanos, y por extensión todo el país, se caracterizan como irracionales, polémicos y

confrontativos. En cambio, se presenta la posición del gobierno uruguayo en esta discusión como racional, calma, dialoguista y equidistante.

Por otra parte, hay un aspecto del tratamiento de la información que refuerza la construcción de un “nosotros” nacional y la representación del resto de los países de la región como “otros”, y es el hecho de que las fuentes utilizadas por los periodistas para tratar temas del Mercosur son casi exclusivamente nacionales: el presidente uruguayo, los ministros uruguayos, los jerarcas uruguayos en general, o, en menor medida, las organizaciones de la sociedad civil uruguaya. Esto coincide con el estudio de caso del discurso de los periodistas del diario El País, que se presenta en otro capítulo.

La utilización casi exclusiva de fuentes nacionales contribuye a generar representaciones fuertemente ancladas en los intereses nacionales, o más precisamente –dada la apelación casi exclusiva también a fuentes gubernamentales–, en los intereses del gobierno de turno. Hay una constante apelación a “los intereses de Uruguay”, que prácticamente en todas las notas analizadas entran en contradicción con las acciones que toman el resto de los países del Mercosur o con la situación general en el Mercosur.

Del análisis de discurso surge que se identifica a los “otros” internos, en particular a Argentina, con la inseguridad jurídica, la inestabilidad y las “reglas de juego poco claras”. También con la conflictividad. En 2016, el “otro” es Venezuela, un otro “polémico”, “áspero”, “furioso”.

La identidad nacional siempre fue construida en fuerte oposición a “los vecinos” del Cono Sur. ¿Podemos hablar entonces de una identidad regional, o macrorregional, a decir de Giménez? Este autor afirma, respecto a las identidades macrorregionales, que éstas son “identidades colectivas débiles y más bien metafóricas, incapaces de ser movilizadas como actores colectivos en función

de algún proyecto o ideal común" (Giménez, 2003). "En lo que respecta particularmente a América Latina, el sueño de Bolívar nunca pudo concretarse debido a la heterogeneidad extrema y a la balcanización temprana de la región. Pese a la globalización, la mayor parte de la población mundial sigue identificándose por referencia a una comunidad nacional, aunque hayan cambiado o se hayan debilitado las funciones del Estado-nación", puntualiza Giménez (2003).

En el caso de los textos analizados, resulta llamativo el hecho de que, pese a la coyuntura histórica de 2008 –año de gobiernos “progresistas” en la región, con un marcado discurso pro-integración y latinoamericanista- las representaciones del Mercosur que construyen y vehiculizan los diarios analizados siguen definiendo “otros” internos y los países del Mercosur no aparecen unificados en una región con características identitarias comunes, sino más bien como la suma de comunidades nacionales. Es que las representaciones sociales no son fruto de coyunturas sino de procesos históricos, y la visión coyuntural del poder político en 2008 no aparece como suficiente para torcer una acumulación histórica de décadas.

En función de lo mencionado anteriormente, no podemos encontrar en las representaciones de la prensa ni en los discursos de los hacedores de la información elementos sólidos que nos dé la pauta de un proceso de construcción de una identidad regional. No hay atributos que se asignen al Mercosur, ni “otros” en función de los cuales definirse como una región con características propias, y tampoco hay un futuro en común. Apenas se mencionan ciertas características culturales que Uruguay compartiría con sus vecinos del Cono Sur, y ciertos elementos de la historia en común de los países que los acercan.

Este trabajo empírico es coincidente con los análisis realizados por Achúgar & Bustamante (1996) y Grimson (2002), y en cambio se contrapone a la visión de Larraín Ibáñez (2006) y Caballero Santos (2014) de que existirían elementos comunes que coadyuvarían a conformar una

identidad regional. La investigación realizada por Achúgar y Bustamante hace más de veinte años identificaba los elementos que utilizaba la prensa uruguaya para diferenciar a Uruguay de sus vecinos. “La búsqueda que los uruguayos hacen de un perfil que los distinga de sus vecinos ha tenido dos etapas. Durante la primera, coincidente con los años de prosperidad y estabilidad, el sentimiento prevaleciente era el del orgullo diferenciador; en los últimos años (la investigación se realiza en 1993) se ha producido una inflexión que busca la diferenciación por la exacerbación de los elementos negativos”, señalan los autores (1993). Encuentran también cierto rechazo a lo que se entiende como un afán dominador de Buenos Aires sobre Uruguay, que tiene sus raíces históricas, y un acercamiento y afinidad con el resto de las provincias argentinas.

En cuanto a Brasil, “los medios de comunicación uruguayos reflejan generalmente la imagen de Brasil como el país de la alegría, donde todos se ríen de todo y nada es tomado en serio”. También existe la imagen de Brasil como un país donde es posible ponerse a resguardo si se realizan actividades delictivas, y de Brasil como “una indudable potencia industrial, apta para desarrollar actividades de alto nivel tecnológico” (Achúgar & Bustamante, 1996).

Sobre Paraguay hay escasísima información en la prensa uruguaya, concluyen los investigadores: “Ante los ojos uruguayos, Paraguay es una sociedad extraña, desconocida y no atrayente”. Hay una sensación de que se trata de una sociedad arcaica y carente de prácticas democráticas sólidas. En tanto, los trabajos de Alejandro Grimson concluyen que los periodistas “no asumen mecánicamente al Mercosur como nuevo criterio identitario” (Grimson, 2002:193). Más bien, la base identitaria que se plantea se funda en la dicotomía centro-periferia, o “Mercosur de primera” y “Mercosur de segunda”, considerando al centro como los gobiernos centrales (de los dos países) y a la periferia como las fronteras (también de ambos países). El Mercosur no ofrece

sentidos claros, pero la integración “entre vecinos” sí es un proceso que se vive en forma cotidiana.

Grimson concluye que “los procesos de integración no parecen encaminarse a tender puentes identitarios que resulten en una fusión mercosuriana”. “En el nuevo contexto, los actores involucrados parecen necesitar construir nuevos sentidos para la nación y la región, nuevas modalidades que insisten en marcar los límites entre nosotros y otros” (Grimson, 2002:195).

En cambio, los trabajos de Larraín Ibáñez (1996, 2007) y Sergio Caballero Santos (2014) apuntan a delimitar elementos que a entender de estos autores pueden configurar una identidad común en la región. Caballero Santos (2014) menciona como elementos que coadyuvan a una identidad común de los países latinoamericanos, y en particular del Mercosur, la historia común de emancipaciones en el siglo XIX frente a la conquista ibérica, “imbuida de ideas y lógicas continentales y unitarias”; y el hecho de que los países latinoamericanos padecieron regímenes militares en el siglo XX y recuperaron la democracia en procesos que se desarrollaron en las últimas tres décadas.

Menciona también como elementos identitarios comunes los “valores compartidos”, entre los que incluye “democracia, derechos humanos, inserción internacional con una voz regional, valores occidentales y cosmovisiones indígenas”.

Caballero sostiene que existe una identidad colectiva del Mercosur “basada en ciertos logros, tales como el Focem (Fondo de Convergencia Estructural del Mercosur) y el Parlamento regional”. El autor sustenta sus afirmaciones en entrevistas realizadas entre los años 2005 y 2012 en los países del Mercosur y encuestas, aunque no da mayores detalles sobre la metodología del estudio, por lo que no puede evaluarse el sustento empírico de estas afirmaciones.

Jorge Larraín (2006) menciona algunos “elementos comunes” que pueden servir de base a lo que denomina “el fortalecimiento de la identidad latinoamericana”: una historia compartida (de colonización luso-española, de guerras de independencia); el catolicismo como sustrato cultural común y como religión mayoritaria; el centralismo político, marcado por poderes políticos autoritarios que luego dejaron paso a democracias no participativas; y el hecho de que los países de América Latina sean fundamentalmente exportadores de materias primas. Pero nuevamente, no hay evidencia empírica que indique que estas circunstancias históricas, políticas y económicas se traduzcan en representaciones identitarias comunes.

En cambio, según surge del análisis realizado en esta tesis, la relación de Uruguay con el Mercosur, lejos de la pertenencia e identificación, se representa en permanente oposición. La voluntad de sus gobernantes se representa como frustrada, se enfatizan los presuntos perjuicios para Uruguay de las acciones de los restantes países del Mercosur, se remarca la imposibilidad de llegar a acuerdos y los permanentes obstáculos para alcanzar los objetivos que tiene el país según los diarios analizados. Retomando los atributos de los cuales se compone la identidad expuestos al principio de este capítulo, podemos concluir que las fronteras que distinguen al “nosotros” del “otros” no se trazan entre el Mercosur y los países extra Mercosur, sino que se trazan entre los propios países del Mercosur, fundamentalmente entre Uruguay (“nosotros”) y Argentina (el “otro” más claro que surge del análisis). No hay un porvenir deseado, ni siquiera hay un porvenir. La apelación a una memoria común que figura en dos de los casos analizados agrupa dentro de esa raíz común no a los países del Mercosur, sino a (algunas) izquierdas del Mercosur en un caso y a Uruguay y a México en el otro.

El “otro”, fundamentalmente Argentina y luego Venezuela, aparece como inestable y conflictivo. En contraposición, el “nosotros” es seguro, principista y pragmático a la vez, eficaz y claro. Con

estas características tan nítidamente definidas, no es extraño que la confrontación y el conflicto, en su costado negativo, sean una constante en el abordaje informativo de las notas sobre el Mercosur de los diarios analizados.

7.5 Agendas de investigación a futuro

La investigación presentada en esta tesis procura constituir un aporte para la comprensión de las representaciones del Mercosur que construye la prensa y de las dimensiones identitarias que están en juego en esas representaciones, pero como todas las investigaciones, tiene limitaciones. Hay enfoques, perspectivas y metodologías adicionales que podrían arrojar luz para profundizar la comprensión del fenómeno.

En primer lugar, podría compararse este estudio sobre las representaciones del Mercosur con otros estudios sobre otro tipo de representaciones en clave regional, pero que no tengan como factor aglutinador al Mercosur. Por ejemplo, representaciones sobre otros mecanismos de integración regional como la Unión de Naciones Suramericanas (Unasur), o representaciones de eventos o actividades regionales, culturales o sociales, que tengan cierta periodicidad. Sería otra forma de aproximación para indagar si existen elementos identitarios en otro tipo de representaciones de hechos o actores regionales.

Además, sería interesante indagar en la agenda institucional del Mercosur, para determinar con mayor claridad cuáles son las omisiones de la prensa en la cobertura de esa agenda. Sería también sumamente útil para la comprensión del fenómeno estudiar, con metodología cualitativa, cuáles son las representaciones del Mercosur que tiene la población de los países que lo integran, y en qué medida esas representaciones coinciden o no con las que construyen la prensa; en definitiva,

en esta investigación falta un aspecto central del proceso comunicacional, que es la recepción de los mensajes. Realizar estudios de recepción sobre este tema sería un aporte clave.

Otra limitación del presente análisis tiene que ver con la centralidad de la prensa escrita como constructora de representaciones, que como ya señalamos, se ha venido erosionado por los cambios en las modalidades de consumo de la información. Sería sumamente interesante realizar un estudio similar a este pero centrado en las representaciones que se construyen del Mercosur en las redes sociales, por ejemplo, en Twitter.

Y finalmente, considero que la dimensión de la comunicación no debe estar ausente de los estudios sobre identidad, y que debería articularse de manera mucho más fluida con las perspectivas histórica y antropológica.

BIBLIOGRAFÍA

ABRIL, Gonzalo (1997). Teoría general de la información. Primera edición, Cátedra, Madrid.

ACHÚGAR, H. & BUSTAMANTE, F. (1996). “MERCOSUR, intercambio cultural y perfiles de un imaginario”. En GARCÍA CANCLINI, Néstor (ed.): Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos: libre comercio e integración. Primera edición, Ed. Nueva Sociedad, Caracas.

