



DISCURSO

& SOCIEDAD

Copyright 2010
ISSN 1887-4606
Vol. 4(3) 428-470
www.dissoc.org

Artículo

**El racismo en la prensa escrita peruana
Un estudio de la representación del Otro
amazónico desde el Análisis Crítico del
Discurso**

*Carolina Arrunátegui Matos**

Departamento de Humanidades
Pontificia Universidad Católica del Perú

Resumen

Los pueblos indígenas amazónicos del Perú mantienen una relación con el poder político que está y ha estado marcada por tensiones y conflictos a lo largo del tiempo. Estos conflictos tienen sus raíces en el proceso de colonización y están sostenidos, en parte, por la creencia de que los pueblos amazónicos y los territorios que habitan son “salvajes” y necesitan ser “civilizados”. Esta creencia forma parte de un aparato ideológico fundamentalmente racista que justifica la empresa colonizadora de la que son objeto estos pueblos. Esta ideología racista tiene una base cultural en la medida en que vincula la “raza” (el fenotipo) con la “cultura”, entendida esta última como un conjunto de factores sociales entre los que se encuentran la educación, la lengua, las costumbres, la ocupación y la procedencia.

Al respecto, este estudio se propone demostrar que la prensa escrita peruana juega un rol muy importante en la legitimación de esta ideología racista con base cultural. En su discurso, la prensa peruana utiliza una serie de estrategias discursivas que, en su conjunto, construyen una representación negativa de los pueblos amazónicos que los sitúa como “salvajes” y “bravos”, es decir, como los Otros racial y culturalmente inferiores al Nosotros que, en este caso, son la prensa, el Gobierno y el ciudadano peruano de costumbres occidentales. Para demostrar esto, se han analizado, desde la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso (ACD), las noticias aparecidas en tres importantes diarios peruanos que han abordado la cobertura de un conflicto ocurrido en el año 2008 entre el Gobierno peruano y algunos pueblos de la Amazonía peruana.

Palabras clave: *pueblos amazónicos, racismo cultural, prensa peruana, análisis de estrategias discursivas.*

Abstract

The indigenous Amazonian villages of Peru have maintained until the present day a tension- and conflict-filled relationship with political power. This unfortunate social circumstance has its roots in the process of colonization and is sustained, in part, by the belief that the Amazonian people and their territories are “savage” and need to be “civilized.” This belief forms part of a fundamentally racist ideological system, which attempts to justify the colonizing venture to which these villages are subjected. This racist ideology has a cultural base in the sense that it links “race” (the phenotype) with “culture” the latter understood as a collection of social factors, such as education, language, customs, occupation and place of origin.

In this respect, this study intends to show that the Peruvian written press plays a very important role in the legitimization of this racist ideology with a cultural base. In its discourse the Peruvian press utilizes a series of discursive strategies that, as a group, construct a negative representation of the Amazonian villages and situates them as “savage” and “aggressive.” In other words, it presents them as the Others who are culturally and racially inferior to the Us that, in this case, are the press, the Government, and the Peruvian citizen with Western customs. In order to demonstrate this, this study analyzes, from the perspective of Critical Discourse Analysis (CDA), the news items that appeared in three important Peruvian daily newspapers that had a significant part in the coverage of a conflict that occurred in 2008 between the Peruvian Government and some villages in the Peruvian Amazon.

Keywords: *Amazonian villages, cultural racism, Peruvian press, discursive strategies analysis.*

Introducción

En el Perú, los pueblos amazónicos han ocupado y ocupan actualmente un lugar marginal y sus relaciones con el poder político han estado marcadas por tensiones y conflictos a lo largo del tiempo. Estos conflictos tienen como causa principal la defensa de su cultura y de sus territorios. En efecto, durante siglos, los pueblos indígenas amazónicos han debido luchar contra la dominación de otras gentes y culturas. Los intentos por colonizar sus tierras se remontan a la época precolombina, en la que el imperio del Tahuantinsuyo intentó incorporar a sus territorios a algunos pueblos ubicados en la región amazónica. Su resistencia a ser asimilados los ubicó en un lugar marginal dentro del imperio (el Antisuyo) y fue por ese entonces que empezó a construirse en torno a ellos una representación que los asociaba a lo “salvaje” (Espinosa 1998).

Con la llegada de los españoles, su situación de marginación no varió. Los conquistadores consideraron que los pueblos andinos eran más “civilizados” que los pueblos amazónicos (Pineda 2005). La Amazonía era para los primeros un inmenso bosque habitado por indios “salvajes” del que no podían obtener mucho provecho. Después de la independencia, el Estado republicano decidió ejercer control sobre aquellos territorios amazónicos que, hasta entonces, se habían mantenido ignorados y al margen de todo gobierno. Se inició entonces una política de colonización de la Amazonía bajo la premisa de que los indígenas amazónicos no sabían sacar provecho de sus territorios y que vivían, por ello, en la miseria y el atraso. Necesitaban ser “civilizados” (Ariza 2004).

Esta larga historia de conflictos, en la que los pueblos amazónicos han tenido que luchar y defenderse constantemente, ha contribuido a formar en el imaginario peruano actual la representación de un hombre amazónico guerrero y salvaje, asociado a arcos y flechas: el Otro diferente, racial y culturalmente¹ (Espinosa 1998, 2003). Lamentablemente, la lógica de la colonización de tierras amazónicas sigue vigente en el Perú. Prueba de ello son los diversos sucesos que se han dado lugar en nuestro país en los últimos años y que han consistido en enfrentamientos entre el Gobierno peruano y diversas organizaciones indígenas que luchan por sus derechos territoriales.

Uno de estos enfrentamientos se dio lugar recientemente en el año 2008. A inicios de ese año, el Ejecutivo promulgó una serie de Decretos Legislativos, entre ellos los DL 1015 y 1073, según los cuales las tierras andinas y amazónicas podían ser vendidas si el 50% de los pobladores estaba de acuerdo. Hasta ese momento, la venta de tierras se regía por una

legislación anterior según la cual los dos tercios de la población debían autorizarla (aproximadamente el 66% de la población). Según los representantes de los pueblos amazónicos, los nuevos decretos atentaban doblemente contra sus intereses: en primer lugar, su promulgación no les fue consultada² y, en segundo lugar, fomentaban la pérdida de sus tierras al reducir el porcentaje de pobladores que debían aprobar su venta. Como medida de protesta, el pueblo amazónico —representado por la Asociación Interétnica de Desarrollo de la Selva Peruana (Aidesep)— inició una paralización en agosto del 2008 que consistió en el bloqueo de vías de transporte terrestre y fluvial, y la toma de centrales hidroeléctricas. Luego de una serie de conversaciones entre el Gobierno y los dirigentes amazónicos, los decretos fueron finalmente derogados.

Como puede verse, los pueblos amazónicos del Perú están envueltos en una problemática social que tiene sus raíces en el proceso de colonización y que está sostenida, en parte, por la creencia de que los pueblos amazónicos y los territorios que habitan son “salvajes” y necesitan ser “civilizados”. Esta creencia forma parte de un aparato ideológico fundamentalmente *racista* que justifica la empresa colonizadora de la que son objeto estos pueblos. En efecto, el racismo en el Perú es un fenómeno social que ha cambiado con el tiempo. Las prácticas racistas que, durante la colonia, tuvieron como base el color de la piel y la apariencia física en general (el fenotipo) se han convertido en la actualidad en prácticas socialmente rechazadas, políticamente incorrectas. Por ello, el racismo ha debido buscar otros criterios que lo sostengan y que aseguren su continuidad. Es así como la “raza” se ha vinculado ahora a la *cultura*, entendida esta como un conjunto de factores sociales entre los que se encuentran las costumbres (vestimenta, formas de alimentación, “modales”, los gustos, etc.), la ocupación, la procedencia, la lengua y la educación (De la Cadena 1998, 2004). Este nuevo racismo tiene, pues, una base cultural y esto ha permitido que la sociedad peruana actual discrimine no solo por el color de la piel, sino también por aspectos relacionados con el ser social de las personas. En este sentido, la creencia de que los pueblos amazónicos son “salvajes” e “incivilizados” puede considerarse como una manifestación de este *racismo cultural*. Estos calificativos no hacen alusión directa a la “raza” en términos físicos (fenotípicos), sino más bien a aspectos relacionados con las formas de vida de estos pueblos, es decir, con su “cultura”.

Al respecto, este estudio se propone demostrar que la prensa escrita peruana juega un rol muy importante en la legitimación de esta ideología racista con base cultural. En su discurso, la prensa peruana utiliza una serie de *estrategias discursivas* que, en su conjunto, construyen una

representación negativa de los pueblos amazónicos que los sitúa como “salvajes” y “bravos”, es decir, como los Otros racial y culturalmente inferiores al Nosotros que, en este caso, son la prensa, el Gobierno y el ciudadano peruano de costumbres occidentales. En este sentido, se sostiene que la representación que la prensa peruana hace del pueblo amazónico en su discurso se construye sobre la base de una ideología racista. El periodista que redacta una noticia no puede abstraerse de su condición de miembro de una sociedad y del conjunto de ideas que forman sus creencias y subjetividades; por lo tanto, la representación que construya sobre la realidad del conflicto y de sus participantes estará impregnada por ellas y tendrá una carga ideológica (van Dijk 1999).

Existen algunas investigaciones realizadas por autores latinoamericanos (Ariza 2004, Espinosa 2003 y Santos 1992) que han abordado el estudio de las representaciones ideológicas del Otro amazónico. Sin embargo, estos estudios adoptan una perspectiva sociológica o antropológica que no pone énfasis en el lenguaje como instrumento de construcción de representaciones ideológicas, que es precisamente el enfoque que se pretende abordar en este estudio. De este modo, se pretende contribuir con una mirada nueva a una problemática social que ya ha sido tratada desde otras disciplinas. La ideología racista se ha estudiado generalmente en el contexto de las Ciencias Sociales y no de la Lingüística; sin embargo, esto obvia el importante hecho de que esta se expresa y se reproduce por medio del lenguaje: necesita ser verbalizada, escuchada, leída y escrita para adquirir poder en una sociedad. Esta naturaleza fundamentalmente discursiva del racismo es lo que motiva a este estudio a llevar a cabo un análisis detallado del discurso de la prensa escrita. Con ello, se espera contribuir a la comprensión de un fenómeno social que importa a distintas disciplinas.

Corpus

Para demostrar la existencia de racismo en el discurso de la prensa escrita peruana, se han analizado las noticias aparecidas en los diarios peruanos *El Comercio*, *El Peruano* y *Ajá*. Estos diarios han abordado la cobertura del conflicto ocurrido en el año 2008, reseñado líneas arriba, entre el Gobierno peruano y algunos pueblos de la Amazonía peruana³. Estos tres diarios han sido escogidos porque, de alguna manera u otra, están asociados al poder político peruano y a la oficialidad. En efecto, *El Peruano* es el diario oficial del Perú y se ha mostrado, más o menos abiertamente, como el portavoz de los sucesivos gobiernos que ha tenido el país. *El Comercio*, por su parte, es

el denominado “decano de la prensa nacional” y se posiciona a sí mismo como independiente, objetivo y de “centro”; sin embargo, su trayectoria histórica ha mostrado también un alto grado adhesión con el poder político (García 2010). Por último, *Ajá* es un diario popular (“chicha”) que goza de acogida en grandes sectores de la población peruana a los que ni *El Comercio* ni *El Peruano* tienen acceso (Velázquez 2007). Al igual que los otros diarios, *Ajá* ha mostrado en el pasado su apoyo al Gobierno. La conexión que estos diarios mantienen con el poder político es importante para esta investigación, porque en el marco del Análisis Crítico del Discurso (ACD), que es la perspectiva de análisis que se adopta aquí, se busca analizar principalmente los discursos de quienes tienen o están asociados con el poder, porque son sus discursos los que poseen la capacidad de llegar a un mayor número de personas. Como señala van Dijk (2010: 72), “estamos interesados específicamente en el racismo establecido de las élites e instituciones poderosas que ejercen el mayor control en nuestras vidas cotidianas: los gobiernos nacionales y locales, los partidos políticos, parlamentos, los medios masivos, las escuelas, las universidades [...]”.

Las noticias seleccionadas cubren el conflicto del 2008 desde sus inicios hasta su desenlace con la derogación de los decretos, lo que constituye veintiún días de cobertura, (del 11 al 31 de agosto), aunque esto varía de diario a diario de la siguiente manera: *El Comercio* hizo una cobertura de veintiún días, (11 al 31 de agosto). En ese lapso, publicó un total de 35 noticias. *El Peruano* hizo una cobertura de quince días (del 17 al 31 de agosto) durante los cuales publicó un total de 36 noticias; *Ajá*, por su parte, cubrió el conflicto durante 10 días, lo que hace un total de 11 noticias. En los tres diarios, las noticias sobre el conflicto del 2008 aparecieron en la sección de política.

Es necesario mencionar que en este estudio no se han tomado en cuenta los editoriales que aparecieron en relación al conflicto. A pesar de que estos fueron abundantes en los tres diarios, en esta investigación se han privilegiado las noticias con el fin de ser consecuentes con un supuesto importante del modelo de Análisis Crítico del Discurso: “la comunicación ideológica puede ser más efectiva cuando los receptores no esperan o casi no esperan implicancias ideológicas [...] y cuando se niega la ideología es especialmente relevante hacer análisis ideológico” (van Dijk 1999: 331). Este es el caso de las noticias y no de los editoriales. Estos últimos expresan abiertamente la postura personal del editorialista y la línea de pensamiento del diario, por lo que la ideología se encuentra menos encubierta que en las noticias, en las que, supuestamente, se adopta un estilo impersonal y objetivo para comunicar los hechos al lector. En las noticias se niega la ideología y, como señala van Dijk (1999), resulta útil e interesante averiguar

cómo es que ésta puede, aun así, entrecruzarse a través de ciertas estructuras del discurso.

