

X Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes, Universidad Nacional del Rosario. Departamento de Historia de la Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional del Litoral, Rosario, 2005.

EL MERCOSUR y la Prensa Argentina.

Verónica Mendizábal y Marina Rodríguez.

Cita:

Verónica Mendizábal y Marina Rodríguez (2005). *El MERCOSUR y la Prensa Argentina. X Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes, Universidad Nacional del Rosario. Departamento de Historia de la Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional del Litoral, Rosario.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-006/114>

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>.

Xº JORNADAS INTERESCUELAS / DEPARTAMENTOS DE HISTORIA

Rosario, 20 al 23 de septiembre de 2005

Título:

El MERCOSUR y la Prensa Argentina

Mesa Temática:

Mesa Nº 12: *“América Latina y la crisis actual: una realidad y un debate”*

Pertenencia institucional:

Universidad Católica de Córdoba -

Autoras:

Rodríguez Marina

Dirección, Belgrano 265- Río Tercero – Provincia de Córdoba

Teléfono, (03571-421666)

Correo electrónico: marinarodmar@yahoo.com.ar

Mendizábal Verónica

Dirección: Bolivia 451- Río Tercero – Provincia de Córdoba

Teléfono (03571) 431902

Correo electrónico: veromendizabal@yahoo.com.ar

El MERCOSUR y la Prensa Argentina

Los periódicos, protagonistas de los cambios políticos económicos, sociales, jurídicos y culturales del MERCOSUR.

Verónica Mendizábal y Marina Rodríguez.

Introducción.

La base del trabajo El MERCOSUR y la Prensa Argentina ha sido la lectura sistemática de los diarios Página 12 y La Voz del Interior que se editan en Capital Federal y en la Provincia de Córdoba.

Este trabajo de investigación tuvo un período experimental desde el 1 de Julio hasta el 31 diciembre del año 2004.

Se trabajó con una categoría o concepto que es denominado “hecho” entendiéndose como una información generada por un protagonista del quehacer político-social.

Detrás del hecho existe la voluntad o intención de realizarlo y por lo tanto existe una intencionalidad política- económica, que en la mayoría de los casos presupone el empeño de hacerlo público. Es decir, que no se considera para el concepto de “hecho”, la información sobre un protagonista que no es generada por el mismo.

El hecho es cuantificado como “uno” y en consecuencia lo suma en forma diaria, mensual, etc. Los hechos son atribuidos a factores de poder o fuerzas políticas dentro de ellas a sus sectores económicos específicos.

El punto de partida de la investigación fue analizar el MERCOSUR en el proceso de cambio político en Suramérica, definido como un tema político e internacional que involucra una lucha política, económica y social, que es presentada y discutida en distintos encuentros diplomáticos y en los medios de comunicación para la toma de soluciones políticas, en función de que es uno de las expresiones que en los últimos años ha venido adquiriendo una mayor atención en el campo de estudio de la comunicación política dentro de la provincia de Córdoba, para investigar el papel central que juegan los medios

de comunicación en la determinación de las maneras como en las sociedades contemporáneas se construyen las representaciones de la complejidad política.

Fue muy importante en ese sentido, analizar el tratamiento que del mismo hace la prensa, que en la actualidad se configura como una de las instituciones más importantes por su proceso de mediación simbólica, para analizar los procesos de interacción entre el sistema comunicativo y el sistema político.

La ponencia que se presenta se estructura a partir del análisis de los resultados de la investigación periodística del MERCOSUR en el proceso de cambio político en Suramérica.

Mercado Común Sudamericano

Desarrollo.

1. Consideraciones teóricas para el análisis del MERCOSUR en el proceso de cambio político en Suramérica

En este apartado marcaremos los principales lineamientos teóricos de los protagonistas de la política actual y las aplicaciones jurídicas que el Mercado Común presenta, para el estudio de un tema político en el discurso periodístico relacionado con el proceso de tematización, entendido como el proceso de definición, establecimiento y debate público de los grandes temas políticos que constituyen la opinión pública mediante la acción determinante de los medios de comunicación, surgido de las investigaciones en dos medios gráficos.

Partimos del hecho de que una característica principal del estudio de la comunicación política moderna se centra en las relaciones entre el sistema comunicativo y el sistema político. Estos son vistos como participantes activos en la construcción de la opinión pública, todo como resultado de la centralidad comunicativa de la actividad política en las sociedades modernas, este tipo de investigación tiene como punto de partida que los orígenes del americanismo preexisten a la creación de los estados revolucionarios. Se ha dicho que no puede parecer insólito que, atendiendo a la génesis y puntos de partida de la conciencia nacional hispanoamericana, ésta la encontremos profundamente arraigada en el concepto de que América forma parte esencial de la unidad del imperio, y aún, de la unidad de la nación española. De este modo, y contradiciendo la realidad de la colonización económica, de la explotación social y de la coerción cultural, la superestructura jurídica del imperio y sus instancias ideológico-políticas se esforzaban por implantar el concepto de la igualdad de todos los súbditos ante la Corona. Así, a través de esta mediación ideológica el estado imperial intentaba difuminar los regionalismos existentes, los nacionalismos nacientes y la explotación de las diversas clases trabajadoras.

