

IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2011.

# **La enunciación de la identidad boliviana en el periódico Renacer Boliviano.**

Melella, Cecilia.

Cita:

Melella, Cecilia (2011). *La enunciación de la identidad boliviana en el periódico Renacer Boliviano. IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-034/17>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

## LA ENUNCIACIÓN DE LA IDENTIDAD BOLIVIANA EN EL PERIÓDICO RENACER BOLIVIANO

Cecilia E. Melella

Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales

PIP 658/09. Migración internacional en ciudades de la Argentina: Lugares, territorios e identidades en la era de la globalización. CONICET.

E mail: [cemelella@gmail.com](mailto:cemelella@gmail.com)

La relación entre migración y medios de comunicación suele abordarse desde el análisis de los medios hegemónicos de los países de destino y la enunciación, muchas veces peyorativa, que éstos hacen de los sujetos migrantes.

En su defecto, este trabajo proyecta el abordaje del discurso enunciado por los mismos migrantes a través a los medios de comunicación migrantes como la prensa gráfica. Históricamente, en Argentina, las colectividades de migrantes se han conformado como tales a partir de diferentes prácticas como las fiestas cívicas o religiosas, la conservación del idioma natal, las danzas folklóricas, la gastronomía, la música, etcétera. Dentro de este vasto conjunto de prácticas, las comunidades se han enunciado a sí mismas también a partir de los medios de comunicación: periódicos, programas de radio y hasta de televisión han sido y son parte de los recursos que las diferentes colectividades han utilizado para comunicarse entre sus miembros y para alzar su voz hacia aquellos que no son miembros.

Dentro del grupo de migrantes latinoamericanos, la colectividad boliviana es una de las más numerosas en nuestro país (233.464 en el año 2001), por lo que cuentan con distintos medios de comunicación, entre los cuales se destaca el periódico *Renacer Boliviano*, que se edita en Argentina ininterrumpidamente desde 1999. Por lo siguiente, este trabajo se propone dar cuenta de la enunciación de la identidad boliviana realizada por *Renacer*, subrayando la importancia no sólo de una dimensión temática sino figural.

Palabras clave: migración, medios de comunicación, prensa gráfica, enunciación, identidad.

### Introducción

El periódico de la comunidad boliviana *Renacer* enuncia cierto tipo de construcción identitaria que referencia al *ser boliviano en Argentina*. La dimensión de la identidad supone la existencia de un sentimiento colectivo, promueve algún tipo de referenciación afín e implica cierta percepción de pertenencia a un grupo. Consecuentemente, entendemos que las identidades no son resultado de una totalidad natural e inevitable, sino que son producto de una construcción. Según Leonor Arfuch “la identidad sería entonces no un conjunto de cualidades predeterminadas –raza, color, sexo, clase, cultura,

nacionalidad, etcétera— sino una construcción nunca acabada, abierta a la temporalidad, la contingencia, una posicionalidad relacional sólo temporariamente fijada en el juego de las diferencias” (Arfuch, 2002: 21).

En este sentido, Stuart Hall (2003) deja tras de sí a la identidad entendida como esencialista y la define como estratégica y posicional. En la modernidad tardía las identidades no son singulares sino que están construidas desde múltiples discursos y prácticas sociales. Hall destaca tres rasgos fundamentales de este concepto de identidad. En primer lugar, toda identidad se construye dentro del discurso, razón por la cual (y esta es la segunda característica) tiene carácter histórico, o sea, es plausible de cambiar. En tercer término, las identidades se conforman a partir de la diferencia, es decir, de la relación con el otro.

La identidad, entonces, es inseparable de la dimensión de alteridad, ya que se instituye a través de una dinámica interna de la diferencia que paralelamente asimila y expulsa al otro, marcando así una frontera constitutiva de esa misma diferencia. Marc Augé (2000) plantea que a partir de los discursos, tanto manifiestos como tácitos, lo que aflora no es la subjetividad de cada individuo — es decir su historia de vida o situación particular— sino las relaciones explícita o implícitamente instituidas que mantiene con los otros.

En cada escenario particular los entramados de identificaciones y diferenciaciones generan conflictos. En este marco, la descripción de lo diferente puede implicar dimensiones normativas que construyen una frontera simbólica y que le garantizan a los enunciadorees (en este caso el periódico *Renacer*) que sus “creencias singulares” son el único camino que conduce a lo universal. Además, según Alejandro Grimson (1999, 2000), hay que destacar que el reconocimiento de la alteridad se articula frecuentemente con la definición de desigualdad, del mismo modo que la percepción de la igualdad lo hace con la definición de identidad. Las identidades se conforman dentro del juego de las relaciones de poder, de la desigualdad y de la exclusión.

Por último, a partir de la definición de cultura como redes de sentido, se puede pensar a la prensa migrante boliviana en Argentina (en este caso *Renacer*) como un texto inserto en la trama de significación en la que se desenvuelven los símbolos, sentidos, valores de la comunidad boliviana en Argentina, en relación con la sociedad de destino y con otros colectivos de migrantes. Sin embargo, considerar a la cultura como trama de significación no implica desconocer a la instancia cultural como un espacio dentro de la totalidad social donde se produce sentido. Por lo tanto, siguiendo a García Canclini, podemos afirmar que la cultura entendida como trama de producción de sentido, es al mismo tiempo material y simbólica, ya que, representa y reproduce la realidad, aunque esa reproducción y esa apropiación siempre es conflictiva (García Canclini, 1984).

### **Los periódicos de migrantes entre el género y el estilo. El caso de *Renacer Boliviano*.**

Los periódicos, además de ser medios de comunicación, son producidos y consumidos socialmente como un género, entendido como una clasificación consensuada y estable. Los géneros tienen, por lo tanto, rasgos previsibles. La

sociedad también clasifica a los textos como estilísticos, series inestables y en constante discusión (Petris, 1998).

Oscar Steimberg (1993) asegura que la diferencia entre género y estilo no puede ser aprehendida a partir de rasgos intrínsecos, como los rasgos retóricos, temáticos y enunciativos, sino por sus características metadiscursivas. Desde esta perspectiva, los diarios constituyen un género que respeta ciertas características consensuadas: títulos en las portadas, incluye informaciones recientes –del día anterior-, se emite todos los días, etcétera. Pero *Renacer* establece ciertas variaciones sobre el género como por ejemplo, se emite mensual o quincenalmente, circunscribe la agenda temática al universo de la relación Bolivia-Argentina, se comercializa en lugares no habituales, etcétera. Consecuentemente, podemos considerar a *Renacer* como un estilo, lo que no quita que en un futuro pueda convertirse en género, como por ejemplo, prensa migrante.

Si bien, como señalamos anteriormente, Steimberg advierte que la descripción de rasgos retóricos, temáticos y enunciativos no permite diferenciar el género del estilo, y dado que el objetivo de este escrito es analizar la enunciación y la construcción de la identidad boliviana en *Renacer*, estas herramientas teórico-metodológicas se convierten en centrales para describir minuciosamente las características de esta publicación.

