



Razón y Palabra

ISSN: 1605-4806

octavio.islas@uhemisferios.edu.ec

Universidad de los Hemisferios

Ecuador

Browne Sartori, Rodrigo; Inzunza Moraga, Alex
COMUNICACIÓN PARA LA DIFERENCIA: PERIODISMO INTERCULTURAL Y ACD
PARA UN CAMBIO SOCIAL
Razón y Palabra, núm. 71, febrero-abril, 2010, pp. 1-18
Universidad de los Hemisferios
Quito, Ecuador

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514914034>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

**COMUNICACIÓN PARA LA DIFERENCIA: PERIODISMO
INTERCULTURAL Y ACD PARA UN CAMBIO SOCIAL¹**

Rodrigo Browne Sartori y Alex Inzunza Moraga.²

Resumen

El presente artículo pretende observar cómo son representados los “discursos de la diferencia” a través de los medios de comunicación, considerando los estudios interculturales desarrollados desde la comunicación para un cambio social y sus aplicaciones en el periodismo. Por lo mismo el objeto de estudio de este análisis es la comunicación intercultural, el periodismo intercultural y la representación que los medios hacen de “otras culturas”.

Para conseguir lo anteriormente mencionado, se presentarán ejemplos de los análisis a las producciones noticiosas publicadas en la prensa chilena, en los dos periódicos de mayor tiraje del país: *La Tercera* del Consorcio Periodístico de Chile S. A (Copesa) y *El Mercurio* del conglomerado El Mercurio Sociedad Anónima Periodística (El Mercurio S. A. P.).

La idea de este proyecto es proponer un instrumento metodológico de Análisis Crítico del Discurso (ACD) como herramienta hermenéutica de lectura para la comprensión de un fenómeno migratorio, limítrofe e intercultural de y para la construcción de diferencias identitarias, a través de los medios de prensa de cara una propuesta comunicativa para el cambio social.

Palabras clave

Discursos de la diferencia, ACD, Periodismo intercultural, Comunicación intercultural, Construcción social de la realidad, Comunicación para un cambio social.

Abstract

The following paper Intends to observe in what way the “difference discourses” are represented through the communication media; considering the intercultural studies carried out from the perspective of the communication towards a social change in journalism. Therefore, the object of study of this research is intercultural communication, intercultural journalism and the representation that the media show of “other cultures”.

In order to obtain the aforementioned, examples of the analysis of news production published in the Chilean press will be presented. Those pieces of news will come from two of the major newspapers of the country: *La Tercera* belonging to Consorcio Periodístico de Chile S.A (Copesa) and *El Mercurio* which is part of the conglomerate El Mercurio Sociedad Anónima Periodística (El Mercurio S.A.P.).

The main idea of this project is to propose a methodological instrument for the Critical Discourse Analysis (CDA) as an hermeneutic reading tool to the understanding of the

migratory, bordering and intercultural phenomena for and from the construction of identity differences through the press when facing a communicative proposal for social change.

Palabras clave

Discursos de la diferencia, ACD, Periodismo intercultural, Comunicación intercultural, Construcción social de la realidad, Comunicación para un cambio social.

Key Words

Difference Discourses, CDA, Intercultural Journalism, Intercultural Communication, Social Construction of Reality, Communication for a Social Change.

1. Construcción social de la noticia

El periodismo como práctica y herramienta de la actualidad se apoya en diferentes jerarquizaciones para definir qué es y qué no es noticia, estableciéndose, de esta forma, los criterios para la construcción de lo cotidiano y logrando moldear una ilusión de lo real, que a medida que se toma como única y cierta, empieza a percibirse ya no como algo creado sino como lo existente en sí mismo: lo real.

La producción de la noticia, por tanto, es un proceso que se inicia con un acontecimiento ajeno a la construcción social de la realidad por parte del sujeto, “que los acontecimientos estarían formados por aquellos elementos exteriores al sujeto a partir de los cuales este mismo va a reconocer, a construir, el acontecimiento” (Rodrigo Alsina, 1989: 81).