Marco Teórico

1. La representación del Otro en el marco del discurso colonial

El pensamiento racista que se generó durante la colonia resultó ser crucial para el establecimiento de las relaciones de poder que marcaron esa época y que siguen vigentes en la actualidad. Como se verá en este apartado, tanto dominadores como dominados fueron “persuadidos” de que estos eran sus roles naturales y esta labor persuasiva se llevó a cabo a través de discursos sobre el Otro. La construcción del discurso colonial sobre el Otro tuvo una base epistemológica en la medida en que fueron las ciencias humanas y sociales de origen occidental las que formaron una imagen o representación del “subalterno”, que sirvió para legitimar o naturalizar el dominio político, económico y cultural del que fueron objeto los pueblos colonizados.

La colonización trajo consigo la institucionalización de una cierta imagen o representación del colonizado que se construyó sobre la base de los estudios científicos culturales que se encargaron de “describir” las formas de vida y pensamiento del colonizado, del “subalterno” (Castro-Gómez 2005:21-22). En este sentido, el dominio colonial no se consiguió tan solo asesinando y sometiendo al otro por la fuerza, sino que requirió de un elemento ideológico o “representacional”, es decir, de la construcción de un discurso sobre el Otro que lo situara como inferior; sin la incorporación de este discurso en el sentido común de dominadores y dominados, el poder político y económico de Europa sobre sus colonias hubiera sido imposible (Ibíd.: 21).

Al respecto, Said (1979), en el marco de los estudios poscoloniales⁴, hizo un estudio sobre cómo Occidente construyó una representación de Oriente como cultura inferior sobre la base de discursos académicos. Históricamente, Occidente ha dominado a aquellos pueblos llamados orientales y esto ha dado lugar a que los académicos occidentales que estudian el Oriente (los “orientalistas”) produzcan una gran cantidad de discursos que, más allá de dar a conocer la cultura oriental, construyen una representación del Oriente que lo posiciona como una cultura inferior y, de ese modo, legitiman las relaciones de subordinación y la conquista y explotación de los pueblos orientales por parte de Occidente. A esta representación Said la ha denominado *orientalismo* y la define como una

“empresa de conocimiento, apropiación y definición —siempre reductiva— de lo ‘oriental’ en todas sus formas sociales, culturales, religiosas, literarias y artísticas por parte de aquellos [los académicos occidentales] en provecho exclusivo, no de los pueblos estudiados sino de los que, gracias a su superioridad técnica, económica y militar, se apercebían para su conquista y explotación” (p. 9). El conjunto de discursos académicos sobre lo “oriental” que Said denomina orientalismo constituye un “estilo occidental que pretende dominar, reestructurar y tener autoridad sobre Oriente” (p.21) y que se logra gracias a un conjunto de mecanismos de fabricación del Otro oriental que se hacen evidentes en las figuras del discurso, el estilo, las escenas, los recursos narrativos y las circunstancias históricas y sociales.

Ahora bien, las representaciones ideológicas tienen una esencia *ambivalente*. Bhabha (1994) desarrolla esta idea y la inserta dentro de una visión global del colonialismo en la medida en que realiza un análisis de la “otredad” en general, es decir, no referida a un grupo específico. En este sentido, el Otro puede ser el asiático, el africano, el coolie, el irlandés (Ibíd.: p.103) o cualquier otro grupo cultural que haya sido objeto de colonización. Bhabha considera que las representaciones ideológicas en el marco del discurso colonial son, en esencia, ambivalentes o contradictorias, pues se mueven en el marco de dicotomías tales como el deseo y la irritación, el placer y el miedo, lo familiar y lo distante (Bhabha 1994: 92-98). Para Bhabha, las representaciones ideológicas son estereotipos que constituyen una categoría intermedia que se desplaza entre el reconocimiento de las diferencias culturales y raciales, y el “rechazo” (*disavowal*) a éstas. Así, el Otro, extranjero y distante, se vuelve familiar, como si las diferencias que lo separan del Nosotros no fueran tales (Ibíd.: p.98). No obstante, así como se hace un reconocimiento de las diferencias del Otro y se las incorpora al entendimiento, al mismo tiempo, se las desaprueba y se reniega de ellas y, con ello, se distancia al Otro nuevamente. Así, pues, como representación ideológica, el Otro fluctúa entre lo diferente y lo conocido, entre el miedo y el deseo.

Para demostrar su punto de vista, Bhabha hace un análisis de la representación que se construye alrededor de los africanos. Según el autor, el africano es el estereotipo del salvajismo, el canibalismo, la lascivia y la anarquía (Ibíd.: 98) y, por tanto, el sentimiento que se experimenta hacia él es de profundo desprecio y miedo: “El Negro es un animal, el Negro es malo, el Negro es mezquino, el Negro es feo [...]” (Ibíd.:107). Existe, sin embargo, otra escena del discurso colonial en la que el Negro se vuelve “recuperable” dentro de una estrategia de control político. Es decir, en la medida en que el Negro es objeto de dominación y de control colonial, se vuelve familiar, conocido, “reformable”. Es entonces que el Negro pasa de ser un salvaje (caníbal) a ser el más obediente (el portador de la comida); de

ser libertino, a ser inocente como un niño; de ser un mentiroso y manipulador, a ser místico, tonto y primitivo. El estereotipo del africano, pues, cubre un amplio espectro que va desde el sirviente leal hasta Satán, desde el amado al odiado (Ibíd.: 104).

Esta idea de la ambivalencia en las representaciones resulta fundamental para este estudio porque, como veremos a lo largo del análisis, la prensa escrita tiene una visión también ambivalente del amazónico que lo construye como “bueno” y “malo”, “diferente” y “conocido”, “amado” y “odiado”.

2. La representación del Otro en el Análisis Crítico del Discurso (ACD)

En el marco del ACD, el discurso se entiende como una entidad tridimensional: es *texto*, es *práctica discursiva* y, fundamentalmente, es *práctica social*. Como *texto*, el discurso es la lengua hablada o escrita producida en un evento discursivo. El análisis textual debe abordar aspectos relativos a las propiedades formales del texto tales como el vocabulario; la gramática, es decir, el modo en que las palabras se combinan; la cohesión, que implica el modo en que frases y oraciones se unen entre sí; y, finalmente, la estructura textual, que está relacionada con propiedades generales de organización del texto. Como *práctica discursiva*, el discurso forma parte de un género o tipo discursivo convencional asociado a una actividad social particular. El análisis del discurso como práctica discursiva está directamente relacionado con los procesos de producción, distribución y consumo del texto. Como *práctica social*, el discurso construye, reproduce y transforma la realidad y, por tanto, es capaz de materializar ideologías, es decir, formas hegemónicas y naturalizadas de pensar que guían el actuar de las sociedades. En esta última dimensión, el discurso es un instrumento mediante el cual se producen, reproducen y transforman relaciones de poder y de dominación (Fairclough 1992).

Estas tres dimensiones no configuran el discurso por separado, sino que están íntimamente ligadas y funcionan como un todo: el discurso, como objeto formal (como *texto*), es producto de una serie de rutinas o prácticas de elaboración que incluyen, entre otras cosas, la selección y la jerarquización de la información y, también, la elección de un *modo* de presentación de esta; en ese sentido, es una *práctica discursiva*. A estas prácticas o rutinas de elaboración subyacen creencias, intereses e ideologías que determinan qué información se selecciona y cuál no, y, principalmente, el modo en que esta es presentada en el discurso. Esto último convierte al discurso en una *práctica social* en tanto construye una representación de la realidad y funciona como una herramienta de difusión y establecimiento de ideologías y relaciones de poder. El estudio de Said sobre los textos

académicos de los eruditos orientalistas es un claro ejemplo de cómo funciona el discurso como una práctica social. Como se intentará demostrar durante el análisis, los periodistas peruanos en el caso del conflicto del 2008, al igual que los eruditos orientalistas, tampoco pueden mantenerse al margen de sus creencias y subjetividades cuando redactan una noticia, por lo que el discurso periodístico es también una práctica social que legitima una forma de poder y que refleja una manera particular de entender la realidad.

Ahora bien, un discurso de carácter *ideológico* establece una distinción entre el Nosotros y los Otros, la cual, a su vez, determina el tipo de estructuras que ha de contener el discurso. En todo discurso ideológico existe un enfrentamiento más o menos explícito entre un grupo social y otro. El *Nosotros* representa al grupo con el cual el productor del discurso se siente identificado y con el que comparte formas de comportamiento social y de interpretación de la realidad; los *Otros*, en contraste, representan al grupo que el Nosotros percibe como ajeno, distinto e inferior en tanto sus “formas de ser” y entender la realidad no se asemejan a las suyas y representan un “peligro” porque cuestionan lo establecido. En el estudio de Said (1979), por ejemplo, el *Nosotros* son los eruditos que estudian el Oriente y el grupo cultural y social al cual pertenecen, y los *Otros* son todos aquellos grupos culturales distintos al Nosotros, aquellos a los que los eruditos llaman los “orientales”. De acuerdo con van Dijk (1999), en el ACD el Nosotros es comúnmente el grupo social que ostenta el poder porque este modelo de análisis se preocupa principalmente por hacer explícitas las ideologías que subyacen a los discursos de los grupos poderosos, pues son estos quienes crean y mantienen las relaciones de desigualdad social con los Otros.

El enfrentamiento entre el Nosotros y los Otros en el discurso se manifiesta a través de la polarización de las características positivas atribuidas al Nosotros y de las características negativas atribuidas al Otro (van Dijk 2010:80). Esta polarización de características positivas y negativas constituye, en conjunto, lo que van Dijk (1999:333) ha denominado el *cuadrado ideológico* o la estrategia global del discurso ideológico. El ACD sostiene que, detrás de las estructuras lingüísticas de todo discurso ideológico, subyace esta metaestrategia que consiste, básicamente, en resaltar lo positivo del Nosotros y lo negativo del Otro a través de cuatro movimientos que son las aristas del cuadrado ideológico:

1. *Enfatizar lo positivo del Nosotros.*
2. *Enfatizar lo negativo de los Otros.*
3. *Desenfatizar lo positivo de los Otros.*
4. *Desenfatizar lo negativo del Nosotros.*

El énfasis en la autopresentación positiva y en la presentación negativa del Otro se logra a través de ciertas estructuras lingüísticas que frecuente o típicamente exhiben o implican creencias ideológicas en determinados contextos de uso. Según van Dijk, estas estructuras son comúnmente el tópico (la proposición central del discurso), la coherencia (relaciones de causas y consecuencias), el estilo léxico (selección del léxico: eufemismos, disfemismos, nominalizaciones, etc.), el estilo gramatical (voz pasiva o activa, pronombres y demostrativos de distancia), entre otras (van Dijk 1999: 331-340). Estas estructuras discursivas son las que reproducen el cuadrado ideológico y su relación conflictiva entre el Nosotros y los Otros.

Análisis: Las cuatro aristas del discurso racista de la prensa escrita peruana

En el este apartado, describiremos las estrategias discursivas que utiliza el discurso de la prensa escrita peruana, en particular, de los diarios *El Comercio*, *El Peruano* y *Ajá*. Según intentaremos demostrar, cada una de estas estrategias responde a una de las cuatro aristas del cuadrado ideológico en la medida en que constituyen un modo de construir al Otro amazónico como inferior y al Nosotros (el gobierno, la prensa, el ciudadano peruano de costumbres occidentales) como superior enfatizando lo positivo del Nosotros o lo negativo de los Otros o desenfatiendo lo positivo de los Otros o lo negativo del Nosotros. Se asume que estas estrategias discursivas son formas lingüísticas que son susceptibles de ser controladas por quien produce el discurso y que están sujetas a su “poder social” (Wodak y Meyer 2003).

1. Enfatizando lo positivo del Nosotros

En este apartado, se dará cuenta de dos estrategias discursivas que la prensa peruana utiliza para enfatizar los aspectos positivos del Gobierno (el Nosotros) en el contexto del conflicto: la *estrategia intertextual* y la *estrategia de predicación, agencia y selección léxica*.

1.1. Estrategia intertextual

El concepto de intertextualidad hace referencia a la forma en que los textos y los enunciados se construyen sobre la base de textos previos a los que “responden”, y estos textos nuevos, constituyen, a su vez, la base de textos posteriores (Fairclough 1992). En otras palabras, la intertextualidad es la

“presencia de elementos de otros textos dentro de un texto” (Fairclough 2003: 39). En ese sentido, ningún texto o discurso se genera en el vacío, siempre echa mano de lo ya dicho y, por ello, los discursos forman una cadena de generaciones discursivas que da lugar a la hibridez que caracteriza a todo discurso. Así, pues, todo discurso es inherentemente intertextual en la medida en que está constituido por elementos provenientes de otros textos.

La relación que existe entre la intertextualidad y las estructuras de poder radica en el modo en que solo algunos discursos provenientes de fuentes seleccionadas forman parte de la generación de discursos nuevos, mientras que otras fuentes están significativamente ausentes. Es decir, cuando se construye un discurso, se controla constantemente variables tales como qué se cita, cuándo, cómo y por qué (Fairclough 1992). Los discursos que se toman en cuenta son aquellos cuyos contenidos son favorables al Nosotros. En el discurso de la prensa, se ha encontrado que las fuentes discursivas preferidas en la cobertura del conflicto entre el Estado peruano y los amazónicos son precisamente aquellas que provienen del Gobierno y sus representantes. Veamos los siguientes ejemplos⁵:

(1) En un tono más conciliador, durante la tarde, el jefe del Estado, Alan García, subrayó que los mencionados decretos legislativos servirán para que “la comunidad campesina que lo desee y lo decida, con el voto de la mayoría”, pueda, “asociarse o alquilar tierras y convocar tecnología y capital para desarrollar recursos” (El Comercio 20.08.08).