El periódico *Renacer Boliviano en Argentina* nació en Buenos Aires en el año 1999 con el objetivo de alzar la voz de los inmigrantes bolivianos residentes en nuestro país frente a las acusaciones expuestas en los medios masivos de comunicación locales que relacionaban a estos trabajadores como la principal causa del progresivo aumento de la desocupación y del desempleo. La edición Web del tabloide expone: “El periódico *Renacer* nació en 1999, en la ciudad de Buenos Aires en plena “caza de brujas” cuando funcionarios del gobierno argentino y medios de comunicación adeptos, impulsaron una campaña a la opinión pública; responsabilizando a los migrantes por el aumento en la desocupación y en el desempleo” ([www.renacerbol.com.ar](http://www.renacerbol.com.ar)).

*Renacer* tiene su domicilio legal y su redacción en la calle Charrúa de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), un barrio emblemático de la comunidad boliviana en Buenos Aires. El periódico cuenta con 24 páginas, se distribuye quincenalmente en la antigua Capital Federal, Gran Buenos Aires e interior del país y Bolivia. También cuenta con una edición Web.

El hecho de que *Renacer* se redacte desde Charrúa no es un dato menor porque este barrio ha sido y es uno de los principales lugares de congregación de los bolivianos en Argentina. El barrio Charrúa, cuyo verdadero nombre es barrio General San Martín, se localiza en el barrio porteño de Nueva Pompeya y está delimitado por las calles Erezcano, Avenida Fernández de la Cruz, Carlos Berg y las vías del Ferrocarril Metropolitano (ex Belgrano). Este barrio tiene una fisonomía particular como consecuencia de la interacción entre los habitantes, en su mayoría bolivianos, y el espacio físico (Sassone, 2006, 2007, 2010; Sassone y Mera, 2007). Charrúa comenzó siendo un asentamiento muy precario en los años 50 y recién en 1968 se finalizaron las obras de construcción de viviendas y su adjudicación se consumó en 1992. El barrio

cuenta con una escuela, una asociación de fomento, una capilla, una cancha de fútbol y los sábados funciona una feria.

En la actualidad, este asentamiento barrial representa uno de los principales centros de reunión de la comunidad boliviana en Argentina, por ejemplo allí se lleva a cabo la festividad de la Virgen de Copacabana, una de las más importantes para esta comunidad migrante.

A su vez, Renacer se distribuye en puntos específicos del país, en la ciudad autónoma de Buenos Aires: microcentro, en los barrios de Once, Congreso, Constitución, Liniers, Flores, Pompeya, Villa Soldati, entre otros puntos. En la Provincia de Buenos Aires se comercializa en las localidades de Moreno, Merlo, Morón, Laferrere, González Catán, Villa Celina, Pilar, Lomas de Zamora, La Plata, entre otras. Asimismo, podemos de manera sintética apuntar que la inmigración boliviana se establece principalmente en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA)<sup>1</sup>. El sector sur de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), más allá de la Avenida Rivadavia y limitando con el este con la Avenida Boedo, en barrios como Liniers, Villa Soldati, Parque Avellaneda, Nueva Pompeya<sup>2</sup>. En la zona que se conoce como Gran Buenos Aires las personas de origen boliviano se asientan principalmente en los partidos de Almirante Brown, La Matanza, Berazategui, Florencio Varela, Quilmes, Merlo, Moreno, Lomas de Zamora y Morón. En la franja periurbana se sitúan en los partidos de Escobar y La Plata (Sassone, 2006, 2007, 2010).

A partir de lo anterior, deducimos que las zonas donde se distribuye Renacer son las que cotidianamente recorren los ciudadanos pertenecientes a la comunidad boliviana, ya sea porque sus viviendas están asentadas allí o porque forman parte de sus recorridos laborales diarios. Además, la distribución incluye lugares de tránsito como las estaciones de trenes o colectivos (Liniers, Flores, Merlo, Morón, Moreno, Pompeya, etcétera).

Actualmente Renacer tiene un costo de cinco pesos y posee una tirada de diez mil ejemplares. Consta de varias secciones entre las que se destacan:

- Bolivia
- Actualidad
- General
- Editorial
- La ciudad
- Deportes
- Cultura
- Regionales
- Interior
- Internacional

Además, cuenta con un staff de una decena de redactores que trabajan desde sus oficinas en Charrúa y más de diez colaboradores situados en diversos departamentos de Bolivia como La Paz, Tarija y Oruro. También tiene corresponsales en Mar del Plata, Mendoza, Chubut y Neuquén.

Conjuntamente, si bien se formó en torno a las actividades y problemáticas de la colectividad boliviana en Argentina, Renacer extendió su organización a la

realización de prácticas diversas como eventos culturales, mediáticos y deportivos, así como nuevos emprendimientos gráficos como la Revista de Charrúa 2000 y el periódico infantil El bolita.

Por otra parte, una de las características identitarias de Renacer es la imbricación entre la pertenencia al colectivo de bolivianidad, (el reconocerse como miembros de la comunidad boliviana en Argentina), y como herederos de las culturas originarias de América<sup>3</sup>. Esta línea de continuidad con las culturas originarias de América potencia que estos migrantes esbocen discursos de resistencia a partir de la enunciación de una verdad originaria vinculada a la cultura tiwanakota. Es una forma de deslegitimar a los discursos rivales u hegemónicos.

### **Rasgos retóricos**

Desde Aristóteles se concibe a la retórica como una técnica cuyo objetivo final es la persuasión. Para llevar a cabo este análisis partimos de la concepción de las figuras retóricas como operaciones de figuración (Grupo Mu, 1970, 1). El objeto de este apartado es la reconstrucción de las operaciones de sentido que dieron como resultado a las figuras retóricas presentes en un texto. Entendemos, siguiendo a Fernández y Tobi, a la figura como un artilugio cuya finalidad es alcanzar un efecto particular (Fernández y Tobi, 2009). La figura constituye una desviación dentro del texto. La figura está en lugar de otra expresión, una equivalencia entre la expresión propia y la expresión figurada. Según Fernández y Tobi "...un cierto número de figuras representan infracciones a la lengua. Pero este número solo corresponde a una parte de las figuras: para las otras hay que buscar la norma, no en la lengua, sino en el tipo de discurso" (Fernández y Tobi, 2009: 2). Según Tzvetan Todorov, "cada discurso posee su propia organización que no se puede deducir por fuerza invirtiendo la de otro discurso. Afirmar lo contrario sería considerar a las sillas como mesas desviadas" (Todorov, 1970: 46).

Por lo tanto, para realizar un análisis retórico de un discurso no basta con el contraste de las figuras retóricas en el texto, sino que es necesario el conocimiento sobre cuestiones de la vida de los discursos en los que las operaciones figurales tienen lugar. Aunque, como sostiene el Grupo Mu de Lieja, si bien la teoría de la desviación no resulta satisfactoria a nivel explicativo, sí lo es a nivel descriptivo.

Sin embargo, la noción de operación es analítica, es decir que el receptor no encuentra las figuras en la superficie textual. Las figuras retóricas son paquetes perceptuales interpretativos y para analizarlas se ha desmontado y analizado ese paquete textual interpretativo a través de las operaciones. Para llevar a cabo ese desmonte analítico tomaremos como referencia la tipología propuesta por Fernández y Tobi quienes realizan una caracterización de las operaciones de figuración. La tipología está conformada por tres grupos de operaciones figurales: Operaciones de construcción, de referenciación y de inserción. Las operaciones de construcción "representan aquellos fenómenos de alteración material que sufren los textos en la superficie" (Fernández y Tobi, 2009: 2).

Incluyen operaciones de sustracción, de adjunción, de conmutación y de transmutación.

