

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Periodismo

Tesis monográfica

*La imagen de la República Popular China
desde los medios gráficos argentinos*

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Realizada por: María Victoria Sánchez de Paz

Directora de la Carrera de Periodismo: Prof. Lic. Erica Walter

Tutor de la tesis monográfica: Prof. Julio Sarmiento

Asesor Metodológico: Mag. Leonardo Cozza

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 22 de octubre de 2010
vickysdp@hotmail.com
4826-7287 / 1559-490359

Abstract

En vistas de la importancia que está adquiriendo la República Popular China como una de las economías emergentes de mayor crecimiento a nivel global, la presente tesina tiene por objeto analizar cuantitativa y cualitativamente las informaciones publicadas por los periódicos Clarín y La Nación durante los Juegos Olímpicos Pekín 2008.

Utilizando la técnica del análisis de contenido y la observación exhaustiva de los elementos gráficos de la cobertura del evento, se intentó determinar el tipo de imagen que ambos medios generaron sobre China, a fin de probar la veracidad de la hipótesis planteada.

Palabras clave: República Popular China – Juegos Olímpicos Pekín 2008 – Análisis de Contenido – Clarín – La Nación



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

1.	Introducción	4
2. Bloque I:	Los media y el sistema cultural.....	6
2.1.	La construcción social de la realidad	6
2.2.	Las teorías de la comunicación y la cultura	7
2.3.	Los medios como constructores de la realidad social.....	8
2.4.	La elaboración de la noticia.....	10
3. Bloque II:	La Civilización China	12
3.1.	Concepciones filosóficas	12
3.1.1.	Confucionismo	12
3.1.2.	Budismo	13
3.1.3.	Taoísmo	14
3.2.	El devenir histórico chino.....	15
3.2.1.	China antigua.....	15
3.2.2.	Los albores de la autoridad dinástica	15
3.2.3.	Surgimiento del poder imperial.....	17
3.2.4.	La fractura china y el restablecimiento imperial Sui-Tang.....	18
3.2.5.	Los inicios del control central no-chino.....	20
3.2.6.	El esplendor Ming y la invasión manchú	21
3.2.7.	Decadencia Qing	23
3.2.8.	La República China tras la sublevación nacionalista	24
3.2.9.	El afianzamiento del Maoísmo y la República Popular China.....	25
3.2.10.	La Revolución Cultural.....	27
3.2.11.	Etapas de reformas denguistas.....	28
3.2.12.	La masacre de Tiananmen	29
3.3.	Historia reciente.....	30
3.3.1.	Tercera generación comunista	30
3.3.2.	Cuarta generación comunista.....	32
3.4.	China en la escena internacional contemporánea	33
3.4.1.	La República Popular China en la ONU	35
3.4.2.	Lazos diplomáticos entre China y Latinoamérica.....	36
3.4.3.	Relaciones chino-argentinas	38
3.4.3.1	Relaciones comerciales	40
3.5.	Indicadores actuales.....	42
3.5.1.	Características de la población	42
4. Bloque III:	Juegos Olímpicos Pekín 2008	44
4.1.	Historia de los Juegos Olímpicos Modernos	44
4.2.	Los deportes en China y su participación en las competencias olímpicas	46
4.3.	Pekín como sede de la XXIX edición de los Juegos Olímpicos.....	49
4.4.	El COI, Pekín y la prensa mundial	52
5. Bloque IV:	Análisis de la cobertura de Clarín y La Nación	57
5.1.	Metodología propuesta.....	57
5.1.1.	La técnica del análisis de contenido.....	57
5.1.2.	Análisis de la imagen de China en Clarín y La Nación	59
5.1.3.	Tratamiento de las portadas	60
5.2.	Resultados.....	61
5.2.1.	Comparación global	61
5.2.2.	Seguimiento de las portadas	62
5.2.3.	Análisis de los textos	64

5.2.3.1	Textos centrados en China	64
5.2.3.2	Distinción por tipo de texto	64
5.2.3.3	Distribución por secciones	77
5.2.3.4	Términos en contexto	78
5.3.	Apreciaciones finales del análisis	79
6.	Conclusiones	81
7.	Bibliografía	84
8.	Apéndice	90
9.	Reseña	91
10.	Anexo	108



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

1. Introducción

Siguiendo al construccionismo social y enfocándose en los medios de comunicación de masas, se recuerda que son estas instituciones las que acercan al resto de la sociedad las informaciones que se generan más allá del entorno cotidiano de los sujetos. El proceso de globalización ha remarcado la necesidad de conocimiento e información generada en ámbitos lejanos a la experiencia inmediata, por lo que el trabajo de los profesionales de los medios adquiere especial relevancia. Son sus relatos de lo que sucede en el mundo los que construyen la *realidad* y determinan qué asuntos debemos conocer.