ALABARCES, P. (2001). Fútbol y patria: deporte, narrativas nacionales e identidades en la Argentina, 1920-1998 (tesis doctoral), Universidad de Brighton, Inglaterra.

ÁLVAREZ, D. (2008). Historia de la prensa en Uruguay. Primera edición, Editorial Fin de Siglo, Montevideo.

ANDACHT, F. (2001). “Integración/desintegración: nuevos signos de identidad en el Mercosur”. En DE SIERRA, G.: Los rostros del Mercosur. El difícil camino de lo comercial a lo societal. Primera edición, CLACSO, Buenos Aires.

ANDERSON, B. (1993). Comunidades imaginadas. Primera edición, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

ARRUETA, César (2010). ¿Qué realidad construyen los diarios? Una mirada desde el periodismo en contextos de periferia. La Crujía, Buenos Aires.

AUGÉ, M. (1994). *Le sens des autres*. Primera edición, Ed. Fayard, París.

AUGÉ, M. (2002). *Los no lugares. Espacios del anonimato*. Cuarta edición, Gedisa, Barcelona.

AUSTIN, J. (1990). *Cómo hacer cosas con palabras: palabras y acciones*. Primera edición, Paidós, Barcelona.

BACCARO, Adrián (1997). *Comunicación y cultura en los proyectos de integración: el caso Mercosur (tesina)*, Universidad de Buenos Aires.

BAYARDO, R. & LACARRIEU, M. (1997). Notas introductorias sobre la globalización, la cultura y la identidad. En BAYARDO, R. & LACARRIEU, M. (Comp.): *Globalización e Identidad cultural*. Primera edición, Ed Ciccus, Buenos Aires.

BECK, U. (1998). ¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización. Primera edición, Paidós, Barcelona.

BIZZOZERO, Lincoln (2012). “El Mercosur y el proceso sudamericano ante la segunda década del siglo XXI. ¿Hacia una consolidación del nuevo regionalismo estratégico?” *Si somos americanos, revista de estudios transfronterizos*, Volumen XII, N°1, enero – junio, pp. 215-237-.

BLIXEN, Samuel & UVAL, Natalia (2016). “Mucho más que silencio. Los medios de comunicación en la era dictatorial”. En BOHOSLAVSKY, Juan Pablo (editor), *El negocio del terrorismo de Estado. Los cómplices económicos de la dictadura uruguaya*, primera edición, Penguin Random House, Montevideo.

BOCZKOWSKI, Pablo & MITCHELSTEIN, Eugenia (2016). “El medio ya no es medio ni mensaje”, *Revista Anfibia*, Universidad de San Martín, 29 de julio.

BORN, M. (2005). *Discursos geopolíticos da mídia. Jornalismo e imaginário internacional na América Latina*. Primera edición, Ed. Educ, San Pablo.

BORRAT, H. (1989). *El periódico, actor político*. Primera edición, Editorial Gili, Barcelona.

BOURDIEU, P. y PASSERON, J. (1985). *La Reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. Primera edición, Editorial Fontamara, México.

BOURDIEU, P. (1998). *Sobre el poder simbólico*. En GUIGOU, N. y TANI, R. (eds.): *Introducción al pensamiento de Pierre Bourdieu*. Primera edición, Publicaciones Universitarias, Montevideo.

BOURDIEU, P. (2007). *El sentido práctico*. Primera edición, Siglo XXI Editores, Buenos Aires.

BOURDIEU, P. (2014). ¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos. Primera edición, Akal, Buenos Aires.

BREED, Warren (1955). Social control in the Newsroom: a functional analysis. Bobbs-Merrill, Indianápolis.

BRODY, R. (1991). Assessing the President: The Media, Elite Opinion, and Public Support. Stanford University Press.

BUCHOLTZ, Mary & HALL, Kira (2010). “Locating identity in language”, en Carmen Llamas y Dominic Watt (eds.), Language and identities, Edinburgh University Press, Edimburgo.

BUISÁN, Andres; SALERNO, Paula (2017). “Representaciones sobre el proceso de integración regional en los discursos de los líderes políticos del MERCOSUR”. Entremeios [Revista de Estudos do Discurso, on-line], Seção Estudos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem (PPGCL), Universidade do Vale do Sapucaí (UNIVÁS), Porto Alegre, vol. 14, p. 3-22, enero-junio. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.20337/ISSN2179-3514revistaENTREMEIOSvol14pagina3a22>

CABALLERO SANTOS, Sergio (2014). “La identidad en el Mercosur: regionalismo y nacionalismo”, Foro Internacional 218, LIV, 2014 (4), 841-865.

CAETANO, Gerardo (1992). "Identidad nacional e imaginario colectivo en Uruguay. La síntesis perdurable del Centenario". En Achúgar, H. & CAETANO, G. (eds.): Identidad uruguaya: ¿mito, crisis o afirmación?. Primera edición, Ed. Trilce, Montevideo.

CAETANO, Gerardo (coordinador) (2011). Mercosur. Breve historia, cronología y marco institucional. Cefir, Montevideo.

CASTELLS, M. (1999). La era de la información: economía, sociedad y cultura. Primera edición, Siglo XXI, México.

COSTA, Marcos (2011). "O caso do Mercosul como projeto de integração regional em perspectiva comparada com outras experiências internacionais". En CAETANO, Gerardo (2011). Mercosur. Breve historia, cronología y marco institucional. Cefir, Montevideo.

DEL VALLE ROJAS, C. (2004). Genealogía crítica de la comunicación intercultural. Mediocentrismo e invisibilización de lo étnico en los estudios interculturales, revista Sphera Pública, Universidad San Antonio de Murcia, España.

DRI, Eugenia (2010). "La integración del Mercosur: análisis del proceso de negociación del Tratado de Asunción". Centro Argentino de Estudios Internacionales. Working Paper 46, disponible en: <http://biblioteca.olade.org/opac-tmpl/Documentos/cg00298.pdf>

DUCROT, O. (1982). Decir y no decir. Principios de semántica lingüística. Primera edición, Ed. Anagrama, Barcelona.

ECO, U. (1989). La estructura ausente. Introducción a la semiótica. Primera edición, Lumen, Barcelona.

FERGUSON, Robert (2007). Los medios bajo sospecha. Ideología y poder en los medios de comunicación. Primera edición. Gedisa, Barcelona.

FISHMAN, Mark (1983). La fabricación de la noticia. Ediciones Tres Tiempos, Buenos Aires. Primera edición en inglés: 1980, the University of Texas Press.

Fontcuberta, M. & Borrat, H. (2006). Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción. Primera edición, Ed. La Crujía, Buenos Aires.

FORD, A.; MARTINI, S. & MAZZIOTI, N. (1996). "Construcciones de la información en la prensa argentina sobre el Tratado del Mercosur". En GARCÍA CANCLINI, Néstor (ed.): Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos: libre comercio e integración. Primera edición, Ed. Nueva Sociedad, Caracas.

FORD, A. (1999). La marca de la bestia. Primera edición, Norma, Buenos Aires.

FOUCAULT, Michel. (1968). Las palabras y las cosas: una arqueología de las ciencias humanas. Siglo veintiuno editores, Buenos Aires.

FOUCAULT, M. (1970). El orden del discurso. Primera edición, Tusquets, Barcelona.

GARCÍA CANCLINI, N. (1989). Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad. Primera edición, Grijalbo, México.

GARCÍA FERREIRA, R. (2007). La CIA y los medios en Uruguay. El caso Arbenz. Primera edición, Amuleto, Montevideo.

GIMÉNEZ, G. (1997). Materiales para una teoría de las identidades sociales. Primera edición, Instituto de Investigaciones Sociales, México.

GIMÉNEZ, G. (2003). La cultura como identidad y la identidad como cultura. Primera edición, Instituto de Investigaciones Sociales, México.

GIMÉNEZ, G. (2003). Cultura, identidad y metropolitanismo global. Primera edición, Instituto de Investigaciones Sociales, México.

GIMÉNEZ, G. & Héau, C. (2005). “Versiones populares de la identidad nacional en México durante el siglo XX”. En BÉJAR, R. & ROSALES, H. (eds.): La identidad nacional mexicana

como problema político y cultural. Nuevas miradas. Primera edición, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

GOFFMAN, Erving (1959). La presentación de la persona en la vida cotidiana. Amorrortu, Buenos Aires.

GONZÁLEZ LAURINO, C. (2001). La construcción de la identidad uruguaya. Primera edición, Universidad Católica, Montevideo.

GRIMSON, A. (2000). “¿Fronteras políticas versus fronteras culturales?”. En GRIMSON, A. (ed.): Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro. Primera edición, Ciccus-La Crujía, Buenos Aires.

GRIMSON, A. (2002). El otro lado del río. Periodistas, nación y Mercosur en la frontera. Primera edición, Eudeba, Buenos Aires.

GRIMSON, A. (2011). Los límites de la cultura. Crítica de las teorías de la identidad. Primera edición, Siglo XXI editores, Buenos Aires.

GUIGOU, N. (2000). De la religión civil. Primera edición, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad de la República, Montevideo.

HALL, S. (2005). The Rediscovery of Ideology: return of the repressed in media studies. En GUREVITCH, M. (edit.): Culture, society and the media. Primera edición, Routledge, Inglaterra.

HALLIDAY, Michael (1978). Language as a Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning. University Park Press, Baltimore.

HJELMSLEV, L. (1971). Prolegómenos a una teoría del lenguaje. Primera edición, Gredos, Madrid.

HORKHEIMER, M. & ADORNO, T. (1988); Dialéctica del iluminismo. Sudamericana, Buenos Aires.

JACKS, N., MACHADO, M. & MÜLLER, K. (2004). Hermanos, pero no mucho. El periodismo narra la paradoja de la fraternidad y rivalidad entre Brasil y Argentina. Primera edición, La Crujía, Buenos Aires.

JELIN, E. (2000). Fronteras, naciones, género. Un comentario. En GRIMSON, A. (ed.): Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro. Primera edición, Ciccus-La Crujía, Buenos Aires.

JOSEPH, John (2010). "Identity", en Carmen Llamas y Dominic Watt (eds.), Language and identities, Edinburgh University Press, Edimburgo.

LANZA, E. (2011). Mapa de la radiodifusión en el ámbito departamental y regional. Informe de caracterización del fenómeno de la concentración en la radiodifusión en el interior y sus implicancias para la diversidad y la pluralidad, Fesur, Montevideo.

LARRAÍN IBÁÑEZ, J. (1996). Modernidad, razón e identidad en América Latina. Primera edición, editorial Andrés Bello, Santiago de Chile.

LARRAÍN IBÁÑEZ (2006). “Integración regional e identidad nacional: el caso de Chile”, CLAES, editorial Coscoroba, Montevideo.

LARRAÍN IBÁÑEZ (2007). “Identidad latinoamericana: crítica del discurso esencialista católico”, Revista A contracorriente. Vol. 4, No. 3, Primavera 2007, págs. 1-28.

LAZARSELD, P. & KATZ, E. (1979). La influencia personal. Primera edición, Editorial Hispano-Europea, Barcelona.

LECAROS, María José & GREENE, Francisca (2012). “Editores chilenos y rutinas periodísticas: revisión y propuesta para un estudio sobre el cambio en la sala de redacción”. Cuadernos de Información, núm. 30, enero-junio, págs. 53-60. Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago.

LOZANO, J.; PEÑA-MARÍN, C.; ABRIL, G. (1989). Análisis del discurso. Primera edición, Ed. Cátedra, Madrid.

LUCHESSI, Lila (2007). !Contextos globales, problemas locales: nación, región e integración en el Mercosur!. En LUCHESSI, Lila & RODRÍGUEZ, María Graciela (eds.): Fronteras globales. Cultura, política y medios de comunicación, Primera edición, Ed. La Crujía, Buenos Aires.

LLANO, A. (1999). El enigma de la representación. Primera edición, Síntesis, Madrid.