Se despliega en dicho proceso una dialéctica multipolar entre ciudad y región, nación y clase, constitución y pueblo, unidad y federación, hasta asumir una proyección continental. La idea de Nación aglutinó aquí una heterogénea

composición interna que encontró simbólicamente en el "continente" su primer principio de unificación social.

De esta manera los medios de comunicación se han convertido en un espacio significativo para el estudio de la representación y negociación de conflictos.

1.1 La tematización

Los levantamientos tupacamaristas de antaño, tuvieron un contenido revolucionario y a la vez integracionista y unificador de los sectores populares (indígenas, negros, mulatos y zambos, criollos pobres, bajo clero) proyectados en sentido nacional y continental. Pero la soberanía popular latinoamericana encuentra a partir de Bolívar su unidad programática fundacional, que San Martín refrendaría en la praxis concreta de sus campañas libertadoras. Es Simón Bolívar quien elabora un pensamiento político centrado en los valores de la Igualdad, la Libertad, la Soberanía popular y la Independencia nacional. Producto del análisis de la realidad, supo plantear la unión patriótica y la guerra a muerte en su momento. Habló de la gran nación que ha de ser de garantía de equilibrio en el escenario mundial en que han primado los enfrentamientos entre las potencias. Planteó también la necesidad de una institucionalidad política propia para la condición de un país joven pero digno y que mira al futuro; se enfrentó a los imitadores europeizados y americanizados. Insistió en un gran sistema de educación amplio y propio que fomentara a través de la actividad de los talleres, el espíritu de trabajo y creatividad de los jóvenes de la gran Colombia. Por su voluntad de unificación hace que procure incorporar a su proyecto nacional a las capas criollas acomodadas junto a la masiva incorporación de los sectores populares que participaron de las guerras independentistas, con el fin de superar el atomismo reinante tras la emancipación de la colonia. La idea bolivariana de la integración americana se concebía como una confraternidad de naciones y como ampliación de la ciudadanía a los grupos étnicos y a las capas sociales más postergadas.

El idealismo anfictiónico bolivariano no sustentaba la formación de un único mercado compartido. Todo lo contrario, sus esfuerzos estaban encaminados al plano superestructural. Este proyecto vivirá su momento de

apogeo en el Congreso de Panamá (1826) y con avances y retrocesos caducará luego del fallido Congreso de Lima (1864) y ulterior eslabonamiento de los diversos Estados del área al mercado mundial. Los estados de la región deberán esperar mejores épocas para plantearse el tema de la unidad.

En las postrimerías de la vida de Bolívar, su obra política se derrumbó por la tenaz oposición de la clase dirigente. Esta traicionó su sueño y lo condujo al destierro en Santa Marta, Colombia, donde finalmente murió el 17 de diciembre de 1830.

Es con el antigüismo que se logró elaborar una concepción de la democracia americanista de rasgos propios. Artigas reelabora las doctrinas del contractualismo en su vertiente roussoniana y le imprime un contenido novedoso proveniente de la cultura de la campaña y sus sectores populares. La organización nacional proyectada por Artigas obedecía a una construcción progresiva de individuo, comunidad y federación.

El oriental era partidario del gobierno republicano basado en el respeto a la autonomía de las provincias, planteando la necesidad de establecer un contrato social, pero no en el sentido del resguardo del libre goce de la propiedad privada individual, sino como un contrato entre comunidades, estados o regiones, para la salvaguarda de la independencia nacional. Este proyecto de integración latinoamericana, puede y debe servir para empezar a construir un futuro más equitativo y más justo.

La opinión pública reconoce que los medios de comunicación de masas, como institución pública, son piezas fundamentales para el equilibrio y desarrollo del MERCOSUR, proponiendo que su importancia está en la capacidad de formación de la opinión pública, al determinar la orientación de la atención ciudadana sobre una agenda de temas predominantemente que reclaman la atención y discusión pública. El hecho de que los temas sean reconocidos por todos como importantes y el hecho de que todos – o potencialmente todos- sepan a que se refieren, aunque la concreción de opiniones discrepen, eso es lo que la opinión pública debería conocer y estar informada. Los medios de comunicación cobran importancia al proponer un conjunto de temas para orientar los procesos de opinión colectivos y reducir la complejidad social, dándole forma al proceso de comunicación política que se manifiesta en las sociedades modernas.

