

EL MERCOSUR y las complejidades de la integración

POR PABLO HERNÁNDEZ

Hermanos, pero no mucho. El periodismo narra la paradoja de la fraternidad y rivalidad entre Brasil y Argentina

Editorial La Crujía. Nilda Jacks (coord.) / Márcia B. Machado
/ Karla Müller.
Buenos Aires, 2004

Tras las preocupaciones del campo de la economía y la política oficiales, típicas de los primeros momentos de vigencia del Mercado Común del Sur (MERCOSUR), han aparecido otras dimensiones del problema de la integración regional que, relegadas por la lógica utilitarista de los principales agentes interesados y sus manifestaciones político-burocráticas, comienzan poco a poco a manifestarse, interpelando la agenda protocolar desde la inevitable complejidad del proceso iniciado con el acuerdo de 1991.

Una de esas dimensiones comprende, sin duda, las mediaciones culturales y la construcción de los discursos hegemónicos por parte de la prensa regional. El trabajo que nos ocupa, realizado por las doctoras en comunicación social Nilda Jacks, Márcia Machado y Karla Müller, se enmarca en una serie de investigaciones que sistemáticamente vienen realizándose en diversos ámbitos académicos de los países integrantes del bloque, con énfasis en Brasil y Argentina, vinculada a la producción discursiva mediática desde y sobre el MERCOSUR.

Ubicado en la tradición teórica de los estudios de recepción, el estudio pretende echar luz ?sobre los estereotipos arraigados que conducen las miradas que lanzamos y sobre las formas con que nos representamos unos a otros?.

La investigación rescata como conceptos llave del marco teórico aplicado, los de ?dispersión? y

¿formación discursiva? (Focault), las nociones de interpelación desde la ideología de Althusser y Bakhtin, y las categorías ¿formaciones imaginarias?, ¿formaciones ideológicas?, ¿ilusión discursiva? (Pêcheux) y ¿enunciador? (Ducrot); explicando desde allí las condiciones que constituyen a la prensa, al discurso periodístico y su contrato de lectura, como objetos privilegiados para el análisis de un tipo de discurso hegemónico sobre *el otro*.

En ese sentido, el discurso es considerado no sólo productor sino efecto de sentido: «un discurso es siempre consecuencia». La localización del enunciador como «la perspectiva desde la cual el locutor enuncia», se torna tarea principal del análisis. Para tal fin la metodología utilizada es explícita y acotada: el análisis de discurso que permita identificar formaciones discursivas y construir un mapa de sus respectivas formaciones ideológicas para llegar a los enunciadores.

Ese tango malandro

La primera parte del trabajo ¿tal vez la más forzada en cuanto a la justificación de su presencia? recorre los acontecimientos históricos más relevantes desde el Tratado de Tordesillas (1494). En una relación de causalidad tan difícil de comprobar como de discutir, esos acontecimientos estarían constituyendo el sustrato de fundamentos de la rivalidad entre Argentina y Brasil como prolongación del enfrentamiento entre portugueses y españoles. Y se harían presentes en los imaginarios actuales de ambas poblaciones impulsados por los dispositivos mediáticos.

Por otra parte, la investigación propiamente dicha se efectúa sobre un *corpus* compuesto por la totalidad de los diarios *Zero Hora*, *Correio do Povo* y *Diario Catarinense*, editados durante los meses de enero y febrero de 2001, en las zonas del sur brasileño, las de mayor afluencia del turismo argentino. El análisis considera las notas referidas al MERCOSUR en las secciones de los medios denominadas duras (economía, política, internacionales), plenas de discursos oficiales, especializados y ¿consensuados?. Pero sobre todo hace hincapié en las llamadas zonas blandas (turismo, deportes, cultura, entretenimientos) donde permean las categorizaciones más valorativas, dada la proximidad sobre la que se construye el contrato de lectura entre los medios y sus públicos. Según las autoras de este trabajo, son esas zonas las que permiten analizar «cómo las ideas de integración y rivalidad se hacen efectivas en la vida cotidiana de los turistas y de los nativos y en la práctica discursiva de los periodistas».

En primer término, el estudio demuestra que en el discurso de los medios considerados durante el período estudiado, resulta claramente hegemónica una valoración negativa de los argentinos, en este caso representados por la población turística. Los visitantes de ese país son vistos como un grupo de ¿invasores?, pendencieros y avaros, cuyo comportamiento sería reflejo de una ¿argentinidad? sustancialmente peligrosa para los brasileños.

Finalmente, un análisis cuantitativo acerca de la utilización del término ¿hermanos? para referirse a los argentinos, demuestra que su uso se acrecentó, sobre todo en la prensa, con el aumento del flujo turístico producido desde mediados del siglo XX. Sostiene este estudio, asimismo, que en la mayoría de sus apariciones esa palabra está sosteniendo valoraciones

negativas de los argentinos, para concluir que el discurso periodístico hegemónico «se encarga de traer, alimentar y preservar los sentidos de rivalidad, divergencia, desprecio e intolerancia».

El trabajo coordinado por la profesora Nilda Jacks constituye sin duda un valioso aporte a la reflexión que desde el campo académico regional se está desarrollando activamente sobre el devenir del MERCOSUR. Esperamos que tanto ésta como otras tantas investigaciones logren finalmente influir sobre las acciones de los agentes públicos, por ahora traccionados por la agenda de los principales protagonistas de la economía.