En segundo término, las operaciones de referenciación aluden a los procedimientos por los que una figura dice algo sobre su referente. Aquí encontramos distintos pares como la comparación y la contigüidad, la condensación y el desplazamiento, el anclaje y el relevo, la ampliación y atenuación y la concreción y la abstracción.

Por último, las operaciones de inserción aluden a las disímiles maneras en que la figura se relaciona con el resto del texto y con los distintos tipos de conjuntos de los que forma parte, como un género o estilo, etcétera. Este tipo de operaciones resulta central para nuestro análisis de las portadas de Renacer ya que permite dar cuenta del modo en que la expresión figural se inserta en la totalidad del texto (la portada) o en los conjuntos de textos analizados (el corpus seleccionado) que se encuentran vinculados entre sí. Las operaciones contenidas en este tipo son: expresión/contenido, encapsulamiento/secuenciación y sintagmática y paradigmática.

Por su parte, la portada de un periódico impone desde su diseño gráfico un orden, una cohesión, una forma de presentarse ante los posibles lectores, una identidad, un estilo. Entendemos, junto con Rubén Biselli, que las portadas de los periódicos buscan domesticar el caótico mundo de lo noticiable, y que la primera página conecta sinécdoquicamente las propiedades de la totalidad del tabloide. Características como regularidades gráficas, uso de espacios, presencia de logotipo, presencia de fotografías o de publicidades, uso del color, tipografía, entre otras, son las estrategias discursivas que a nivel retórico configuran la primera plana del periódico Renacer. Algunos de estos recursos varían con los años y otros permanecen constituyendo la enunciación del periódico en cuestión.

Desde lo figural, lo retórico, podemos establecer que Renacer configura ciertas unidades o recursos estables que caracterizan como publicación. Renacer apela, desde esta dimensión analítica, a muchos saberes laterales por parte del enunciatario: las relaciones metonímicas son las que más abundan.

En primer lugar, Renacer no ha cambiado su diseño tabloide imperante en los diarios de tirada masiva y adhiere fehacientemente a una tradición libresca aunque incluye elementos como los colores chillones y la cantidad de fotografías en la primera página que lo introducen dentro de una tradición estilística vinculada a lo mediático televisivo y la prensa sensacionalista.

Sin embargo, el uso perpetuado de colores como rojo, amarillo, verde, azul, que ante una lectura magra podrían leerse como sinónimo de las publicaciones sensacionalistas o amarillistas, en Renacer tienen otra significación ligada a la procedencia, ya que tanto sus editores como de sus potenciales lectores han nacido, o son familiares de personas procedentes de Bolivia. La presencia de los colores de la bandera de la República de Bolivia (verde, rojo y amarillo) constituye un significante que remite a Bolivia, al país, a la nación. También ciertos motivos son significantes del significado bolivianidad como el Carnaval, la Virgen de Copacabana, los tinkus, la vestimenta andina indígena, que cruzan

las fotografías presentes en las portadas. Recordemos que estas fotografías funcionan como dispositivos de tipo indicial.

En este sentido, la presencia de fotografías constituye otra invariable en las portadas de esta publicación. Si bien han modificado su tamaño, siempre se distribuye la portada en torno a una noticia central que es ilustrada con una fotografía. Sin embargo, reparamos que esta tendencia pareciera cambiar en los últimos números analizados (primer trimestre de 2011) en los que el tabloide enfatiza su condición de constructor de realidad. De esta forma, se aproxima al estilo sarcástico de publicaciones emblemáticas de la prensa gráfica Argentina como Página 12.

La cantidad de notas en tapa (entre tres y seis aproximadamente) es un rasgo que se mantiene constante, así como el nombre de la publicación, aunque si ha cambiado su diseño. Los epígrafes de éste también han cambiado a lo largo de los años según las decisiones enunciativas del periódico. Por su parte, las publicidades siempre están presentes, en mayor o menor medida, en las portadas de todos los períodos estudiados. La publicidad tiene la particularidad de conectar al destinatario directamente con el universo simbólico de los bolivianos en Argentina<sup>4</sup>. Las publicidades nos hablan, desde lo retórico y también desde lo temático, de los sentidos, significaciones, prácticas de los bolivianos en Argentina: viajes a Bolivia, barrios como Celina o Liniers que nos conectan con los lugares que transitan los bolivianos aquí en Buenos Aires, mercerías que nos remiten a la industria textil que realizan los bolivianos aquí en Argentina, etcétera.

La relación entre nación y comunidad originaria<sup>5</sup> se encuentra presente en Renacer desde lo figural en las primeras ediciones a partir de la tensión entre las imágenes (presentes en la portada) de la Puerta del sol y el Obelisco.

La imagen de la llama en La Puerta del Sol remite culturalmente a Bolivia, como aclarábamos anteriormente, a la civilización tiwanakota. Es más, alude a los orígenes ancestrales de Bolivia, por lo cual connotativamente nos circunscribe a la bolivianidad y al indigenismo. El Obelisco sobre Avenida Corrientes de Buenos Aires nos sitúa en la capital de Argentina, ciudad cosmopolita. El Obelisco es el signo de Buenos Aires, y el mensaje lingüístico nos permite extenderlo a toda la República Argentina. De este modo, la Puerta del Sol nos acerca a la bolivianidad, a Bolivia, por una relación lógica comparable con la sinécdoque al igual que el Obelisco remite a Argentina. La imagen denotada provee la palestra donde las normas culturales permiten la connotación del mensaje, aunque no agotan, sin embargo, las lecturas posibles.

Asimismo, la simbología indigenista que aparece como hegemónica en el 2006, suponemos que debido a la llegada de Evo Morales a la presidencia de Bolivia. El universo simbólico del indigenismo remite a las representaciones acerca del ser boliviano y contempla el regreso a los orígenes y se asienta históricamente en la antigüedad pre-colombina fundacional de América. El indigenismo, ya presente desde lo figural tanto con la Wiphala como con la R con figuras tiwanakotas, así como con la kantuta (flor nacional de Bolivia y referente incaico), constituye un hilo conductor con la modernidad latinoamericana y

específicamente boliviana. Este hilo conductor se ensambla directamente con la presencia de lo boliviano en Argentina, a través de la inclusión de su folklore como el Carnaval o los festejos religiosos u originarios. Asimismo, ciertas formas étnicas o “raciales” (con todas las salvedades que implica el empleo de este término), representan, más allá de la persona particular, símbolos del concepto de bolivianidad, del ser andino u originario, nociones en constante tensión.

### **Rasgos temáticos**

A partir de los análisis de Oscar Steimberg se puede distinguir a la dimensión temática de un texto como aquella que integra acciones y situaciones según esquemas de representabilidad históricamente elaborados y relacionados previamente al mismo texto. Por su parte, Cesare Segré (1988) define el tema como la materia elaborable (elaborada) en un discurso o texto o el asunto cuyo desarrollo es su idea inspiradora. Si bien Segré diferencia el tema del motivo, concluye que ambos “... son el lenguaje de nuestro contacto cognoscitivo con el mundo del hombre” (Segré, 1988: 366).