Bajo este punto de vista, los medios de comunicación reducen ese complejo mundo en que vivimos a noticias, incluyen o excluyen de nuestro conocimiento (y preocupaciones) determinados temas. Además, la propia narrativa periodística vuelve a ser una estrategia discursiva de jerarquización, de asignación de importancia a unos asuntos u otros; el espacio que una noticia ocupa en los medios, en este caso MERCOSUR, es débil en el diario argentino, también, el lugar donde se sitúa dentro del periódico y, por supuesto, el que sea o no objeto de seguimiento a lo largo de un periodo contribuye a su tematización.

El estudio de la función de los temas se centra en reconocer y analizar los temas seleccionados por los medios de comunicación en función de las necesidades del sistema político. Además, esta temática comporta la existencia de diversas argumentaciones (valoraciones) sobre el tema mediante la expresión de una variedad de opiniones: la tematización debe ser entendida como una movilización hacia la decisión, por cuanto exige la resolución de un problema estructural mediante la adopción de una opinión determinada.

1.2 Definición de comunicación de las políticas en el MERCOSUR

La estructura selectiva de temas de comunicación política responde a la necesidad de organizar las demandas que se producen en todos los grupos de la sociedad y en las instituciones políticas y que por tanto, desbordarían el control y la solución política, porque vivimos en una sociedad compleja llena de actores, de instituciones que reclaman atención y solución a sus demandas. Se trata de asuntos sociales como: generación de empleo, creación de servicios públicos, apoyo educativos o de asuntos políticos: elecciones, reformas políticas, representación política, que experimentan un conflicto social en el escenario político. En el primero de los casos los diarios ni la política vigente ofrecen importancia a estas problemáticas sociales. En el segundo, los asuntos políticos no fueron tomados en el segmento del período analizado, por lo tanto no se observan una serie de reacciones o consecuencias directas. Por otro lado, el sistema político tiene una capacidad limitada para actuar y ofrecer alternativas a los problemas que se presentan, en la Argentina y en el MERCOSUR, según lo expuesto en los diarios examinados.

En este período, este proceso tiene diferentes momentos, como señalar sus causas y ofrecer soluciones, y paralelamente, se produce la aparición de una serie de actores, tanto del sistema político: miembros de los partidos políticos, funcionarios, como de miembros del sistema de medios: periodistas y también del sistema social y cultural como académicos, investigadores, intelectuales, que con sus colaboraciones en prensa configuran y determinan el desarrollo de la discusión del MERCOSUR, influenciando para uno u otro sentido.

Las consecuencias directas del MERCOSUR afectan al gobierno, a los partidos políticos, cuando tienen que orientar sus esfuerzos para buscar soluciones, tratando de influir en las esferas políticas. Y en segundo lugar, involucra a los medios de comunicación, que serán los instrumentos para plantear la discusión pública, y que tienen una fuerte participación no sólo para apoyar o rechazar posiciones políticas, sino para construir ellos mismos una propia.

Por su destacada dimensión socio-política, los medios de comunicación son pilares fundamentales en su tratamiento. Para los miembros de un periódico: jefes de información, directores editoriales, reporteros, editorialistas, se presentan como una oportunidad informativamente hablando, que supone una dinámica en su trabajo. En este caso, las funciones de trabajo y la producción informativa que se aplican en los media al seguimiento del MERCOSUR sirven para su contextualización, entendida como una valoración periodística para reconocer los argumentos con que se debate en los medios.

Este contexto del Mercado Común se lleva a término tanto por los miembros de los medios de comunicación como por los actores del sistema social. La función periodística no consiste tanto en la capacidad de seleccionar el tema, sino en una competencia de la trama del tema. Hecho que nos permite afirmar que existe una lógica propia de la construcción de los temas políticos.

Naturalmente, debido a su complejidad la duración de su tratamiento periodístico es poco elevada en la argumentación del diario de la provincia de Córdoba y más especializada en el capitalino.

Resumiendo, se distingue cuatro características para su análisis.

- ☉ La primera se centra en la importancia de los temas políticos como conflictos o problemas y la prioridad que el sistema les da para explicar su formulación y acción política y jurídica.
- ☉ Una segunda característica viene dada por el reconocimiento público, la selección informativa que los medios de comunicación le dan.
- ☉ La tercera, se caracteriza por la discusión pública de los actores sociales involucrados para definir posiciones, apoyos o rechazos,
- ☉ Y la última, sirve para buscar soluciones políticas regionales, algo que a nuestro entender y avalado por el análisis de teóricos como Jaguaribe, Verbitsky, Cufre y otros, falta llegar a un .tratamiento en bloque.

2. Análisis del discurso periodístico del tema MERCOSUR.

2.1 Metodología

El estudio quiere reconocer los tratamientos informativos empleados por los periódicos Página 12 y La Voz del Interior para identificar cómo se construyó el debate. Esto es, cómo cada periódico, planteó el asunto desde sus páginas, con el fin de crear un clima de opinión y participar en su difusión y tratamiento periodístico.