Lo que sucede en lugares remotos del mundo llega al conocimiento de las personas gracias a las rutinas productivas de los medios de comunicación social, quienes transmiten su *versión* de la realidad, según sus propios esquemas cognoscitivos y axiológicos, y los intereses –tanto en un sentido utilitarista como en un sentido motivacional–, de los periodistas y de las empresas periodísticas. Así, los medios crean imágenes de las personas, lugares y procesos que forman parte de sus coberturas.

En vistas de esto, la presente tesina fue impulsada por la inquietud de analizar cómo es la imagen que los periódicos de mayor circulación del país (Clarín y La Nación) generaron sobre la República Popular China durante los Juegos Olímpicos 2008, celebrados en Pekín. La elección de este país responde a que resulta atractivo observar cómo periodistas argentinos abordaron la cobertura de un evento tan importante, en un país con una cultura tan distinta a la propia y cuya postulación como sede olímpica originó tanta controversia.

Partiendo de la hipótesis de que **los periódicos argentinos Clarín y La Nación construyeron un discurso positivo acerca de la República Popular China durante los Juegos Olímpicos 2008**, en el transcurso de este estudio se analizarán cuantitativa y cualitativamente, mediante la técnica del análisis de contenido, todas las informaciones publicadas respecto a dicho país y su papel como organizador de los Juegos en agosto de 2008.

El trabajo se organizó en cuatro bloques. En el primero se desarrolla la teoría del construccionismo social, resaltando especialmente el papel de los medios de comunicación como sujetos fundamentales en el proceso de legitimación de la realidad social. Además, se hace referencia a la *noticia periodística* –entendiéndola como un acontecimiento actual transmitido por los medios, y no sólo como un tipo de texto dentro del género informativo–.

El segundo bloque de la presente tesina está dedicado a la Civilización China. En su libro *Cultural Imperialism*, el catedrático John Tomlinson relata:

“El profesor sufí del siglo XIII, Rumi, contó la historia de un grupo de ciegos tratando de describir un elefante solamente a través del tacto. Uno sintió la trompa y la describió como una soga; otro sintió una pata y la describió como un árbol; mientras un tercero sintió la oreja y la describió como un abanico. El punto de la historia era demostrar cómo los incultos pueden perder la verdad del todo: el elefante como la realidad coherente”¹.

En este sentido, resultaría errado hablar sobre un país sin conocer con cierto grado de profundidad su historia y su realidad. Es por ello que, luego de reseñar brevemente las principales concepciones filosóficas vigentes en China, se describen los hechos más importantes de la historia de la civilización, llegando al presente. Así mismo, resulta valioso señalar la posición que el país ocupa en la escena internacional, por lo que se explica sintéticamente el desarrollo de China en este aspecto, haciendo foco en su relación con la Organización de las Naciones Unidas, los vínculos con Latinoamérica y, sobre todo, con la República Argentina.

El tercer bloque comienza con la historia de los Juegos Olímpicos, y profundiza sobre la relación de los distintos gobiernos chinos con el Comité Olímpico Internacional, para finalmente abordar la candidatura de la República Popular como anfitrión de la 29ª edición de los Juegos Olímpicos Modernos.

El componente metodológico de la tesina es desarrollado en el cuarto bloque. Luego de las apreciaciones teóricas, se detallan los pasos del análisis de contenido llevado a cabo y se presentan los resultados del mismo.

¹ “The thirteenth-century Sufi teacher, Rumi, told the tale of a group of blind men trying to describe an elephant by touch alone. One felt the trunk and described it as a rope; another felt the leg and described it as a tree, while a third felt the ear and described it as a fan. The point of the story was to show how the unenlightened may miss the truth of the whole: the elephant as coherent reality”

John Tomlinson, *Cultural Imperialism*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press, 1991, Pág. 8.

2. Bloque I: Los media y el sistema cultural

Las sensaciones que el organismo humano absorbe del entorno son captadas por los sentidos, que a su vez filtran la información a través del mecanismo psíquico de la percepción. Así, para que los estímulos del ambiente lleguen a ser procesados por la mente humana, deben atravesar múltiples barreras.