Los medios informativos como los diarios, revistas, programas de televisión, preparan agendas a partir de criterios de selección y construcción de la información (Martini y Gobbi, 1998). La relevancia de cada tema se plasma en la aparición en la portada o de un sector destacado, en la presencia de fotografías que lo acompañen, en la sucesión temporal en el medio informativo, etcétera. La agenda es una visión particular del mundo, o más específicamente, la construcción de ésta a través de la jerarquización y ordenamiento de determinados hechos sociales. Como sostienen Stella Martini y Jorge Gobbi, la agenda se relaciona directamente con la dimensión enunciativa o con lo que Verón denomina contrato de lectura, es decir, la relación establecida entre el medio y su público.

Si bien la agenda de los medios se construye en un ida y vuelta con los públicos, la agenda que componen los grandes medios de comunicación posee un espectro más abarcador que el que pueden diseñar los pequeños medios o medios alternativos. El periódico Renacer es un medio de comunicación alternativo, debido a que abarca un espectro ceñido de los públicos potenciales que consumen un periódico (alrededor de diez mil ejemplares). Además, presumimos que sus destinatarios ideales son específicos: personas que tienen relación, de alguna u otra manera, con la colectividad boliviana en Argentina. En su defecto, los temas que postula Renacer como principales, su agenda, da cuenta de esta circunscripción. El destinatario ideal marca la elección temática que se centra fundamentalmente en acercar el allá (Bolivia) al aquí (Argentina).

Las portadas de los periódicos condensan las noticias más importantes del día. En el caso de Renacer, resume las noticias más importantes del mes o de la quincena, dependiendo de la variabilidad de su edición. Basándonos en el tipo de información presente en la mayoría de los periódicos de gran tirada en Argentina como Clarín, La Nación o Crónica, en primer lugar, agrupamos, los temas a partir del tipo de información que presentan las portadas:

1. Policial
2. Policial
3. Cultural/espectáculos
4. Deportiva
5. Económica
6. Información general

Luego establecimos cuatro ejes temáticos claves que se vinculan directamente con Renacer y con las problemáticas de la comunidad boliviana en Argentina:

1. Indigenismo
2. Discriminación y xenofobia
3. Migraciones
4. Emprendimientos

El eje indigenismo nos autoriza a analizar la emergencia del discurso de los pueblos originarios o indígenas. Las noticias de tapa vinculadas con la discriminación y xenofobia permiten dar cuenta de la denuncia de problemáticas que sufre la comunidad boliviana y la presencia de un discurso demandante alternativo al de los grandes medios de comunicación masivos donde los inmigrantes son tratados como sujetos pasivos portadores de estigmas, contruidos discursivamente de manera negativa y discriminatoria. Con respecto a este punto, Celeste Castiglione sostiene que los diarios de tirada masiva como la Nación y Clarín plantean un discurso en el cual "...las comunidades migrantes nos son simples sujetos pasivos que merezcan compasión porque son atrasados o culturalmente poco asimilables a la sociedad receptora: hay internas, dentro de algunas comunidades hay corrupción, hay funcionarios que no cumplen con su tarea. Construyen una visión más compleja de la realidad, sin subestimar al lector" (Castiglione, 2010: 154).

Bajo el eje migraciones englobamos los titulares que informan sobre las políticas migratorias emprendidas por el gobierno nacional así como la defensa del ejercicio de la ciudadanía del migrante. Asimismo, un rastreo de los emprendimientos económicos, empresariales (como por ejemplo el trabajo en horticultura o la industria textil) nos permite focalizar el lugar de las relaciones transnacionales<sup>6</sup> entre Argentina y Bolivia, así como apreciar las prácticas en el seno de la misma comunidad.

Estos cuatro ejes temáticos se expanden y superponen sobre el tipo de información marcado en primera instancia. Así aparecen noticias policiales que abordan la discriminación y la xenofobia como por ejemplo "Asaltos a quinteros bolivianos en Zárate" (número 22, septiembre de 2000) o que lindan la problemática política con la discriminación o los titulares que vinculan esta última con informaciones netamente políticas: "Talleres de la muerte" (número 120, primera quincena de septiembre de 2006). También hay noticias culturales que desarrollan el eje indigenista como "Encuentro en Tiwanaku" (número 123, segunda quincena de octubre de 2006).

Además, analíticamente se vinculan los temas (a partir del tipo de información) con los países de origen y destino. De esta forma, se puede dividir esta dimensión temática en tres núcleos: las noticias sobre Bolivia, que denominaremos Bolivia, la presencia de noticias de la comunidad boliviana en Argentina, que llamaremos Bolivia en Argentina y la presencia de noticias internacionales o nacionales que no se relacionan directamente ni con el país Bolivia ni con la comunidad boliviana en Argentina, a la que denominaremos externas.

Es destacable, en primer lugar, que al elegir su agenda temática, Renacer, establecer sus propios marcos de discusión. Comparando los tres períodos, advertimos que la cantidad de títulos en tapa se mantiene estable, su sumatoria varía entre 40 y 45 por año dando como resultado alrededor de tres o cuatro por número.

A su vez, en el período 1999-2000 son dominantes las noticias sobre cultura y espectáculos (16) y sobre política (15), seguidos por deportes (6) y policial (4). En el 2006 escala ampliamente la cantidad de títulos sobre política (25) y desciende cultura y espectáculos (8). Les siguen deportes (3), economía (3) y policial (2). En el último período se mantiene estable la cantidad de noticias en tapa sobre política (26), seguida de cultura y espectáculos (8), de información general (3) y policiales (2).

Desde 1999-2000 hasta 2006 el mayor cambio que se dio en torno a la comunidad boliviana tiene que ver, por un lado con el acceso al poder de Evo Morales, que marca la primera vez que una persona de origen aymará (indígena) y de clase trabajadora accede a un cargo político de dirección. También, es para destacar que su acceso no fue un proceso pacífico sino que ha estado relacionado por una fuerte controversia y por una oposición marcada de sectores vinculados al sector empresarial y al capitalismo financiero. Son de público conocimiento las problemáticas entabladas por el sector este del país "Santa Cruz de la Sierra" en detrimento del "presidente kolla". En este sentido, Renacer toma partido, desde Argentina, en esta polémica en favor de Evo Morales. También de allí podemos pensar su acercamiento a las temáticas indigenistas<sup>7</sup> que han ascendido notoriamente también en 2006. Aquí Renacer se enmarca en reivindicaciones que van más allá de las lógicas (occidentales) de los estados-nación para acentuar el carácter originario de su pertenencia. Además, es la presencia de Evo Morales la que afianza esta postura ya que él es un presidente descendiente de los habitantes originarios de América. Este condimento originario fue central en la campaña y gestión de Evo Morales, recordemos que en el momento de su asunción lo hizo en la ciudad sagrada de Tiwanaku bajo los auspicios de un Amauta y frente a representantes de las distintas etnias de los pueblos originarios<sup>8</sup>.

En la última etapa, la política siguió siendo el bastión temático de Renacer (26 notas sobre 40), seguido de cultura y espectáculos (8), información general (3) y finalmente policiales (2). Las variaciones temáticas siguen siendo el indigenismo y la discriminación y xenofobia. La importancia dada por Renacer a las noticias sobre discriminación y xenofobia durante los tres períodos lo

posicionan como un periódico no solo informativo sino como denunciante de violaciones a los derechos humanos.

