

El rol de la prensa escrita en la reproducción de la violencia en el conflicto entre Chile y Perú. Propuestas de paz desde la comunicación*

Alex Iván Arévalo Salinas✦

Fecha de recepción: 30 de noviembre de 2012
Fecha de aceptación: 11 de abril de 2013
Fecha de modificación: 15 de julio de 2013

DOI: <http://dx.doi.org/10.7440/res48.2014.12>

RESUMEN

El siguiente artículo describe el papel que desempeña la prensa escrita de Chile y Perú en el desarrollo de unas relaciones conflictivas entre estos países. El análisis plantea que existen tres estrategias discursivas para legitimar el rechazo mutuo, tales como la representación negativa de la otredad, la exaltación de una competencia por los logros económicos y una promoción de la identidad nacional basada en los valores que se atribuyen a los militares de la Guerra del Pacífico. En las conclusiones se proponen dos medidas para transformar estos discursos: el desarrollo de campañas de publicidad social y la creación de un código ético que establezca recomendaciones para un adecuado tratamiento periodístico de las relaciones entre estos países.

PALABRAS CLAVE

Prensa escrita, Chile, Perú, violencia, comunicación, paz.

The Role of the Written Press in Reproducing Violence in the Conflict between Chile and Peru. Peace Proposals from Media Studies

ABSTRACT

The following article describes the role of the written press of Chile and Peru in the development of some conflictive relations between these countries. The analysis indicates that there are three discursive strategies to legitimize mutual rejection, such as the negative representation of otherness, the exaltation of competition for economic success, and the promotion of national identity based on the values attributed to the military of the Pacific War. The conclusions propose two measures to transform these discourses: the development of social publicity campaigns and the creation of a code of ethics that establishes recommendations for appropriate journalistic treatment of the relations between these countries.

KEY WORDS

Written press, Chile, Peru, violence, communication, peace.

* Este artículo es resultado de los proyectos de investigación Fondecyt regular n° 1100264, "Periodismo intercultural: construcción de la noticia a través de un análisis crítico y complejo del discurso en la prensa diaria de cobertura nacional de Chile y Perú", de la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica de Chile (Conicyt), y CSO-201234066, "Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales", del Ministerio de Economía y Competitividad de España (Mineco).

✦ Doctor en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo de la Universitat Jaume I de Castellón (España). Investigador del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz (IUDESP) de la Universitat Jaume I de Castellón (España). Últimas dos publicaciones: Periodismo humano ¿modelo alternativo de construcción noticiosa en las informaciones de inmigración? En *Comunicación y regeneración democrática*, eds. Ramón Zallo y Andreu Casero. Castellón de la Plana: ULEPICC-Universitat Jaume I de Castellón, 2013 y *Crisis económica en España, discursos e inmigración: replanteando prejuicios y estereotipos*. En *Migraciones y cultura de paz: educando y comunicando solidaridad*. Madrid: Editorial Dykinson, 2012. Correo electrónico: aarevalo@uji.es

O papel da imprensa escrita na reprodução da violência no conflito entre Chile e Peru. Propostas de paz da comunicação

RESUMO

O presente artigo descreve o papel que a imprensa escrita do Chile e do Peru desempenha no desenvolvimento de umas relações conflitivas entre esses países. A análise propõe que existem três estratégias discursivas para legitimar a rejeição mútua, tais como: a representação negativa da alteridade, a exaltação de uma concorrência pelas conquistas econômicas e uma promoção da identidade nacional baseada nos valores que se atribuem aos militares da Guerra do Pacífico. Nas conclusões, propõem-se duas medidas para transformar esses discursos: o desenvolvimento de campanhas de publicidade social e a criação de um código ético que estabeleça recomendações para um adequado tratamento jornalístico das relações entre esses países.

PALAVRAS CHAVE

Imprensa escrita, Chile, Peru, violência, comunicação, paz.