Al tratar de comprender lo anterior, desde un punto de vista proveniente de la sociología, Berger y Luckmann (1972:55), analizan la sociedad como realidad objetiva: institucionalizada y legitimada. La realidad institucionalizada tiene su origen en la tendencia a la habituación [hábito] del ser humano. Esta institucionalización puede llegar a convertirse en una forma de control social: el procedimiento por el cual se llega a ser hombre se produce en una interrelación con un ambiente en movimiento y activo, es decir, “el ser humano en proceso de desarrollo se interrelaciona no sólo con un ambiente natural determinado, sino también con un orden cultural y social específico mediatizado” (Berger y Luckmann, 1972: 68).

En este contexto y desde su análisis a partir de la construcción social de la noticia, Rodrigo Alsina (1989: 88) precisa que las definiciones en torno a dicho concepto surgen a partir de dos grandes visiones. Por un lado estarían las que defienden la concepción de la noticia como espejo de la realidad y, por otro, las que la conciben como una construcción de la realidad. La noticia como un espejo de la realidad sería la presentación de los hechos convertidos en noticia, un acto de verificación de lo que ocurrió sin complicidad del periodista. Esta visión correspondería a la conformación tradicional de las noticias. Se trata de estudiar la actividad periodística y las estructuras de los medios de comunicación

masiva: “La noticia está definiendo y redefiniendo, constituyendo y reconstituyendo permanentemente fenómenos sociales”. (Tuchmann. En Rodrigo Alsina, 1989:185).

Cuando se analizan los medios de comunicación se señala que modelan el imaginario social y son responsables de la construcción y reconstrucción de la realidad, recibida por los sujetos en y de la sociedad. En síntesis, los periodistas o las empresas periodísticas, se presentan como mediadores sociales y se vuelven en agentes traductores de los hechos noticiosos brindados por la “realidad”. Por lo mismo, se puede decir que los medios de comunicación son y funcionan como una mediación, como una prótesis, que cumple con la labor de colaborar en la comprensión de la realidad diaria. Sin embargo, toda esta potencialidad de la institución periodística tiene sus complicaciones, ya que los medios también ejercen algún grado de control social al moderar los aparatos de construcción de realidad. “Desde el primer momento de su existencia, la actividad periodística ha tenido vocación de influencia social, y ha sido un fuerte instrumento de legitimación, de denuncia social, así como un activador de profundos cambios” (Vázquez Medel, 1999: 211).

Se hace necesario analizar el rol que cumplen los medios de comunicación en la formación de los imaginarios de las personas y de su entorno, puesto que, como se dijo, la configuración social es una construcción permanente elaborada en la interacción constante con su contexto, jugando un rol significativo en el desarrollo de las culturas y la forma que tienen éstas de relacionarse entre sí.

Llegados a este punto, es inevitable preguntarse cómo esta entrega informativa orienta la conducta de los individuos en su vida cotidiana: en el modo de vestir, los proyectos de vida, el lugar de vacaciones, los planes del próximo fin de semana, los pánicos colectivos, el estado de bienestar o de inseguridad, “el enfoque de nuestra atención hacia el mundo más allá de la experiencia inmediata y nuestras preocupaciones sobre los temas del día, están bajo la influencia de las noticias cotidianas” (McCombs, 2007: 3). En consecuencia se puede asegurar, con Vázquez Medel (1999: 215), que el periódico, por ejemplo, es una extensión de la forma que se tiene de entender el mundo a partir de nuestra propia voluntad social y cultural.

2. Hacia un periodismo intercultural

La comunicación intercultural es explicada por Rodrigo Alsina (1999: 18) como una comunicación entre individuos que tienen referentes culturales tan diferentes que se perciben como pertenecientes a culturas distintas. Estrella Israel Garzón (2002: 1), por su parte, señala que caracteriza a la comunicación como cultura y la cultura como comunicación. “La cultura es el medio de comunicación del hombre. Desde esta perspectiva no existe ningún aspecto de la vida humana que la cultura no toque o altere”. (Israel, 2002: 2). La autora explica, además, que la comunicación intercultural posee características especiales que le pueden permitir ayudar a crear una atmósfera que promueva la cooperación y el entendimiento entre las diferentes culturas (Israel, 2006: 20). Una propuesta que estimule una opción diferente, otro mundo posible, un dispositivo que, desde los medios, habilite acciones radicales para el cambio social. Cambio social que para Rafael Obregón (2009: 5) se acerca, a través de procesos comunicativos, a modelos más plurales y alternativos, tal cual como se entiende del proyecto intercultural analizado y estudiado desde y para los medios de comunicación.