(2) Ni la posesión ni la titularidad de las tierras están en peligro, ya que son derechos consagrados por la Constitución, afirmó ayer el ministro del Ambiente Antonio Brack Egg. Aseguró además que ninguna norma emitida por el Poder Ejecutivo cuestiona dichas posesiones (El Peruano 14.08.08).

(3) “El Gobierno reitera su voluntad de seguir dialogando con los nativos de la Amazonía peruana”, aseguró ayer el presidente del Consejo de Ministros, Jorge del Castillo (Ajá 18.08.09).

En los ejemplos anteriores, puede verse cómo la prensa introduce las declaraciones del presidente y sus ministros a través de reportes directos (citas textuales), que pueden reconocerse por los entrecomillados (“ ”), y a través de reportes indirectos⁶. La prensa utiliza estas declaraciones como sus fuentes de información y las selecciona como aquellos otros discursos que dialogarán con el suyo propio y que la ayudarán a construir una realidad que responde a los deseos y las necesidades del Nosotros. En efecto, los ejemplos muestran cómo las declaraciones del presidente y sus ministros

construyen una imagen positiva del Gobierno. Señalan, por ejemplo, que los decretos legislativos que el Gobierno ha promulgado son útiles para las comunidades campesinas porque les permitirá “convocar tecnología” y “desarrollar recursos”, al mismo tiempo que no ponen en “peligro la titularidad de las tierras” que pertenecen a los amazónicos. Se crea también la imagen de un Gobierno abierto al diálogo: “El Gobierno reitera su voluntad de seguir dialogando con los nativos”.

En contraste con todo esto, los discursos de los amazónicos y sus representantes raramente son incorporados en el discurso periodístico y, si lo son, se recurre a ciertas estrategias discursivas que mitigan las críticas al Gobierno que estos discursos contienen y, de este modo, la prensa desenfatisa lo negativo del Nosotros (el Gobierno). Esto se verá más adelante en el apartado que lleva por nombre “Desenfatisando lo negativo del Nosotros”⁷. Por el momento, lo relevante es hacer énfasis en la importante labor que cumple la estrategia intertextual en la construcción de la realidad y cómo este poder puede ser usado por la prensa peruana en beneficio del Nosotros y en perjuicio de los Otros.

Es también interesante notar que existen algunos verbos reportativos que contribuyen a la formación de una imagen positiva del Nosotros. Estos verbos contienen asunciones que benefician al Gobierno. Fairclough (2003) señala que todo texto o discurso hace asunciones inevitablemente. Es decir, siempre hay información que se “da por sentada” (*taken as given*) y que se considera como perteneciente al “sentido común” (*common ground*). Esto facilita la construcción y la interpretación de un texto. Por ejemplo, si se dice “La Tierra es redonda”, la asunción es que existe un algo llamado “Tierra”. Ahora bien, en ciertas circunstancias, las asunciones pueden ser utilizadas ideológicamente. Fairclough hace hincapié en que la capacidad para influenciar en el sentido común de las personas permite “ejercer un poder social, dominación y hegemonía” (Ibíd.: 55). Las asunciones tienen un poder ideológico en la medida en que permiten a quien las usa hacer que ciertas ideas entren a formar parte del sentido común al volverse incuestionables o, en palabras de Fairclough (2003), “inevitablemente reales”. Existen varios tipos de asunciones, pero ahora nos centraremos en aquellas que Fairclough llama *factual assumptions* y que son asunciones sobre *lo que es, lo que puede ser o lo que será*, dado el caso. Este tipo de asunciones se manifiestan en el discurso a través de verbos como “me di cuenta que...” (*I realized...*), “olvidé que...” (*I forgot...*) o “recordé que...” (*I remembered...*). Todos ellos introducen información que se supone real o incuestionable como, por ejemplo, en “Me di cuenta/ olvidé/ recordé que un

jefe debe ser flexible” se asume como cierto que todo jefe debe ser flexible (Fairclough 2003: 55-56).

En el caso de la prensa peruana, se ha encontrado verbos como “recordar” o “hacer ver” (este último equiparable a *realized*, “darse cuenta”) que cumplen la función de vehicular *factual assumptions*. Veamos los siguientes ejemplos:

(4) [El presidente Alan García] **recuerda** que antes de esta ley estas comunidades nunca pudieron tomar una decisión para asociarse con empresas, mejorar su ganadería o sus pastos (El Peruano 22.08.08).

(5) [El presidente Alan García] **hizo ver** que mientras que las ciudades crecen y el empleo y el progreso se generalizan en el resto del país, [si se derogan los decretos] se mantendrá a estas comunidades en la oscuridad quitándoles la dignidad a personas que tienen derecho a decidir por sí mismas, “a ser ciudadanos completos” (Ajá 21.08.08).

(6) [El vicepresidente Gianpietri] **hizo ver** que para reunir en un solo día y lugar a comunidades nativas que viven muy dispersas entre sí se requiere de una organización muy grande, y eso solo la pueden dar las ONG dedicadas al tema, que están “levantando” a la población [amazónica]” (Ajá 19.08.08).

En el primer ejemplo, puede verse que el verbo “recordar” introduce la asunción de que las comunidades, antes de promulgada la ley (relativa a los decretos legislativos), no estaban en capacidad de tomar decisiones en pos de la mejora de sus bienes. Con ello, queda establecido lo beneficioso de la ley del Gobierno para las comunidades y se niega del todo la posibilidad de que estas pudieran sentirse libres de decidir prescindiendo de esta. En el segundo y en el tercer ejemplo, el verbo (compuesto) “hacer ver” le confiere a todo lo dicho por el presidente García carácter de “real” e “incuestionable”, tal como ocurre con *realized*. En estos casos, se da por sentado que la ley promulgada por el Gobierno es “buena” y “necesaria” para las comunidades, y que los amazónicos carecen de capacidad de organización.

1.2. Predicación, agencia y selección léxica

El uso ideológico de la predicación consiste en predicar acciones negativas del Otro y positivas del Nosotros. La agencia, por su parte, complementa la predicación en tanto puede ser utilizada para responsabilizar al Otro de acciones negativas y atribuir al Nosotros acciones positivas, y puede servir también para desenfatar o mitigar las responsabilidades del Nosotros en acciones negativas (van Dijk, 2010). En este apartado, nos centraremos en el modo en que la agencia y la predicación, como estrategias discursivas,

pueden ser utilizadas por la prensa para construir una representación positiva del Gobierno, sus representantes y las instituciones que lo secundan (la Policía y las Fuerzas Armadas, por ejemplo) a través de la asociación constante entre este y acciones positivas. Al respecto, la selección léxica es una estrategia discursiva que trabaja de la mano con la agencia y la predicación, en la medida en que es a través de la selección de piezas léxicas “convenientes” que la predicación y la agencia logran construir la imagen positiva del Nosotros. Recordemos que la producción de una noticia implica un proceso constante y rutinario de selección de todo aquello que debe ser incorporado o no en la noticia (Fairclough 1992, Cortiñas 2009) y el estilo léxico es uno de los aspectos que más se controlan durante este proceso.

En los siguientes ejemplos, vemos cómo el Gobierno, sus ministros y las Fuerzas Armadas y policiales aparecen como el argumento agente de predicados verbales que expresan acciones positivas:

(7) El **ministro del Ambiente**, Antonio Brack, **encabezar**á el proceso del diálogo entre el ejecutivo y los nativos (El Comercio 13.08.08).

(8) **Brack Egg** [ministro del Ambiente] **hizo** un llamado a la calma y al diálogo para llevar un proceso de conversaciones dentro de un clima de respeto y ponderación (El Peruano 14.08.08).

(9) **Ejecutivo ratifica voluntad de buscar solución a problemas con nativos** y no aceptará toma de puentes (Ajá 18.08.08).

En estos ejemplos, puede verse cómo la prensa selecciona ciertos predicados verbales y ciertos argumentos de connotación positiva y los une en su discurso: “encabezar” (pred.) — “proceso de diálogo” (arg.), “llamar” — (pred.) “calma”, “diálogo” (args.) y “ratificar” (pred.) — “voluntad de buscar solución” (arg.). En todos estos casos, el argumento agente es el Gobierno, representado por sus ministros y por el poder Ejecutivo. Es evidente, pues, que asociar al Gobierno y las instituciones que dirige con acciones relativas al “diálogo”, la “calma” y la “voluntad de buscar solución” contribuye grandemente a construir una imagen muy positiva de este como un ente protector, de buena voluntad y abierto al diálogo. En contraste, en un apartado posterior, veremos que la prensa utiliza la predicación y la agencia para construir una imagen negativa del amazónico ayudada también por la estrategia de la selección léxica.

2. Enfatizando lo negativo del Otro

En este apartado, se analizarán cuatro estrategias discursivas que, siguiendo los movimientos del cuadrado ideológico, tienen por objetivo resaltar los aspectos negativos de los amazónicos (el Otro). Estas estrategias son la

explicitación del grupo étnico, la hiperbolización numérica, la estrategia intertextual y, finalmente, la estrategia de predicación, agencia y selección léxica.

2.1. Explicitación del grupo étnico

Según van Dijk (1999), el discurso racista presenta, en algunos casos, un *exceso de completitud* respecto de la información que ofrece. Es decir, hay información que se menciona en el discurso que es irrelevante para la comprensión de un acontecimiento. La mención de esta información resulta conveniente para el Nosotros porque contribuye a formar una imagen negativa del Otro. Por ejemplo, en la narración de un disturbio, se pueden mencionar detalles irrelevantes como el grupo étnico de los participantes: “multitud *negra* causa disturbio”. De acuerdo con van Dijk, este ejemplo muestra cómo se puede establecer una asociación implícita entre un grupo étnico determinado y acciones negativas.

En el caso de la prensa escrita peruana, se ha encontrado que existe un exceso de completitud de la información que responde a la arista del cuadrado ideológico “enfaticar lo negativo de los Otros”. En este sentido, el discurso de la prensa peruana utiliza una estrategia que consiste en la explicitación del grupo étnico de los amazónicos, aunque esta información no sea importante para la comprensión de la noticia, y que aparece ligada a acciones negativas.

(10) En la provincia de Datem del Marañón, en Loreto, **600 indígenas de la etnia Awajún** ocupan desde ayer las instalaciones de la Estación 5 de Petro-Perú (El Comercio 12.08.08).

(11) **Nativos de las etnias aguaruna (awajún) y huambisa (wampís), de la familia etnolingüística jíbara**, iniciaron una medida de fuerza el pasado sábado en las provincias de Condorcanqui y Bagua (El Peruano 12.08.08).

(12) [...] miles de nativos, **de las etnias aguaruna y huambisa**, han bloqueado parte de la carretera Fernando Belaunde Terry, a la altura del puente Corral Quemado, en el departamento de Amazonas (Ajá 18.08.08).

En estos ejemplos es posible ver cómo se hace mención del grupo étnico de los amazónicos (aguaruna y huambisa) e, incluso, de la familia lingüística a la que pertenecen (“nativos de las etnias aguaruna y huambisa, de la *familia etnolingüística jíbara*”), aunque evidentemente esto no contribuye a la comprensión de los acontecimientos. Más bien, esta mención crea una asociación directa en el lector entre estas etnias amazónicas y acciones negativas tales como “amenazas”, “tomas”, “ocupaciones”, “medidas de

fuerza” y “bloqueos”. En contraste, no se ha encontrado que la mención del grupo étnico esté ligada a acciones positivas realizadas por los amazónicos.

2.2. Hiperbolización numérica

Van Dijk (2010) señala que existe una estrategia retórica que él denomina *the Number Game* y que consiste en acumular grandes cantidades numéricas para realzar la idea de peligro, amenaza o crisis, al mismo tiempo que se sugiere precisión y objetividad en la información transmitida. En un estudio, van Dijk (2010) analiza una noticia en la que el diario inglés *The Sun* se refiere a los asilos para refugiados extranjeros en el Reino Unido. El autor encuentra que el diario menciona la existencia de “miles” de asilos en el Reino Unido, un “número que va en aumento” (*the rising number*), pues se estima que estos se contaban en “4,223 en 1982 y se han elevado a 110, 700 el año pasado” (p.91). Para van Dijk, la mención de estas cifras por parte del diario tiene la finalidad de crear un sentimiento de pánico y de rechazo en la población inglesa hacia la comunidad extranjera de refugiados, todo ello en el contexto de la fuerte política antinmigracionista del Reino Unido.

Según nuestro propio análisis, la prensa peruana hace uso de una estrategia similar que le permite representar a los amazónicos como una “masa” o una “muchedumbre” a través de la mención constante de grandes cantidades numéricas, tales como “cientos”, “miles” o “millares”, las cuales asocian a los amazónicos a tópicos negativos como “desorden”, “violencia” o “agresión”. Esta estrategia no funciona sola, sino que se articula con la estrategia de explicitación del grupo étnico. En los siguientes ejemplos, veremos cómo estas grandes cifras aparecen ligadas al grupo étnico de los amazónicos (“indígenas”, “nativos”). Esta asociación entre “cientos” y “miles” e “indígenas” y “nativos” es la que remite al lector de la noticia a la idea de “masa salvaje”.