Introducción

En contextos de tensión interestatal y de enfrentamientos militares ha sido frecuente el apoyo de los medios de comunicación a la causa nacional colaborando en la propaganda y la persuasión de sus habitantes. Los gobiernos involucrados y sus cúpulas militares son conocedores de que si no se cuenta con el respaldo de la opinión pública, los planes bélicos o determinadas políticas exteriores pueden fracasar y tener costes políticos, por lo cual los medios de comunicación son parte esencial de las estrategias encaminadas a construir el consenso en sus poblaciones. En la antesala de la intervención armada de Estados Unidos a Irak de 2003, algunos medios de comunicación estadounidenses apoyaron la tesis del gobierno de George W. Bush de que Irak era un peligro para la humanidad porque producía y almacenaba armas de destrucción masiva, legitimando de esta manera la necesidad de iniciar una guerra preventiva. Más tarde se comprobaría que estos argumentos eran falsos (Tortosa 2003).

En el conflicto entre Chile y Perú como consecuencia de la Guerra del Pacífico (1879-1883) y sus posteriores disputas limítrofes, sus medios de comunicación han desempeñado un rol reproductor del conflicto, tanto en los momentos previos para influir en las decisiones de las mayorías¹ como en la actualidad, con una constante representación negativa de la otredad,² una exaltación de la competencia económica y la promoción de una identi-

dad nacional basada en la imagen heroica de los militares que participaron en esta guerra (Arévalo 2012 y 2010). Los medios de comunicación también han respaldado las posturas diplomáticas de sus respectivos gobiernos en relación con el conflicto limítrofe que mantienen ambos países en la Corte Penal Internacional de La Haya.³

Algunos discursos mediáticos están potenciando la rivalidad y la sensación de amenaza entre estos países, para cohesionar a sus sociedades en torno al proyecto nacional, un proceso planificado por sus élites que permite aminorar la influencia de conflictos internos en sus sociedades como la desigualdad y la pobreza (Arévalo 2012 y 2010). La reiteración en el tiempo de estos discursos ha provocado que ambas sociedades presenten elevados niveles de rechazo mutuo, como lo verifican diversos estudios.⁴ Este rechazo en la cotidianidad se manifiesta en la discriminación que experimentan los inmigrantes peruanos en Santiago de Chile o la rivalidad que se observa en los acontecimientos deportivos cuando compiten sus representativos nacionales (Tijoux 2007).

El siguiente artículo se inserta en este contexto y analiza los discursos de los principales diarios de Chile y Perú, tanto regionales como nacionales, con el objetivo de describir su

1 La historiadora peruana Carmen Mc Evoy (2010, 54) analizó el desempeño de la prensa católica en Chile durante esta guerra.

2 Véanse: Browne, Silva y Baessolo (2010), Browne y Romero (2010), Browne y Yáñez (2011), Browne *et al.* (2011), Mayorga y León (2007), Mayorga, Del Valle y Nitrihual (2008).

3 Para más información sobre nacionalismo y medios de comunicación, véase Giró (2002).

4 Véanse: Pontificia Universidad Católica del Perú (2007), Instituto de Estudios Internacionales de la Universidad de Chile e Instituto de Ciencias Políticas de la Pontificia Universidad Católica de Chile (2008), Pontificia Universidad Católica de Chile y Adimark (2010), Pontificia Universidad Católica de Chile y Adimark (2008), Pontificia Universidad Católica de Chile y Adimark (2007), Pontificia Universidad Católica de Chile y Adimark (2006).

influencia en la prolongación de unas relaciones conflictivas entre Chile y Perú y sus habitantes. El artículo señala que existen tres estrategias discursivas utilizadas para legitimar la violencia cultural,⁵ tales como la representación negativa de la otredad, la exaltación de una competencia por los logros económicos y una promoción de la identidad nacional a partir de la figura de los militares de la Guerra del Pacífico.

En relación con esta última estrategia, este artículo presenta los resultados del Análisis Crítico del Discurso (ACD) que se realizó a la cobertura periodística de los actos de conmemoración de las batallas navales de la Guerra del Pacífico⁶ en los diarios *El Mercurio de Valparaíso* (Chile) y *El Comercio de Lima* (Perú). Estos periódicos han sido seleccionados por ser en la actualidad los únicos medios de comunicación vigentes, junto al diario oficial *El Peruano*, que cubrieron este conflicto bélico del siglo XIX. El período de análisis abarca cinco días antes y cinco días después de la realización de los actos centrales de conmemoración de las batallas navales de la Guerra del Pacífico, entre 2009 y 2010. En *El Mercurio*, el período es del 16 al 25 de mayo, y en *El Comercio*, del 3 al 13 de octubre. El estudio toma como corpus todos los textos informativos que hace mención de estas actividades. El corpus lo componen 26 noticias, 7 publicadas en *El Comercio* y 19 en *El Mercurio*.