## **La enunciación**

A grandes rasgos, podemos sintetizar que la teoría de la enunciación bosquejada principalmente por Emile Benveniste pondera las categorías de discurso (entendido como lenguaje puesto en acción) y la de enunciación (acto de producir un enunciado y no del texto enunciado). Para Benveniste, la comunicación humana se da a través de la actualización del lenguaje que se pone en uso al comunicarse es el discurso. “La enunciación es este poner a funcionar la lengua por un acto individual de utilización. El discurso – se dirá –, que es producido cada vez que se habla, esa manifestación de la enunciación, ¿no es sencillamente el “habla”? Hay que atender a la condición específica de la enunciación: es el acto mismo de producir un enunciado y no el texto del enunciado lo que es nuestro objeto. Este acto se debe al locutor que moviliza la lengua por su cuenta. La relación entre locutor y la lengua determina los caracteres lingüísticos de la enunciación. [...] La enunciación supone la conversión individual de la lengua en discurso. [...] En la enunciación consideramos sucesivamente el acto mismo, las situaciones donde se realiza, los instrumentos que la consuman” (Benveniste, 1999: 83).

Según Christian Metz (Metz, 1991) es fundamental establecer una distinción entre de los discursos preparados de antemano que no pueden modificarse, como por ejemplo la prensa escrita o el cine, y aquellos que son lingüísticos. Los primeros, dice Metz, instauran una comunicación discontinua porque el enunciador y el enunciatario no pueden tocarse, la transmisión está escindida en dos momentos: registro y proyección, separados por diversos intermediarios comerciales y tecnológicos.

Además, según Metz, el emisor y el receptor reales son imaginarios pero indispensables para un análisis de la enunciación. El enunciador y el enunciatario no proporcionan conocimiento real sobre los espectadores/lectores que están sometidos a diferentes influencias. La enunciación es siempre metadiscursiva ya que, no nos informa sobre algo exterior al texto, sino sobre lo que el texto lleva en sí mismo, su fuente y su destinación.

Por su parte, Catherine Kerbrat-Orecchioni (Kerbrat-Orecchioni, 1997), apuntó que ante una situación comunicacional se debía tener en cuenta el universo del discurso, las competencias no lingüísticas y los modelos de producción e interpretación. Es decir que se incluyen las determinaciones psicológicas, las restricciones del universo del discurso, y competencias ideológicas y culturales de los receptores como conformadoras de los códigos, que están presentes en la emisión y en la recepción de cualquier discurso o mensaje.

Por lo tanto, la teoría de la enunciación ha marcado la premisa de que los mensajes que circulan en los medios de comunicación en particular, en la sociedad en general, son polisémicos, no tienen un sentido único y consolidado sino que pueden ser interpretados de diferentes maneras de acuerdo a los sentidos, prácticas, saberes -dentro del imaginario- en los que se constituyan

los receptores, entendiendo a la recepción como otra instancia de la producción de significaciones. Sin embargo la polisemia no debe ser confundida con el pluralismo, ya que los códigos con los que se reciben los mensajes siempre están atravesados por las relaciones de poder dominantes que producen una clausura clasificatoria. No hay que dejar de lado que la emisión, si bien no determina, condiciona la significación, por ejemplo desde el instante en que elige qué publicar y qué no.

Retomando entonces los procesos comunicacionales básicos de toda producción de sentido, podemos añadir siguiendo a Stuart Hall, que las condiciones de emisión y recepción de un mensaje están atravesadas por códigos. Es decir, que en el momento de emitir (codificar) o de recibir (decodificar) un mensaje, las personas lo hacen a partir de discursos que atraviesan a emisor/receptor, es decir que las experiencias vividas, el lugar que ocupamos en la sociedad, el idioma, costumbres, etcétera, inciden en los procesos de comunicación. La emisión y recepción de un mensaje conforman momentos diferenciados dentro de las relaciones sociales del proceso comunicacional íntegro. Los códigos, si bien comparten significaciones en común, nunca coinciden totalmente. Es así que autores como Hall sostienen que la codificación y la decodificación no siempre son simétricas, las circunstancias de emisión de un mensaje no son las mismas que las recepciones. “En realidad lo que el código naturalizado demuestra es el grado de hábito producido cuando hay un vínculo y reciprocidad -una equivalencia- entre los extremos de codificación en un intercambio de significados. El funcionamiento de los códigos en el extremo de la decodificación frecuentemente asumirá el status de percepciones naturalizadas” (Hall, 1980: 4).

Los códigos son los medios por los cuales el poder y la ideología significan. Son dominantes si son plausibles y legitiman la decodificación dentro de los parámetros performados por la codificación. Es decir que la correspondencia entre codificación y decodificación no es natural, no está dada, sino que es construida.

Hay que aclarar que el objetivo de este trabajo no es dar cuenta de los receptores reales, ya que ello sería imposible a partir del análisis de un discurso periodístico como *Renacer*. Para lograr este objetivo sería necesario realizar un análisis cualitativo de campo a partir de entrevistas basadas en un contacto directo con sujetos de carne y hueso. Sin embargo, los códigos se encuentran presentes en la enunciación del periódico como elementos conformadores del enunciado y del enunciatario (término comparable con el concepto de gramáticas de Eliseo Verón). En este sentido es fundamental para nuestro análisis la noción de contrato de lectura de Eliseo Verón.

Verón propone la categoría de contrato de lectura para dar cuenta de la relación entre un soporte y su lectura a partir de los postulados de la teoría de la enunciación. Ésta distingue el funcionamiento de los discursos en dos niveles, el del enunciado y el de la enunciación. El primero es el contenido, lo que se dice, y el segundo remite al cómo se lo dice, las modalidades del decir.

Verón sostiene que un discurso construye una imagen de quien habla y de aquel a quien se le habla y este es el contrato de lectura (Verón, 1985).

El análisis del contrato de lectura permite determinar la especificidad de un soporte, es decir, las estructuras enunciativas a partir de las cuales el contenido es presentado por el medio en cuestión. El análisis del contenido de la portada de Renacer a partir de la discriminación analítica de los rasgos retóricos y temáticos permite reconstruir las estrategias (estructuras dice Verón) enunciativas que han dado por resultado el periódico.

Verón indica tres exigencias que se deben tener en cuenta para analizar un soporte a fin de localizar su contrato de lectura: marcar las regularidades de las propiedades descritas, tener en cuenta sus variantes a partir de la comparación y finalmente tener en cuenta la sistematicidad de las propiedades exhibidas. La localización de estas propiedades en los tres períodos de Renacer permite determinar la configuración del contrato y éste puede ser consecuencia de una combinación entre diferentes modalidades de enunciación.

En primer lugar, podemos marcar que Renacer es un discurso periodístico y que su objetivo primordial es la información. Renacer se posiciona como discurso verdadero porque no modaliza lo que dice y produce informaciones sobre un discurso mayoritariamente impersonal. El enunciatario tiene como objeto la búsqueda de información (Cuesta y Zelcer hablan de enunciatario pragmático). En este tipo de discursos ni el enunciador ni el enunciatario están explícitamente marcados y según Verón, se designa un contrato donde un enunciador objetivo e impersonal habla la verdad. Esta condición se relaciona directamente con el respeto de lo que Christian Metz denomina verosímil del género, es decir, una restricción cultural y arbitraria de los posibles reales.

Asimismo, esta modalidad, en la que se destaca un enunciador objetivo e impersonal, se corresponde claramente con un enunciador pedagógico, ya que este último posee un saber que el enunciatario (o destinatario) no posee. Renacer informa a la comunidad boliviana en Argentina sobre todos los temas que a ésta le incumben: trámites migratorios, sucesos en el país de origen, sucesos que afectan directamente a la colectividad como la discriminación o las actividades culturales comunitarias, etcétera.