(13) Por segundo día consecutivo esa parte de la vía [puente Corral Quemado] se encontraba bloqueada al tránsito terrestre por **más de mil indígenas** de la etnia aguaruna - huambisa (El Comercio 18.08.08).

(14) **Miles de nativos** protestan por normas que, según ellos, vulneran sus derechos sobre los territorios de sus comunidades (El Peruano 12. 08.08).

(15) **Los millares de indígenas** en huelga no han comprendido las normas impulsadas por el Gobierno (El Peruano 20.08.09).

(16) [...] **cientos de nativos** mantuvieron bloqueado el puente Corral Quemado que une Cajamarca y Amazonas (Ajá 18.08.08).

Como puede verse, la relación entre “masa de gente” y “violencia” que establecen las cifras se ve reforzada por el hecho de que estas aparecen asociadas a los amazónicos siempre en el contexto de acciones negativas. En los ejemplos, puede verse cómo los “cientos”, “miles” o “millares” de amazónicos “protestan”, “bloquean” y “no comprenden las normas del Gobierno”. De este modo, son representados como una “masa violenta”. Detrás de esta representación, está la idea de que, frente a un determinado problema, los “individuos” (“civilizados”) dialogan y las “masas” utilizan la violencia. Es importante notar que estos datos numéricos son tendenciosos también por su vaguedad y porque su procedencia (la fuente de información) no es explícita. La prensa peruana no pretende presentar cifras exactas y tampoco muestra de dónde provienen, lo que hace evidente que su presencia en el discurso no busca “informar” de la cantidad de los participantes de la protesta, sino que su objetivo central es generar asociaciones entre los amazónicos y tópicos negativos vinculados con la idea de “masa” (“desorden”, “violencia”) y con lo que “hacen” las masas (“protestas”, “bloqueos”). Esto explicaría que no se haya encontrado que este énfasis numérico aparezca cuando se describen acciones positivas de los amazónicos. Como se verá más adelante, en estos casos, la prensa utiliza más bien una estrategia que mitiga o desenfatisa lo positivo de estas acciones. En contraste, las grandes cantidades numéricas están notoriamente ausentes cuando se trata de acciones realizadas por las Fuerzas Armadas o la Policía (el Nosotros):

(17) **Un número indeterminado de miembros de las Fuerzas Armadas** fueron enviados ayer hacia la central hidroeléctrica El Muyo [...] ante la amenaza de toma de esa central por los nativos aguaruno-huambisas (El Comercio 11.08.08).

(18) La Región Policial Amazonas informó que un contingente de las Fuerzas Armadas, **cuyo número no fue precisado**, también apoya el resguardo del orden público y de las instituciones públicas y privadas (El Peruano 12.08.09).

Estos datos muestran que la prensa no quiere asociar al Nosotros con todos los tópicos negativos vinculados con la idea de “masa”. Por el contrario, oculta el número de participantes de las Fuerzas Armadas y policiales en el conflicto a través de adjetivos como “indeterminado” o “no precisado”.

2.3. Estrategia intertextual

En un apartado anterior⁸, vimos cómo la estrategia intertextual era utilizada por la prensa para enfatizar lo positivo del Nosotros a través de la selección de fuentes de información que contribuyen a construir una imagen positiva del Gobierno. Ahora veremos cómo esta misma estrategia es utilizada para forjar una imagen negativa del Otro amazónico a través del énfasis en sus aspectos negativos.

Nuevamente, el modo en que la prensa utiliza la estrategia intertextual a favor del Nosotros consiste en seleccionar las voces del Gobierno para construir la noticia. En efecto, las declaraciones del presidente y sus ministros son las fuentes de información predilectas y son presentadas por la prensa como la versión “oficial” de los hechos del conflicto. En contraste, las voces amazónicas aparecen en una proporción bastante menor. En los siguientes ejemplos, vemos cómo estas declaraciones enfatizan los aspectos negativos del Otro amazónico:

(19) “Este es un mal precedente. El Congreso deroga una ley porque tiene una pistola en la cabeza. Sería inaceptable que derogue una ley con policías secuestrados.” Primer Ministro Jorge del Castillo (El Comercio 20.08.08).

(20) “Hay cierta confabulación de extremistas [respecto de las movilizaciones de los pueblos amazónicos] que quieren que la democracia fracase. Eso lo tengo claro, porque una vez puede ser dos es casualidad, pero ¿tres, cuatro o cinco?... No nos chupamos el dedo”, dijo a Radio Nacional [el ministro de Defensa Ántero Flores Aráoz] (El Peruano 17.08.08).

(21) Del Castillo refirió que si vándalos [en alusión a los amazónicos] tomaran el campamento de Camisea, la mitad del Perú se quedaría a oscuras (Ajá 19.08.08).

En estas declaraciones, los amazónicos son asociados con acciones fundamentalmente negativas. Vemos, por ejemplo, que se les acusa de ser “vándalos” y “extremistas” que “quieren que la democracia fracase”. Se utiliza también una metáfora muy representativa del modo en que el Gobierno desea construir la imagen del amazónico: “El Congreso deroga una ley porque tiene una pistola en la cabeza”. La “pistola” hace referencia a los paros, las movilizaciones y a todo el conjunto de acciones que realizan los amazónicos en el contexto del conflicto como medida de protesta; son ellos, por tanto, quienes portan la “pistola” que apunta a “la cabeza” del Gobierno. De este modo, esta metáfora hace énfasis en que el logro de los amazónicos (la derogación de los decretos que finalmente se dio) no es un

logro legítimo, sino conseguido a través de la fuerza, tal como un delincuente (un “vándalo”) consigue alcanzar sus objetivos.

Otro aspecto importante es que, para introducir las voces del Gobierno, la prensa utiliza el discurso reportado directo⁹ en la mayoría de los casos. Este tipo de discurso supone una evocación del discurso del ausente en el momento de la enunciación. De este modo, el Gobierno se hace presente y habla por sí mismo a través de la prensa¹⁰. Asimismo, la presentación de las declaraciones de los amazónicos se hace a través de reportes indirectos, es decir, no se cita lo que los amazónicos dicen, sino que, comúnmente, la prensa parafrasea sus declaraciones utilizando sus “propias palabras” para expresar lo dicho por el Otro amazónico. Veamos los siguientes ejemplos:

(22) Según Bryce Pérez Ramírez, director de Comunicaciones de la Asociación Interétnica de desarrollo de la Selva Peruana (Aidesepe), los nativos demandan que el presidente Alan García, el ministro Jorge del Castillo y el presidente del Congreso [...] se dirijan a la provincia del Dátém del Marañón a fin de iniciar el diálogo. No aceptarán otros interlocutores, precisó Pérez (El Comercio 11.08.08).

(23) El presidente de la Asociación Interétnica de la Selva Peruana, Alberto Pizango, pidió la derogatoria del estado de emergencia en la que se encuentra parte de la Amazonía (El Peruano 20.08.08).

(24) Alberto Pizango, líder nativo, dijo que los pueblos indígenas han decidido defender sus territorios, pues están amenazados porque el Gobierno les ha declarado una guerra abierta y ellos van a estar ahí (Ajá 19.08.08).

Este “hablar por el Otro” puede interpretarse como una manifestación de las relaciones de *paternalismo* o *tutela* que todavía existen en el Perú. El pensamiento paternalista tiene raíces coloniales y se construye sobre la base de la idea de que el Otro “no puede hacerse cargo de sus intereses y que debe ser guiado por quienes por naturaleza son los conductores” (Nugent 2001: 131). Estos “conductores” son el Nosotros y, con ello, se establece y se justifica una relación jerárquica y de subordinación entre el Nosotros y el Otro. Al parecer, este poder paternal está naturalizado en la prensa en la medida en que no se da voz propia a los amazónicos y sus representantes porque detrás está la idea de que estos “no pueden hacerse cargo de sus intereses” y es necesario, por ello, que el Nosotros asuma un rol tutelar y hable por ese Otro que no puede hacerlo por sí mismo¹¹.

2.4. Predicación, agencia y selección léxica

Hasta el momento, hemos visto cómo las representaciones de la prensa en torno al amazónico se han construido, fundamentalmente, sobre la base de enfatizar lo positivo del Nosotros y lo negativo del Otro amazónico. Existe, sin embargo, una dimensión del discurso periodístico peruano que, de alguna manera, intenta “justificar” las acciones que los amazónicos emprendieron durante el conflicto. El Nosotros no deja de considerarlas condenables, pero cree que la “responsabilidad” de estas no recae “directamente” sobre los amazónicos. De este modo, las representaciones que la prensa forja sobre ellos a través de su discurso resultan ser *ambivalentes*, en el sentido que Bhabha (1994) propone. Es decir, la prensa presenta una imagen negativa del amazónico (el “vándalo”, el “extremista”), pero, al mismo tiempo, lo despoja de toda responsabilidad sobre sus acciones. Así, pues, el amazónico es el “odiado”, pero también el “amado” (Bhabha 1994:104) en tanto se le redime de sus “culpas”.

Como veremos en este apartado, esta representación positiva del amazónico (el “amado”, el que no tiene la “culpa”) es, en realidad, una nueva forma de dominación que el Nosotros ejerce sobre él, una nueva manifestación de su poder, esto es, un modo encubierto de construir una imagen negativa del amazónico como inferior, un alguien que no es responsable de sus actos. A continuación, veremos cómo la prensa construye esta visión ambivalente del amazónico (el “odiado” y, al mismo tiempo, el “amado”) en su discurso sobre la base de predicaciones, agencias y la selección de piezas léxicas.

2.4.1. El nativo “odiado”

La construcción de la imagen negativa del amazónico se logra al situarlo como el ejecutor de una serie de acciones negativas. En los siguientes ejemplos vemos cómo el amazónico, bajo la denominación de “nativo”, aparece como el argumento agente de predicados que expresan acciones negativas:

(25) **Nativos** en paro **amenazan** con tomar central El Muyo (EL Comercio 11.08.08).

(26) El presidente de la Aidesep, Alberto Pizango Chota, **advirtió** que si tras la mesa de diálogo no se derogan los citados decretos, los **nativos radicalizarán las medidas de fuerza** (El Peruano 13.08.08).

(27) Pizango [líder amazónico] **ofende** al ministro Brack. Se le suben los humos y lo llama “payaso” (Ajá 24.08.09).

Como puede verse en los ejemplos anteriores, el “nativo (armado)” “amenaza”, “advierte”, “radicaliza (las medidas de fuerza)”, “obstruye (con palos y piedras)” y “ofende (al ministro)”. La imagen negativa del amazónico se construye también calificándolo. Para ello, la prensa echa mano de adjetivos asociados a la idea de “bravura”:

(28) Cipriani [arzobispo de Lima] cuadra **revoltosos** en la selva (Ajá 24.08.08).

(29) Alan [García, presidente del Perú] cuadra al congreso por nativos **bravos** (Ajá 21.08.08).

Los “nativos” son, pues, “bravos” y “revoltosos”. Esta es la imagen del amazónico “odiado”. Esta misma forma de ver al amazónico estaba ya presente en el imaginario de los españoles a su llegada a América, cuando empezaron a relacionarse con los pobladores de estas tierras. Como parte de su proyecto de dominación, los españoles pensaron en colonizar la totalidad de los territorios americanos. Las zonas costeñas y serranas fueron finalmente asimiladas, pero la Amazonía se presentó ante los españoles como un lugar de muy difícil acceso, tanto en el aspecto geográfico, como en el cultural. Producto de su fallida empresa colonizadora en la Amazonía, los españoles consideraron al amazónico como menos “civilizado” que los indígenas de la sierra y de la costa (Espinosa 1998, 2003). Establecieron, pues, una distinción muy marcada entre ellos y, con el paso del tiempo, se forjó una imagen del amazónico como el representante de la “otredad” total. Para los españoles, los indígenas de la costa y de la sierra eran los Otros, pero los amazónicos eran más Otros todavía. Vemos, pues, que la representación del amazónico como “bravo” y “revoltoso” que hace la prensa tiene un claro antecedente histórico y, en este sentido, su discurso no hace más que actualizar las formas de pensar de la colonia. Al parecer, al amazónico todavía no se le ha perdonado su resistencia al proyecto asimilacionista.

2.4.2. El nativo “amado”

La otra escena del discurso periodístico es la que justifica las acciones del “nativo bravo”. Como sujeto “amado”, el amazónico es redimido de sus culpas, se le atribuye una agencia “física” respecto de sus acciones, pero no una agencia “intelectual”. El amazónico “amenaza”, “advierte”, “radicaliza”, “ofende”, “rompe el diálogo”, “impide el acuerdo”, se “subleva”; pero todas estas acciones no son realizadas por voluntad propia, sino que hay “alguien detrás” que las conduce. En la representación de la prensa, este alguien que “está detrás” de los amazónicos y que los manipula toma múltiples formas. En algunos casos son las ONG (organismos no

gubernamentales); en otros, el Partido Comunista del Perú-Patria Roja, el Movimiento Revolucionario Túpac Amaru (MRTA), el Partido Comunista del Perú-Sendero Luminoso o el Partido Nacionalista Peruano, liderado por Ollanta Humala. Aquí no entraremos en detalles respecto del tipo de relaciones que el Gobierno peruano ha mantenido con estas organizaciones. Lo importante es saber que varias de ellas se caracterizan por estar vinculadas al pensamiento comunista y la izquierda y por ser contrarias al Gobierno y mantener con él una relación conflictiva. En el discurso de la prensa, son estas instituciones los agentes “intelectuales” de las acciones de los amazónicos, sus “verdaderos” autores. Veamos el siguiente fragmento:

(30) Las acciones de protesta que se han venido registrando en el interior del país son parte de un cronograma de trabajo que se han impuesto a sí mismos el Senderismo, el MRTA, Patria Roja, la CGTP y algunas otras organizaciones de izquierda, denunció el presidente de la Comisión de Inteligencia del Congreso, Mauricio Mulder [...]. Es evidente que hay aquí un concierto bien financiado, porque **movilizar a tanta gente** [en alusión a las comunidades amazónicas] **hacerlas llegar a un punto específico, darles de comer y brindarles alojamiento** cuesta, pues (El Peruano 20.08.08).