MAFFESOLI, M. (2007). Tribalismo pós-moderno: da identidade as identificações”, revista Ciências Sociais Unisinos, enero-abril, vol. 43, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, Brasil.

MANNHEIM, Karl (1987). Ideología y utopía. Introducción a la sociología del conocimiento. Segunda edición en español (primera edición en alemán: 1936), Fondo de Cultura Económica, México.

MARTÍN BARBERO, J. (1978). Comunicación masiva: discurso y poder. Primera edición, Ed. Época, Quito.

MARTÍN BARBERO, J. (1998). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Ediciones G. Gili, México, quinta edición. Primera edición: 1987.

MARTÍN BARBERO, J. (1999). "Globalización y multiculturalidad: notas para una agenda de investigación". En LÓPEZ DE LA ROCHE, F. (Edit.): Globalización: incertidumbre y posibilidades. Primera edición, Tercer Mundo, Bogotá.

MARTÍN BARBERO, J. (2002). "La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana", ponencia presentada en el seminario "Globalismo y pluralismo" (Montreal, 24 al 27 de abril de 2002), organizado por Gricis, disponible en: www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/bogues/Barbero.pdf

MARTÍN SERRANO, M. (1977). La mediación social. Primera edición, Akal, Madrid.

MARTÍN SERRANO, M. (1989). La producción de la comunicación social. Primera edición, Cuadernos del CONEICC, Ciudad de México.

MARTIN & WHITE (2005). The language of evaluation: appraisal in English. Palgrave/MacMillan, Londres.

MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. (1991). Curso general de redacción periodística. Primera edición, Paraninfo, Madrid.

MARTINI, S. (2000). Periodismo, noticia y noticiabilidad. Primera edición, Ed. Norma, Buenos Aires.

McCOMBS, Maxwell & SHAW, Donald (1972). The Agenda-Setting Functions of the Mass Media, *Public Opinion Quarterly*, vol. 36.

MELLADO, Claudia (2011). “Efectos individuales y organizacionales en el periodismo chileno: un análisis multinivel de la concepción de roles profesionales”. *Comunicación y Sociedad*, volumen XXIV, nº 2, págs. 269-304.

MONJE, Daniela (2013). Políticas del audiovisual en el marco de la integración regional mercosureña. Período 1991-2007 (tesis de doctorado), Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

MORAGAS, Miguel de (1993). Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa. Ediciones G. Gili, México, sexta edición. Primera edición: 1981.

MORALES, Andrés (2013). Fútbol, identidad y poder (1916-1930), Fin de Siglo, Montevideo.

MORLEY, D. (1996). Televisión, audiencias y estudios culturales. Primera edición, Amorrortu, Buenos Aires.

MUNDANI, Débora (1999). Prensa gráfica y Mercosur: el problema del interculturalismo y la Triple Frontera (tesina), Universidad de Buenos Aires.

NUBIATO MATOS, Mónica (2017). “El Mercosur en la producción académica brasileña de comunicación social: desafíos y perspectivas”, Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, N° 134, abril-julio 2017 (Sección Informe, pp. 357-371), Ecuador: CIESPAL.

PALLARES, L. & STOLOVICH, L. (1992). Medios masivos de comunicación en el Uruguay. Tecnología, poder y crisis. Primera edición, Centro Uruguay Independiente, Montevideo.

PAREKH, B. (1999). “What is multiculturalism?”, ponencia presentada en el seminario Multiculturalism. A symposium on democracy in culturally diverse societies, disponible en: <http://www.india-seminar.com/1999/484.htm>

PELUFFO, Gabriel (1992). “Crisis de un inventario”. En Achúgar, H. & CAETANO, G. (eds.): Identidad uruguaya: ¿mito, crisis o afirmación?. Primera edición, Ed. Trilce, Montevideo.

PIAZZA, E. (2001). Estrategias imaginarias e imaginarios estratégicos en la construcción de la identidad nacional. En revista Encuentros, número 7, Fundación de Cultura Universitaria, Montevideo.

PORZECANSKI, T. (1992). “Uruguay a fines del siglo XX: mitologías de ausencia y de presencia”. En Achúgar, H. & CAETANO, G. (eds.): Identidad uruguaya: ¿mito, crisis o afirmación?. Primera edición, Ed. Trilce, Montevideo.

QUIJANO, M. (2007). “El Mercosur 2020”. En AROCENA, Rodrigo & CAETANO, Gerardo (eds.): Uruguay: Agenda 2020. Tendencias, conjeturas, proyectos. Primera edición, Taurus, Montevideo.

RAMONET, Ignacio (2011). La explosión del periodismo: Internet pone en jaque a los medios tradicionales. Primera edición, Capital Intelectual, Buenos Aires.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2010). Nueva gramática de la lengua española. Primera edición, Espasa, Buenos Aires.

REESE, Stephen (1999). “Hacia una comprensión del periodista global. El modelo de investigación de 'jerarquía de influencias'”. Comunicación y Sociedad, volumen XII, nº 2, págs. 47-68.

REGUILLO, Rosana (2002). “El otro antropológico. Poder y representación en una contemporaneidad sobresaltada”, revista *Anàlisi* n. 29, págs. 63-79, disponible en: www.raco.cat/index.php/Analisi/article/download/15119/14960 (última consulta: setiembre de 2016).

RIAL, J. & PERELLI, C. (1986). De mitos y memorias políticas. Primera edición, Ediciones de la Banda Oriental, Montevideo.

RÍOS, Gabriel (2014). *Fronteras en la integración del Mercosur*. Primera edición, Fondo de Cultura Universitaria, Montevideo.

RODRIGO ALSINA, Miquel (1989). *La construcción de la noticia*, Paidós, Barcelona.

RODRIGO ALSINA, M. (2003). “Interculturalidad y medios de comunicación: el caso de Cataluña”. En ZARIQUIEY, Roberto (Ed.): *Realidad multilingüe y desafío intercultural. Ciudadanía, política y educación*. Primera edición, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Disponible en formato electrónico:

<http://iespuigcastellar.xeill.net/activitats/jornades-pedagogiques/premsa-iescola/interculturalidad-y-medios-de-comunicacion-el-caso-de-cataluna/>

SÁDABA, T. (2007). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Primera edición, La Crujía, Buenos Aires.

SHOEMAKER, Pamela y REESE, Stephen (2014). *Mediating the message in the 21th century. A media sociology perspective*. Primera edición, Routledge, Nueva York.

SHUGART, S. y CAREY, J. (1992). *Presidents and Assemblies. Constitutional Design and Electoral Dynamics*. Cambridge University Press.

THOMAS, William (1923). “La definición de la situación”. En *The unadjusted girl*. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/viewFile/CIYC0505110027A/7291>

THOMPSON, JOHN (1998). Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas. Segunda edición en español (primera edición en inglés: 1990, Polity Press), Universidad Autónoma Metropolitana, México.

TUCHMAN, G (1983). La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad. Primera edición, Gili, Barcelona.

TÚÑEZ, Miguel & MARTÍNEZ, María Yolanda (2014). “Análisis del impacto de la función, las actitudes y las condiciones laborales del periodista en la producción de noticias: hacia un periodismo de empresa”, en revista Zer, volumen 19, mayo, págs. 37-54, Universidad del País Vasco.

UNESCO (2008). Mercosul sob os olhos do mundo. Como jornais de 14 países apresentaram o Mercosul a seus leitores, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas.

VAN DIJK, T. (1995). Texto y contexto. Semántica y pragmática del discurso. Quinta edición, Cátedra, Madrid.

VAN DIJK, T. (1996). Opiniones e ideologías en la prensa. En Voces y culturas, número 10, II semestre, pp. 9-50.

VAN DIJK, T. (2012). *Discurso y contexto. Un enfoque sociocognitivo*. Primera edición, Gedisa, Barcelona.

VERA, H. (2008). “Estrategias de construcción de noticias”. En DEL VALLE, Carlos (ed.): *Contrapuntos y entrelíneas sobre cultura, comunicación y discurso*. Primera edición, Ediciones Universidad de la Frontera, Temuco.

VERÓN, E. (1998). *La semiosis social*. Segunda edición, Gedisa, Barcelona.

VIDART, Daniel (2012). *Uruguayos. Quiénes somos, cómo somos, dónde estamos*. Ediciones B. Uruguay SA, Montevideo.

VIÑAR, M. (1992). “Memorias fracturadas”. En Achúgar, H. & CAETANO, G. (Eds.): *Identidad uruguaya: ¿mito, crisis o afirmación?* Primera edición, Ed. Trilce, Montevideo.

VISCARDI, R. (1986). “Principales interrogantes y aspectos interdisciplinarios del análisis del discurso político”. En VISCARDI, Ricardo (ed.): *Introducción al análisis del discurso político*. Primera edición, Fundación de Cultura Universitaria, Montevideo.

WAISBORD, Silvio (2017). “Crisis y posprofesionalismo en el periodismo contemporáneo”. En: Mitchelstein, Eugenia & Boczkowski, Pablo, *Titulares, hashtags y videojuegos*, primera edición, Manantial, Buenos Aires.

WHITE, David (1950). "The Gatekeeper: a case study in the selection of news", *Journalism Quarterly*, 27, 383-396, disponible en: <http://www.aejmc.org/home/wp-content/uploads/2012/09/Journalism-Quarterly-1950-White-383-90.pdf>

WITTGENSTEIN, L. (1988). *Investigaciones filosóficas*. Primera edición, Editorial Crítica, Barcelona.

WODAK, R. & MEYER, M. (2003). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Primera edición, Gedisa, Barcelona.

ANEXOS

ANEXO 1. TRATADO DE ASUNCIÓN

TRATADO PARA LA CONSTITUCIÓN DE UN MERCADO COMÚN ENTRE LA REPÚBLICA ARGENTINA, LA REPÚBLICA FEDERATIVA DEL BRASIL, LA REPÚBLICA DEL PARAGUAY Y LA REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY.

La República Argentina, la República Federativa del Brasil, la República del Paraguay y la República Oriental del Uruguay, en adelante denominados «Estados Partes»;

CONSIDERANDO que la ampliación de las actuales dimensiones de sus mercados nacionales, a través de la integración, constituye condición fundamental para acelerar sus procesos de desarrollo económico con justicia social;

ENTENDIENDO que ese objetivo debe ser alcanzado mediante el más eficaz aprovechamiento de los recursos disponibles, la preservación del medio ambiente, el mejoramiento de las interconexiones físicas, la coordinación de las políticas macroeconómicas y la complementación de los diferentes sectores de la economía, con base en los principios de gradualidad, flexibilidad y equilibrio;

TENIENDO en cuenta la evolución de los acontecimientos internacionales, en especial la consolidación de grandes espacios económicos y la importancia de lograr una adecuada inserción internacional para sus países;

EXPRESANDO que este proceso de integración constituye una respuesta adecuada a tales acontecimientos;

CONCIENTES de que el presente Tratado debe ser considerado como un nuevo avance en el esfuerzo tendiente al desarrollo en forma progresiva de la integración de América Latina, conforme al objetivo del Tratado de Montevideo de 1980;

CONVENCIDOS de la necesidad de promover el desarrollo científico y tecnológico de los Estados Partes y de modernizar sus economías para ampliar la oferta y la calidad de los bienes y servicios disponibles a fin de mejorar las condiciones de vida de sus habitantes;

REAFIRMANDO su voluntad política de dejar establecidas las bases para una unión cada vez más estrecha entre sus pueblos, con la finalidad de alcanzar los objetivos arriba mencionados,

ACUERDAN:

CAPITULO I

PROPÓSITOS, PRINCIPIOS E INSTRUMENTOS

ARTICULO 1

Los Estados Partes deciden constituir un Mercado Común, que deber estar conformado al 31 de diciembre de 1994, el que se denominará «Mercado Común del Sur» (MERCOSUR).