En principio, a nivel fisiológico, el encéfalo descarta el 99% de la información sensitiva que recibe por falta de interés o importancia². Además, en un nivel psicológico, los estados de conciencia, de atención o afectivos, influyen directamente sobre la percepción. Asimismo, los factores sociales constituyen otra de las variables que interceden en este proceso.

Resulta casi innecesario subrayar que la información procesada por los sistemas sensoriales humanos proviene tanto de fuentes naturales como sociales, y son estas últimas las que se considerarán en el presente estudio.

2.1. La construcción social de la realidad

Dentro de la sociología, la teoría del construccionismo social explica cómo los sujetos y grupos sociales participan activamente en la creación y percepción de la realidad social. Los mayores exponentes de esta línea son los sociólogos Peter Berger y Thomas Luckmann, quienes en su libro *La construcción social de la realidad* señalan las etapas de este proceso a partir de la necesidad humana de tipificar los hábitos, en pos de reducir las tensiones que provoca la acumulación de opciones.

Berger y Luckmann establecen tres etapas que caracterizan a este proceso, pero que no se desarrollan en una secuencia temporal, sino simultáneamente. Estos momentos son la externalización, la objetivación y la internalización, y tienen lugar de manera continua durante la vida de los sujetos. En cuanto a esto, el psicólogo social estadounidense Kenneth J. Gergen, en su libro *Social Construction: a reader*, considera que “no es el individuo quien precede a las relaciones e inicia el proceso de significación, sino que son los patrones de relación y sus significados los que preceden al individuo”³

En el transcurso de la socialización temprana, el individuo internaliza el mundo social, el que “constituye la base, primero, para la comprensión de los propios semejantes y,

² **Arthur Guyton**, *Tratado de Fisiología Médica*, Madrid, Ed. Elsevier España S.A., 2006, Pág. 556.

³ “It is not the individual who pre-exists the relationship and initiates the process of signification, but patterns of relationship and their embedded meanings that pre-exist the individual”.

Kenneth J. Gergen y Mary Gergen, *Social construction: a reader*, Londres, SAGE Publications Ltd., 2003. Disponible en: <http://books.google.com.ar/books?id=eKgEoZNjr1QC&pg=PP1&dq=gergen&pg=PP1#v=onepage&q&f=true>.

segundo, para la aprehensión del mundo en cuanto realidad significativa y social”⁴. Las apreciaciones sobre el entorno ya han sido previamente objetivadas por el orden social, es decir, han sido designadas con anterioridad mediante una atribución de significado. Es aquí cuando los autores reconocen que “la comprensión del lenguaje es esencial para cualquier comprensión de la realidad de la vida cotidiana”⁵. Así, la comunicación humana es aquella herramienta que asiste al sujeto en la aprehensión de lo real, ayudándolo a estructurar su entorno y convirtiéndolo en parte de sí mismo.

La vastedad del orden social, con su compleja trama de submundos institucionales y la existencia de diferentes universos culturales, conduce al individuo a una continua asimilación de tipificaciones, tanto cercanas como lejanas a su experiencia directa. Para ello, es asistido por agentes e instituciones sociales como los grupos de referencia, los de pertenencia, y los medios de comunicación, entre otros.

2.2. Las teorías de la comunicación y la cultura

Ya sea en el rol de generadores o transmisores, los medios de comunicación social son instituciones fundamentales dentro del sistema cultural. Muchas de las corrientes de pensamiento modernas han seguido esta línea de investigación, cada una con su enfoque particular.

Dentro del materialismo histórico, en el que se destacan autores como Karl Marx, Friederich Engels y Lenin, surgió el concepto de *industria cultural*, enunciado por Max Horkheimer y Theodor Adorno –ambos referentes de la primera generación de la Escuela de Frankfurt–, en su libro *Dialéctica del Iluminismo* (1947). Utilizaron esta conceptualización para referirse a la elaboración mecanizada de los productos de los medios masivos, lo que conduce, según ellos, a la degeneración de la cultura, rebajando tanto su nivel como su estilo, para que sean comprendidos por todos. Sin embargo, en una posición menos crítica, otro de los referentes de Frankfurt, Walter Benjamin, vislumbraba en este proceso de generación estandarizada de la cultura, un sentido democratizador.