Este fragmento presenta muy claramente cuál es el rol que el amazónico cumple para el Gobierno en el contexto del conflicto. Su rol es el de “paciente”, el que “sufre” las acciones de otros, de los agentes que, según esta representación, son las “organizaciones de izquierda”. Estas organizaciones “movilizan (al amazónico)”, “dan de comer (al amazónico)”, “brindan alojamiento (al amazónico)”. En todos estos casos el amazónico no tiene agencia, es un sujeto pasivo, sin voluntad propia. Veamos otros fragmentos en los que el amazónico aparece como paciente de la acción:

(31) [El vicepresidente Gianpietri] hizo ver que para **reunir en un solo día y lugar a comunidades nativas** que viven muy dispersas entre sí se requiere de una organización muy grande, y eso solo la pueden dar las **ONG** dedicadas al tema, que están “**levantando**” a la población [amazónica]” (Ajá 19.08.08).

(32) Antonio Brack [Ministro del Ambiente] acusó a **humalista** [Juan Sapayuri] de **manipular a nativos** (El Comercio 16.08.08).

(33) Algunas **ONG** ambientalistas **azuzan y están detrás de las protestas de las comunidades nativas en la selva**, denunció ayer el primer vicepresidente de la República, Luis Giampietri. Calificó ese hecho como “un acto subversivo” contra la democracia peruana (Ajá 19.08.08).

Nuevamente, los amazónicos son quienes “sufren” las acciones y no quienes las realizan: “reúnen a comunidades nativas”, “levantan a la población [amazónica]”, “manipulan a nativos”, “azuzan nativos”. Los agentes siempre son otros y los nativos ocupan una posición pasiva desde la que son

“manipulados” y “azuzados”. Es importante notar también que esta falta de agencia está asociada con la incapacidad para organizarse y tomar decisiones. En uno de los ejemplos anteriores, vemos cómo se presupone que los amazónicos no pueden organizarse por sí mismos: “[...] para reunir en un solo día y lugar a comunidades nativas que viven muy dispersas entre sí **se requiere de una organización muy grande y eso solo la pueden dar las ONG** dedicadas al tema [...]”. La presuposición que está implícita aquí es que “las comunidades nativas no son capaces de organizarse por sí mismas”, por ello, son las ONG las que se ocupan de ello: “eso [la organización] solo la pueden dar las ONG dedicadas al tema”.

Esta representación del amazónico se articula con una forma de pensamiento que, desde la colonia, ha servido al Nosotros para controlar política y culturalmente al Otro: *el paternalismo o tutelaje*. Desde una visión paternalista, el amazónico es “inocente como un niño” (Ariza 2004), un niño que, como todo niño, no puede valerse por sí mismo y que carece, además, de una serie de capacidades como la de “organización” o la de “comprensión”. Necesita, pues, “guías” o “conductores”. Para el Nosotros, los conductores actuales del amazónico (las ONG y demás organizaciones contrarias al Gobierno) están haciendo mal su labor porque los llevan a realizar acciones negativas; por ello, el Nosotros quiere hacerse cargo de él, quiere ser su nuevo tutor y empezar a tener injerencia plena en su vida. Este afán de decidir por la vida del Otro se hace evidente en el modo en que se le excluye del debate sobre su propio “desarrollo”, como cuando los padres deciden el futuro de su pequeño hijo al que, dada su condición de niño, no se le hace ninguna consulta. Veamos el siguiente fragmento:

(34) ¿Cuál es el futuro de estas comunidades [amazónicas]? ¿Aislarse, incorporarse al actual modelo de desarrollo, plantear uno propio? **Los antropólogos no se ponen de acuerdo**. Existe una corriente proteccionista que propone garantizar los actuales estilos de vida sin ningún tipo de impacto por parte de nuestras sociedades; y la otra apuesta por incorporar herramientas de modernidad en un modelo de desarrollo propio” (“El informe del domingo”, El Comercio 24.08.08).

Vemos, pues, que el “desarrollo” de “estas comunidades” y su “futuro” no es un asunto que les competa directamente porque “no pueden hacerse cargo de sus intereses”. Por el contrario, esta responsabilidad recae sobre otros: “Los antropólogos no se ponen de acuerdo”. Son, pues, los miembros del poder, los “conductores”, los que deben “ponerse de acuerdo” y tomar esta decisión. El pensamiento paternalista, el que legitima el “deseo” que siente el Nosotros por decidir en la vida del Otro y dominarlo, se refleja también en lo que ha sido una de las causas centrales del conflicto en torno a los decretos: la violación del derecho a consulta de las comunidades amazónicas. Como se mencionó durante la descripción del conflicto, una de

las principales causas de las movilizaciones amazónicas fue que los decretos fueron promulgados por el Gobierno sin consultar con las comunidades amazónicas, a pesar de que estos tenían incidencia directa sobre sus territorios. No se les consultó porque el poder no los considera interlocutores válidos, así como un padre no le consulta a un niño cuando decide sobre su futuro. El pensamiento paternalista es, pues, uno de los pilares del discurso racista y de la construcción del Otro amazónico como inferior.

Ahora bien, el racismo que la prensa vehicula a través de su discurso es un racismo que tiene una base *cultural* en la medida en que no hace referencia directa a la “raza” o al color de la piel en términos fenotípicos. De la Cadena (1998, 2004) señala que el racismo peruano actual se caracteriza por “silenciar” el fenotipo del Otro y utilizar a la “educación”, la “inteligencia” y la “cultura” como nuevos criterios discriminatorios. En el discurso de la prensa, los amazónicos son representados, tal como hemos visto, como “bravos”, “revoltosos” y “manipulables”. Ninguno de estos calificativos hace referencia a la “raza” directamente, sino más bien a aspectos relacionados con el ser social, con la educación y con la “cultura”, entendida como “formas de ser”. Recordemos que las representaciones que hace la prensa del amazónico ponen el énfasis en “carencias” relacionadas con la capacidad de organización y comprensión, las cuales tienen que ver más con la esfera de la “inteligencia” que con la del fenotipo. No obstante, como señala De la Cadena, esta no es más que la nueva cara del racismo con base fenotípica. El color de piel sigue siendo un elemento central sobre el cual se construye el racismo, pero esto ha debido ocultarse porque la sociedad actual ya no tolera el racismo explícito (Zavala y Zariquiey 2007). Este racismo “solapado” que se oculta detrás de la “educación”, la “cultura” y la “inteligencia” es el que está presente en el discurso de la prensa.

3. Desenfatiando lo positivo del Otro

En este apartado, se dará cuenta de cómo la prensa peruana invisibiliza o mitiga los aspectos positivos del Otro amazónico a través del uso de un conjunto de conectores de contraste y del manejo del lugar que ocupa la información dentro de la cláusula.

3.1. Conectores de contraste

Esta estrategia es utilizada por la prensa para invisibilizar las acciones positivas realizadas por el Otro en el contexto del conflicto. Este efecto se consigue cuando se cumplen dos condiciones: a) la información se vincula a

través de conectores de contraste como *pero*, *aunque* o *no obstante*, los cuales establecen un contraste positivo/ negativo y b) la información “positiva” se menciona en primer lugar, lo cual genera que esta quede invisibilizada, y la información “negativa” se menciona en segundo lugar, lo cual genera que esta quede resaltada¹². Siguiendo esta estructura distribucional, las acciones de los amazónicos se vinculan a través de conectores de contraste y aquellas que son positivas se mencionan siempre al inicio de la cláusula, mientras que sus acciones negativas se mencionan siempre después de esta con el fin de enfatizar esto último e invisibilizar lo primero:

(35) Paro [en referencia a la movilización de los amazónicos] es pacífico **pero** igualmente afecta labores de las empresas del proyecto Camisea (El Comercio 16.08.09).

(36) En Amazonas, los transportistas sufren las consecuencias del bloqueo de las carreteras Fernando Belaunde Terry, Puente Corral Quemado [...]. Más de mil vehículos permanecen detenidos con carga de frutas, pescados y otros productos que se están malogrando [...]. Los pasajeros hacen trasbordo y los indígenas ayudan a transportar los bultos, **aunque** por ello cobren de 2 a 5 nuevos soles (El Comercio 19.09.08).

(37) Los dirigentes de la Organización Regional de los Pueblos Indígenas de la Amazonía Nororiental del Perú (Orpian) llegaron ayer a un acuerdo con las autoridades [...] para desbloquear el puente Corral Quemado en Bagua, **pero** solo por 24 horas (El Comercio 20.08.08).

(38) Hasta el momento esta [la movilización de los pueblos amazónicos] se desarrolló de forma pacífica y sin bloqueo de vías de comunicación [...] **no obstante** la central hidroeléctrica de El Muyo, en la provincia de Bagua, está resguardada por un contingente policial, ya que los indígenas amenazan con tomarla e interrumpir de esta manera el fluido eléctrico en las provincias de Bagua y Uctubamba (El Peruano 12.08.08).

En estos ejemplos, se ve cómo lo positivo de las acciones de los amazónicos, tal como lo “pacífico” de su paralización, su “ayuda” en el transporte de alimentos o el “desbloqueo” de un puente es mencionado en primer lugar, lo cual tiene el efecto de invisibilizar esta información. Como resultado de esto, en cada caso puede interpretarse que lo pacífico del paro amazónico es menos importante que el modo en que este afecta a las labores de las centrales hidroeléctricas, que la ayuda que brindan en el transporte de alimentos se ve desmerecida por el hecho de cobrar por ello y que el desbloqueo del puente no es, en realidad, una acción tan positiva en la medida en que se mantendrá “solo” por 24 horas.

4. Desenfatiando lo negativo del Nosotros

En este apartado, se mostrará cómo un conjunto de marcadores modales (como verbos y adverbios) pueden ser utilizados ideológicamente para desenfatiar los aspectos negativos del Nosotros.

4.1. Modalización

La modalidad es una categoría gramatical que se relaciona con el grado de “afinidad” del emisor de un enunciado respecto del contenido proposicional de este. La gramática dispone de una serie de recursos lingüísticos que el hablante puede utilizar para expresar cuán “seguro” está de la “verdad” de aquello que está diciendo¹³. La prensa escrita hace uso de esta categoría gramatical como una estrategia para desenfatiar lo negativo del Nosotros. En este sentido, diversos marcadores modales que implican un bajo grado de certeza aparecen en enunciados que expresan las opiniones o puntos de vista de los amazónicos respecto del conflicto. En estos casos, es muy probable que el bajo grado de afinidad o certeza provenga de la perspectiva de la prensa y no de la amazónica. Veamos el siguiente ejemplo:

(39) El temor de los machiguengas es que con estas modificaciones se promueva la venta de tierras, que hasta ahora constituyen su único modo de supervivencia. La venta –asegura Bernabé Sebastián [dirigente indígena]– **podría** quebrar la ancestral unidad comunal (El Comercio 16.08.09).

En este ejemplo, se observa que el verbo auxiliar “poder” en modo potencial modaliza el enunciado confiriéndole un bajo grado de certeza a la afirmación del líder indígena de que la venta de tierras afecta “la ancestral unidad comunal”. Es muy probable que el líder indígena Bernabé Sebastián no haya introducido este elemento modalizador en su discurso, porque, evidentemente, su objetivo es dejar en claro que el peligro que corre la unidad de su comunidad es la razón principal por la que los pueblos amazónicos se oponen a la venta de tierras que promueven los decretos legislativos promulgados por el Gobierno y que son, por demás, la causa principal del conflicto. De este modo, el verbo “poder” en modo potencial acentúa la modalidad de bajo grado de afinidad en la medida en que le da al enunciado carácter de “posible” o “hipotético”. Veamos ahora los siguientes ejemplos:

(40) [...] desde el sábado [los amazónicos] acatan un paro indefinido en rechazo a una serie de normas que aducen **pondrían** en riesgo sus derechos sobre los territorios de sus comunidades (El Comercio 11.08.08).

(41) [El ministro del Ambiente Antonio Brack Egg] adelantó que se encargará de despejar las dudas y temores de los nativos sobre una **posible** vulneración de sus derechos (El Peruano 14.08.08).

(42) El Presidente de la Comisión de Pueblos Andinos, Róger Nájjar, sustentó el dictamen en mayoría, estableciendo la necesidad de derogar los decretos por **supuestamente** interferir la autonomía de las comunidades (El Peruano 23.08.08).

En estos casos, ocurre algo similar. En el primer enunciado, el verbo “poner” en modo potencial (“pondrían”) confiere al enunciado un bajo grado de certeza y aquí se propone que este elemento moralizador fue introducido por la prensa y que, inicialmente, no se encontraba en el discurso de los amazónicos. Con ello, esta da carácter de “hipotético” al contenido proposicional, según el cual la causa del paro es el “riesgo” que corren los “derechos” territoriales de los amazónicos. El segundo ejemplo es también representativo. El adjetivo “posible” se está utilizando también aquí para expresar un bajo grado de afinidad (“posible”, pero no “cierto” o “comprobado”). Lo mismo ocurre con el adverbio “supuestamente”, el cual convierte al contenido proposicional del enunciado en un supuesto. Ciertamente, estos marcadores modales están presentes en el discurso al servicio de los intereses del Nosotros, pues permiten a la prensa desenfatar o mitigar las responsabilidades que los amazónicos le atribuyen al Gobierno, esto es, poner en duda el peligro que las normas (los decretos legislativos) que este ha promulgado significan para sus tierras y para su comunidad¹⁴.