Este Mercado Común implica:

- La libre circulación de bienes, servicios y factores productivos entre los países, a través, entre otros, de la eliminación de los derechos aduaneros y restricciones no arancelarias a la circulación de mercaderías y de cualquier otra medida equivalente;
- El establecimiento de un arancel externo común y la adopción de una política comercial común con relación a terceros Estados o agrupaciones de Estados y la coordinación de posiciones en foros económico comerciales regionales e internacionales;
- La coordinación de políticas macroeconómicas y sectoriales entre los Estados Partes: de comercio exterior, agrícola, industrial, fiscal, monetaria, cambiaria y de capitales, de servicios, aduanera, de transportes y comunicaciones y otras que se acuerden, a fin de asegurar condiciones adecuadas de competencia entre los Estados Partes;

-El compromiso de los Estados Partes de armonizar sus legislaciones en las áreas pertinentes, para lograr el fortalecimiento del proceso de integración.

ARTICULO 2

El Mercado Común estará fundado en la reciprocidad de derechos y obligaciones entre los Estados Partes.

ARTICULO 3

Durante el período de transición, que se extenderá desde la entrada en vigor del presente Tratado hasta el 31 de diciembre de 1994, y a fin de facilitar la constitución del Mercado Común, los Estados Partes adoptan un Régimen General de Origen, un Sistema de Solución de Controversias y Cláusulas de Salvaguardia, que constan como Anexos II, III y IV al presente Tratado.

ARTICULO 4

En las relaciones con terceros países, los Estados Partes asegurarán condiciones equitativas de comercio. A tal efecto, aplicarán sus legislaciones nacionales para inhibir importaciones cuyos precios estén influenciados por subsidios, dumping o cualquier otra práctica desleal.

Paralelamente, los Estados Partes coordinarán sus respectivas políticas nacionales, con el objeto de elaborar normas comunes sobre competencia comercial.

ARTICULO 5

Durante el período de transición, los principales instrumentos para la constitución del Mercado Común serán:

- a) Un Programa de Liberación Comercial, que consistirá en rebajas arancelarias progresivas, lineales y automáticas, acompañadas de la eliminación de restricciones no arancelarias o medidas de efectos equivalentes, así como de otras restricciones al comercio entre los Estados Partes, para llegar al 31 de diciembre de 1994 con arancel cero, sin restricciones no arancelarias sobre la totalidad del universo arancelario (Anexo I);

- b) La coordinación de políticas macroeconómicas que se realizará gradualmente y en forma convergente con los programas de desgravación arancelaria y de eliminación de restricciones no arancelarias indicados en el literal anterior;
- c) Un arancel externo común, que incentive la competitividad externa de los Estados Partes;
- d) La adopción de acuerdos sectoriales, con el fin de optimizar la utilización y movilidad de los factores de producción y de alcanzar escalas operativas eficientes.

ARTICULO 6

Los Estados Partes reconocen diferencias puntuales de ritmo para la República del Paraguay y para la República Oriental del Uruguay, lasque constan en el Programa de Liberación Comercial (Anexo I).

ARTICULO 7

En materia de impuestos, tasas y otros gravámenes internos, los productos originarios del territorio de un Estado Parte gozarán, en los otros Estados Partes, del mismo tratamiento que se aplique al producto nacional.

ARTICULO 8

Los Estados Partes se comprometen a preservar los compromisos asumidos hasta la fecha de la celebración del presente Tratado, inclusive los acuerdos firmados en el ámbito de la Asociación Latinoamericana de Integración, y a coordinar sus posiciones en las negociaciones comerciales externas que emprendan durante el período de transición.

Para ello:

- a) Evitarán afectar los intereses de los Estados Partes en las negociaciones comerciales que realicen entre sí hasta el 31 de diciembre de 1994;
- b) Evitarán afectar los intereses de los demás Estados Partes o los objetivos del Mercado Común en los acuerdos que celebraren con otros países miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración durante el período de transición;

- c) Celebrarán consultas entre sí siempre que negocien esquemas amplios de desgravación arancelaria tendientes a la formación de zonas de libre comercio con los demás países miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración;
- d) Extenderán automáticamente a los demás Estados Partes cualquier ventaja, favor, franquicia, inmunidad o privilegio que concedan a un producto originario de o destinado a terceros países no miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración.

CAPITULO II

ESTRUCTURA ORGÁNICA

ARTICULO 9

La Administración y ejecución del presente Tratado y de los acuerdos específicos y decisiones que se adopten en el marco jurídico que el mismo establece durante el período de transición, estará a cargo de los siguientes órganos:

- a) Consejo del Mercado Común
- b)) Grupo Mercado Común.

ARTICULO 10

El Consejo es el órgano superior del Mercado Común, correspondiéndole la conducción política del mismo y la toma de decisiones para asegurar el cumplimiento de los objetivos y plazos establecidos para la constitución definitiva del Mercado Común.

ARTICULO 11

El Consejo estará integrado por los Ministros de Relaciones Exteriores y los Ministros de Economía de los Estados Partes.

Se reunirá las veces que estime oportuno, y por lo menos una vez al año lo hará con la participación de los Presidentes de los Estados Partes.

ARTICULO 12

La Presidencia del Consejo se ejercerá por rotación de los Estados Partes y en orden alfabético, por períodos de seis meses.

Las reuniones del Consejo serán coordinadas por los Ministros de Relaciones Exteriores y podrán ser invitados a participar en ellas otros Ministros o autoridades de nivel ministerial.

ARTICULO 13

El Grupo Mercado Común es el órgano ejecutivo del Mercado Común y será coordinado por los Ministerios de Relaciones Exteriores.

El Grupo Mercado Común tendrá facultad de iniciativa. Sus funciones serán las siguientes:

velar por el cumplimiento del Tratado;

tomar las providencias necesarias para el cumplimiento de las decisiones adoptadas por el Consejo;

proponer medidas concretas tendientes a la aplicación del Programa de Liberación Comercial, a la coordinación de políticas macroeconómicas y a la negociación de acuerdos frente a terceros;

fijar el programa de trabajo que asegure el avance hacia la constitución del Mercado Común.

El Grupo Mercado Común podrá construir los Sub-grupos de Trabajo que fueren necesarios para el cumplimiento de sus cometidos.

Inicialmente contará con los Sub-grupos mencionados en el Anexo V.

El Grupo Mercado Común establecerá su Reglamento interno en el plazo de 60 días a partir de su instalación.

ARTICULO 14

El Grupo Mercado Común estará integrado por cuatro miembros titulares y cuatro miembros alternos por país, que representen a los siguientes organismos públicos:

Ministerio de Relaciones Exteriores;

Ministerio de Economía o sus equivalentes (áreas de Industria, Comercio Exterior y/o Coordinación Económica);

Banco Central.

Al elaborar y proponer medidas concretas en el desarrollo de sus trabajos, hasta el 31 de diciembre 1994, el Grupo Mercado Común podrá convocar, cuando así lo juzgue conveniente, a representantes de otros organismos de la Administración Pública y del Sector Privado.

ARTICULO 15

El Grupo Mercado Común contará con una Secretaría Administrativa, cuyas principales funciones consistirán en la guarda de documentos y comunicación de actividades del mismo.

Tendrá su sede en la ciudad de Montevideo.

ARTICULO 16

Durante el período de transición las decisiones del Consejo del Mercado Común y del Grupo Mercado Común serán tomadas por consenso y con la presencia de todos los Estados Partes.

ARTICULO 17

Los idiomas oficiales del Mercado Común serán el español y el portugués y la versión oficial de los documentos de trabajo será la del idioma del país sede de cada reunión.

ARTICULO 18

Antes del establecimiento del Mercado Común, el 31 de diciembre de 1994, los Estados Partes convocarán a una reunión extraordinaria con el objeto de determinar la estructura institucional definitiva de los órganos de administración del Mercado Común, así como las atribuciones específicas de cada uno de ellos y su sistema de adopción de decisiones.

CAPITULO III

VIGENCIA

ARTICULO 19

El presente Tratado tendrá duración indefinida y entrará en vigor 30 días después de la fecha de depósito del tercer instrumento de ratificación. Los instrumentos de ratificación serán depositados ante el Gobierno de la República del Paraguay que comunicará la fecha de depósito a los gobiernos de los demás Estados Partes.

El Gobierno de la República del Paraguay notificará al Gobierno de cada uno de los demás Estados Partes la fecha de entrada en vigor del presente Tratado.

CAPITULO IV

ADHESIÓN

ARTICULO 20

El presente Tratado estará abierto a la adhesión, mediante negociación, de los demás países miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración, cuyas solicitudes podrán ser examinadas por los Estados Partes después de cinco años de vigencia de este Tratado.

No obstante, podrán ser consideradas antes del referido plazo las solicitudes presentadas por países miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración que no formen parte de esquemas de integración subregional o de una asociación extraregional.

La aprobación de las solicitudes será objeto de decisión unánime de los Estados Partes.

CAPITULO V

DENUNCIA

ARTICULO 21

El Estado Parte que desee desvincularse del presente Tratado deberá comunicar esa intención a los demás Estados Partes de manera expresa y formal, efectuando dentro de los sesenta (60) días la entrega del documento de denuncia al Ministerio de Relaciones Exteriores de la República del Paraguay que lo distribuirá a los demás Estados Partes.

ARTICULO 22

Formalizada la denuncia, cesarán para el Estado denunciante los derechos y obligaciones que correspondan a su condición de Estado Parte, manteniéndose los referentes al programa de liberación del presente Tratado y otros aspectos que los Estados Partes, junto con el Estado denunciante, acuerden dentro de los sesenta (60) días posteriores a la formalización de la denuncia.

Esos derechos y obligaciones del Estado denunciante continuarán en vigor por un período de dos (2) años a partir de la fecha de la mencionada formalización.

CAPITULO VI

DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 23

El presente Tratado se denominará «Tratado de Asunción».

ARTICULO 24

Con el objeto de facilitar el avance hacia la conformación del Mercado Común se establecerá una Comisión Parlamentaria Conjunta del MERCOSUR. Los Poderes Ejecutivos de los Estados Partes mantendrán informados a los respectivos Poderes Legislativos sobre la evolución del Mercado Común objeto del presente Tratado.

HECHO en la ciudad de Asunción, a los veintiséis días del mes de marzo del año mil novecientos noventa y uno, en un original en los idiomas español y portugués, siendo ambos textos igualmente auténticos.

El Gobierno de la República del Paraguay será el depositario del presente Tratado y enviará copia debidamente autenticada del mismo a los Gobiernos de los demás Estados Partes signatarios y adherentes.