Los dos periódicos fueron seleccionados como muestra de estudio por ser diarios de información general, es decir, son entendidos como aquellos que orientan la producción y la comunicación. Los dos periódicos fueron incluidos por estar entre los principales diarios de referencia informativa para sectores de la sociedad argentina y cordobesa en general. Además, los dos periódicos presentan posiciones editoriales claras: Página 12 con reconocido peso político y La Voz del Interior es un periódico con más de cien años de trayectoria.

Por último, la selección de los diarios también esta motivada por el reconocimiento profesional, político o social que tienen el grupo de especialistas que integran cada periódico. En los diarios elegidos escriben diariamente en sus espacios de opinión un grupo importante de profesionales que gozan de un alto reconocimiento académico, político, empresarial y cultural.

2.1.1 La selección de las unidades de opinión

Por artículo de opinión entendemos la interpretación de la actualidad a cargo de un colaborador del mismo diario.

Se analizaron un total de 123 noticias y artículos de opinión que trataban el MERCOSUR, publicados en los dos periódicos seleccionados durante el último semestre del 2004. Corresponde 78 al diario capitalino y 23 al diario cordobés.

2.1.2. La técnica y el procedimiento de análisis.

Para el análisis de las unidades de opinión se tomó como modelo a desarrollar una ficha de interpretación de contenido diseñada para el estudio de la agenda temática para la descripción cuantitativa del tratamiento periodístico del MERCOSUR. Pues uno de los objetivos de la investigación es describir la continuidad y discontinuidad en el tratamiento de la temática por parte de los diarios citados.

Otro de los objetivos es considerar la valoración en el tratamiento de la agenda presentes en los textos periodísticos que han sido sometidos a análisis.

Aplicamos técnicas de investigación cuantitativas que permiten visualizar y aclarar los conflictos que presentan este bloque y la dimensión que cada diario le adjudica al tema. Teniendo en cuenta que estos diarios siempre hacen hincapié en la postura argentina.

Se tomó cada editorial y artículo como una unidad de opinión en la plantilla de análisis de contenido y de todos ellos se clasificaron sus elementos para el análisis cuantitativo en cinco apartados:

- 1) Frecuencia de aparición de publicación referidas al tema del diario Página 12
- 2) Frecuencia de aparición de publicación referidas al tema del diario La Voz del Interior
- 3) Comparación de discontinuidades y continuidades en ambos periódicos
- 4) Presentación de temáticas por sendos diarios
- 5) Re cuento de las relaciones intrabloque y extrabloque.