La comunicación intercultural relaciona, en este sentido, dos conceptos: comunicación y cultura. Los estudios de la comunicación intercultural son relativamente recientes, por lo mismo la delimitación del campo de estudio está aún sometida a debate. Esta es la de unificar conceptos, “modelos y bases teóricas que aseguraría y demostraría su unicidad en relación a otras áreas de los estudios de comunicación” (Rodrigo, 1999: 25). Para este autor, en la actualidad, se dan nuevas realidades comunicativas que no encajan en la definición tradicional de la comunicación. Por ello, propone dejar de hablar de comunicación de masas en virtud a una nueva comunicación mediada.

No se debe desconocer, por una parte, que durante años los estudios de comunicación tuvieron como ancla científica los modelos de la teoría matemática de la comunicación, donde lo principal era la transmisión de mensajes y, por otra, la teoría funcionalista donde se estudiaban los efectos de la comunicación, pero sin conectarlas con otras prácticas

culturales. La comunicación intercultural mediada, la comunicación y la cultura están indisolublemente unidas y se pueden tornar en un mecanismo vital para estimular nuevas alternativas, desde las diferencias, para una comunicación para el cambio social: “La comunicación para el cambio social se ha posicionado como una propuesta que pretende centrar la atención en el rol movilizador y empoderador de la comunicación” (Obregón, 2009: 8), entendiéndola como una mejora para los grupos marginados y centrándola en postulados que defienden la tolerancia, la equidad, la participación y la equidad.

Una de las primeras dificultades de la comunicación intercultural mediada es la sensación de no saber nada, ya que es imposible conocer cada una de las culturas existentes en el planeta. Se debe advertir que no se puede ni debe hacer una aproximación universalista, homogenizando o haciendo una reducción de todas las culturas, ya que esta propuesta, por lo general, cae en el etnocentrismo. Para evitar lo anterior, es necesario mirar el tema desde una opción relativista que no busca consolidar universales sino asimilar cada cultura tomando como punto de partida su propio universo simbólico (Rodrigo Alsina, 1999: 33).

Considerando lo señalado, hay que fomentar la participación de comunicadores interculturales para el cambio social, a través de un periodismo intercultural, como una manera de conseguir que los discursos mediados comiencen a tomar en cuenta a la “diferencia cultural” marginada y sometida por los vehementes discursos de autoridad característicos de occidente. Con esto, se logran abrir espacios de participación dialógica ampliando las voces de sectores marginados y permitiendo debatir y discutir sobre temas que siempre habían estado fuera de los circuitos de poder, “el desarrollo de los vínculos comunitarios y amplificar las voces de los marginados, fortaleciendo las organizaciones de base y la participación democrática” (Obregón, 2009: 9).

Lo que distingue a la comunicación intercultural de los demás tipos de comunicación es el alto grado de desavenencias en los respectivos conocimientos previos o contextuales de los periodistas, debido, precisamente, a las diferencias culturales. Lo intercultural toma contacto con nociones como diversidad cultural, identidad cultural-intercambio cultural y con conceptos que producen “ruidos” que se pueden entender como imposiciones y

discriminaciones culturales (Israel Garzón, 2006: 45) que marcan el paso y mantienen el estatus quo tal cual como lo amparan los poderes globales de turno.

Esta diversidad cultural requiere, por parte principalmente de quienes son los encargados de la construcción periodística, de la detección de ruidos interculturales en el proceso de comunicación de masas o mediada, según lo estipulado por Rodrigo Alsina (1989: 92). Situación delicada que, para Israel Garzón (2004: 10), es fundamental en el sentido formativo de y para un periodismo intercultural o, simplemente, pluralista que defienda la diversidad dentro de la igualdad de derechos y oportunidades.

Este cambio que soporta dicho pluralismo en la comunicación debe ser entendido como un continuo cuestionamiento a las barreras impuestas entre los emisores y constructores del mensaje, vale decir, a favor de esos “los otros” que conforman esta diferencia cultural construida y erigida desde el sistema patriarcal del momento. Los “ruidos interculturales” surgen cuando no se percibe a “el otro” como es con su propia identidad cultural y se intenta imponerle ideas, creencias, valores, actitudes, pautas de comportamiento, lengua, etc.