La investigación utiliza una metodología de ACD, a partir de la propuesta desarrollada por Browne *et al.* (2011). También se utilizan fuentes periodísticas y bibliográficas, tanto para la ejemplificación como para el análisis del estado de la cuestión.

Como marco teórico introductorio, se profundiza en la relación entre el nacionalismo y el control social, y de manera específica se describe este proceso en la construc-

ción de la nación en Chile y Perú tomando como ejemplo específico la instrumentalización discursiva del relato del héroe en la Guerra del Pacífico.

La reproducción de la violencia y el nacionalismo

A lo largo de la historia, bajo el alero de la defensa de la nación, se han generado numerosos conflictos que han provocado millones de víctimas. La base de estas disputas tiene su origen en la forma como se asumen y se conciben las identidades,⁷ en estos casos, de manera excluyente y extrema. Como menciona Tortosa (1993, 25), se produce una satisfacción excesiva de la necesidad de identidad que originan el etnocentrismo y sus derivados, tales como el racismo o el chovinismo.

En muchos conflictos, el nacionalismo ha sido utilizado por las élites para manipular sus sociedades. Se persuade a las multitudes para establecer obligaciones y compromisos de lealtad hacia la nación, a partir de la construcción de enemigos internos y externos, tales como inmigrantes,⁸ pueblos originarios o países limítrofes, los cuales son representados como amenazas para la estabilidad y los recursos del grupo nacional. Su imagen es instrumentalizada para que las sociedades estén en constante estado de alerta o tensión, en algunos casos para validar la pertinencia de emprender acciones armadas o distraer la atención sobre las crisis institucionales o económicas. En este último caso, podemos referirnos a las relaciones entre Chile, Perú y Bolivia y la manipulación discursiva del conflicto histórico de la Guerra del Pacífico para legitimar el poder, mantener el control social en sociedades con profundas desigualdades⁹ y homogenizar negando la diferencia cultural, especialmente en lo que concierne a los pueblos originarios. En otros contextos, se apela al nacionalismo para defender los intereses de las élites, transformando asuntos privados en temas de interés general, tales como la defensa de los negocios y las inversiones de los connacionales, principalmente en otros países. Como ejemplo, se cita la defensa diplomática de España y su consecuente rechazo a la nacionalización del Gobierno argentino en 2012 de la filial YRPF, perteneciente a la petrolera Repsol, empresa que tiene

5 La violencia cultural se define como “those aspects of culture, the symbolic sphere of our existence [...] that can be used to justify or legitimize direct or structural violence” (Galtung 1990, 291). La enciclopedia de Paz y Conflicto de la Universidad de Granada (España) define este concepto como “todo aquello que, en definitiva, desde la cultura legitime y/o promueva la violencia de cualquier origen y/o signo” (Jiménez y Muñoz 2004, 1161).

6 La Guerra del Pacífico fue un conflicto militar del siglo XIX que enfrentó a Chile ante Bolivia y Perú entre 1879 y 1884. Cada año se conmemoran las principales batallas, entre las que se encuentran los combates navales entre las marinas de Chile y Perú. En este último país se conmemora el combate naval de Angamos del 8 de octubre de 1879, que significó la muerte del comandante del monitor peruano *Huáscar*, Miguel Grau. En Chile se conmemora el combate naval de Iquique del 21 de mayo de 1879, que tuvo como consecuencia la muerte del capitán de la corbeta chilena *Esmeralda*, Arturo Prat. En ambos países, tanto el 8 de octubre como el 21 de mayo son días feriados. Los actos de conmemoración en ciudades como Callao, en Perú, y Valparaíso, en Chile, se caracterizan por la organización de desfiles militares, que, en el caso de Chile, incluyen la participación de los estudiantes en bandas de guerra (Arévalo 2012 y 2010).