3. Análisis de la construcción periodística del mercado Común del Sur.

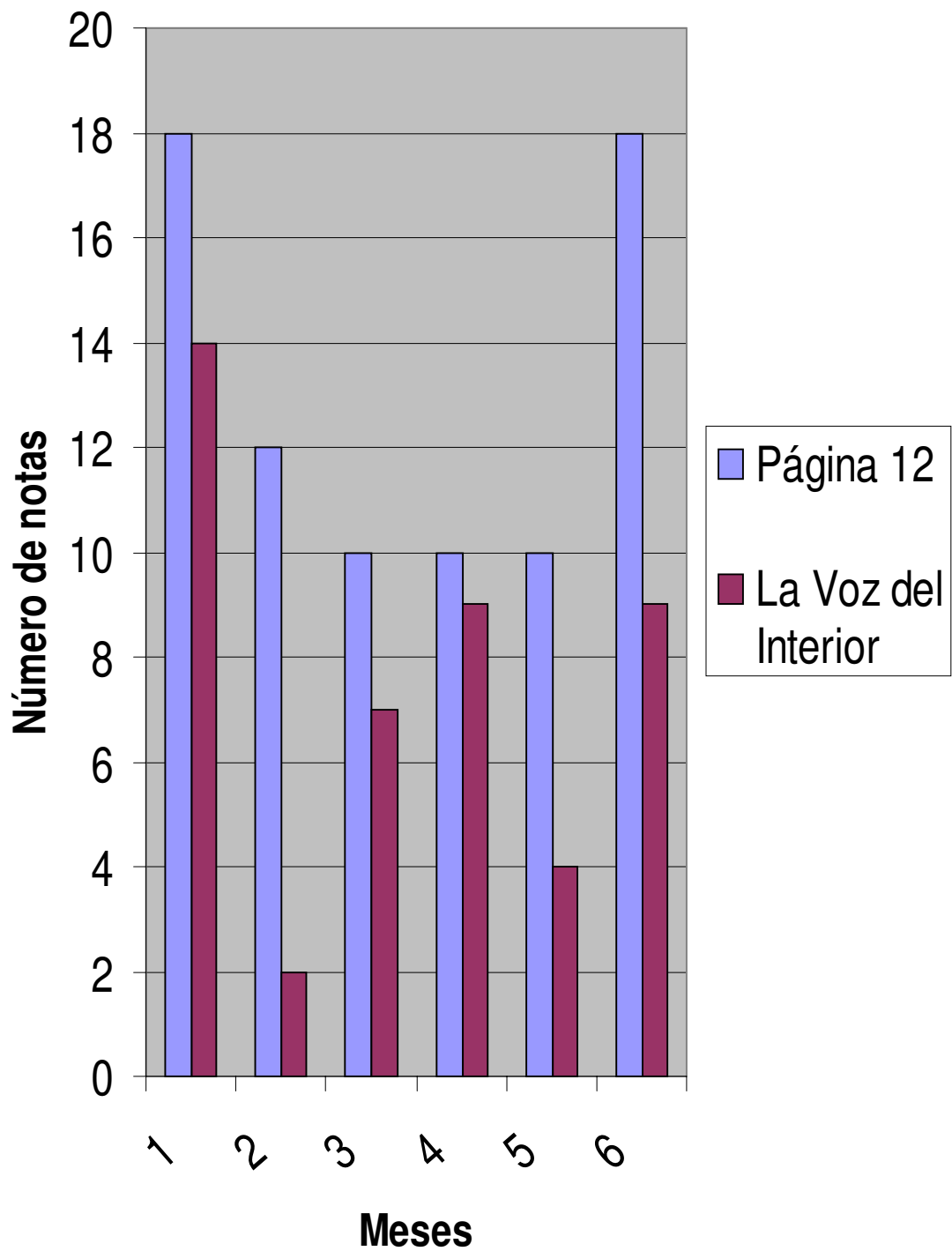
3.1 Cobertura

La presencia de **123 noticias** relacionadas con el MERCOSUR permite constatar la cantidad de producción de textos.

El gráfico 1 muestra las **salidas** de publicación en cada periódico en el período estudiado.

Meses	Página 12	La Voz del Interior
Julio	18	14
Agosto	12	2
Septiembre	10	7
Octubre	10	9
Noviembre	10	4
Diciembre	18	9

Semestre julio -Diciembre 2004



El volumen de textos de opinión fue muy diferente en los periódicos: Página 12 publicó **78** y La Voz del Interior **23**, con una diferencia de **55** textos, en el último semestre del año 2004.

El análisis de la cantidad de textos en los diarios muestra que puede ser un asunto de distinta importancia para los medios. También esta constante producción de textos se explica por el interés que suscita en ciertos grupos políticos y sociales estos temas y que la prensa hace públicos, provocando una relación de mayor intensidad entre los miembros del sistema comunicativo y los del sistema político.

La variación de los flujos de opinión entre los periodos estudiados nos remarca la diferencia entre los dos periódicos en la formación de la agenda de opinión marcados por el nivel de conflicto entre los actores que provocan su incremento o decremento de los escritos. La construcción periodística del MERCOSUR se sustenta, en los periodos de mayor conflictividad política en los meses de julio y diciembre (ver gráfico anterior), protagonizada por los actores del sistema político nacional e internacional que abarca el Mercado Común.

Los meses de julio y diciembre se corresponde con la entrada en vigor de tratados internacionales que tiene que ver con el Libre Comercio y múltiples factores que agudizaron el carácter excepcional del MERCOSUR, producido por los actores políticos intervinientes.

Los demás meses vienen marcados por una discontinuidad en la publicación de información referida al Bloque que no generaron mayor profundidad en el tema y poca relación entre los actores políticos internacionales.

Por tanto, podemos concluir, que en el lapso estudiado, los periódicos presentan una producción editorial más amplia en los momentos de mayor conflicto político, es decir cuando un evento internacional pone en juego la participación de este organismo suramericano.

Cabe destacar que el diario La Voz del Interior la atención de mayor intensidad se da por la participación y gestión del Gobernador de la Sota en los artículos y en las obras de carácter como crear una cadena sustentable en el Mercado Común, en liberalizar la comercialización automotriz con Brasil, en no generar un desequilibrio regional, en posibilitar efectos dinámicos de las

inversiones nacionales y provinciales y disminuir la brecha con Brasil en cuanto a la diversidad, calidad y escala de los productos que se distribuyen y generar una mayor zona de libre comercio. El gobernador en su aspecto legal expone no encontrar limitaciones jurídicas y en ello está poner freno a los productos brasileros que compitan con los cordobeses y destaca en forma remarcada la falta de información del MERCOSUR de uno y otro país. En los aspectos culturales de la Sota trabaja en la articulación de los planes de estudio y las investigaciones, cursos específicos sobre la región a nivel universitario y la creación de un centro cultural donde se pueda obtener información acerca de todos los temas referentes al Mercado Común del Sur.