Según Verón el enunciador objetivo y el enunciador pedagógico son característicos de los contratos que implican distancia entre el enunciador y el destinatario. Sin embargo, también en Renacer hay cierto grado de complicidad entre el enunciador y el destinatario basado en el conocimiento de ciertos saberes o sentidos, es decir códigos. Si bien Renacer es un discurso periodístico cuyo objetivo es informar y que el género mismo implica el contrato complementario y distante, la complicidad es más significativa que en otras publicaciones de la prensa gráfica ordinaria debido a que Renacer está destinado especialmente a la comunidad boliviana residente en Argentina. Recordemos que el mismo epígrafe de la publicación apunta: "Renacer de Bolivia en Argentina" y "El periódico de la colectividad boliviana en Argentina".

Para realizar un análisis de la prensa escrita, Verón utiliza las categorías de tipo, género y estrategia. Con tipo de discurso se refiere a las estructuras institucionales que constituyen los soportes organizacionales y a las relaciones sociales cristalizadas de expectativas y ofertas que son los correlatos de las estructuras institucionales. Aquí encontramos al discurso político, informativo, publicitario, etcétera. Con la categoría de género se refiere al agenciamiento de la materia del lenguaje. Verón distingue dos conceptos de género: géneros-L incluyen a la entrevista, reportaje, alocución, debate, entre otros. Los géneros-P permiten designar y clasificar lo que se debe llamar los productos: diario, revista femenina, noticias, etcétera. Las estrategias discursivas se refieren a las variaciones identificadas en el seno de un mismo tipo de discurso o género-P. Verón afirma que el género-P habilita la zona de competencia directa y el título de prensa, título de referencia, se constituye en una mercadería marcada por su valor. Este dispositivo por el cual un título de referencia se convierte en mercancía tiene tres niveles. El primer nivel es el de la producción de la masa de lectores. A las condiciones de producción les interesan las características que le permiten definir a los lectores a los que apunta con su título de referencia. En el caso de Renacer, el lector se construye como perteneciente a la comunidad de migrantes bolivianos en Argentina. A partir de allí se crean determinados títulos de referencia como por ejemplo "Una oportunidad histórica" (Renacer número 107, enero de 2006), en clara referencia al acceso a la presidencia de Bolivia de Evo Morales. El objetivo de este título de referencia es conformar un grupo de lectores que compartan percepciones y representaciones asociadas a los sucesos políticos de Bolivia.

Pero, la producción de un grupo de lectores se realiza, afirma Verón, en situación de competencia. El segundo nivel es el posicionamiento del título de referencia frente a los títulos de la competencia. Renacer tiene ciertas características restrictivas que han pensado a los títulos de competencia a partir de distintos ejes. Por un lado, no podemos afirmar que los diarios de tirada masiva sean competencia de Renacer ya que por ejemplo Renacer tiene una frecuencia quincenal o mensual, sus temas y recursos gráficos y retóricos adscriben a la comunidad boliviana mayoritariamente. Ahora bien, entonces, los títulos en competencia estarían constituidos por otros periódicos emitidos por la comunidad boliviana en Argentina, y aquí hallamos al periódico Vocero Boliviano o Nueva Bolivia. Vocero Boliviano se ha erigido como competidor de Renacer en gran parte de la existencia de éste último, aunque al día de la fecha ha dejado de emitirse. Por su parte, Nueva Bolivia, en su número 2 de junio de 2010, se erige como competidor de Renacer. Aquí se pone en juego el contrato de lectura concertado entre el periódico y los lectores.

En tercer término, habiéndose producido grupo de lectores se le adjudica un valor con el objetivo de venderlo a potenciales anunciantes. En Renacer, como se analizó anteriormente, esos anunciantes o sus productos están directamente relacionados con las actividades de la comunidad boliviana en nuestro país: Empresas de micros de larga distancia que llegan a Bolivia, locales de venta de insumos para la industria textil como cierres, botones, elásticos, etcétera.

Contrariamente a lo que Steimberg había planteado años atrás para Clarín, Renacer acentúa los efectos de referencialidad y propone complicidad con el

destinatario. Por ejemplo, desde la imagen, podemos citar ciertos saberes vinculados a la simbología originaria como la estética artística tiwanakota u indígena, la apelación a ciertos lugares nacionales bolivianos como La Puerta del Sol, la presencia de la Wiphala, entre otras. Además, el reconocimiento de espacios característicos de la colectividad boliviana en Argentina como el emblemático Barrio Charrúa, de fiestas patronales o cívicas como el Carnaval de Oruro o la celebración de Urkupiña, o de problemáticas vinculadas a temas puntuales como la tramitación del documento nacional de identidad para residentes extranjeros, representan saberes precisos de los ciudadanos bolivianos en Argentina.

Desde esta perspectiva, sostenemos que el diario Renacer va a construir su destinatario como miembro de la comunidad boliviana en Argentina. En términos de Pierre Bourdieu (Bourdieu, 1993), el enunciador construiría al enunciatario a partir de su pertenencia a determinado campo, con relación a la posesión de cierto capital simbólico (sobre el capital legítimo) que permitiría “ofrecerle” ciertos espacios concordantes con sus gustos y necesidades. Por ejemplo, estas características culturales del enunciatario pueden verse reflejadas en las publicidades sobre viajes a Bolivia o envío de dinero al exterior, así como también por noticias informativas de ese país andino. El enunciador o emisor es construido como parte del nosotros. Éste se dispone como miembro de la misma colectividad y elige temáticas, representaciones y arquetipos que constituyen y construyen esa identidad colectiva de bolivianos en Argentina.

### **La enunciación de la identidad. Una aproximación**

Retomando la noción de género esbozada por Steimberg, consideramos a los diarios como géneros, y en especial a las portadas, como poseedoras de regularidades en torno a su configuración retórica, temática y enunciativa. Estas regularidades conforman gramáticas que actúan tanto en la producción como en el reconocimiento de los discursos sociales. Podemos resumir que Renacer desde la dimensión retórica, a través del uso de colores vinculados a la bandera de Bolivia o la presencia de la Wiphala, la simbología artística tiwanakota, la presencia en las de fotografías del cuerpo de los ciudadanos bolivianos, entre otros recursos, enfatizan la selección temática, que se centra en temas vinculados con Bolivia, o con las vivencias de los bolivianos en Argentina.

A su vez, esta selección temática se restringe a la visibilidad de ciertas problemáticas o temáticas por sobre otras. Así, la agenda de las portadas se compone principalmente de títulos que remiten a política, cultura y espectáculos y deportes. Durante los tres períodos analizados, Renacer conforma una línea editorial marcada sobre la plataforma política, descomponiéndola en la variable indigenista y las problemáticas de discriminación y xenofobia. Además, Renacer se conforma como un periódico que informa pero que también denuncia, que construye un enunciatario, si bien pragmático, fundamentalmente cómplice, con el que comparte un universo significativo, en el cual basa su visibilidad.

Desde una óptica general, la identidad en tanto conformación de un *nosotros bolivianos en Argentina* enunciada por Renacer se construye a partir de estos discursos, como la presencia del indigenismo, la apelación a la nacionalidad en tanto *bolivianos en Argentina*, la denuncia de la discriminación y la xenofobia y la construcción, desde la denuncia, de un nosotros inmigrantes. A su vez, podemos reconocer la presencia del reclamo por los derechos políticos que finalmente se evidencia a partir de 2009, pero que es una línea constante que atraviesa toda la historia de Renacer.