En consecuencia, al analizar el discurso periodístico se puede entrever que en la construcción de la noticia hacia “el otro” brotan etiquetas, temáticas, estereotipos, asociaciones negativas en la medida que no coinciden con el patrón cultural dominante, tornándose en “ruidos”, lo que implica desigualdad, desequilibrio, incomprensión y, finalmente, la anulación de “el otro” si, sobre todo, éste está supeditado a fenómenos migratorios tanto internos como externos, como es el caso de este trabajo.

Es indudable que en la generación de actitudes positivas o negativas hacia otras culturas, el papel más importante corresponde a los medios de comunicación, puesto que la mayor parte del conocimiento social y de las opiniones sobre el mundo provienen de las informaciones que entregan cada día los medios, los que están llenos de estereotipos, rotulaciones, clichés y códigos que confunden a los receptores de la información.

Los medios de comunicación desarrollan técnicas para decir más cosas en el mínimo espacio, siendo una de éstas el uso de estereotipos. “Estererotipar es una forma muy fácil de ponerse de acuerdo con la audiencia porque, en la mayoría de los casos, los estereotipos son percepciones en gran parte compartidas” (Rodrigo Alsina, 2004:1). Lo peor de todo, es que una vez que se ha instaurado un estereotipo, resulta difícil no utilizarlo, puesto que éstos proporcionan explicaciones rápidamente y funcionan acorde a los tiempos in-mediatos de los medios.

En este sentido social, la agenda cotidiana de los medios es distinta a la ciudadana, aunque por momentos se den encuentros. Si bien los medios podrían ingresar fácilmente al mundo de las expectativas ciudadanas de cambio social, no es así, pues han optado por el entretenimiento fácil de ‘lo que le gusta a la gente’ sin conocer a sus audiencias más a fondo, no midiendo ni valorando sus aspiraciones por lo nuevo y lo útil. (Alfaro en Obregón, 2009: 9).

Recapacitando todo lo expuesto y en miras a un cambio en la forma del construir lo social a través de los medios, se hacen fundamentales procedimientos para favorecer el periodismo denominado intercultural. Lo que significa “una apuesta por un periodismo de calidad en un mundo complejo y convergente donde la interculturalidad como pauta se configura como una necesidad creciente” (Israel Garzón, 2002. 1). Realizar el ejercicio de comunicar o comunicarse con la diferencia es un proceso complejo, sobre todo pensando en la voluntad que requiere, por una parte, superar las limitaciones de los prejuicios y estereotipos y, por otra, evitar todo lo evidente o visible, como puede ser el color de la piel o el lenguaje que, en muchas ocasiones, no aporta en una concreta construcción periodística y agudiza las marcas de diferencias.

3. Análisis crítico del discurso (ACD)

Van Dijk, (1999: 5) define el ACD como un tipo de investigación analítica sobre el discurso y señala que su campo de estudio está referido, principalmente, a descubrir el

modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos y, de vez en cuando, combatidos por los textos y el habla en un ámbito social y político. Con este tipo de investigación, el análisis crítico del discurso espera contribuir de manera efectiva a la resistencia, en miras a una comunicación para el cambio social, contra la desigualdad y las diferencias.

El ACD es el estudio del uso del lenguaje en las relaciones sociales, cuyo fin principal es investigar los lazos entre los distintos rasgos lingüísticos de los textos y las estructuras culturales y sociales, junto a las relaciones y los procesos a los cuales pertenecen. Quienes se dedican a su práctica pretenden actuar, producir un cambio sobre el medio con el fin de transformarlo y ayudar a crear un mundo donde la gente no sea excluida, debido a factores como sexo, color, credo religioso, edad, clase social o situación económica.

Van Dijk (2008: 277), menciona, además, que una de las primeras preguntas que se debe hacer en la aplicación del ACD y su análisis en y de las noticias sobre cuestiones étnicas tiene relación con los tópicos del texto y conversación: ¿sobre qué escribe o habla la gente cuando se refiere a minorías étnicas, inmigrantes o refugiados?