Los periódicos resaltan los aspectos del conflicto internacional como asimetrías, como lo destacaron JAGUARIBE, Verbitsky, Cufre y otros.

En los demás meses del año 2004 trabajados la característica principal del tema responde al criterio de controversia que hace que en los momentos de más enfrentamiento de un tema económico-político sean considerados más relevantes en su proceso de construcción de opinión. Por tanto, debido al interés que suscitan en determinados públicos políticos y sociales los temas políticos son un elemento editorializable de primer orden para los media, a causa de su complejidad y la multiplicación de intereses en juego, que se les considera como un momento importante para la producción de numerosos mensajes de opinión. Debido a estas circunstancias, los periódicos se esfuerzan por desarrollar su función de información, hecho que determina la aparición de frecuentes informativos más altos desplegados en momentos de más conflictividad política en detrimento de periodos con menos nivel de conflicto.

Tabla 3. Principales temas de la agenda de opinión periodística del Mercado Común del Sur.

- Presión de los brasileros
- Restricciones a la importación
- Imponer barreras en su comercio
- Competencia
- Crisis
- Empleo

- ☯ Integración
- ☯ Pobreza
- ☯ Exclusión
- ☯ Línea blanca
- ☯ Acuerdo de libre comercio
- ☯ Simetrías
- ☯ Asimetrías
- ☯ Moneda única
- ☯ Jurídica
- ☯ Monopolio y oligopolio
- ☯ Dumping
- ☯ Desacuerdos
- ☯ Derechos humanos
- ☯ Industria automotriz
- ☯ Eje estratégico
- ☯ Reducción de arancel de importación
- ☯ Acuerdo birregional de comercio
- ☯ Alimentos procesados
- ☯ Desgravaciones
- ☯ Autopartistas
- ☯ Relación binacional
- ☯ Marca MERCOSUR
- ☯ Ofertas claras
- ☯ Cadena sustentable
- ☯ Liberalizar la comercialización automotriz
- ☯ Desequilibrio regional
- ☯ Efectos dinámicos de las inversiones
- ☯ Brecha con brasil
- ☯ Diversidad, calidad y escala
- ☯ Mayor zona de libre comercio
- ☯ No encontramos limitaciones jurídicas
- ☯ Freno a los productos brasileiros
- ☯ Falta de información del MERCOSUR de uno y otro país
- ☯ Articulación de los planes de estudio

- ☯ Investigaciones, cursos específicos sobre la región.
- ☯ Brindar formación necesaria a la sociedad, pobres.
- ☯ Unión aduanera
- ☯ Unión aduanera imperfecta
- ☯ Intercambio
- ☯ Nuevo acuerdo integrador
- ☯ Azarosa integración

Principales relaciones extra-bloque de la agenda de opinión periodística del Mercado Común del Sur.

- ☯ Unión Europea
- ☯ ONU

Principal país protagonista de la agenda de opinión periodística del MERCOSUR.

Brasil

Principales protagonistas de la agenda de opinión periodística del MERCOSUR.

- ☯ Lula
- ☯ Kirchner
- ☯ Bielsa
- ☯ Lavagna
- ☯ Furlan
- ☯ Siga
- ☯ Duhalde

A pesar de la diversidad que en términos ideológicos y económicos hay en la prensa estudiada, se demostró que los diarios construyeron una agenda de opinión homogénea.

Ambos diarios mantuvieron como tema principal las restricciones a la importación

Por su parte, Página 12 también recalca en numerosas publicaciones los conflictos con todos los productos por los impuestos.

El diario cordobés remarca la integración, la comercialización de la línea blanca, el acuerdo de libre comercio, las simetrías y asimetrías, los aspectos jurídicos, el dumping, los desacuerdos, no olvida los derechos humanos y siempre se ocupa de la industria automotriz.

En cuanto a los temas que sólo nombra una vez se pueden mencionar: pobreza, exclusión, moneda única, monopolio y oligopolio.

En cuanto a los organismos que se mencionan a través de ambos diarios se pueden detallar:

- ☉ Banco Nacional de Desarrollo Económico.
- ☉ Corporación Andina de Fomento.
- ☉ Grupo Amigos de Venezuela.
- ☉ Grupo de Río.
- ☉ Centro de documentación e Información del MERCOSUR. Córdoba. CDI.
- ☉ Cámara de Comercio Exterior de Córdoba.
- ☉ Asociación de Fábricas Argentinas de Componentes. AFAC.
- ☉ Comercio Internacional del Parlamento Europeo. PE
- ☉ Instituto de Negociaciones Agrícolas Internacionales. INAI
- ☉ Bolsa de Cereales de Córdoba.
- ☉ Región Centro de Argentina
- ☉ Asociación Latinoamericana de Integración ALADI.
- ☉ Secretaría Administrativa del MERCOSUR.
- ☉ Cámara del Calzado de Córdoba.
- ☉ Consejo Superior del MERCOSUR.
- ☉ Unión Industrial de Córdoba. UIC.
- ☉ Cooperación Económica Asia-Pacífico. APEC.
- ☉ Unión Sudamericana.
- ☉ Compañías Cervecerías Unidas.