Otro aspecto que es interesante notar es que, en la mayoría de los casos, estos marcadores modales aparecen cuando la prensa utiliza el discurso reportado. Si regresamos a los ejemplos (39)-(42), notaremos que en tres de los cuatro casos presentados la prensa está reproduciendo las declaraciones de los amazónicos a través de reportes indirectos (41) y (42) o a través de una mezcla de reporte directo e indirecto (39). Ya se había mencionado que el discurso reportado no implica necesariamente transmisión fiel de la información, sino que, más bien, es un proceso creativo en el cual quien reporta es parte activa. Cuando se “reporta”, se transforma el discurso del otro y se reestructura, y estas transformaciones pueden tener un uso ideológico (Fairclough 1992)¹⁵. Esto explicaría la presencia de los marcadores modales en el reporte que hace la prensa del

discurso de los amazónicos. En efecto, aquí se propone que la prensa utiliza el discurso reportado para introducir marcadores modales que modifican el significado del discurso de los amazónicos en beneficio del Nosotros. Es claro que es bastante conveniente para la prensa introducir en las declaraciones del Otro amazónico una dosis de “incertidumbre” o de poca “certeza”, pues se trata de contenidos que representan una crítica para el Nosotros y lo perjudican: en todos los casos, se dice que los decretos promulgados por el Gobierno ponen en riesgo los derechos territoriales de los amazónicos. En contraste, los marcadores de bajo grado de certeza no aparecen en los reportes que hace la prensa de las declaraciones de los representantes de Gobierno. La siguiente cita de Fairclough deja muy en claro el carácter ideológico que el discurso reportado puede tener en ciertos contextos de uso: “Las reestructuraciones [en el discurso reportado] están motivadas por consideraciones polémicas y objetivos manipuladores [...]. Lo que puede aparecer como simples clarificaciones de significado puede interpretarse como una definición política e ideológicamente motivada” (1992:123).

Un último aspecto que es interesante mencionar es que el discurso reportado permite también el ingreso de partículas como la preposición “según”, que tiene por función relativizar la explicación. Es decir, esta preposición enfatiza que la información presentada constituye un punto de vista parcial y esto contribuye también a asociarla a la idea de “probabilidad”, pero no de “certeza”. Esta partícula aparece en el discurso reportado que hace la prensa de las declaraciones de los amazónicos. Veamos los siguientes ejemplos:

(43) Miles de nativos protestan por normas que, **según ellos**, vulneran sus derechos sobre los territorios de sus comunidades (El Peruano 12.08.08).

(44) Por su parte, los organizadores del paro indígena ratificaron que seguirán adelante con su protesta hasta lograr la derogatoria de los decretos que **según dicen** ponen en peligro sus tierras (Ajá 20. 08.09).

Como puede observarse, en ambos casos, la partícula “según” resalta el hecho de que el que las normas o los decretos promulgados por el Gobierno sean un peligro para los territorios amazónicos es *solo* el punto de vista de las comunidades, que existe otra perspectiva (la del Gobierno) y, por tanto, no puede tomarse por “cierto”, sino únicamente por “probable”. En contraste, no se ha encontrado que esta partícula esté presente en las declaraciones, explicaciones o razones que da el Gobierno. Así, la información que este da puede pasar por “cierta” o “comprobada”.

Llegados a este punto, hemos concluido con el análisis de las estrategias discursivas. Se ha mostrado que cada una de estas forma parte de una de las cuatro aristas del cuadrado ideológico de van Dijk y que constituyen el modo en que el Nosotros (la prensa, el Gobierno y sus representantes) se construye como superior frente al Otro (los pueblos amazónicos). Es posible ahora establecer algunas generalizaciones sobre la base del análisis. Para ello, nos ayudaremos del siguiente cuadro que presenta la ubicación de cada estrategia en el cuadrado ideológico:

Enfatizar lo positivo del Nosotros	Enfatizar lo negativo del Otro	Desenfatizar lo positivo del Otro	Desenfatizar lo negativo del Nosotros
1. Estrategia intertextual 2. Predicación, agencia y selección léxica	1. Explicitación del grupo étnico 2. Hiperbolización numérica 3. Estrategia intertextual 4. Predicación, agencia y selección léxica	Conectores de contraste	Modalización

Un primer aspecto que es necesario mencionar del cuadro es que, de las ocho estrategias discursivas que presenta, todas ellas construyen una imagen negativa del Otro amazónico frente al Nosotros (el Gobierno, la prensa, el ciudadano peruano). En efecto, las cuatro estrategias agrupadas en la arista “Enfatizar lo negativo del Otro” hacen alusión a características negativas relacionadas con la “cultura” del Otro amazónico y son una manifestación de lo que aquí llamamos racismo cultural. Recordemos que las estrategias de hiperbolización numérica y explicitación del grupo étnico trabajan juntas y construyen una representación del pueblo amazónico que lo sitúa como una “masa salvaje”. La estrategia intertextual, por su parte, es utilizada por la prensa para inferiorizar al Otro amazónico atribuyéndole una incapacidad para hacerse cargo de sus propios intereses y adjudicándole la necesidad de un “tutor”. Como se dijo, esta estrategia está fuertemente relacionada con el pensamiento paternalista. Por último, la estrategia de predicación, agencia y selección léxica construye al Otro amazónico como inferior porque no le atribuye la agencia intelectual de sus acciones. En este sentido, esta estrategia pone en duda la “inteligencia” del amazónico y una serie de

capacidades que le permiten enfrentarse exitosamente al Gobierno en el marco del conflicto.

Como puede verse, todas estas estrategias construyen la “otredad” del amazónico sobre la base de características que son atribuidas a su ser social y son, por ello, una manifestación del racismo cultural: el amazónico es “bravo”, “revoltoso”, “manipulado”, “un niño” (en tanto no puede hacerse cargo de sus propios intereses), “incapaz de organizarse por sí solo”, etc. Las cuatro estrategias restantes del cuadro también construyen, junto con las otras, una imagen negativa y racista del Otro amazónico al asociarlo a acciones negativas (estrategia de predicación agencia y selección léxica), omitir su voz (estrategia intertextual), invisibilizar sus acciones positivas (uso de conectores lógicos) o poner en duda información que lo favorece (modalización). Es importante notar que la mayor cantidad de estrategias está concentrada en la arista “Enfatizar lo negativo del Otro”. Esto sugiere que, en el discurso racista de la prensa peruana, construir al Otro negativamente importa más que construir una imagen positiva del Nosotros. El ataque, más que la defensa, es lo crucial.

Finalmente, un punto también importante, y muy relacionado al anterior, es la pobre presencia de estrategias en las aristas “Desenfatizar lo positivo del Otro” y “Desenfatizar lo negativo del Nosotros”: solo una estrategia en cada caso. Esto se explica porque, en general, el discurso de la prensa hace alusiones escasas a lo positivo del Otro o a lo negativo del Nosotros, por lo que, en verdad, hay poco que desenfatizar. Por el contrario, a través de la estrategia intertextual, la prensa silencia las voces amazónicas y, de este modo, el Otro tiene pocas oportunidades de hablar “bien” de sí mismo. En cuanto a lo negativo del Nosotros, la prensa no busca mencionarlo, más bien, lo mitiga y hace más visibles sus aspectos positivos a través de estrategias como las ubicadas en la arista “Enfatizando lo positivo del Nosotros”. Estas últimas tampoco son muy abundantes porque, como ya se dijo, lo fundamental en una comunicación ideológica no es la defensa, sino el ataque.

El Gobierno peruano y los diarios *El Comercio*, *El Peruano* y *Ajá*

Una cuestión que es también importante señalar y que, de igual manera, se desprende del análisis de las estrategias es que, a pesar de que *El Comercio*, *El Peruano* y *Ajá* pertenecen a líneas editoriales distintas (sus objetivos, valores, ideales, identidades y su público son distintos) no hay diferencias notables en cuanto al uso de estas por parte de estos tres diarios. Es decir, en cuanto a variedad y cantidad de estrategias, los discursos de los tres diarios

se han comportado de manera similar. Prueba de ello es que, en la gran mayoría de los casos, ha sido posible obtener ejemplos de los tres diarios para cada una de las estrategias en proporciones semejantes. Ahora bien, aunque el uso de estrategias se presenta bastante uniforme en los tres diarios, no ocurre lo mismo en cuanto a las razones ideológicas que motivan su utilización. Es decir, si bien en los tres casos las estrategias discursivas encubren un pensamiento racista y trabajan en favor del Gobierno, es cierto también que este apoyo a la gestión política del Gobierno no se produce por las mismas razones para los tres diarios. Para entender estas diferencias es necesario, en principio, hacer un muy breve recorrido por las relaciones políticas que cada uno de estos diarios ha mantenido con el Gobierno peruano. Estos vínculos históricos explican, en parte, el apoyo que estos tres diarios han mostrado al Gobierno y la presencia en sus respectivos discursos de una representación positiva de este y de una representación negativa de los amazónicos.

Empecemos por *El Comercio*. Este diario, fundado en 1839, es considerado uno de los más antiguos e importantes del país y, por ello, ha sido denominado el “decano de la prensa nacional”. Gracias a diversos factores, entre ellos la fortaleza económica de sus propietarios, actualmente es el más prestigioso de los llamados “diarios serios” y, en opinión de muchos, es uno de los más importantes referentes cuando se trata de hablar de la evolución de la sociedad peruana, pues ha logrado dar cuenta de los sucesos más importantes del país a través del tiempo (Oyarce 2006).

La aparición de *El Comercio* coincide con una etapa de la historia del Perú en la que, en lo político, se buscaba estabilidad y, en lo económico, se experimentaba la llegada y promoción de los capitales y prácticas comerciales que harían posible la iniciación del Perú en el capitalismo (Gargurevich 2007). Esta coyuntura político-económica tuvo (y tiene) una fuerte influencia en la línea de pensamiento del diario. En efecto, desde sus inicios, este ha estado ligado a uno de los grupos de poder económico más activos de la estructura social peruana: la familia Miró Quesada. En la actualidad, los Miró Quesada son los propietarios de cuatro diarios: *El Comercio*, *Perú.21*, *El Trome* y *Depor*, además de otras publicaciones, y son accionistas de dos importantes canales de la televisión peruana. La familia Miró Quesada pertenece, pues, a la élite empresarial del país y esto se refleja en las ideas que promueve, abierta o soslayadamente, a través de sus diversas publicaciones y en la relación que ha establecido con el Gobierno peruano.

En un estudio reciente, García (2010) señala que existe una alianza entre el poder político y la prensa dominante, representada por *El Comercio*. La autora hace un análisis de cinco artículos escritos por el presidente Alan García durante los años 2007 y 2008 conocidos como “la saga del perro del

hortelano”. En estos artículos, el presidente presenta un modelo de desarrollo para el país que tiene una clara tendencia neoliberal y tecnócrata, que sigue las leyes del mercado, es decir, un modelo de desarrollo acorde a las necesidades y a los deseos de los sectores empresariales del país. Lo relevante es que estos artículos fueron publicados y difundidos por *El Comercio*. Incluso, luego de su publicación, el diario utilizó su espacio editorial para, en palabras de la autora, “felicitar” al presidente por la “maduración doctrinal” de su pensamiento (García 2010: 132). La autora interpreta esto como “una absoluta alineación entre la prensa dominante y el gobierno de turno” (Ibíd. p.133). De este modo, dice García, *El Comercio* jugó un rol importante en la legitimación del discurso del presidente. La razón de este absoluto respaldo tiene su origen en que tanto *El Comercio* como el Gobierno tienen la misma visión de desarrollo para el país, es decir, una visión empresarial y de mercado.

Estas circunstancias explican por qué, en el marco del conflicto de tierras entre el Gobierno de Alan García y los pueblos amazónicos, *El Comercio* tomó partido por la causa gobiernista. Guiado por su pensamiento empresarial, conservador y elitista, el diario más importante del país vio con buenos ojos la llegada de capitales privados a la Amazonía, tal como tenía pensado el Gobierno con la promulgación de los decretos que fueron la causa del conflicto¹⁶.

El Peruano, por su parte, tiene una historia que también lo acerca al Gobierno, pero por razones distintas a las de *El Comercio*. Este diario nació en 1825 bajo el nombre de *El Peruano Independiente*. Su publicación fue ordenada por el entonces gobernante del Perú Simón Bolívar con el fin de que sirviera como un instrumento de difusión de sus ideas políticas y de apoyo a su presencia en el Perú. De este modo, *El Peruano Independiente* se convirtió en el primer diario “oficialista” del país. En 1826, cambió de nombre y pasó a llamarse simplemente *El Peruano*. En ese entonces, la publicación tenía ya un carácter oficial y sus funciones se ampliaron. Reemplazó a las viejas “relaciones” y “gacetas”, y, por orden del Ministerio de Gobierno, se convirtió en el órgano oficial del Estado en el que era obligatorio publicar ordenanzas, leyes y decretos.