El investigador señala que los medios de comunicación son las instituciones que valiéndose de este discurso público, juegan el papel más preponderante en la reproducción de representaciones sociales racistas. Esto dado que -a pesar que los políticos, los especialistas y los escritores puedan tener la primera palabra en problemas étnicos y se realicen publicaciones sobre el tema- todo esto pasa a ser de dominio público sólo cuando son reportados y popularizados en las noticias a través de la versión de los medios. “Los medios masivos son actualmente la fuente más influyente de tendencias racistas, prejuicios y racismo”. (Van Dijk, 2008: 279)

Para estudiar y analizar las noticias referidas a la comunicación intercultural -y develar cómo son representados “los otros” mediante el discurso periodístico- se propone utilizar, como unidad de análisis, una matriz metodológica basada en el ACD y desarrollada por los autores de esta investigación. De acuerdo a la proyección metodológica sociocognitiva,

diversa y multidisciplinaria que dilucida van Dijk (1997: 145; 2003:156), los pasos a seguir para comprender los procesos de construcción noticiosa y las representaciones que éstas hacen, en relación a los discursos sobre las minorías explicitadas en los diarios de circulación en Chile, se aplicará la siguiente matriz de lo general (global) a lo particular (local) en aspectos formales y de significados (Van Dijk, 2003: 162), dividiéndose en cuatro niveles presentados en dos planos:

Plano Significado/texto. Nivel temático	
Nivel Significados globales.	
Nivel de significados locales.	
De carácter implícito o indirecto.	
De carácter explícito o directo.	
Plano Formal/texto-contexto.	
(Nivel) Estructuras formales sutiles.	
Nivel contextual.	

3.1. Plano Significado/texto.

3.1.1. Nivel temático: significados globales.

- Resumen de los temas: de “qué trata”, de “qué habla”, “cómo” se emite la noticia. Temas del discurso periodístico-informativo.
- Generalmente, NO pueden ser reconocidos con tanta evidencia, deben ser inferidos del propio discurso o asignados a él.
- Se expresan en los títulos, titulares, resúmenes, extractos y oraciones o conclusiones temáticas como lid, bajadas, epígrafes o encabezado noticioso en su conjunto.
- De qué habla el texto, qué macroestructuras semánticas (temas) es posible deducir del discurso, cómo se unen, cuáles son los presupuestos que se manejan acerca del discurso sobre “el otro”.

3.1.2. Nivel de significados locales.

- Significado literal de las palabras.

- Presentación positiva de uno mismo y de presentación negativa de “el otro”.
- Discursos ideológicamente sesgados polarizan la representación del nosotros (grupos internos) y el ellos (grupos externos). Se destacan nuestras buenas cosas y no se consideran las malas. Destacan las malas de los otros y se ignoran las buenas.
- Se dividen en dos caracteres:

3.1.2.1. De carácter implícito o indirecto:

- Se pueden inferir de palabras del texto: implicaciones, presupuestos, alusiones, ambigüedades, hipérboles, etc.
- NO se expresa directamente.
- Es parte del modelo mental del público y no está presente con evidencia en el texto analizado.
- La intención en el uso de determinadas palabras al nombrar detalles supuestamente irrelevantes es donde los analistas críticos del discurso, deben colocar especial atención. Ejemplo: “bolivianos y peruanos son empleados en obras de construcción o en bares y comercio de baja categoría”.

3.1.2.2. De carácter explícito o directo:

- Es evidente, está con claridad en las palabras del texto.
- Estrategias léxicas utilizadas en prensa o noticias sobre las temáticas arrojadas en el nivel anterior.
- Qué o cuál palabra es la más utilizada por los medios de comunicación en determinadas informaciones.
- Qué implicancias tiene la elección de tales conceptos, por ejemplo, específicamente el uso de las palabras discriminatorias en relación a “los otros”. (Van Dijk, 1999: 38).
- Otros ingredientes a tomar en cuenta son el estilo y la retórica que se verifican en el resultado textual de escribir -por medio de la elección de distintas palabras- y publicar algo que se podría decir de la misma forma “con sinónimos”. Dichas elecciones estilísticas también conllevan implicaciones ideológicas que pueden dar a entender la opinión del periodista y el medio en general sobre el suceso en cuestión.

3.2. Plano Formal/texto-contexto.

3.2.1. Estructuras formales sutiles.

- Formatos globales y locales que inciden menos en el consciente de las noticias por parte de los receptores.
- Emitir falacias, omitir información crucial, construyendo modelos sesgados e interesados de acuerdo a los “discursos de dominación” y sus fuentes.
- Discursos que difunden este hecho noticioso y que NO se perciben, debido a su sutileza, en el carácter indirecto del plano del significado.
- Aparato ideológico invisible, activado a partir de la información emitida.