Entonces, la construcción identitaria en Renacer implica que la relación entre un nosotros y un otros nunca es estable sino que está abierta al contexto, a la relación con la historia. En Renacer no podemos hablar de una construcción identitaria única sino de varias, de diversos nosotros (bolivianos en Argentina, indígenas, inmigrantes o extranjeros, ciudadanos), intercalados, complementarios y a veces opuestos. La figura de la otredad tampoco es estable sino que remite a la relación. Sin embargo, no podemos de remarcar que la condición de migrantes provenientes de un país limítrofe como Bolivia, de ser parte de sectores muchas veces vulnerables, de ser objeto de discriminación, conforman la dimensión de la desigualdad que comporta toda identidad.

## **Bibliografía**

- Arfuch, Leonor (Comp.). (2002). *Identidades, sujetos y subjetividades*. Buenos Aires: Prometeo.
- Auge, Marc. (2000). *El sentido de los otros*. Buenos Aires: Paidós.
- Bajtín, Mijail. (2008). "El problema de los géneros discursivos" en *Estética de la creación verbal*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Barthes, Roland. (1993). *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós.
- Barthes, Roland. (1986). *Lo obvio y lo obtuso*. Buenos Aires: Paidós.
- Beccaría, Luciano- (2008). *Aportes del discurso periodístico a la construcción del imaginario social: El caso de la comunidad migrante boliviana en Buenos Aires*. Tesina de grado no publicada, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Argentina.
- Benveniste, Emile. (1999). *Problemas de lingüística general II*. México: Siglo XXI.
- Biselli, Rubén. (2006). La portada de La Nación como dispositivo discursivo, en *La Trama de la Comunicación*, Vol. 10, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación – Facultad de Ciencia Política y RR.II., UNR Editora, Rosario. Disponible en: [http://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/447/07.1%20Ruben%20Biselli\\_A1a.pdf?sequence=1](http://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/447/07.1%20Ruben%20Biselli_A1a.pdf?sequence=1)
- Cano, María Fernanda. (2000). *Configuraciones. Un estudio sobre las figuras retóricas*. Buenos Aires: Colección El Caldero. Cántaro Editores.
- Castiglione, Celeste. (2010). "Políticas migratorias recientes en el MERCOSUR a través de la prensa escrita, o en el nombre del bosque está en el bosque", en Novick, Susana (comp.), *Migraciones y Mercosur: Una relación inconclusa*. Buenos Aires: Catálogos.

Cingolani, Gastón. (2009). *Tapas de semanarios argentinos en el siglo XX: historia discursiva de un dispositivo y dos medios*, en Figuraciones. Teoría y crítica de artes, nº 5, Buenos Aires. Disponible en: <http://www.revistafiguraciones.com.ar/numeroactual/articulo.php?ida=106&idn=5&arch=1#texto> Consulta 12 de setiembre de 2010.

Cuesta, Andrés y Zelcer, Mariano. (2000). *El diario en la pantalla. La transposición de los periódicos a Internet*. Buenos Aires: Ed. Mimeo

Dubois, Philippe. (1983). *El acto fotográfico*. Buenos Aires: Paidós.

Eco, Umberto. (1978) *La estructura ausente*. Barcelona: Ed.Lumen

Fernández, J. L. y Tobi, X. "Criminal y contexto: estrategias para su figuración". En: L.I.S. Letra, imagen, sonido. Ciudad mediatizada. Nº2, 2do. Semestre 2009. Buenos Aires, UBACyT, 2009. ISSN1851-8931. Disponible en: <http://semioticafernandez.com.ar/catedra/programa-de-trabajo/>

Gottero, Laura. (2010). "Discurso periodístico, migraciones limítrofes e integración regional. Análisis cultural-comunicacional de la construcción simbólica del inmigrante del MERCOSUR en la prensa argentina nacional y provincial (2000-2005) en Novick Susana (comp.), *Migraciones y Mercosur: Una relación inconclusa*. Buenos Aires: Catálogos.

Grimson, Alejandro. (1999). *Relatos de la diferencia y la igualdad*. Buenos Aires: EUDEBA.

Grimson, Alejandro. (2000). *Interculturalidad y comunicación*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.

Grupo Mu. (1987). *Retórica general*. Buenos Aires: Paidós.

Hall, Stuart y Paul du Gay. (2003). *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.

Halpern, Gerardo. (2007). "Medios de comunicación y discriminación. Apuntes sobre la década del 90 y algo más", en Boletín de la BCN Nº123, Medios y Comunicación, Buenos Aires.

Halpern, Gerardo. (2009). "Avances reflexivos en torno de los inmigrantes regionales y (su) prensa". Disponible en: [http://www.apeparaguay.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3:avances-reflexivos-en-torno-&catid=39:comunicacion&Itemid=11](http://www.apeparaguay.org/index.php?option=com_content&view=article&id=3:avances-reflexivos-en-torno-&catid=39:comunicacion&Itemid=11)

Martini, Stella, María E. Contursi y Fabiola Ferro. (1988). "Modelos de comunicación". Universidad de Buenos Aires. Documento de la materia Comunicación 2. Cátedra Ford.

Martini, Stella y Jorge Gobbi. (1998). "Agendas públicas y agendas periodísticas". Universidad de Buenos Aires. Documento de la materia Comunicación 2. Cátedra Ford.

Melella, Cecilia y Sambucetti, Pablo. (2009). "El mensaje de Viracocha. El lugar de la memoria en la nueva construcción del ser boliviano", en *Temas de patrimonio cultural nº 24. Buenos Aires Boliviana. Migración, construcciones identitarias y memoria*. Buenos Aires, Comisión para la preservación del Patrimonio Histórico cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. 203-212.

Metz, Christian. (1972). "El decir y lo dicho en el cine", en *Lo verosímil*. Buenos Aires: Editorial Tiempo contemporáneo.

Metz, Christian. (1994). "La enunciación antropeide", en *L'enonciation impersonnelle ou le site du filme*. Paris: Klincksieck.

Petris, José Luis. (1998). *Crónicas y naciones. Estilos de diarios/Estilos en diarios*. Buenos Aires: Colección El Caldero. Cántaro Editores.