7 Para más información sobre los estudios de la construcción de la identidad desde la comunicación, véase Silva (2003).

8 En este caso, véase el estudio de Miguel Rodrigo Alsina (2006, 45).

9 Según el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (12 de octubre de 2013 PNUD) (2010), América Latina es la región con peor distribución.

un importante número de accionistas españoles. La defensa de esta empresa incluyó declaraciones de rechazo de sus líderes y reuniones con otros países europeos para tratar el tema (Gadano 2012, 22).

Las naciones se construyen (Gellner 1988), aunque exista la percepción de que son parte de nuestra esencia y que su origen se remonta a tiempos inmemorables. Este proceso data de los últimos cincuenta años del siglo XVIII, con los cambios políticos, económicos y sociales que originó la Revolución Francesa, siendo relevantes los debates y las reflexiones teóricas y filosóficas de este período, que tienen como una de sus máximas expresiones la publicación de *El contrato social* de Rousseau, que rechazó el poder del Antiguo Régimen, representado en las monarquías absolutas de Europa. Kohn (1949, 19) señala que con anterioridad a la Revolución Francesa, las masas no se percataban de que hablaban un mismo idioma en un gran territorio, ni tampoco existía un sentimiento de pertenencia hacia ese espacio geográfico, de acuerdo con los parámetros actuales que conforman hoy determinados países. La identificación se restringía a áreas más reducidas como una aldea, un valle o la ciudad natal, que podían ser recorridos fácilmente. En el caso de las zonas más extensas, éstas eran conocidas por una minoría.

Mosse (2005, 15-16) afirma que la idea de nación en el siglo XVIII se originó por el desarrollo de una nueva política que permitió la expresión e integración del pueblo, teniendo como base el concepto de soberanía popular o el cumplimiento de la voluntad general del conjunto, que permitió la identificación de las personas como ciudadanos con derechos y deberes. Kohn (1949, 17) agrega que no se puede entender la creación de la nación y del nacionalismo “sin una revisión completa de la posición del gobernante y de los gobernados, de las clases y castas”. El mismo Kohn (1949, 30) afirma que la nueva manera de hacer política consistió en la conformación de un Estado soberano centralizado que invitó a todos los ciudadanos a participar en la política e interiorizar la cultura de la nación.

De acuerdo con Tortosa (1993, 30), en el origen de la idea de nación confluyen diversos factores, tales como el desarrollo de la imprenta, la desaparición de las dinastías como elementos unificadores, la secularización o la funcionalidad para el mantenimiento del capitalismo, entre otros. En relación con este último punto, Gellner agrega que la ideología del nacionalismo y la idea de nación permitieron que el sistema económico del siglo XIX y su división del trabajo se desarrollaran a plenitud, ya que aportaron homogeneidad e incentivaron la movilidad de sus poblaciones en torno a una cultura pre-

ponderante. “El nacionalismo no hace más que reflejar la necesidad objetiva de homogeneidad [...] un estado moderno industrial sólo puede funcionar con una población móvil, alfabetizada, culturalmente estandarizada y permutable” (Gellner 1988, 67).

La construcción de la nación y la Guerra del Pacífico

Para construir una nación, las élites necesitan acontecimientos, ideas, proyectos políticos y personajes históricos que refuercen la cohesión y la unidad en torno a este proyecto. Las jóvenes repúblicas sudamericanas fundamentaron este proceso en los militares que lucharon contra el Ejército español y consiguieron la independencia de las repúblicas sudamericanas, tales como Simón Bolívar, José de San Martín o Bernardo O’Higgins, entre otros. A pesar de la promoción de estos discursos en sus habitantes, algunos sectores de la población chilena, peruana y boliviana, como los mestizos y los pueblos indígenas, no se sintieron identificados con los proyectos nacionales (Gallardo, Martínez y Martínez 2002), por lo cual los conflictos regionales, como la Guerra del Pacífico, se convirtieron en una nueva opción para reforzar la construcción de la nación e incluir a estos grupos sociales. El plan consistió en aumentar la identificación y la valoración de los militares que participaron en esta guerra, tales como Miguel Grau, en Perú,¹⁰ Arturo Prat, en Chile (Sater 2005), y Eduardo Abaroa, en Bolivia, a quienes en los relatos y discursos se les confirió la categoría de héroes. Leyton (2006, 227) afirma que conflictos históricos como la Guerra del Pacífico permiten “la cohesión social por cuanto contribuyen a la formación de una conciencia de unidad política”, y además, sustentan “los sistemas políticos al permitirles alimentarse políticamente de ellos, legitimando externa pero sistemáticamente sus puestos de autoridad”.