3.2.2. Nivel contextual.

- Representaciones mentales de la memoria.
- Memoria a largo plazo donde se almacenan los conocimientos y las opiniones sobre lo vivido.
- Se refiere a la importancia que tienen en relación con los contextos modélicos locales y globales.
- Lo que se recordará, posteriormente, es el modelo mental que se construye a partir de lo emitido contextualmente en la construcción social de la realidad (Berger y Luckmann, 1972: 86) y su aproximación al periodismo en la construcción de la noticia (Rodrigo, 1999: 78).
- La diferencia con las estructuras formales sutiles se encuentra en el marco contextual que descansa en cuestiones históricas, políticas, económicas y sociales que confirman el vínculo entre el discurso y la cultura.

4. A modo de ejemplo. Aplicación Metodológica

Noticia 1.

Detenido líder mapuche

En las cercanías de la comunidad Juana Millahual, en Cañete, fue capturado ayer el comunero Iván Llanquileo Antileo, sindicado como uno de los nuevos cabecillas del movimiento indígena Coordinadora Arauco Malleco (CAM), que estaba prófugo desde hace cuatro meses.

Personal de la Tercera Comisaría de Carabineros de Contulmo, Investigaciones y miembros del Gope, en compañía del fiscal con dedicación exclusiva al tema mapuche, Mario Elgueta, se trasladaron y lo detuvieron tras un trabajo de inteligencia iniciado en noviembre, cuando quedó libre, pese a haber sido detenido en agosto con un fusil M16, municiones y documentación ligada a la ETA.



Periódico: LA TERCERA		Día: 26/03/08
Sección: NACIONAL		Página: 19
Titular: DETENIDO LIDER MAPUCHE		
1. Plano Significado/texto. Nivel temático		
1.1 Nivel Significados globales.	La nota habla de la detención de un líder de ascendencia mapuche, pero en ninguna parte de la nota se menciona el motivo de la medida. Se dice que en el pasado estuvo detenido pero que fue dejado en libertad y se mencionan los motivos de por qué no debió quedar libre. De acuerdo a la construcción que se realiza se deja de manifiesto que a pesar de no mencionar el motivo de la detención, debe estarlo.	
1. 2. Nivel de significados locales.		
1.2.1. De carácter implícito o indirecto.	Se reduce al término comunero, para referirse a las personas de esa etnia. Se deja en evidencia que deben tener fiscales con dedicación exclusiva “ <i>al tema mapuche</i> ”, lo que implica que son de cuidado.	
1.2.2. De carácter explícito o directo.	Para referirse al detenido, se usa el término “cabecilla” que es definido por la RAE como “Jefe de rebeldes” o “Persona de mal porte, de mala conducta o de poco juicio”.	
XX		
2. Plano Formal/texto-contexto.		
2.1. Estructuras formales sutiles.	Se emite una falacia al señalar que es “ <i>sindicado como uno de los nuevos cabecillas de la CAM</i> ”, así como que en noviembre (del año pasado) fue detenido y dejado en libertad “ <i>pese a haber sido detenido en agosto con un fusil M16, municiones y documentación ligada a la ETA</i> ”. Con esto se consigue dejar en la memoria de los receptores la idea de que él debe estar detenido y que los mapuches en general son personas conflictivas.	
2.2. Nivel contextual.	Se recurre a las representaciones, a los contextos sociales asentados en la memoria para decir que los únicos responsables de los conflictos en la región de la Araucanía, son los mapuches.	

Noticia 2.

Industrialización de la coca:
Bolivia desafía a la ONU
con su estrategia antidrogas

LA PAZ.— El Gobierno boliviano oficializó ayer su estrategia antidrogas en respuesta a la petición de la Junta Internacional de Fiscalización de Estupeficientes (JIFE), dependiente de la ONU, de erradicar la práctica de mascar coca en Bolivia, expresada el pasado 4 de marzo, en Viena.

La iniciativa incluye un aumento de la superficie legal de cultivos de 12 mil a 20 mil hectáreas, la producción de 4 mil toneladas de la hoja hasta el año 2010 y la inversión de 300 mil dólares en su industrialización. El objetivo es que la coca se comercialice en infusiones, harinas y biomedicamentos para evitar su desvío a fines ilícitos. El vicescanciller de Bolivia, Hugo Fernández, presentó el lunes una “enérgica protesta” a la petición de la JIFE ante la Comisión de Estupeficientes de la ONU, la cual terminó con un “Viva la coca”.