- Sassone, Susana María. (2006). "Migración, territorio e identidad cultural: construcción de "lugares bolivianos" en la ciudad de Buenos Aires." En Población de Buenos Aires, octubre, año/vol. 4, número 006. Dirección General de Estadística y Censos de la Ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires.
- Sassone, Susana María; Mera, Carolina. (2007). "Barrios de migrantes en Buenos Aires: Identidad, cultura y cohesión socioterritorial", MS/MIG - 1 "Fronteras, Identidades y Culturas en un mundo globalizado: repensar los conceptos analíticos centrales", Preactas V Congreso Europeo CEISAL de latinoamericanistas -Consejo Europeo de Investigaciones Sociales de América Latina-"Las relaciones triangulares entre Europa y las Américas en el siglo XXI: expectativas y desafíos", Bruselas (Bélgica), Abril 11-14 2007, [http://www.reseau-amerique-latine.fr/ceisal-bruxelles/MS-MIG/MS-MIG-1-Sassone\\_Mera.pdf](http://www.reseau-amerique-latine.fr/ceisal-bruxelles/MS-MIG/MS-MIG-1-Sassone_Mera.pdf)
- Sassone Susana María; Geneviève Cortés. (2010). Inmigración boliviana en la Argentina: Lógicas geográficas de difusión territorial y metropolización
- Sassone, Susana María. (2010). "El enfoque cultural en geografía. Nueva aproximación teórico-metodológica para el estudio de las migraciones internacionales" en Oteiza Enrique (comp.) *Patrones migratorios en América Latina*. Buenos Aires: EUDEBA.
- Segre, Cesare. (1988). "Tema/motivo" en *Principios del análisis del texto literario*. Barcelona: Crítica.
- Steimberg, Oscar. (1993). *Semiótica de los medios masivos*. Buenos Aires: Atuel.
- Steimberg, Oscar. y Traversa, Oscar. (1997). "Para una pequeña historia del lenguaje gráfico argentino" y "Por donde el ojo llega al diario: el estilo de primera página" en *Estilo de época y comunicación mediática*, Buenos Aires: Atuel.
- Todorov, Tzvetan (1970) "Sinécdoques" en *Investigaciones Retóricas II*. Barcelona: Ediciones Buenos Aires.
- Valeratto, S. (2006). *Comentarios sobre una experiencia de investigación sobre las estrategias discursivas de la prensa actual*. Actas Jornadas de Intercambio Académico: "Miradas discursivas sobre la prensa gráfica y digital" Área Transdepartamental de Crítica de Artes – IUNA y Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales UNR. Disponible en: <http://jornadas2006.blogspot.com/>
- Verón, Eliseo. (1996). "Para una semiología de las operaciones translingüísticas". En *Conducta, estructura y comunicación*. Escritos teóricos 1959-1973, Buenos Aires: Amorrortu.
- Verón, Eliseo. (1993). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, Eliseo. (1987). *Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island*. Buenos Aires: Gedisa.
- Verón, Eliseo (2002). *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Editorial Grupo Norma.
- Verón, Eliseo. (2004). "Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales: Producción, recepción, regulación" en *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.

---

<sup>1</sup> Comprende la ciudad de Buenos Aires más las tres coronas de partidos bonaerenses integrados en la mancha urbana.

<sup>2</sup> Hay que aclarar que los comercios textiles bolivianos también se extienden hacia el lado norte de Rivadavia, como por ejemplo en la zona de Av. Avellaneda y Nazca, en el barrio de Floresta. Asimismo, barrios como Liniers concentran comercios de y para bolivianos, donde se distribuyen productos típicos de ese país, ya sea gastronómicos, como locales de envío de remesas, etcétera.

<sup>3</sup> “A sabiendas de que más que migrantes de Bolivia, somos herederos de culturas milenarias, iniciamos la tarea de “informarnos” con nuestra propia voz sobre los acontecimientos que suceden alrededor. Si bien se formó en torno al origen boliviano una serie de actividades y formas de aglutinamiento, es justamente el origen indígena el que vemos subyacente en actividades, formas de organización y prácticas diversas... Herederos de la cultura de Tiwanaku, quedan testimonios de la grandeza en distintas regiones, rastros líticos que desafían el tiempo y que surgieron para enseñar a las generaciones que continuaban, sobre el movimiento de los astros, y la forma en que transcurre la vida, en equilibrio con la naturaleza. Producto de una migración constante desde hace un siglo, en Argentina viven actualmente 700.000 bolivianos, que son mayoritariamente indígenas, los excluidos económicos del estado boliviano” ([www.renacerbiol.com.ar](http://www.renacerbiol.com.ar)).

<sup>4</sup> Cuando decimos bolivianos en Argentina no pensamos en un colectivo homogéneo, ni tampoco en la vinculación directa a la nacionalidad. Por ejemplo, alguien que sea de nacionalidad argentina pero descendiente de bolivianos y que comparta ciertas prácticas, valores y sentidos con la comunidad boliviana en Argentina puede ser considerado como perteneciente a la categoría de bolivianos en Argentina.

<sup>5</sup> El dualismo planteado por el periódico, que divide el mundo indígena del mundo blanco, es utilizado para ilustrar las luchas que se suceden en Latinoamérica entre las comunidades y los Estados-Nación. Pero cabe aclarar que hay varias diferencias al interior de cada bando. Sin ir más lejos, muchas comunidades y organizaciones indígenas se alinearon con Evo Morales en el reclamo de autonomías y una nueva concepción de Estado, mientras que otras pretenden la autogestión sin tutela del Estado boliviano (Beccaría, 2008: 35).

<sup>6</sup> Entendemos el término transnacional como lo define Roberto Benencia, quien siguiendo a Portes, afirma que las actividades transnacionales llevadas a cabo por los migrantes (transnacionales) son las iniciadas y sostenidas por actores no institucionales (grupos organizados o redes de individuos) a través de fronteras nacionales (Benencia, 2008).

<sup>7</sup> Para un análisis sobre el vínculo entre Renacer y el indigenismo ver el trabajo de Luciano Beccaría, Aportes del discurso periodístico a la construcción del imaginario social: El caso de la comunidad migrante boliviana en Buenos Aires. (2008). Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

<sup>8</sup> Evo Morales comenzó el 26 de enero de 2006 su discurso en Tiwanaku con las siguientes frases: “Muchísimas gracias por todo el apoyo que me dieron en la campaña, hermanas y hermanos, los aymaras, los quechuas, los mojeños. Les decía, hermanas y hermanos de las provincias del departamento de La Paz, de los departamentos de Bolivia, de los países de Latinoamérica y de todo el mundo, hoy día empieza un nuevo año para los pueblos originarios del mundo, una nueva vida en que buscamos igualdad y justicia, una nueva era, un nuevo milenio para todos los pueblos del mundo, desde acá Tiahuanacu, desde acá La Paz, Bolivia. Muy emocionado, convencido que sólo con la fuerza del pueblo, con la unidad del pueblo vamos a acabar con el estado colonial y con el modelo neoliberal”.

“El mensaje de Evo en su discurso ante la Puerta del Sol viene a re-constituir el pasado en el presente, de modo que las emociones y afectos (positivos o negativos) que despierta son creadores de espacios, dentro de la arena política. Retomando a Verón, para quien la enunciación política es inseparable de la construcción de un adversario, todo acto de enunciación es “a la vez una réplica y supone una réplica”. En consecuencia, todo discurso político está habitado por otro, un otro negativo. Así observamos, la construcción de lugar donde Evo escenificó, en Tiwanaku, la construcción de identidad y abordó el discurso destinado a dos sujetos colectivos: los prodestinatarios (movimientos sociales bolivianos, pueblos originarios) y los contradestinatarios (rivales políticos, empresarios del imperio).

En tanto que vocero de las capas excluidas de la sociedad boliviana, Evo Morales para acentuar su carácter carismático-mesiánico entronizó como reclamo profético el año 500, número que cumple el pachacuti, ciclo solar positivo para los pueblos andinos. De esta manera, el reclamo por los recursos naturales (tanto en la recuperación de la tierra como de los activos

---

minerales) instaura en el sistema discursivo significaciones del pasado arcaico, connotando a los opositores políticos como proclives al saqueo de las riquezas del país y empobrecimiento del pueblo” (Melella y Sambucetti, 2008: 210).