En la actualidad, *El Peruano* se autodefine como el diario que emite “la posición del Estado peruano” y que tiene como función principal “publicar los dispositivos legales que emanan de sus organismos” (Arrambide 2006). Sin embargo, como se ha visto en el breve recuento de su historia y también en el análisis de las estrategias discursivas, *El Peruano* está lejos de ser la voz del Estado peruano, es más bien la voz del gobierno de turno y este respaldo se lleva a cabo desde su espacio noticioso. Existen,

pues, razones históricas que, desde siempre, han ligado a este diario con la clase política y esto se ha visto reflejado en la postura que adoptó durante el conflicto entre el Gobierno de Alan García y los pueblos amazónicos.

Por último, la relación entre el diario *Ajá* y el Gobierno es la historia de la manipulación política de la prensa sensacionalista o “chicha”¹⁷. Este diario fue fundado en 1994 y esta fecha coincide con la etapa final del primer mandato del ex presidente Alberto Fujimori, que fue, en realidad, su única ascensión al poder que fue alcanzada legítimamente. Según Gargurevich (2002, 2007), *Ajá* y otros diarios “chicha” más¹⁸ tuvieron una participación activa en el proyecto político de reelecciones sucesivas que Fujimori inició en el año 1995. En esta fecha, el entonces presidente convocó a unas elecciones presidenciales que fueron impunemente manipuladas a su favor. Como resultado de esta gestión, logró convertirse en el presidente del país por segunda vez consecutiva¹⁹.

Durante todo este proceso de reelecciones fraudulentas, la prensa “chicha”, subvencionada por el Gobierno de Fujimori, jugó un rol importante a su favor a través de campañas de desprestigio en contra de los varios contendores a los que el actual ex presidente tuvo que enfrentarse durante sus dos reelecciones. Como puede verse, el diario *Ajá* ha estado relacionado con el poder político de alguna u otra manera, al igual que *El Comercio* y *El Peruano*. Consecuentemente, era de esperarse que el diario mostrara, una vez más, su respaldo a la clase política, esta vez representada por Alan García. Esto muestra que, a pesar de ser un exponente de la prensa popular y de representar un desafío para los preceptos de la prensa llamada “seria”, el diario *Ajá* es de una línea tan conservadora como la de *El Comercio* o *El Peruano*. Su irreverencia solo pasa por aspectos superficiales como el lenguaje informal, los colores extravagantes y su gusto por los temas sensacionalistas relacionados a la violencia, el sexo y el espectáculo; sin embargo, cuando se trata de política, el diario se muestra defensor de posturas tradicionales.

Por otro lado, esta postura conservadora no se evidencia únicamente cuando el diario apoya al Gobierno a través del uso en su discurso de las estrategias que hemos presentado en el apartado de análisis, sino también cuando evita tocar temas políticos. Gargurevich (1992) hace hincapié en que la cobertura mínima de temas políticos es una característica de la prensa “chicha”. Nuestros datos corroboran esta idea. En efecto, mientras que *El Comercio* hizo una cobertura de veintiún días del conflicto amazónico (del 11 al 31 de agosto) y *El Peruano* una de quince días (del 17 al 31 de agosto), *Ajá* cubrió el conflicto por un lapso de 10 días, un tiempo bastante

breve tomando en cuenta la cobertura de los otros diarios y la importancia social del suceso. Esta es también una forma de respaldo al Gobierno porque, con ello, se rehúye la responsabilidad social de abordar críticamente temas que podrían dañar su imagen.

Teniendo en cuenta lo dicho hasta aquí, podemos regresar a la idea de que *El Comercio*, *El Peruano* y *Ajá* han tenido motivaciones distintas para haber apoyado al gobierno de Alan García durante el conflicto amazónico. Se ha visto que *El Comercio* ha tenido una motivación ideológica relacionada con su visión de desarrollo. Proveniente de un entorno empresarial de élite, este diario considera que la iniciativa del Gobierno de propiciar la inversión en los territorios amazónicos es del todo beneficiosa para el país. Como se dijo, esta es una forma de ver el desarrollo basada en la economía neoliberal y tecnócrata que, por supuesto, es solo una de las muchas formas de interpretar el fenómeno del “desarrollo” y que, al parecer, no se muestra tolerante con los modos de vida de los pueblos amazónicos que habitan en las zonas del conflicto. En cuanto a *El Peruano*, es evidente que es un diario que históricamente ha estado ligado al poder político. Desde Simón Bolívar hasta Alan García, su línea de pensamiento conservadora y progubernista no ha cambiado y, en la medida en que siga formando parte del aparato estatal, seguirá sirviendo a los intereses de los gobiernos y no a los de la nación peruana, aunque, como se ha visto en el caso de *El Comercio* y *Ajá*, el no depender directamente del aparato estatal tampoco garantiza su desapego ideológico de la clase política. Finalmente, en relación con el diario *Ajá*, se ha visto que, desde su creación, ha sido instrumento del poder político y que, a pesar de su carácter transgresor y popular, su orientación política es igual de conservadora que la de *El Comercio* y *El Peruano*.

Conclusiones

El análisis realizado ha arrojado resultados bastante claros: la representación que la prensa hace del amazónico es fundamentalmente negativa. Se ha podido ver que, a través de las ocho estrategias discursivas que se han presentado, el discurso de la prensa ha enfatizado sistemáticamente los aspectos negativos del amazónico y ha invisibilizado sus aspectos positivos. Sistemáticamente también ha resaltado lo positivo del Gobierno y ha invisibilizado sus aspectos negativos. Es decir, el discurso de la prensa ha tomado claramente la forma del cuadrado ideológico, característico de todo discurso que presenta un sesgo racista y que reproduce la lucha desigual entre un Nosotros, considerado superior, y un Otro, sin voz e inferiorizado. El hecho de que la mayor cantidad de estrategias esté concentrada en la arista “Enfatizar lo negativo del Otro” sugiere que, en el discurso racista de

la prensa peruana, construir al Otro negativamente importa más que construir una imagen positiva del Nosotros. Importa más atacar que defenderse.

Esta representación negativa del amazónico es una manifestación concreta de aquello que De la Cadena (1998, 2003) ha denominado racismo “cultural”. Como se dijo anteriormente, las prácticas racistas que hacen referencia directa al color de la piel ya no son del todo toleradas por nuestra sociedad, se han convertido en un tabú; por ello, el racismo se ha adaptado a las exigencias actuales y ha reconfigurado sus bases: el fenotipo se ha vinculado con otras categorías discriminatorias como la “educación” y la “cultura”. Por ello, la representación que hace la prensa del amazónico no hace alusión directa a su “raza”, sino a su ser social: el amazónico es “salvaje” y “manipulable”. Pero como señala De la Cadena, el racismo con base fenotípica sigue latente bajo el racismo cultural, este último es únicamente la nueva cara que le ha permitido resistir las corrientes de pensamiento que lo han cuestionado.

Por otro lado, la representación negativa que hace la prensa del Otro amazónico tiene un carácter ambivalente. Mediante la estrategia de la predicación, agencia y selección léxica, el amazónico es representado de manera contradictoria por la prensa: por un lado, es el “salvaje” y el “bravo”, el responsable de un vasto conjunto de acciones negativas; por otro lado, es el “manipulado”, el que ha sido llevado a cometer estas acciones negativas. Es el “malo” y es el “bueno”, porque hizo, pero no sabía lo que hacía. Sin embargo, esta contradicción “malo”/ “bueno” es solo aparente. En realidad, no existe en el discurso de la prensa una representación positiva del amazónico que se contraponga a la negativa, no existe un escenario discursivo en el que se predique del amazónico cualidades realmente positivas. El considerarlo objeto de manipulación y el suprimir la responsabilidad de sus actos es también una forma de representarlo negativamente: el amazónico se muestra como un ser sin agencia, incapaz de tomar decisiones y de actuar por voluntad propia. De este modo, la prensa convierte al amazónico en el Otro “amado” de Bhabha (1994), el Otro que puede ser controlado, dominado, el “obediente”. Este modo de conceptualizar al amazónico reproduce también un pensamiento paternalista: al carecer de agencia y voluntad propia, el amazónico es transformado en un niño que debe ser guiado por otros. Vemos, pues, que la ambivalencia en las representaciones es un juego conceptual que busca un acercamiento engañoso con el Otro: las distancias con este no se acortan para buscar un entendimiento mutuo, sino para dominarlo, para construirlo como un “niño salvaje” que necesita ser “educado” y “conducido” (dominado).

Otro aspecto que ha sido relevante para este estudio es que el análisis de las noticias ha mostrado que, a pesar de pertenecer a líneas editoriales distintas, no hay diferencias notables en la variedad o en la cantidad de estrategias utilizadas por *El Comercio*, *El Peruano* y *Ajá*. Tampoco las hay en los resultados de este uso: los tres diarios construyeron con ellas una imagen negativa del amazónico y una imagen positiva del Gobierno. Más bien, como se ha demostrado, los contrastes provienen de las relaciones que cada diario ha mantenido con el Gobierno peruano a lo largo de la historia, las cuales han dado lugar a que cada diario muestre un apoyo ideológico a este por razones distintas, las cuales han sido abordadas en su momento.

A todo esto, puede decirse que el modo en que la prensa ha representado al amazónico puede interpretarse como una nueva versión del orientalismo de Said (1974). Se trataría, pues, de un “amazonismo” que se construye sobre la base de discursos periodísticos sobre lo que es ser “amazónico”. Los discursos de la prensa peruana reactualizan el discurso colonial sobre el amazónico (el “salvaje”, el “niño”, el “exótico”) y lo hacen desde una posición que pretende ser neutral y no política. Así como los eruditos orientalistas describían al “oriental” desde su estatus de poseedores del conocimiento “puro” (el “saber académico”), los periodistas peruanos también nos describen al “amazónico” desde un punto que los sitúa como transmisores de información “objetiva”. Sin embargo, como ya se ha dicho anteriormente, la producción discursiva es un proceso que implica rutinas particulares de selección y jerarquización de la información que obedecen a los supuestos, las actitudes, las creencias y los valores de quienes participan de este proceso (Fairclough 1992). La elaboración de noticias periodísticas no escapa a ello y, por tanto, sus productos discursivos están necesariamente influidos por las subjetividades de los periodistas que los elaboran.

Como hemos visto, estas subjetividades constituyen un sesgo racista a favor del Gobierno que impregna el discurso de la prensa y que llega a la audiencia de forma más o menos explícita. Por ello, se ha dicho que el discurso periodístico es, ante todo, una práctica social que tiene el poder de construir representaciones de la realidad, del amazónico en este caso, y de influir en la audiencia que lo consume. Con ello, puede lograr que estas representaciones sobre lo “amazónico” ingresen al “sentido común” de la gente. Una vez situadas ahí, las representaciones se vuelven verdades irrefutables que sitúan para siempre al amazónico en un punto del imaginario social peruano en el que es constantemente olvidado, exotizado y otrificado. Debido a este poder, resulta fundamental tomar consciencia de la importancia de una lectura crítica de la prensa, es decir, una lectura que preste atención al proceso de elaboración de la noticia y que no pierda de vista que detrás de ella siempre hay un alguien.

Notas

* Agradecimientos a Natalie Povilonis por traducir el abstract de este artículo. Natalie Povilonis estudia Lingüística, y Lengua española y Literatura en la Universidad de Chicago. Actualmente, está interesada en trabajar con lenguas en peligro de extinción, pues considera que estas constituyen una parte importante de la cultura y de la identidad de los pueblos.

¹ La asociación que en la actualidad se establece entre los habitantes de la Amazonía y lo salvaje está muy convencionalizada y enraizada en el sentido común de la sociedad peruana. Tanto es así que la Real Academia Española recoge en su Diccionario el término “chuncho”, un adjetivo propio del Perú y Bolivia que hace alusión a esta relación. En su primera acepción, “chuncho” se define de la siguiente manera: “Se dice generalmente de los naturales de la región selvática escasamente incorporados a la civilización occidental”. En su segunda acepción, el término aparece definido como sinónimo de “incivil”, “rústico” y “huraño” (2001, Vigésima Segunda Edición: 367).

² El derecho a la consulta es uno de los acuerdos estipulados en el Convenio 169 de la Organización Mundial del Trabajo (OIT).

³ En un estudio más amplio (Arrunátegui 2010), se ha llevado a cabo un análisis discursivo de noticias publicadas en estos mismos diarios que hacen la cobertura de un conflicto ocurrido en el Perú en el año 2009 conocido como “El Baguazo”, el cual tuvo como protagonistas, nuevamente, al Gobierno peruano y a algunos pueblos de la Amazonía peruana y que produjo la muerte de numerosos indígenas amazónicos y policías. El análisis muestra que el sesgo ideológico racista no solo estuvo también presente en estos discursos periodísticos, sino que tuvo un carácter mucho más explícito, porque la prensa utilizó calificativos como “salvajes”, “caníbales” y “sádicos” para referirse a los pueblos amazónicos.

⁴ Los estudios poscoloniales surgieron hacia fines del siglo XX. Estos estudios sostienen la idea de que el discurso colonial tiene una base epistemológica y abordan el problema del colonialismo dentro y fuera de Europa.

⁵ De aquí en adelante, todos los ejemplos son copia fiel de los textos originales.