Se observa claramente el olvido de La Voz del Interior en mencionar La OEA y la NAC

Los organismos internacionales que sendos diarios citan se hallan:

- ☉ UE
- ☉ ALCA

- ☉ ONU
- ☉ OMC
- ☉ Consejo de Seguridad de ONU

Esto demuestra, que la prensa y los corresponsales construyeron un clima de opinión favorable al cambio político.

3.3 Las causas de conflicto dentro del bloque las expresamos con frases expuestas por sus autores en la puja por hacer prevalecer su punto de vista hacia la conflagración dialéctica.

- ☉ El MERCOSUR está vivo y nadie lucha por un perro muerto. Marco Aurelio García.
- ☉ Ningún problema comercial puede empañar la relación entre Argentina y Brasil. Duhalde
- ☉ Defendemos intereses nacionales de manera muy marcada. Bielsa
- ☉ si se eliminan las asimetrías, seguro se podrá liberar y la Argentina podrá ser competitiva y receptora de inversiones. Rattazzi
- ☉ Hijo del MERCOSUR. Matías Antico
- ☉ la grandeza de Brasil está vinculada a una Argentina industrializada. Lula
- ☉ la oferta que hemos puesto sobre la mesa es algo equilibrada. Arancha Sánchez.
- ☉ El MERCOSUR tiene que ser de verdad y medidas puntuales como éstas perjudican la relación bilateral. Furlan
- ☉ lo importante es que haya voluntad política para solucionarlos. De la Sota.
- ☉ La pobreza, la debilidad institucional y el subdesarrollo, son escollos lo suficientemente fuertes como para obligar a los países del MERCOSUR a transitar un ritmo pausado. Sigal.
- ☉ falta de información del MERCOSUR de uno y otro país. De la Sota
- ☉ fuerte entendimiento. Vieira
- ☉ la solución es renegociar el MERCOSUR. Da Fonseca
- ☉ Un mercado más justo. Lagos

El argumento periodístico se refiere a los conflictos político-internacional, y a señalar sus causas, desajustes, falta de acuerdos, etc., buscando identificar los problemas que articulan explicaciones que identificaban los fundamentos del conflicto y contextualizaban su debate en la prensa.

Dentro de los países que han querido participar dentro de esta negociación suramericana podemos mencionar en el período 2004:

- ☉ Haití.
- ☉ Marruecos.
- ☉ Venezuela.
- ☉ Cuba.
- ☉ China.
- ☉ México.
- ☉ Corea

3.4 Las soluciones políticas

Las seis principales propuestas de solución política que componen la estructura del discurso periodístico del Mercado Común son:

1. Relación binacional
2. Liberalizar la comercialización automotriz
3. Desequilibrio dinámicos de las inversiones
4. Marca MERCOSUR
5. Ofertas claras
6. Cadena sustentable

Conclusión

Enmarcar el MERCOSUR como un fenómeno de construcción de la opinión política comporta el reconocimiento de una mayor relación entre el sistema político internacional y el sistema de medios. Además de convertirse en un momento que resalta la centralidad comunicativa de la actividad política, donde el tema político se sustenta también en el concepto “conflicto o controversia política” donde supone el proceso mediante el cual el sistema

político y económico sanciona selectivamente la prioridad de un tema delante de otro y que da paso a una interacción social, y su introducción en el agenda mediática para el reconocimiento público, seguido de una tematización periodística donde se reconocen tomas de posición, apoyos y rechazos en los niveles políticos, económicos y sociales más influyentes. En este caso, **sabemos** el papel de la prensa escrita no se limita a informar del tema sino que genera opinión a través de su función editorial para participar en la definición y discusión del tema político, e influir en la formación de una determinada opinión política en sus lectores.

El estudio de los temas políticos dentro del campo de la comunicación política y la consideración del mismo bajo el concepto de proceso nos permite analizarlo dentro de un momento donde la prensa tiene un alto protagonismo y una mayor capacidad de influencia en el proceso de formación de opiniones, describiendo los flujos de opinión y las estrategias de persuasión como infraestructuras funcionales de la política, siguiendo la tesis de la centralidad comunicativa de la actividad política y considerando la capacidad de la prensa para influenciar mediante sus estrategias editoriales.

El trabajo de investigación sobre el papel de la prensa en la construcción de una agenda de opinión del MERCOSUR durante los ciclos de julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre de 2004, en un momento político clave, revela que una parte de la prensa contribuyó al cambio democrático, pacífico e institucional. Además, el estudio describe la forma en que los periódicos, mediante la producción de sus unidades de opinión, editoriales y artículos, y condicionados a una política editorial, participaron en la formación de una corriente de opinión favorable **al cambio** político.