La Inglaterra de fines de los años '50 y principios de los '60 fue cuna de una corriente ideológica que era mucho más benevolente hacia la cultura de masas: los *cultural studies*. En 1964 se fundó el Centro de Estudios Contemporáneos de Birmingham, de la mano de Richard Hoggart, Raymond Williams, Edward Thompson y Stuart Hall. Pese a que en un principio se abordaban temáticas referentes a los medios de comunicación y su relación con el sistema cultural, los intelectuales de la Escuela de Birmingham rápi-

⁴ Peter Berger y Thomas Luckmann, *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu, 1989, Pág. 165.

⁵ *Ibíd.* Pág. 55

damente se interesaron por asuntos que, en ese momento, no eran considerados oportunos para la investigación universitaria, como la cultura popular y las identidades sexuales y étnicas.

En cuanto al estudio de los medios de comunicación, desde Birmingham se propuso un abordaje dual. Por un lado, reconocieron a los medios como un factor primordial para la construcción de la cultura y la realidad social; por otra parte, trabajaron sobre el consumo de los productos de la comunicación de masas, entendiendo que en esta instancia convergen distintas variables –tales como los marcos culturales, y los factores socio-demográficos señalados por David Morley en su estudio cultural sobre la decodificación del programa “Nation Wide”–.

2.3. Los medios como constructores sociales de la realidad

“La actualidad es una «invención» de los periodistas, que recrean los hechos para facilitar su conocimiento”⁶

Ángel Benito

El doctor en filosofía y referente venezolano del campo de la comunicación, Antonio Pasquali, en su libro *Comunicación y cultura de masas*, evidencia la relevancia de los media como agentes de legitimación social, y considera que el grado de desarrollo de una sociedad guarda estrecha relación con el grado de desarrollo de su estructura comunicacional. Lo mismo opina la profesora de la UBA, Stella Martini:

“Si se reconoce a la cultura como una trama de significaciones en la que los sujetos inscriben y dan sentido a sus prácticas, es posible comprender que el estudio y la formalización de *cualquier proceso de comunicación se articula con la cultura en la que ocurre*”⁷.

De acuerdo con lo expresado por Berger y Luckmann, Pasquali también reconoce el papel fundamental del lenguaje en la construcción y percepción de la realidad, al igual que el catedrático de la Universidad Complutense Luis Núñez Ladevéze, quien indica que “el lenguaje forma parte de la realidad social no sólo como producto sino también como acontecimiento, como es en sí mismo producción y actuación, produce realidad social o contribuye a modificarla”.

Pasquali agrega que no existe objetividad en el proceso de construcción de la realidad por parte de los medios. En primer lugar, señala que los medios poseen la “ca-

⁶ Ángel Benito en Enrique de Aguinaga, Dimensión científica del periodismo, *Sala de Prensa*, N°27, año III, vol. 2, enero 2001. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art185.htm>. Pág. 6.

⁷ Stella Martini, *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Bogotá, Grupo Editorial Norma, 2004, Pág. 18. Edición digital disponible en: <http://books.google.com.ar/books?id=dSITRGdycwsC&lpg=PP1&dq=%22periodismo%2C%20noticia%20y%20noticiabilidad%22&pg=PP1#v=onepage&q&f=true>

pacidad de suscitar profundas transformaciones sintácticas, dilatando así la propia función significativa de los signos transportados, en lugar de facilitar simplemente su más amplia difusión⁸. Dichas modificaciones no sólo se deben al *enciframiento* –utilizando terminología de Pasquali–, al que se somete el mensaje para adecuarse a la vehiculización que impone cada plataforma mediática. La información que circula en los medios no es generada mecánicamente, sino que los profesionales que trabajan en los mismos la adaptan según exigencias espacio-temporales, funcionando como filtros a través de los que la audiencia aprehende una parte de la realidad social. Inclusive, no todo el acontecer puede ser volcado en los medios, por lo que “la información, como producto de la selección y la valoración, ya es inicialmente un producto interpretativo”⁹.

Sobre este tema, la profesora Martini señala: “como en todo oficio o profesión, en el periodismo entran en juego opiniones, representaciones del mundo y de la propia tarea, prejuicios y adscripciones a un estilo, un género, una empresa, una ideología determinados”¹⁰. Así, según lo anterior, los media como instituciones sociales, y sus profesionales como sujetos miembros de una sociedad, transmiten una *versión* de la realidad, condicionada por sus propios contextos ideológicos, axiológicos y culturales.