Periódico: EL MERCURIO		Día: 12/03/08
Sección: INTERNACIONAL		Página: A-6
Titular: Industrialización de la coca BOLIVIA DESAFÍA A LA ONU CON ESTRATEGIA ANTI DROGAS		
1. Plano Significado/texto. Nivel temático		
1.1. Nivel Significados globales.	El texto habla de una estrategia antidroga, propuesta por el gobierno boliviano, lo que implica dar carácter formal al proceso de la droga. Bolivia está en contra de la censura de la droga, mal de la humanidad, por lo tanto, el gobierno boliviano desafía a un organismo de “respeto” como es la ONU. La construcción de la noticia se hace desde la perspectiva del que “sabe” (ONU) lo que es bueno para los demás, sin considerar los contextos del otro.	
1. 2. Nivel de significados locales.		
1.2.1. De carácter implícito o indirecto.	“...erradicar la práctica de mascar coca en Bolivia...” deja en la memoria del lector, implícitamente, que los bolivianos son mascadores de droga. Lo que se apoya con la descripción de las iniciativas a seguir por el gobierno boliviano.	
1.2.2. De carácter explícito o directo.	Se dice que se va a industrializar la coca (droga), lo que implica convertir lo “ilícito” en algo que tiene un carácter formal como una industria.	
XX		
2. Plano Formal/texto-contexto.		
2.1. Estructuras formales sutiles.	Se emite una falacia, puesto que se parte de la base que la hoja de coca es una droga, omitiendo información al no decir que para que se convierta en droga hay un proceso industrial. Con esto se consigue instalar en la memoria que los bolivianos son consumidores de droga, no considerando su contexto cultural.	
2.2. Nivel contextual.	Se presenta a Bolivia como un país que está en contra de lo establecido como norma respecto a la eliminación de la droga, creando en la memoria una idea determinada de “el otro”.	

5. Conclusiones

Al analizar la prensa chilena, aplicando la matriz metodológica basada en el ACD, se pueden comprender los procesos de construcción noticiosa y las representaciones que los dos medios de comunicación seleccionados (*El Mercurio* y *La Tercera*) hacen en relación a los discursos de y sobre “la diferencia”.

Esto podría considerarse como inofensivo sobre todo pensando en la sutileza de muchas de las entregas, pero no se puede olvidar la inmensa influencia que posee un medio de comunicación como es el periódico en sus lectores, considerando, de todas maneras, que la mayor parte de lo que la gente conoce de, por ejemplo, migraciones proveniente de países limítrofes o de carácter interna (mapuche) es a través de las informaciones o noticias aparecidas en la prensa, “gran parte de lo que la mayoría de la gente blanca sabe acerca de los Otros no se basa en experiencias personales directas o indirectas, sino que

necesariamente en los medios masivos” (Van Dijk, 2008: 289).

Se puede notar que esta construcción tiene una marcada mirada desde quien emite, importando poco lo que le pase a “el otro” o los problemas efectivos que pueda tener. Sólo importa “vender” y si eso lo consiguen con una construcción que involucre quitar lo malo del emisor y potenciar sólo lo bueno, haciendo lo contrario con “los otros”, no hay lugar a cuestionamientos y es lo que hay que, definitivamente, llevar a cabo. En síntesis, no hay pluralidad ni diversidad a la hora de informar. McQuail (1998: 56), al respecto, señala que los medios masivos pueden contribuir a la diversidad de tres maneras: reflejando las diferencias de la sociedad, brindando acceso a los distintos puntos de vista y ofreciendo una amplia gama de opciones. “Se espera que los medios pluralistas de comunicación masiva representen o reflejen las diferencias existentes en cultura, opinión y condiciones sociales de la población en su totalidad” (McQuail, 1998: 217). Con certeza se puede afirmar que en los medios analizados tal contribución no existe y cuyo accionar está más destinado a mantener la reglas del juego que a proponer nuevas alternativas, desde la comunicación y desde los medios, para el cambio social.