⁶ Según Fairclough (1992), el discurso reportado se caracteriza por presentar dos partes: una cláusula reportativa que sirve para introducir el reporte y el reporte en sí mismo, es decir, las palabras dichas por otro. En el discurso reportado directo, el reporte aparece entrecomillado, el tiempo y los deícticos corresponden al discurso original y, tradicionalmente, se dice que utiliza las palabras exactas de la persona que está siendo reportada. Por ejemplo, en ‘Margaret Thatcher advirtió a sus colegas del Gabinete: “No voy a pasar por alto una reincidencia ahora”’, la cláusula reportativa es “Margaret Thatcher advirtió a sus colegas del Gabinete” y el reporte, “No voy a pasar por alto una reincidencia ahora”, utiliza el tiempo presente y el deíctico “ahora”, correspondientes al momento en el que Thatcher pronunció estas palabras. En contraste, el discurso reportado indirecto presenta el reporte bajo la forma de una cláusula subordinada (marcada por la conjunción *que*), sin entrecomillado, y el tiempo y los deícticos toman la perspectiva de quien reporta y no la de quien es reportado. Por ejemplo, en “Margaret Thatcher advirtió a sus colegas del Gabinete que ella no iba a pasar por alto una reincidencia entonces”, el tiempo utilizado es el pasado y el deíctico “ahora” ha sido reemplazado por “entonces”. Además, en este tipo de discurso reportado, es más probable que el significado del discurso original del reportado sea modificado por quien reporta (cfr. Fairclough 1992: 107).

⁷ Ver p. 23

⁸ Ver p. 10

⁹ Ver nota al pie 6 para una breve descripción de las principales características del discurso reportado directo.

¹⁰ Este “hablar por sí mismo” del Gobierno a través de la prensa debe tomarse con cautela. Desde hace algún tiempo, existen importantes estudios que han cuestionado la visión tradicional del habla reportada, es decir, aquella que considera que quien reporta es un canal que transmite la información fielmente, sin alteraciones en la forma o en el significado del discurso reportado. Estos estudios señalan que, por el contrario, el discurso reportado tiene, en realidad, un carácter creativo. Tannen (1995), por ejemplo, señala que, una vez fuera de su contexto original, los discursos siempre sufren transformaciones en su significado. Quien reporta es un sujeto activo, creativo y transformador, y, en ese sentido, ya no sería adecuado hablar de discurso reportado, sino más bien de un “diálogo construido” (*Constructed dialogue*) en el que quien reporta construye o recrea las palabras del otro. Fairclough (1992), por su parte, también habla de “representación discursiva” (*Discourse representation*) para hacer énfasis en que el habla reportada, directa e indirecta, es una representación de lo que dijo el otro, la cual tiene mucho de la perspectiva de quien “reporta”.

¹¹ Said (1979) también hace alusión a esta construcción del Otro como alguien que no tiene voz propia y que necesita de un tutor que hable por él. El autor menciona el encuentro literario entre Flaubert y una cortesana egipcia, el cual, según Said, creó un modelo muy influyente sobre la mujer oriental en Occidente: “Ella nunca hablaba de sí misma, nunca mostraba sus emociones, su condición presente o pasada. **Él hablaba por ella y la representaba.** Él era extranjero, relativamente rico y hombre, y esos eran unos factores históricos de dominación que le permitían no solo poseer a Kuchuk Hanem físicamente, sino hablar por ella y decir a sus lectores en qué sentido era típicamente oriental” (p.24, las negritas son nuestras).

¹² Veamos el siguiente par de enunciados para una explicación más detallada del funcionamiento de la estrategia: (a) María es fea *pero* rica y (b) María es rica *pero* fea. ¿Cuál es la imagen que queda de María en cada una de las oraciones? ¿Positiva o negativa? Es claro que en el enunciado (a) la representación de María es positiva: su riqueza importa más que su belleza y esto se logra colocando la cualidad positiva (“rica”) al final de la cláusula. En (b), en cambio, la representación de María resulta negativa porque, en este caso, es la cualidad negativa (“fea”) la que se ubica al final de la cláusula y esto contribuye a formar la idea de que la fealdad de María es más importante que su belleza (Cassany 2006). En ambos casos, las cualidades que se mencionan en primer lugar quedan invisibilizadas.

¹³ Por ejemplo, podemos notar un claro contraste entre las siguientes proposiciones en cuanto a su modalidad: “El Gobierno es respetuoso de los derechos ciudadanos” y “Es posible que el Gobierno sea respetuoso de los derechos ciudadanos”. En la primera proposición, la modalidad es categórica, pues el grado de afinidad o de certeza que expresa el hablante es muy alto: no hay duda de que el Gobierno es respetuoso de los derechos ciudadanos. En cambio, en el segundo ejemplo, el grado de afinidad disminuye notablemente; existe la posibilidad, pero no la certeza de que El Gobierno sea respetuoso. Los recursos gramaticales que expresan modalidad son muy variados. En los ejemplos anteriores, el modo indicativo que expresa el verbo “es” es un marcador de modalidad categórica. Adjetivos como “posible” (en el segundo ejemplo) o “probable” y adverbios como “posiblemente”, “probablemente”, “definitivamente” y “obviamente” son también marcadores modales. Los verbos auxiliares “poder” y “deber”, por su parte, son también recursos lingüísticos que tradicionalmente se han asociado a esta categoría gramatical (Fairclough 1992).

¹⁴ Es importante notar que el uso del modo potencial en el discurso reportado indirecto no siempre tiene implicaciones ideológicas. En muchos casos, este es el modo que se utiliza para reportar un enunciado que expresa una acción en futuro que, para el momento de la enunciación del reporte, ya forma parte del pasado. Veamos el siguiente ejemplo.

*Arturo dijo: "El problema se solucionará" > Arturo dijo que el problema se **solucionaría** [el problema ya ha sido solucionado para cuando se hace el reporte].* (Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española: 3228).

¹⁵ Ver nota al pie 13.

¹⁶ Recordemos que los decretos tenían por objetivo facilitar la venta de territorios amazónicos a empresas privadas para el aprovechamiento de sus recursos naturales.

¹⁷ La prensa "chicha" es, según Gargurevich (2002), una prensa popular, de bajo costo, que se caracteriza por estar más enfocada al entretenimiento que a la información. Esta prensa se aparta de los cánones tradicionales del periodismo escrito en aspectos tales como el contenido, que es considerado sensacionalista y poco objetivo, en el formato (colorido y no sobrio) y en el lenguaje, que pertenece a un registro altamente informal.

¹⁸ Entre ellos figuran *El Mañanero* (fundado en 1992), *El Chino* (1995), *La Chuchi* (1996), *El Tío* (1998), *La Yuca* (2000), entre otros.

¹⁹ Previamente, en 1992, Fujimori disolvió el Congreso con la finalidad de hacer viable su reelección.

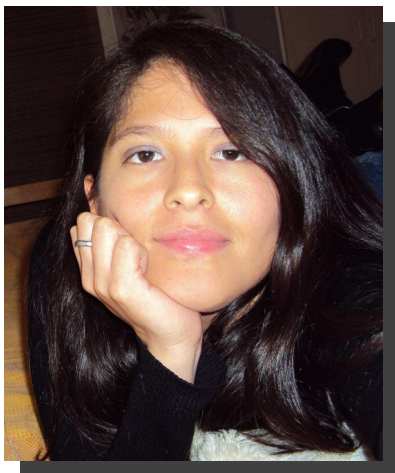
Referencias

- Ariza, J.L. (2004).** "Identidad indígena y Derecho estatal en Colombia". En *Cuadernos Deusto de Derechos Humanos*. Universidad de Deusto/ Bilbao, 30. pp 13-45.
- Arrambide, V. (2006).** *Entre la ficción y la memoria. El origen de El Peruano*. Lima: Editora Perú.
- Arrunátegui, C. (2010).** *El racismo en la prensa escrita peruana. Un estudio de la representación del Otro amazónico desde el análisis crítico del discurso*. Tesis para optar el grado de magíster en Lingüística. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Bhabha, H. (1994).** "La otra pregunta. El estereotipo, la discriminación y el discurso del colonialismo". En *El lugar de la cultura*. Buenos Aires: Ediciones Manantial SRL, pp.91-110.
- Cassany, D. (2006).** *Tras las líneas. Sobre la lectura contemporánea*. Barcelona: Anagrama.
- Castro-Gómez, S. (2005).** *La poscolonialidad explicada a los niños*. Popayán: Editorial Universidad del Cauca.
- Cortiñas, S. (2009).** "Diez preguntas para leer críticamente la prensa". En CASSANY, D. (compilador). *Para ser letrados. Voces y miradas sobre la lectura*. Barcelona: Paidós, pp. 100-108.
- De la Cadena, M. (1998).** "El racismo silencioso y la superioridad de los intelectuales en el Perú". En *Socialismo y Participación* N°83. Diciembre, Lima, CEDEP, pp.85 -109.

- De la Cadena, M. (2004).** *Indígenas mestizos: raza y cultura en el Cusco*. Lima: IEP.
- Espinosa, O. (1998).** “Los pueblos indígenas de la Amazonía peruana y el uso político de los medios de comunicación”. En: *América Latina hoy*. Revista de Ciencias Sociales. Salamanca: Universidad de Salamanca/Madrid: Universidad Complutense, 19. pp. 91-100.
- Espinosa, O. (2003).** “Desafíos a la ciudadanía multicultural en el Perú: el `mito del mestizaje` y la `cuestión indígena`”. En VIGIL, N. y ZARIQUIEY, R. (editores). *Ciudadanías inconclusas. El ejercicio de los derechos en sociedades asimétricas*. Lima: Cooperación Alemana de Desarrollo (GTZ) y PUCP. pp. 77-89.
- Fairclough, N. (1992a).** “A social theory of discourse”. En *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press, pp. 62-100.
- Fairclough, N. (1992b).** “Text analysis: Constructing Social Reality”. En *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press, pp. 169- 199.
- Fairclough, N. (2003).** “Intertextuality and assumptions”. En *Analyzing Discourse. Textual analysis for social research*. Routledge: New York, pp. 39-61.
- García, M. (2010).** “El discurso del perro del hortelano y las articulaciones actuales entre política y medios de comunicación en el Perú”. En Portocarrero, G., Ubilluz, J.C. y Vich, V. (editores) *Cultura política en el Perú. Tradición autoritaria y democratización anómica*. Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales. pp. 127-142.
- Gargurevich, J. (2002).** *La prensa sensacionalista en el Perú*. Serie Comunicaciones. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Gargurevich, J. (2007).** *Los periodistas. Historia del gremio en el Perú*. [En línea] Consulta: 11 de marzo de 2010. Disponible en <<http://blog.pucp.edu.pe/item/14427>>
- Nugent, G. (2001).** “¿Cómo pensar en público? Un debate pragmatista con el tutelaje castrense y clerical”. En López Maguiña, S. *et al.* (comps.), *Estudios culturales, discursos, poderes, pulsiones*. Lima: Red para el Desarrollo de las ciencias sociales en el Perú, pp. 121-143.
- Organización Internacional del Trabajo (2002).** *Convenio N° 169 sobre Pueblos Indígenas y Tribales en Países Independientes*. 5ta. edición, San José, Costa Rica. [En línea] Consulta: 13 de mayo de 2010. Disponible en <<http://white.oit.org.pe/ipecc/documentos/169.pdf>>
- Oyarce, J. (2006).** *Cómo vender y cómo comprar. Criterios para mirar la prensa peruana*. [En línea] Consulta: 12 de marzo de 2010. Disponible en <<http://www.matices.de/14/14pprens.htm>>

- Pineda, R. (2005).** “La historia, los antropólogos y la Amazonía”. En *Antípoda* N°1, *Revista de Antropología y Arqueología*, julio-diciembre 2005, Bogotá, pp. 121-135.
- Real Academia Española (2001).** *Diccionario de la Lengua Española*. Vigésima Segunda Edición. Madrid: Espasa.
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2009).** “Discurso directo y discurso indirecto (I). Características fundamentales”. En *Nueva Gramática de la Lengua Española*. Primera Edición. Vol. II “Sintaxis II”, Madrid: Espasa, pp. 3273-3290.
- Said, E. (1979).** *Orientalism*. New York: Vintage Books. A Division of Random House.
- Santos, F. (1992).** “Visiones del ‘Otro’”. Imágenes andinas y europeas sobre la amazonía y sus habitantes”. En *Etnografía de la Alta Amazonía. Siglos XV-XVIII*. Colección 500 años. N° 46. Quito: Ediciones Abya-Yala, pp. 259-304.
- Tannen, D. (1995).** “Waiting for the Mouse: Constructed Dialogue in Conversation”. En Mannheim, B. y Tedlock, D. (ed.) *The Dialogic Emergence of Culture*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Van Dijk, T. A. (1983).** *Racism in the Press*. Londres: Arnold.
- Van Dijk, T. A. (1999).** “Estructuras ideológicas del discurso”. En *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa, pp.328-344.
- Van Dijk, T. A. (2010).** “Análisis del discurso del racismo”. En *Crítica y Emancipación*. Año II, Número 3, pp. 65-94.
- Velázquez, M.(2007).** “El mal/estar en la cultura chicha: la prensa sensacionalista”. En López Maguiña, S. y otros (editores). *Industrias culturales. Máquina de deseos en el mundo contemporáneo*. Lima: Red para el desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú, p. 181-197.
- Wodak, R. y M. Meyer (2003).** *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa.
- Zavala, V. y R. Zariquiey (2007).** “Yo te segrego a ti porque tu falta de educación me ofende”: una aproximación al discurso racista en el Perú contemporáneo. En Van Dijk, T. (coord.). *Racismo y Discurso en América Latina*. Barcelona: Gedisa. pp. 333-369.

Nota biográfica



Carolina Arrunátegui es Bachiller en Lingüística por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y Magíster en Lingüística por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Actualmente, se desempeña como profesora en el área de Humanidades de la Pontificia Universidad Católica del Perú y en el área de Lenguaje de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Sus intereses académicos giran en torno al análisis del discurso, en especial, al racismo en el discurso de los medios de comunicación.

E-mail:

carolina.arrunategui@pucp.edu.pe