La difusión del discurso del héroe militar se convirtió en una forma de transmitir conductas y valores asociados al relato de estos militares como el respeto a la autoridad y a determinadas instituciones, como las fuerzas armadas. También se busca promover el compromiso con la nación y su defensa, que, en caso de ser necesario, se activará ante un discurso que muestre la amenaza real o ficticia

¹⁰ El estudio de Rottenbacher y Espinosa (2010) midió los niveles de recuerdo de los ciudadanos de Lima sobre los personajes y eventos de la historia del Perú, entre otros aspectos. La Guerra del Pacífico es el evento con mayor índice de recordación superando a la independencia de España, que se ubicó en el segundo lugar. Por su parte, Grau se ubica en el tercer lugar entre los personajes históricos.

de un bando o grupo considerado como enemigo, ya sea en el ámbito interno (pueblos originarios-inmigrantes) o externo (países limítrofes).

La construcción de la figura heroica de los militares de la Guerra del Pacífico en Chile, Perú y Bolivia presenta dos características comunes: sus líderes mueren en las batallas y los combates significaron derrotas militares. Por ejemplo, en Chile se conmemora la muerte de Arturo Prat, que significó el hundimiento de la corbeta *Esmeralda* en el combate naval de Iquique, en 1879. Por su parte, en Perú se recuerda el fallecimiento de Miguel Grau, que significó la captura del monitor *Huáscar* por parte de las fuerzas navales chilenas en el combate naval de Angamos, en 1879. Finalmente, en Bolivia se rememora la muerte de Eduardo Abaroa en el combate de Topater o Calama, que significó la derrota de su ejército.

La preferencia en el relato histórico de construir héroes tomando como base las derrotas militares se explica por las posibilidades que brinda una situación adversa para manipular las emociones a través de un relato que apele a la unidad ante el dolor o la tragedia. Según Renan (1987, 83), “se ama en proporción a los sacrificios soportados, a los males sufridos [...] el sufrimiento en común une más que la alegría. En punto a recuerdos nacionales, los duelos valen más que los triunfos, pues imponen deberes, ordenan el esfuerzo común”. Casalino (2008, 227) describe esta preferencia por los hechos trágicos en la sociedad peruana: “Es elocuente comprobar que nuestro recuerdo colectivo —el que suele tener carácter espontáneo— tiende a una preferencia mayor por recordar los fracasos y las crisis, que las opciones novedosas y los proyectos colectivos con mirada al futuro”.

Cabe destacar que la muerte, especialmente si sucede defendiendo a la nación, facilita, como plantea Casalino (2008), la construcción del héroe militar. Millones (2006) ejemplifica lo anterior en las dificultades que experimentó el militar del ejército peruano Andrés Avelino Cáceres, para tener el mismo reconocimiento que otros militares de alto rango de la Guerra del Pacífico. Millones (2006) señala que esto se debió principalmente a que Cáceres no falleció en el campo de batalla y a que su presencia en la vida política fue desgastando su imagen.

En los discursos que representan a estos militares, la muerte y la derrota militar son resignificadas. Unos acontecimientos trágicos como pueden ser estas batallas son transformados en victorias morales, a partir de la exaltación de las actuaciones de sus líderes. Como hemos planteado, son representados como ejemplos ciudadanos que deben ser imitados por su valentía, honorabilidad, hi-

dalguía y sacrificio. Un ejemplo de este tipo de relatos lo encontramos en Chile, en la biografía de Arturo Prat, elaborada por Bernardo Vicuña (1879), y en Perú, en el texto *Guerra del Pacífico*, de Ramón Rojas y Cañas, de 1880 (Chávez 2008). Estos libros se publicaron en pleno conflicto, y por ende, no tienen exclusivamente objetivos históricos, sino también propagandísticos, con la búsqueda de animar a sus poblaciones y soldados a no claudicar en la refriega.