(Fdo.:)

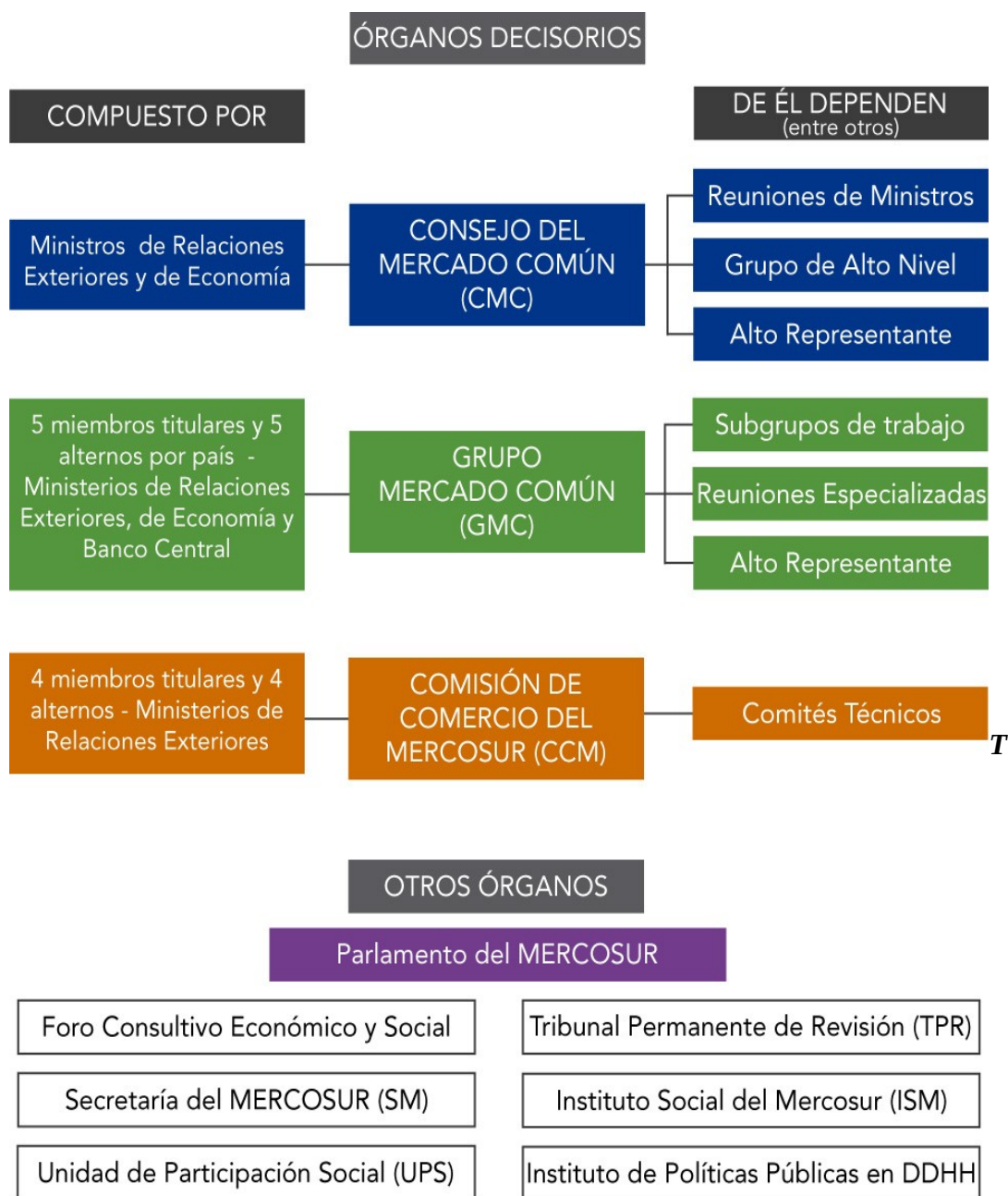
Por el Gobierno de la República Argentina Carlos Saúl Menem Guido di Tella

Por el Gobierno de la República Federativa del Brasil Fernando Collor Francisco Rezek

Por el Gobierno de la República del Paraguay Andrés Rodríguez Alexis Frutos Vaesken

Por el Gobierno de la República Oriental del Uruguay Luis Alberto Lacalle Herrera Héctor Gros Espiell.

ANEXO 2. ESTRUCTURA INSTITUCIONAL DEL MERCOSUR



Fuente: *Redesur.org*

ANEXO 3. TABLA DE ANÁLISIS – CAPÍTULO 4

Año 1991 – La República

Fecha	Tema y proposiciones	Juicios o apreciaciones	Implicaciones o presuposiciones
11/12	-Una imprevisión jurídica de los países signatarios del Mercosur determinó que durante cinco días, cualquier país del mundo pudiera acogerse a la rebaja arancelaria acordada en el Tratado de Asunción. -Esto se solucionó al ingresar la disposición como acuerdo parcial en la Aladi.	<i>“Gravísima imprevisión en Tratado del Mercosur obligó a los países socios a ingresarlo a la Aladi”</i> Se trata de una apreciación negativa sobre una característica del tratado que señala la incompetencia de los países signatarios del Mercosur al no prever una situación.	El adjetivo “gravísima”, que va por cuenta del medio, refuerza la idea de la imprevisión y la falta de profesionalismo de las cancillerías de los países signatarios del Mercosur.
12/12	-La nota informa que se realizará un foro de dirigentes de izquierda en Buenos Aires, para evaluar la marcha del Mercosur.	<i>1. Era difícil hacer coincidir a los comunistas con los peronistas de centro-izquierda.</i> Aquí hay una apreciación sobre la composición de un fenómeno que alude a su complejidad. <i>2. El Mercosur crece en importancia</i> En este caso hay una apreciación que constituye un balance global de un proceso (en este caso la integración en el Mercosur) que a juicio del periodista se vuelve cada vez más importante.	La nota supone que el posicionamiento del foro será crítico y detalla los dirigentes que concurrirán y los que no lo harán, a modo de evaluación de cómo se paran los distintos sectores de la izquierda frente al Mercosur. A pesar de que el foro se constituye para hablar del Mercosur, el periodista concluye que “el foro de la izquierda (aún en una expresión parcial) revela el creciente desinterés por el Mercosur y su incidencia en la vida cotidiana”.
19/12	-La nota resume una conferencia de prensa brindada por el entonces presidente de Uruguay,	<i>Lacalle no se refirió, ni siquiera lateralmente, al paro de 36 horas que culminaba esa medianoche.</i>	La información sobre el Mercosur que presenta la nota es secundaria al objetivo de mostrar que el presidente

	<p>Luis Alberto Lacalle, tras participar de una reunión del Mercosur. No hace foco en lo dicho en la conferencia sino en lo no dicho: se enfatiza, tanto en el titular como en la primera oración de la nota, que Lacalle no dijo nada, “ni siquiera lateralmente”, sobre un paro general de 36 horas realizado por el PIT-CNT.</p>	<p>En este caso identifico un juicio de sanción social negativo que incluiría en la categoría “veracidad”, porque al señalarse lo que Lacalle no dijo, está implícito que debería haberlo dicho, y por lo tanto, sin llegar a ser un mentiroso, se retrata al presidente como una persona engañosa porque omite referirse a hechos que el periodista considera de importancia.</p>	<p>no mostró preocupación por la movilización sindical señalada. La nota no ahonda en detalles sobre el paro general, presuponiendo que los lectores conocen los motivos y las reivindicaciones. Da una imagen de Lacalle como un presidente al que no le preocupan los reclamos sociales.</p>
--	---	--	--

Año 1995 – La República

Fecha	Tema y proposiciones	Juicios o apreciaciones	Implicaciones o presuposiciones
15/12	<p>La nota relata la molestia de Argentina y Brasil, especialmente del primero, con Uruguay, por la legislación y regulación permisiva en materia financiera, que determina una fuga de capitales desde Argentina a Uruguay. Consiste en citas de diversos medios argentinos que dan cuenta de esta molestia.</p>	<p><i>Socios del Mercosur molestos por fuga de capitales hacia nuestro “paraíso fiscal”</i> En este caso hay una apreciación sobre la reacción de Argentina y Brasil ante la regulación permisiva de Uruguay en materia financiera.</p>	<p>La nota coloca a Uruguay como un caso aparte dentro del Mercosur. Lo ubica en contraposición a Argentina y Brasil, cuyo negocio es “la industria”, mientras que el negocio de Uruguay son “los bancos” (esta afirmación se basa en una fuente anónima, un delegado de Uruguay en el Mercosur). Utiliza “Socios del Mercosur” para referirse solamente a Argentina y Brasil, y “nuestro paraíso fiscal” para referirse a Uruguay.</p>
26/12	<p>La nota consiste en una transcripción, con escaso procesamiento por parte del periodista, de las</p>	<p><i>En ese difícil equilibrio está el éxito o el fracaso de la nueva dimensión de la política exterior.</i></p>	<p>En primer lugar, el comentario final del periodista eleva a la categoría de “nueva dimensión de la</p>

	<p>declaraciones del excanciller del Partido Nacional Sergio Abreu. En el último párrafo de la nota, se incluye un comentario del periodista: “En ese difícil equilibrio (en referencia al “disenso bien fundamentado”) está el éxito o el fracaso de la nueva dimensión de la política exterior, en particular para aquellos países que, como el Uruguay, desarrollan su presión en una trayectoria de respeto por las obligaciones asumidas”.</p>	<p>Nuevamente identifico una apreciación que realiza un balance sobre la necesidad para Uruguay de mantener un equilibrio en sus relaciones internacionales.</p>	<p>política exterior” a la inserción en el marco del Mercosur. Luego, se construye una imagen del país que coincide con la de los imaginarios nacionales (“una trayectoria de respeto por las obligaciones asumidas”), que disiente y defiende sus derechos pero en un marco de respeto y lógica.</p>
--	---	--	---

Año 2002 – La República

Fecha	Tema y proposiciones	Juicios o apreciaciones	Implicaciones o presuposiciones
3/12	<p>La nota relata la reunión del entonces presidente de Brasil, Lula da Silva, con el entonces presidente argentino, Eduardo Duhalde. Hace énfasis en las coincidencias logradas, pese a las diferencias ideológicas. Ejemplifica esto una cita de Lula: “Somos dos grandes países que tienen como mayor riqueza dos pueblos admirables dispuestos a sacrificios y hoy sedientos de</p>	<p>1. <i>Para cambiar hay que saber lo que pasó.</i> 2. <i>Hay que cambiar.</i> En el primer caso hay un juicio sobre el conocimiento de lo que pasó como capacidad socialmente deseable y una apreciación que constituye una valoración sobre la necesidad de cambiar el enfoque de la política exterior a nivel regional, y de conocer el pasado para poder hacerlo.</p>	<p>El colgado, “Un llamado a la unión del Mercosur para defenderse de los poderosos”, construye un enemigo externo a la región, que serían “los poderosos”, no sólo los países sino también los “especuladores”, contra quienes “los hermanos de Sudamérica” deben plantarse firmes ante la iniciativa de política exterior de George Bush para América Latina.</p>

	cambios profundos”.		
--	---------------------	--	--

Año 2002 – El País

Fecha	Tema y proposiciones	Juicios o apreciaciones	Implicaciones o presuposiciones
6/12	La nota hace referencia a una reunión entre el presidente de Uruguay de ese momento, Jorge Batlle, y el futuro presidente de Brasil, Lula da Silva. Sin embargo, casi no se menciona el encuentro (no se lo menciona en el titular, por ejemplo), y la nota se centra en las declaraciones de Jorge Batlle en conferencia de prensa. Sólo tenemos una pista de que el encuentro se realizó, a primera vista, porque hay una foto de los dos dirigentes.	<i>Hay que hacer un esfuerzo serio para imprimirle al Mercosur la fuerza que debe tener.</i> En este caso hay un juicio sobre una conducta socialmente deseable, que sería hacer un esfuerzo para dar vigor al Mercosur.	Batlle sostuvo en la conferencia que es partidario de fortalecer el Mercosur y al mismo tiempo consideró que el Mercosur debe abrirse. Para el titular se escoge “La región podrá crecer asociada a grandes mercados”, una frase presuntamente de Batlle pero que no figura en el cuerpo del texto, y además sin atribución de fuente.