Una mirada general de los resultados obtenidos revela que las noticias analizadas entregan una construcción social de la realidad mediada la cual interpretan a partir de imaginarios y estereotipos. La matriz inspirada en el Análisis Crítico del Discurso (ACD) permitió diagnosticar esto y, además, precisar que el intercambio intercultural sin tapujos está lejos de ocurrir. Los medios de prensa tienen las herramientas para abrir los “discursos de la diferencia” desde la comunicación y el periodismo intercultural, sólo basta con despertar voluntades que descansen en el sedentarismo de siempre y no en las políticas que abren puertas de cara a nuevas alternativas de emplazarse en el mundo. Sin duda alguna, una de las formas de subsanar lo mencionado es a través de la práctica de un periodismo intercultural. Periodismo que inculque sociedades que vivan bajo un modelo democrático participativo (Del Valle, 2006: 26 y Obregón, 2009: 61), en el que el valor de la interculturalidad actúe como dispositivo de crecimiento, riqueza y desarrollo.

6. Referencias

Berger, P., y Luckmann, T. (1972). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.

Del Valle, C. (2006). *Comunicación participativa Estado-Nación y democracia. Discurso, tecnología y poder*. Temuco, Chile: Ediciones UFRO.

Israel Garzón, E. (2002, julio). "Comunicación intercultural para la formación de periodistas". *Sala de Prensa*. 45. Recuperado el 27 de enero de 2006, de <http://www.saladeprensa.org/art378.htm>

----- (2004, marzo). "Comunicación intercultural y construcción periodística de la diferencia". *Red de la Iniciativa de Comunicación*. Disponible en: <http://www.comminit.com/es/node/149884/37>

----- (2006). *Comunicación y periodismo en una sociedad global. Comunicar la diferencia*. C.V. México: Editorial Trillas, S.A.

McCombs, M. (1996). *Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós.

McQuail, D. (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós Comunicación.

----- (1998). *La acción de los medios*. Madrid: Amorrortu editores.

Obregón, R. (2009, octubre). "Comunicación, desarrollo y cambio social". *Portal de la Comunicación InCom-UAB*. Recuperado el 23 de noviembre de 2009, de http://www.portalcomunicacion.com/esp/n_aab_lec_1.asp?id_llico=49

Rodrigo Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.

----- (1999). *Comunicación intercultural*. Barcelona: Anthropos.

----- y Gaya C. (2004). "Medios de comunicación e interculturalidad". *Cuadernos de Información*. 14. Facultad de Comunicaciones. Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago de Chile. 105-110.

Van Dijk, Teun (1999). *El análisis crítico del discurso*. Barcelona: Anthropos.

----- (2008). "Reproduciendo el racismo: el rol de la prensa". *Contrapuntos y entrelíneas sobre cultura, comunicación y discurso*. Temuco: Ediciones UFRO.

Vázquez, M. (1999): "Los medios de comunicación y la construcción social de la realidad". *La democratización de los medios*. Sevilla: RTVA.

¹ En inglés: Communication and difference: intercultural journalism and CDA for a social change. Este trabajo es resultado del Proyecto Fondecyt 11070062 "Comunicación Intercultural y Periodismo Intercultural: análisis crítico de la construcción social de la realidad a través de la representación mapuche y peruano-boliviana en las noticias de la prensa diaria de cobertura nacional (Copesa y El Mercurio)", patrocinado y financiado por la Comisión Nacional de Investigación en Ciencia y Tecnología (Conicyt) de Chile.

² Rodrigo Browne Sartori - rodrigobrowne@uach.cl es Doctor en Comunicación por la Universidad de Sevilla (2003), Magíster en Comunicación Audiovisual por la Universidad Internacional de Andalucía

(Huelva, 2000) y Licenciado en Comunicación Social por la Universidad de Playa Ancha (Valparaíso, 1996). Actualmente ejerce como docente e investigador del Instituto de Comunicación Social y como Director Académico del Magíster en Comunicación de la Escuela de Graduados de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Austral de Chile (Valdivia). Además es investigador principal del proyecto Fondecyt 11070062 “Comunicación Intercultural y Periodismo Intercultural: análisis crítico de la construcción social de la realidad a través de la representación mapuche y peruano-boliviana en las noticias de la prensa diaria de cobertura nacional (Copesa y El Mercurio)”.

Alex Inzunza Moraga - alexinzunza@uach.cl- es Magíster en Comunicación por la Universidad Austral de Chile (2008). Licenciado en Comunicación Social y Periodista (2003) por la misma casa de estudios. Actualmente se desempeña como docente en el Instituto de Comunicación Social de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Austral de Chile (Valdivia).