Además, el estudio del MERCOSUR en el proceso de cambio político en Suramérica tiene una amplia cantidad de textos de opinión, seleccionados por períodos de tiempo que permite demostrar la influencia de la prensa, de los periodistas y corresponsales en la formación gradual del discurso de cambio democrático pacífico y legal, así como en el desarrollo de procesos competitivos y en el reconocimiento de los triunfos de los puntos que se quieren resolver con el Bloque.

La esfera pública controlada por el régimen político se ha ido abriendo, por la resistencia de importantes medios y periodistas a replicar las opiniones

oficiales. La diversificación de temas, la pluralización de opiniones sobre los temas políticos, la incorporación de nuevos interlocutores sociales y políticos, así como el fortalecimiento de los medios escritos, contribuyeron al MERCOSUR en el proceso de cambio político en Suramérica.

Lo relevante de la investigación es que permite demostrar tal aseveración, en lo que corresponde a los periódicos estudiados: diarios de información general y de amplia cobertura seleccionados por su línea editorial, por el reconocimiento social de sus corresponsales y su importante presencia en los lectores con poder de decisión en los asuntos públicos del país.

También, los resultados de la investigación ofrecen elementos para analizar de manera mucho más científica y menos anecdótica el influjo de la producción editorial de los medios impresos en la delimitación, definición y caracterización del MERCOSUR. Al mismo tiempo que dan pistas acerca de los cambios en las relaciones de la prensa y el periodismo hacia el régimen político ocurridos durante los últimos meses del 2004.

Por último, la investigación es una referencia importante para continuar estudiando acerca del papel de la prensa en la discusión y negociación de demandas económicas, políticas y sociales y en la formación de la opinión pública dentro de la dinámica política que el país experimenta.

Este proyecto de integración latinoamericana, puede y debe servir para empezar a construir un futuro más equitativo y más justo. De no ser así, se corre el riesgo de desaprovechar las enormes potencialidades que este proceso de integración brinda a sus países miembros para combatir la situación de pobreza extrema en la que se encuentran millones de personas en el MECOSUR.

Pablo Feinman¹ en su artículo América Latina, ahora sostiene: “Hoy, América Latina, tiene una totalización negativa que puede generar un proyecto político positivo. Nuestro continente esta “unido” por la “deuda”. Esa “unidad negativa” se transforma en positiva cuando América Latina decide instaurar una unidad política, económica y cultural”

¹ Publicado en el Diario Página 12, del día 18-10-2003

La fuerza negociadora de América Latina está en su unidad y nunca en su fragmentación, así lo entendieron Brasil, Paraguay, Chile, Bolivia, Uruguay, Ecuador, Venezuela y Argentina al apostar al MERCOSUR.

El proyecto de nuestra unidad continental, de nuestra desfragmentación, nuestro proyecto no-deconstructivo siempre va a estar vigente ya que en él, está nuestra posibilidad de ser.

Bibliografía

Diarios:

Página 12

La Voz del Interior

Bibliografía de Consulta:

García Delgado, “Estado Nación y Globalización”, Ariel – Noviembre de 1998

De la Vega J. C., “Diccionario Consultor Político”, Librograf , Colombia Agosto de 1996

García Navarro, J. Raúl Coordinador, “Sistemas y procesos de Integración en América Latina”, Escuela de Estudios Hispanoamericanos (CSIC), Fundación del Monte, Sevilla 2000

Borón y otros, “Tiempos Violentos-neoliberalismo, globalización y desigualdad en América Latina-“, C.L.A.C.S.O., Buenos Aires 2004

Publicaciones

Feinmann José Pablo, “América Latina, ahora”, Diario Página 12, 18 -10-2003

Disponible en Internet:

"<http://www.rnv.gov.ve/noticias>" _www.rnv.gov.ve/noticias, Radio Nacional de Venezuela, 8-7-2004

<http://www.rau.edu.uy/mercosur/m-historia.htm>, Red Académica Uruguay,14-9-2004

Agencia de Noticias Nueva Colombia
"mailto:redaccion@anncol.com" _redaccion@anncol.com

"<http://www.anncol.com>"

www.anncol.com, “El tiempo de El Libertador”, Quintanilla Carlos., 23-07-2003

"<http://www.estudiosavanzadosinter@ctivos/>"

http://www.estudiosavanzadosinter@ctivos

Desde la Periferia y para el mundo a Leopoldo Zea en sus 90 años, DEVES VALDES Eduardo

<http://www.monografias.com>

Las limitaciones del funcionalismo en su aplicación a los procesos de integración: El caso de mercosur, Adolfo Barrera Fuentealba, Licenciado en Ciencias Políticas y Gestión pública con mención en RR.II., Universidad Central de Chile.