Año 2008 – La República

Fecha	Tema y proposiciones	Juicios o apreciaciones	Implicaciones o presuposiciones
6/12	La nota hace referencia a las declaraciones del entonces canciller uruguayo, Gonzalo Fernández, en el Parlamento. Fernández enumeró en ese ámbito	<i>Dificultades para avanzar en integración</i> Se trata de una apreciación que realiza un balance de la situación del Mercosur y concluye que existen dificultades que impiden	El título de la nota es de una generalidad que no se condice con el cuerpo de la nota; más que información (que sería, por ejemplo, “canciller uruguayo cuestionó propuestas de Argentina y Brasil en el

	las dificultades del Mercosur: el planteo de Argentina de aumentar el Arancel Externo Común, el intento de Brasil de consolidar la situación de Manaos y la propuesta de Argentina de incluir las detracciones al cobro del arancel aduanero.	avanzar.	Mercosur”), se trata de una conclusión: “hay dificultades para avanzar en la integración”. No hay atribución de fuente (no se dice quién dice que hay dificultades para avanzar en la integración), y en el colgado se menciona sólo a Argentina, cuando Brasil también es citado en el cuerpo como causante de problemas para Uruguay, reforzando la oposición con Argentina vista ya en otras notas.
11/12	La nota relata un evento organizado por la Cámara de Comercio Uruguay-México, e informa que se explora una “alianza estratégica” entre ambos países. Se señala que Uruguay puede constituir una “puerta de entrada” al Mercosur para México, y al mismo tiempo, México tiene “la llave del Nafta a nuestra disposición” (la de Uruguay).	<p>1. <i>Uruguay será la puerta de entrada de México al Mercosur</i></p> <p>2. <i>Ellos tienen la llave del Nafta a nuestra disposición</i></p> <p>En ambos casos se trata de apreciaciones que a través de metáforas (la puerta de entrada al Mercosur y la llave del Nafta) y personalizaciones (de México) dan cuenta de un balance sobre el rol que tienen ambos países en su vínculo bilateral, como “puerta de entrada” a los bloques de integración que integran (Uruguay al Mercosur) y México al Nafta).</p>	En la nota se destaca, sin usar comillas, las ventajas de Uruguay como país, y está implícito que esas ventajas son en comparación con el resto de los países del Mercosur: “reglas claras” y “baja corrupción”. Incluso se sostiene que Uruguay “es en sí mismo un importante mercado” (hasta en eso puede competir con Argentina y Brasil) porque tiene “la misma escala que la ciudad de Guadalajara”.
14/12	La nota se centra en la demora de Argentina para dar su voto a un proyecto de interconexión energética entre Brasil y Uruguay financiado por el Fondo	<p><i>El veto de Argentina a la interconexión eléctrica afecta a ambos países, pero sobre todo a nuestro país.</i></p> <p>En este caso hallamos una</p>	Se posiciona en un claro enfrentamiento a Uruguay y a Argentina, ubicando a esta última como responsable de un situación que “afecta” no sólo a Uruguay sino también a Brasil, aunque en los hechos,

	de Convergencia Estructural del Mercosur (Focem), y las gestiones que haría el presidente de Uruguay Tabaré Vázquez con el presidente de Brasil Luiz Inácio Lula da Silva a efectos de “destrabar” esta situación.	apreciación que realiza un balance del impacto que genera para Brasil y para Uruguay el hecho de que Argentina haya vetado un proyecto de interconexión energética en el marco del Focem.	no hubo un rechazo de Argentina a votar el proyecto del Focem, sino sólo una demora. En cambio, se coloca a Brasil como un aliado de Uruguay, algo así como el “hermano mayor” que ayuda al menor a no ser avasallado.
16/12	La nota relata los resultados de la reunión del Consejo del Mercado Común, deteniéndose especialmente en la imposibilidad de los ministros de los países del bloque de llegar a un acuerdo para la eliminación del doble cobro de arancel externo común.	<i>Fracaso del Mercosur</i> Esta apreciación, formulada en el titular de la nota, sustituye el hecho concreto sucedido (falta de acuerdo para eliminar el doble cobro) por una valoración (se trata de un fracaso del Mercosur).	La nota da cuenta de acuerdos logrados en la reunión del Consejo del Mercado Común, pero enfatiza especialmente dos fracasos: la falta de acuerdo sobre el doble cobro y la falta de acuerdo sobre el Código Aduanero. El título, “Fracaso del Mercosur”, es una valoración sobre la reunión que remarca la falta de acuerdos y omite otras decisiones tomadas por el bloque.
16/12	La nota informa sobre la agenda de la cumbre del Mercosur que se iba a desarrollar ese día, relatando las reuniones presidenciales en las que tenía previsto estar presente el presidente uruguayo Tabaré Vázquez.	<i>Pocas expectativas en cumbre</i> Aquí tenemos una apreciación que constituye una valoración sobre lo que puede suceder en la cumbre de presidentes del Mercosur que es atribuible por completo al periodista.	El título informa que existe “pocas expectativas” sobre la cumbre del Mercosur. En el cuerpo de la nota nos enteramos que esas escasas expectativas deben atribuirse al gobierno uruguayo, en el que según el diario, existe “poco optimismo acerca de que este encuentro arroje un resultado positivo para los intereses de Uruguay”. No se cita ninguna fuente, ni siquiera anónima, que respalde esta aseveración.
22/12	La nota hace referencia a la posición de los legisladores brasileños del Partido de la Social Democracia Brasileña (PSDB) y el Partido	<i>Las actitudes ásperas del presidente Hugo Chávez</i> En la nota se formula un juicio de estima social que atribuye una actitud poco	Hay un lenguaje cuasi bélico en la nota, “la derecha” es una especie de ejército que “se está preparando” para la “lucha” con el fin de “obstaculizar”, de “trabar” el ingreso de

	Demócratas (DEM), contraria a votar la aprobación del protocolo de ingreso de Venezuela al Mercosur.	afable a Chávez	Venezuela al Mercosur. Se cita también un blog de un columnista del diario Folha de Sao Paulo que sostiene que “la oposición se arma para impedir a Venezuela estar en el Mercosur”. Se utiliza el término “derecha” para referirse a los partidos mencionados, para oponerlos a “la izquierda”, categoría en la que caben tanto Venezuela como el presidente de Brasil de aquel momento, Luiz Inácio Lula da Silva.
27/12	La nota informa sobre una reunión bilateral que mantuvo el entonces presidente de Uruguay, Tabaré Vázquez, con su par brasileño Luiz Inácio Lula da Silva, donde este último se comprometió a interceder a favor de Uruguay para que Argentina diera su voto a un proyecto de interconexión energética entre Brasil y Uruguay financiado por el Fondo de Convergencia Estructural del Mercosur (FOCEM), según fuentes del gobierno uruguayo.	<p><i>Desde el gobierno uruguayo existe confianza en un desenlace positivo para los intereses nacionales</i></p> <p>En la nota se realiza una valoración sobre la expectativa del gobierno uruguayo respecto al futuro del proyecto de interconexión energética con Brasil, que no está sustentada en la cita a fuentes.</p>	Nuevamente se coloca a Argentina como un país problemático y caprichoso, que no quiere dar su voto al proyecto del Focem, y a Brasil como el “salvador”. Se citan fuentes del gobierno uruguayo que señalan que Argentina “está utilizando una coyuntura en la que las relaciones bilaterales con Uruguay no son las mejores, para trabar la habilitación de los recursos del Focem”. El periodista del medio luego escribe: “A pesar de esta situación de desaceleración, provocada por Argentina, desde el gobierno uruguayo existe confianza en un desenlace positivo para los intereses nacionales, y sobre todo gracias a la eventual intermediación de Lula da Silva”.

Año 2008 – El País

Fecha	Tema y proposiciones	Juicios o apreciaciones	Implicaciones o presuposiciones
16/12	La nota informa sobre la cumbre del Mercosur y de la Unión de Naciones Suramericanas (Unasur) que se iba a realizar en Brasil al día siguiente. El tema principal de esa reunión, a juicio del periodista, sería la negativa de Uruguay a votar a Néstor Kirchner para la secretaría general de la Unasur, por su actitud en el conflicto por la pastera de Botnia.	<p>1. <i>Cuatro cumbres para una región que espera la crisis</i></p> <p>2. <i>Veto uruguayo a Kirchner tensará la reunión</i></p> <p>En el primer caso tenemos una valoración sobre lo que puede llegar a suceder en términos económicos para la región, y en el segundo caso hay una valoración sobre las consecuencias que tendría el veto de Uruguay a Kirchner en la cumbre presidencial.</p>	Llama la atención la diferencia de tono entre el titular, la bajada y los destacados por un lado, y el cuerpo de la nota por el otro. En la nota prácticamente no hay elementos de modalización. En cambio, los elementos de jerarquización pintan una situación apocalíptica: “una región que espera la crisis”, la afirmación de que la reunión se “tensará”, y el término “fracaso” destacado en negrita.
17/12	La nota en portada relata los resultados de las cumbres del Mercosur y de la Unasur en Brasil. Pese a que no se produjo el conflicto entre Uruguay y Argentina pronosticado un día antes por El País, el medio elige un titular que remarca nuevamente las diferencias entre Argentina y Uruguay: la información da cuenta de que el presidente uruguayo Tabaré Vázquez rechazó los exhortos cursados por la Justicia argentina para	<p><i>La reunión de presidentes del Mercosur cerró con un fracaso.</i></p> <p>Aquí se realiza una apreciación, un balance de lo sucedido en la cumbre presidencial del Mercosur a partir de dos hechos: la no aprobación de la eliminación del doble cobro de arancel externo común, y la no aprobación del código aduanero.</p>	En el colgado se destaca que el Mercosur está “trabado” y en el cuerpo se señala que “la reunión de presidentes del Mercosur cerró con un fracaso”, porque no se aprobó la eliminación del doble cobro de arancel externo común y no se avanzó con el Código Aduanero común. Se eligen dos hechos, relevantes de todos modos, para concluir que la reunión fue un “fracaso”.

	que los directivos de la finlandesa Botnia declararan en un proceso judicial por contaminación.		
17/12	La nota se refiere a los pronósticos que había formulado El País el día anterior respecto a la cumbre. Sostiene en el primer párrafo que “se esperaba que las diferencias entre Uruguay y Argentina eclosionaran en la cumbre de la Unasur por la designación de Néstor Kirchner como secretario general”, pero “esto se postergó para abril y ambos países de mostraron casi como 'amigos’”.	<p>1. <i>Vázquez y Cristina disimulan enojos</i></p> <p>2. <i>El Mercosur sigue trabado</i></p> <p>En el primer caso, hay un juicio negativo porque se presenta a ambos presidentes en una actitud poco honesta (disimular) y con afectos negativos (enojos).</p> <p>En el segundo caso hay un juicio social negativo que apunta a la incapacidad de los países del Mercosur para lograr avances en la cumbre presidencial.</p>	El titular no da cuenta de los resultados de la cumbre del Mercosur. Tampoco informa que la designación de Néstor Kirchner como secretario general de la Unasur se postergó para abril. En un abordaje casi psicológico, elige señalar un presunto disimulo de enojos de Tabaré Vázquez y la presidenta argentina, Cristina Fernández, remarcando nuevamente el conflicto entre ambos países.
28/12	La nota no narra ningún hecho concreto, sólo da cuenta, citando palabras del subsecretario de Economía de Uruguay en aquel momento, Andrés Masoller, de que el gobierno está “atento” a medidas de proteccionismo en la región que “pueden afectar nuestras exportaciones”	<p>1. <i>Una de las preocupaciones del gobierno es que la crisis internacional conlleve a una actitud más proteccionista de los países, lo que para Uruguay sería un problema, ya que por poseer un mercado interno pequeño no le es posible adoptar una medida similar</i></p> <p>2. <i>Peligro. Medidas argentinas pueden afectar a Uruguay</i></p> <p>En el primer caso estamos ante una valoración de las repercusiones que tendría</p>	Si bien el cuerpo de la nota no menciona ningún país en particular y habla de la “región” en términos genéricos, la foto de la presidenta argentina Cristina Fernández que acompaña la nota direcciona la interpretación del lector, marcando un culpable. Esto se refuerza con el pie de foto: “Peligro. Medidas argentinas pueden afectar a Uruguay”.