El catedrático español Miquel Rodrigo Alsina, en su libro “La construcción de la noticia”, analiza el rol de los periodistas, señalando que no sólo son constructores de la realidad social, como el resto de las personas, sino que además “dan forma de narración a esta realidad y, difundiéndola, la convierten en una realidad pública sobre el acontecer diario”¹¹. Es así que introduce a la *noticia periodística* como el principal vehículo por el cual el periodista cumple este rol social, y separa dos grupos de definiciones de *noticia*.

Por un lado, agrupa aquellas definiciones que presentan a las noticias como *espejos de la realidad*, explicando que “se parte, desde este punto de vista, de la objetividad como clave de la actividad periodística. [...] Evidentemente, en esta primera concepción de la noticia queda oculta la actividad productiva de la noticia, presentándose la noticia como algo ya realizado”¹². Este proceso de producción que nombra Rodrigo Alsina, también es expuesto por Stella Martini, para quien comprende “etapas de documentación y de búsqueda y verificación de las fuentes, de selección y valorización del grado de noticiabilidad, y de interpretación del acontecimiento”¹³.

⁸ Antonio Pasquali, *Comunicación y Cultura de Masas*, Caracas, Monte Ávila, 1980, Pág. 55-56.

⁹ Op. Cit. Enrique de Aguinaga, Pág. 6.

¹⁰ Op. Cit. Stella Martini, Pág. 25.

¹¹ Miquel Rodrigo Alsina, *La Construcción de la Noticia*, Barcelona, Paidós, 2005, Pág. 18. Edición digital disponible en: <http://books.google.com.ar/books?id=67V8dYK0f6oC&lpg=PA1&dq=noticia&pg=PA1#v=onepage&q&f=true>.

¹² *Ibíd.* Pág. 333.

¹³ Op. Cit. Stella Martini, Pág. 24

Sin embargo, el autor se muestra más cercano al segundo grupo de definiciones, dentro de las que incluye a aquellas que consideran a la noticia como constructora de la realidad:

“La noticia no espeja la realidad. Ayuda a construirla como fenómeno social compartido, puesto que en el proceso de describir un suceso la noticia define y la forma a este suceso. [...] La noticia está definiendo y redefiniendo, construyendo y reconstruyendo permanentemente fenómenos sociales”.¹⁴

2.4. La elaboración de la noticia

“Las noticias son la consecuencia de la necesidad (y el deseo) de los humanos de conocer el estado del entorno social y físico”¹⁵

Mar de Fontcuberta

Los acontecimientos del mundo social o natural llegan al conocimiento de los sujetos a través de la propia experiencia, la referencia de otro sujeto, o por lo que comunican los medios masivos. La infinidad de sucesos que se dan a cada momento hace que los profesionales de los medios indispensablemente deban seleccionar aquellos que consideren más importantes para los receptores. Cuando un acontecimiento adquiere la relevancia necesaria para sobresalir del resto y figurar en los medios, se convierte en *noticia*.

En vistas de que esto suceda, el acontecimiento debe reunir ciertas cualidades y adecuarse a *criterios de noticiabilidad*, entendiendo a éstos como condiciones y valores que se atribuyen a los acontecimientos y permiten identificar la “densidad significativa” de los mismos¹⁶. Stella Martini sistematiza algunos de los valores que se suelen tener en cuenta para considerar *noticia* a determinado acontecimiento. En su trabajo establece dos grandes categorías, agrupando los distintos valores-noticia según los efectos que el acontecimiento causa sobre la sociedad, y según las cualidades del mismo.

Dentro del primer grupo, Martini incluye los siguientes criterios: novedad, originalidad, evolución futura, grado de importancia o gravedad, proximidad geográfica, magnitud, jerarquía de los personajes e inclusión de desplazamientos (viajes, manifestaciones, etc.). Por otro lado, en lo que respecta a las cualidades de los acontecimientos, la autora expone cuatro que considera esenciales: comprensión (que el hecho resulte claro de entender y de explicar), credibilidad (que la información resulte confiable), brevedad (que pueda ser comunicada en pocas líneas) y periodicidad (sucesos que se repiten en las coberturas periodísticas, facilitando la labor del comunicador).¹⁷

¹⁴ **Gaye Tuchman** en Op. Cit. **Miquel Rodrigo Alsina**, Pág. 333-334.

¹⁵ **Mar de Fontcuberta**, *Estructura de la noticia periodística*, Barcelona, Ed. ATE, 1980, Pág. 12.

¹⁶ Op. Cit. **Stella Martini**, Pág. 84.

¹⁷ *Ibíd.* 89-97.