		<p>para Uruguay la adopción de medidas proteccionistas en la región, al tener un mercado interno pequeño. Al mismo tiempo, hay un juicio negativo sobre la incapacidad de Uruguay de adoptar medidas proteccionistas.</p> <p>El segundo caso constituye un juicio de sanción social negativo sobre la conducta (inapropiada) de Argentina.</p>	
--	--	--	--

Año 2016 – El País

Fecha	Informaciones o proposiciones	Juicios o apreciaciones	Implicaciones o presuposiciones
1/12	<p>La nota relata lo que califica como un “último intento” de Venezuela por seguir en el Mercosur. De esa manera se refiere a la aseveración del presidente venezolano de que su país ha cumplido con la normativa del bloque regional y por lo tanto no debe ser suspendido, y a una misiva que envió la cancillería venezolana a sus socios del bloque comunicando esto mismo.</p>	<p><i>1. Pero todo indica que es demasiado tarde y que tras semanas de reyertas en el Mercosur, el país caribeño está muy cerca de salir del bloque.</i></p> <p><i>2. La relación entre los gobiernos de Venezuela y Brasil no podría ser peor.</i></p> <p>Aquí encontramos dos apreciaciones que realizan un balance de la situación. En el primer caso, el periodista concluye que por más intentos que realice Venezuela para permanecer en el Mercosur, de todos modos será suspendida. Y en el segundo caso, se evalúa la relación entre Venezuela y Brasil como pésima.</p>	<p>Se busca transmitir que el intento de Venezuela por permanecer en el Mercosur es desesperado, a último momento y casi sin sentido. Se pone en duda el cumplimiento de la normativa por parte de Venezuela y se sugiere que se trata de un recurso para permanecer en el Mercosur: “Venezuela hizo un intento de último momento para no perder su derecho al voto en el Mercosur y comunicó a los otros socios del bloque que está en condiciones de adherirse al marco normativo de la organización mediante la adopción de normas que los otros países le exigían”.</p>

2/12	<p>En la nota se relata que la canciller de Venezuela, Delcy Rodríguez, envió el miércoles una carta a sus pares del Mercosur pidiendo una negociación, y recordándoles que su país adoptó el 95% de las normas del bloque, por lo que no debería ser suspendido.</p>	<p><i>1. Contraofensiva de Venezuela: pide una negociación en el Mercosur.</i></p> <p><i>2. Brasil ha sido abanderado de la dureza con el gobierno de Nicolás Maduro</i></p> <p>En el primer caso hay una apreciación que evalúa el pedido de negociación de Venezuela como una “contraofensiva”. En el segundo caso hay una apreciación de que a Venezuela se la ha tratado con “dureza”, y que Brasil ha sido quien ha liderado esa postura.</p>	<p>La codificación en este caso es en clave bélica, nuevamente. Un pedido de negociación se califica como “contraofensiva”, reforzando la idea de que se trata de una batalla en la que prima la fuerza, más que una disputa normativa en la que pesan argumentos jurídicos. En esa clave, la nota delimita con claridad quiénes son los “aliados” de Venezuela y quiénes los “enemigos”.</p>
3/12	<p>La nota describe la postura del gobierno uruguayo respecto a la suspensión de Venezuela.</p>	<p><i>1. Uruguay marcó un matiz importante respecto a la posición de Argentina y Brasil</i></p> <p><i>2. Uruguay sigue haciendo equilibrio dentro del Mercosur</i></p> <p><i>3. Aunque ya hace meses que estaba claro que era la voluntad fundamentalmente de Brasil, pero también de Argentina y Paraguay quitar del medio a Venezuela, con cuyo gobierno tienen pésima relación.</i></p> <p><i>3. La diplomacia guaraní se está tomando venganza de la suspensión de Paraguay en 2012.</i></p> <p><i>4. Como cabía esperar, y a pesar de la voluntad uruguaya de matizar la</i></p>	<p>Se presenta al gobierno uruguayo haciendo “equilibrio” entre su apoyo al chavismo y la necesidad de contemplar la postura de Argentina, Brasil y Paraguay de suspender a Venezuela, que el periodista se describe como una posición tomada desde hace tiempo e incluso sostiene que Paraguay pretende “vengarse” de Venezuela por su suspensión en 2012, aunque no se aportan elementos que sustenten esta afirmación. Se sugiere que la posición del gobierno uruguayo es insostenible dado lo extremo de las posturas.</p>

		<p><i>decisión del Mercosur, la canciller venezolana, Delcy Rodríguez, mostró su furia con la sanción del bloque.</i></p> <p>Como puede observarse, la nota abunda en juicios que no son comunes en las notas informativas. Hay tres juicios positivos sobre Uruguay que lo presentan como un país que matiza posiciones confrontativas y que “hace equilibrio” en medio de una situación tensa. En cambio, hay un juicio negativo sobre Brasil por su actitud confrontativa, y también un juicio negativo sobre Paraguay al marcar que este país quiere “tomarse venganza” por su anterior suspensión del bloque (aquí también hay afecto). Hay también un juicio de estima social vinculado a la capacidad de Delcy Rodríguez como canciller, implícito al hablar de la “furia” con la que se conduce habitualmente (también hay afecto en el término “furia”).</p>	
5/12	<p>La nota refiere a declaraciones realizadas por el presidente uruguayo Tabaré Vázquez a la agencia de noticias EFE, en las que Vázquez se muestra dispuesto a reunirse con el presidente venezolano</p>	<p><i>1. Vázquez le envía señales conciliadoras a Venezuela.</i></p> <p><i>2. Seguramente Vázquez se aferra a una postura no tan dura con Venezuela para complacer a un sector del oficialismo (el Partido Comunista, parte</i></p>	<p>Nuevamente se caracteriza al gobierno uruguayo como un gobierno que intenta hacer equilibrio y mostrarse conciliador y dialoguista. La responsabilidad de esa postura no se deposita en el gobierno, sino que se especula que la posición del presidente Tabaré</p>

	<p>Nicolás Maduro y sostiene que la suspensión de ese país del Mercosur no es “irreversible”.</p>	<p><i>del Socialista y el Movimiento de Participación Popular) que se opone a la suspensión.</i></p> <p><i>3. Pero los otros países del Mercosur creen que Venezuela no debe tener voz ni voto, y prefieren dar vuelta la página.</i></p> <p><i>4. Es que el gobierno venezolano que ha criticado con dureza a los gobiernos de Brasil, Paraguay y Argentina durante estos meses, ha preferido no cargar las tintas sobre Uruguay, sabedor de que el gobierno de Tabaré Vázquez mantiene una postura no tan dura con respecto a Maduro.</i></p> <p>Nuevamente observamos una inusual (en la prensa escrita uruguaya, al menos) serie de juicios sobre la situación de la suspensión de Venezuela. En el primer caso, hay un juicio positivo sobre el presidente uruguayo Tabaré Vázquez, al mostrarlo como una persona conciliadora (también hay afecto en la palabra “conciliadoras”). En el segundo caso, hay un juicio negativo sobre el mismo Vázquez, al que se presenta como una persona que se aferra a una postura para complacer a sectores</p>	<p>Vázquez es fruto de su voluntad de complacer a sectores del Frente Amplio que apoyan a Venezuela.</p>
--	---	--	--

		<p>del Frente Amplio que defienden al gobierno venezolano (hay también afecto en “aferrarse”). En el tercer caso hay una apreciación sobre la postura de los países del Mercosur (con excepción de Uruguay) respecto a Venezuela, y en el cuarto caso, un juicio negativo sobre Venezuela, al señalar que ese país “ha criticado con dureza” a sus pares del Mercosur, pero también hay un juicio positivo cuando se menciona que Venezuela no quiso “cargar las tintas” en Uruguay.</p>	
06/12	<p>La nota hace referencia a declaraciones del presidente venezolano Nicolás Maduro a un medio cubano, en las que se muestra dispuesto a reunirse con el presidente uruguayo Tabaré Vázquez para encontrar una solución a la situación de Venezuela en el Mercosur.</p>	<p><i>1. El presidente Tabaré Vázquez sigue bajo la presión de su par venezolano Nicolás Maduro</i></p> <p><i>2. Uruguay tiene un matiz respecto a la postura inflexible de Argentina, Brasil y Paraguay con respecto al gobierno chavista.</i></p> <p>Aquí hay dos apreciaciones que realizan un balance de la posición del gobierno uruguayo y de los gobiernos de Argentina, Brasil y Paraguay.</p>	<p>Se coloca al gobierno uruguayo, y en particular al presidente Tabaré Vázquez, como víctima de una situación y no como agente, en una posición pasiva. Esto se ejemplifica con la aseveración de que Vázquez sigue “bajo la presión” del presidente venezolano Nicolás Maduro, reforzando la idea de que el gobierno uruguayo está en una posición incómoda.</p>
10/12	<p>La nota hace referencia a las diferencias internas entre sectores que surgieron en la Mesa</p>	<p><i>Las diferencias por la situación de Venezuela no son nuevas en el Frente Amplio, donde conviven</i></p>	<p>En la nota se remarcen las divisiones internas del Frente Amplio (que se nombran en más de una ocasión como</p>

	<p>Política del Frente Amplio, cuando esta quiso tomar postura sobre la decisión del Mercosur de suspender a Venezuela. La postura que adoptó finalmente el organismo fue de rechazo a la suspensión de Venezuela del Mercosur.</p>	<p><i>diferentes interpretaciones acerca del polémico Maduro.</i></p> <p>En este caso se realiza un juicio de estima social negativo sobre el presidente venezolano Nicolás Maduro. Si bien puede argumentarse que ser “polémico” no es en sí mismo una característica negativa, en el contexto de la nota sí se coloca como tal, al señalar a Maduro como responsable de las divisiones internas del Frente Amplio.</p>	<p>“diferencias en la izquierda”) como un elemento constante y recurrente, a través de frases como “volvió a dividir”, “dividió otra vez”, “las diferencias por la situación de Venezuela no son nuevas en el Frente Amplio”. Se enfatiza la sintonía que según el periodista existe entre algunos sectores del Frente Amplio y el gobierno de Venezuela.</p>
14/12	<p>La nota hace alusión a la situación que podría generarse en la reunión de cancilleres del Mercosur en Buenos Aires, por el hecho de que la canciller venezolana Delcy Rodríguez pretendía participar pese a no estar “invitada”.</p>	<p><i>Canciller viaja a Buenos Aires y temen escándalo</i></p> <p>En este caso tenemos una apreciación de lo que podría suceder en la reunión de cancilleres del Mercosur. Es una especulación que no está basada en declaraciones de algún funcionario gubernamental, por ejemplo, sino que se trata de una proyección que realiza el periodista sobre lo que podría pasar en función de los antecedentes.</p>	<p>Hay una presuposición de que la canciller venezolana Delcy Rodríguez planea hacer algo incorrecto. “Los cancilleres del Mercosur se reúnen hoy en Buenos Aires para que Argentina asuma la presidencia pro t��pore del bloque regional. Y puede generarse un escándalo. Es que la canciller venezolana, Delcy Rodríguez, pretende participar del encuentro”, es la construcción lógica que plantea la nota, y que hace aparecer a Rodríguez como responsable del eventual escándalo.</p>
15/12	<p>La nota relata lo sucedido en la reunión de cancilleres del Mercosur. La canciller venezolana Delcy Rodríguez pretendió ingresar a la reunión y</p>	<p><i>La reunión de los ministros de Relaciones Exteriores del Mercosur terminó ayer en polémica debido a que la canciller de Venezuela, Delcy Rodríguez, que no estaba</i></p>	<p>La nota responsabiliza a la canciller venezolana Delcy Rodríguez de la “polémica” que se suscitó en la reunión del Mercosur. Esto es claro a partir de la atribución de causa contenida en la frase</p>

	<p>no se lo permitieron. Tuvo un entredicho con los guardias de seguridad y finalmente se reunió durante una hora con la canciller argentina Susana Malcorra, cuyo gobierno asumía la presidencia pro-témpore del Mercosur.</p>	<p><i>invitada, se presentó igual.</i></p> <p><i>2. Pese a la presencia de los guardias de seguridad, la insistencia mostrada por Rodríguez le permitió ser recibida durante más de una hora por Malcorra.</i></p> <p>En el primer caso tenemos una apreciación sobre las causas que generaron la “polémica” en la reunión del Mercosur y un juicio negativo sobre la conducta considerada inapropiada de la canciller venezolana. En el segundo caso hay un juicio de estima social de tenacidad concebida en términos negativos aplicado a la canciller de Venezuela. La presencia de los guardias de seguridad, que connota legalidad, fue ignorada por la canciller de Venezuela, cuyo atributo es la “insistencia” en un sentido claramente negativo.</p>	<p>“...terminó ayer en polémica debido a que la canciller de Venezuela, Delcy Rodríguez, que no estaba invitada, se presentó igual”. La referencia a que “no estaba invitada” y “se presentó igual” enfatiza la responsabilidad atribuida.</p>
--	---	--	--

Año 2016 – La República

Fecha	Informaciones o proposiciones	Juicios o apreciaciones	Implicaciones o presuposiciones
2/12	<p>Citando fuentes de la agencia argentina Infobae, esta nota de La República adelanta la decisión sobre la suspensión de Venezuela</p>	<p><i>La canciller de Venezuela, Delcy Rodríguez, dijo de forma desafiante esta semana que su país no dejará el Mercosur.</i></p> <p><i>2. Venezuela vuelve a</i></p>	<p>En este caso se responsabiliza nuevamente a Venezuela por la situación. Se la caracteriza como un país polémico (“vuelve a estar en el ojo del huracán”) que no es capaz de</p>

	<p>adoptada por el Mercosur. Menciona también declaraciones de funcionarios del gobierno venezolano, entre ellos la canciller Delcy Rodríguez, cuestionando la suspensión.</p>	<p><i>estar en el ojo del huracán y puede perder significativos avances en materia de integración regional.</i></p> <p>En el primer caso se realiza un juicio de estima social negativo sobre la canciller venezolana Delcy Rodríguez a través de la frase calificativa “de forma desafiante”, que en el contexto de la nota tiene una connotación negativa. Luego hay una apreciación sobre la situación de Venezuela en el Mercosur y sobre los impactos que tendría para ese país su suspensión.</p>	<p>dimensionar los efectos negativos que tendría su suspensión del Mercosur.</p>
--	--	---	--

ANEXO 4.

ENTREVISTA CON EL DIRECTOR DEL DIARIO EL PAÍS, MARTÍN AGUIRRE (RESUMEN)

-¿Quién selecciona la información que se publica y con qué criterios lo hace?

-En realidad cada sección maneja sus propios temas. Por lo general, el editor es el responsable del temario de cada sección. Nosotros tenemos dos reuniones diarias, una a mediodía y una de noche. A mediodía para definir el temario. Y todo termina con el editor jefe, que tiene la última palabra con los temarios, particularmente en Nacional o en Economía. Las otras secciones tienen bastante más autonomía: el editor termina siendo el que elige la mayor parte de los temas.

Los criterios para seleccionar la información tienen que ver con lo que se considera de mayor interés. Por lo general, este es un diario generalista, nosotros tratamos de que no se nos escape nada, más allá de que evidentemente hay algunos temas con los que tenemos más preferencia o tenemos una política más institucional de darle ahí. En general nosotros tratamos de ser un diario amplio, tratamos de que no se nos escape nada que pueda ser de interés para un uruguayo promedio.

-¿Hay temas propios de la cobertura del diario?

-Hay un tema al que le damos mucha importancia que es la educación. Después, otro tema con el que siempre hemos tenido insistencia es con los accidentes de tránsito. Y después, lo que hay del día. A la política también le damos bastante importancia. Y los temas internacionales en general.

-¿En qué sección se ubica generalmente la información sobre el Mercosur?

-Eso varía mucho. El 80% en Nacional, pero muchas veces también sale en Internacional, porque a veces no son temas que estén en la agenda estricta de Uruguay, y tiene más sentido que vaya ahí. Últimamente también tiene bastante entrada en Economía. En los últimos tiempos hay muchos temas del Mercosur que tienden a ir en Economía, como los acuerdos con Argentina y Brasil. Si sale en Nacional, es porque tiene una pata uruguaya y particularmente política.

-¿Existen en el diario periodistas especializados que cubran los temas del Mercosur?

-Estrictamente, te diría que no. En algún momento sí hubo. Hoy en día no. Los más especializados probablemente sean los periodistas de Economía.

-¿Cuáles son las fuentes de información sobre el Mercosur?

-Por lo general es cancillería, y si no, en muchos de los temas comerciales, las fuentes por lo general suelen ser las cámaras empresariales, que son los que trabajan más en los temas esos. Porque a nivel político en general, el tema se trabaja... de repente hay momentos puntuales, pero no tiene una consistencia habitual. Vos no ves que a nivel de los actores políticos haya un seguimiento consistente de estos temas. Por lo general los que lo tratan con más consistencia son las cámaras empresariales, los organismos que manejan el comercio exterior.

-¿Cómo definiría una información de calidad?

-Tiene que ser algo que a la gente le llegue, y que tenga cierta trascendencia en cuanto a afectar la vida cotidiana de la gente. Esos son dos aspectos importantes. Ahí tenés una cierta tensión: tu responsabilidad como medio tiene dos patas. Vos no podés olvidarte de tus lectores, y que a tus lectores tiene que interesarles lo que vos das y tienen que verle jugo, pero también hay un punto:

¿hasta dónde tenés que darle a la gente lo que la gente quiere, y hasta dónde lo que vos creés que es importante? Esa tensión hay que ver cómo la manejas, hasta qué punto corrés el riesgo de inclinarte hacia uno u otro lado. Si sólo le das a la gente lo que quiere, te podés transformar en una especie de Tinelli informativo. Y por el otro lado, podés correr el riesgo de transformarte en un periodismo para periodistas o un periodismo para elites o para la gente que piensa como vos, que en cierta medida a la larga no es sustentable.

¿Qué lugar tiene la ideología en la construcción de la información?

-Yo no sé tanto la ideología... Ideología es una palabra media peligrosa, no sé. En general, a vos como medio lo que te identifica es determinada visión del mundo: determinado sistema de valores, determinada forma de ver las cosas. La gente cuando elige un medio por sobre otro es porque se siente más cerca de esa determinada manera de ver el mundo. Pero vos a un periodista cuando entra a trabajar a un diario no le preguntás cuál es su ideología, cómo ve las cosas. Y una vez que lo tenés adentro, si empezás a ver que realmente es incompatible con lo que vos creés, es complicado porque tampoco vas a echar a alguien porque piense distinto que vos. Vos lo que le pedís a la gente es honestidad y profesionalismo. Después claro, en un medio hay determinada serie de filtros para llegar al producto final: editor, editor jefe, directores, y probablemente tu escalafón de crecimiento y tu permanencia es porque la gente que te da esa confianza, los dueños o directivos sienten que vos estás en una línea cercana con lo que ellos piensan. No quiero hablar a nivel político sectorial, sino de forma de ver el mundo. Eso termina generando una cierta forma de evolución de la noticia, desde que entra a la redacción hasta que se publica, que termina supuestamente teniendo una cierta coherencia. Eso ha cambiado mucho con el transcurso de los años. Nosotros somos un diario blanco que en sus orígenes era muy blanco, era una tribuna

partidaria. Con el tiempo se fue separando. Hoy en general somos un diario que defiende los valores que deberían estar cercanos al liberalismo y al Partido Nacional, pero desde hace un tiempo la parte periodística neta está muy independiente, porque el editor jefe no es un miembro de las familias del diario y tiene independencia técnica. Yo creo que hay bastante independencia en ese sentido, sobre todo en lo político sectorial, aunque sí tratamos de que mantenga determinada manera de ver una sociedad, el mundo, que nos da un matiz diferente a otros medios.

-¿Qué importancia considera que tienen los temas del Mercosur para la vida cotidiana?

-Nosotros le damos mucha importancia. Uruguay, a diferencia de los dos países del Mercosur (se refiere a Brasil y Argentina), debe ser el único país que más allá de las líneas políticas donde todos tenemos una cierta visión integradora. De repente porque somos un país más chiquito, y además somos todos conscientes de la importancia que tiene cualquier cosa que pase en el Mercosur porque enseguida nos afecta, por todos los costados. Más allá de eso, hay distintos matices sobre el camino que debería seguir el Mercosur o la visión que tenemos del Mercosur, que de repente empezó siendo de determinada forma y ahora es de otra. Últimamente, sobre todo, en materia de opinión y de página editorial, es muy crítica la visión de este Mercosur de ahora, que ha tomado un camino más político y menos comercial, donde Argentina y Brasil hacen las cosas más bilateralmente y sin consultar a los socios, y donde Uruguay en cierta medida ha sufrido las consecuencias de cierta falta de institucionalidad del Mercosur.

-¿Esta percepción se traduce a nivel informativo?

-No, yo creo que no. Más allá de que te guste o no, (el Mercosur) es una realidad que tiene efecto sobre tu vida. En eso somos bastante civilizados y tenemos claras las prioridades, son cosas que nos pueden gustar o no, pero no vas a dejar de informar porque no te guste.

-¿Cuáles son los alcances del Mercosur, podría llegar a un estado similar al de la Unión Europea (UE)?

-Yo lo veo muy lejos de la UE, hoy mucho más lejos que hace un tiempo. Me da la impresión de que el Mercosur ha perdido mucha seriedad en algunos aspectos. Y además, tengo la impresión de que en un principio, cuando era un proyecto más económico... vos ves cómo fue la UE y primero fue una parte económica y después vino una parte política. Eso fue lo que se pensó que podía pasar con el Mercosur. El Mercosur empezó con la parte económica y se quedó parado, y entonces querer avanzar en la parte política me parece mucho más complicado, porque implica una cantidad de renunciaciones de soberanía y autonomía que si vos no tenés una contrapartida en beneficios económicos, es muy difícil pedírsela a los pueblos. Vos hoy no ves posibilidades de beneficios para la gente (en el Mercosur). ¿Vos estás dispuesto a resignar soberanía como país en función de una institucionalidad que no está cumpliendo ni siquiera con las reglas que están hechas? Es complicado. Y además me parece que el avance político que está teniendo el Mercosur... se ha politizado mucho, dentro de cada país hay sectores políticos que lo ven bien y otros lo ven mal, y cuando vos no tenés una unidad, corrés el riesgo de... de repente ahora, como hay afinidad política, parece que está todo bien, pero eso puede cambiar, y si ese acercamiento está impregnado del color político del que vino antes, el que viene después no lo va a seguir. Es el gran peligro que tiene.

-¿El Mercosur es eficaz para resolver los problemas cotidianos?

-Creo que no. Uruguay tiene sentencias favorables que los países grandes no cumplen. Y el impacto de las medidas argentinas en la industria uruguaya... no sirve mucho.

-¿Cuál es su percepción del nivel de conflictividad del Mercosur?

-Es bastante alto, pero hay determinadas afinidades políticas que lo disimulan. No está funcionando en la parte comercial, y hay cero avance en la negociación con otros países. No veo cuál es la utilidad si parece que vamos para atrás y cada país se encierra dentro de sí mismo.

-¿Considera que existe una identidad cultural común a los países del Mercosur?

-No creo que haya una identidad cultural que abarque a todo el Mercosur. No creo que haya una identidad común dentro de la propia Argentina. Puede haber elementos identitarios comunes, pero es más regional. Rio grande do sul y Manaus... no sé. Eso lleva cierto tiempo construirlo. Se podría aprovechar para generarlo, pero está muy verde, y si encima generás focos de competencia entre países como está pasando ahora, no sólo no lo vas a generar, sino que vas a generar lo contrario. De repente si vos hubieras tenido una visión más grande desde un principio, y hubieras fomentado esas cosas para utilizarlo como factor de cohesión, pero lamentablemente no se ha hecho. Hoy es más difícil que hace veinte años.

-¿Hay elementos de cohesión en materia identitaria en el Mercosur?

-Más allá de que hay diferencias étnicas, sociales y culturales, hay una historia que tiene algunos puntos en común. Aunque más no sea el hecho de ser un continente nuevo, con gente nueva, pasamos por un proceso político semejante en algunos aspectos. Por ahí se podría aprovechar

algunas cosas. Pero lo que está pasando con la competencia, eso termina generando más tensión que unidad.