Identidad nacional y su relación con la Guerra del Pacífico

La Guerra del Pacífico ha permitido reforzar la identidad nacional, un proceso tanto o más simbólico para estos fines que las guerras de independencia en Chile, Perú y Bolivia. El discurso político y mediático fomenta este proceso al describir a los vecinos limítrofes como potenciales amenazas. Se les confiere la categoría de enemigo externo¹¹ que podría amenazar la integridad y supervivencia de la nación, e incluso se debaten las posibilidades de un enfrentamiento futuro. En Chile se destacan los planes revanchistas del Perú y el odio de sus habitantes hacia los chilenos, y en Perú se enfatiza la idea de que Chile es un país belicista y expansionista en los planos militar y económico. Se observan con desconfianza las inversiones de empresas chilenas en Perú.

Como resultado de la instrumentalización de la imagen del héroe militar y del discurso de la amenaza externa, se va desarrollando una identidad nacional hegemónica y excluyente, en contraposición a la otredad, que se fundamenta en la división o se nutre de ella. Es decir, se es más chileno o peruano cuanto más se odia al otro. Lo anterior dificulta la valoración de los aspectos que unen a estos países, como “la historia compartida y solidaria de nuestras naciones, que desde las gestas de la independencia han enfrentado desafíos internos y externos comunes”, como se establece en la declaración fundacional de Cuzco de la Unión de Naciones Suramericanas (Unasur) (Comunidad Andina de Naciones [CAN] 2004). La reiteración de esta violencia también dificulta el desarrollo de una reconciliación duradera y con bases sólidas. Como señala Rodríguez (2004, 251-252), las narrativas de los hechos, procesos y circunstancias que vinculan a los tres países fusionaron “lo cultural con lo emocional, para identificar el amor a la patria propia con el odio a la patria ajena”.

11 Millones (2009) indagó sobre las expresiones públicas de aversión hacia Chile en las ciudades de Lima y Callao, entre mediados de 1880 y finales de 1920.

Los grupos de poder utilizaron el resultado militar y las consecuencias sociales y geopolíticas de esta guerra para cohesionar y reforzar la identidad nacional. En el caso de Chile, este conflicto ha contribuido a expresar una identidad nacional desde un *excesivo orgullo* producto de la anexión de dos regiones y el triunfo en el campo militar, que en la primera década del siglo XX se fundamentó en el concepto de raza chilena, para diferenciar físicamente al mestizo chileno de sus vecinos limítrofes (Palacios 1904). Por su parte, en Perú y Bolivia esta identidad se proyecta desde un *orgullo herido*, por las consecuencias territoriales, sociales y psicológicas de la Guerra del Pacífico, como el trauma de invasión, en el caso de Perú, y la pérdida de la salida al mar, de Bolivia. En relación con este proceso del Perú, Rottenbacher (2008, 100) afirma que, tras la Guerra del Pacífico, Chile se convirtió en “el enemigo, ‘en el ‘otro’ del cual diferenciarnos y frente al que debíamos defender nuestra propia identidad nacional”. Complementa la idea Parodi (2009, 173-174) al señalar que la memoria colectiva de la Guerra del Pacífico está saturada de recuerdos del pasado en torno a este conflicto como las batallas o las pérdidas territoriales, entre otros, que afectan la comprensión de los acontecimientos presentes entre ambos países y la reconversión del conflicto. “En suma, el caso peruano no es solo de exceso de pasado, sino también de memorias y recuerdos, los que se retroalimentan con las controversias del presente, las que en algunos casos carecen de sustento real”. Las consecuencias del excesivo orgullo nacional y el orgullo herido en las relaciones de Perú y Chile son descritas por Rodríguez (2004, 26-27):

El orgullo en Chile mutó en arrogancia focalizada [...] en contrapunto con el rencor peruano, amarró el futuro de ambos países a una íntima enemistad, que se expresaría para unos, en la obligación de mantener lo ganado, y para otros, en la necesidad de recuperar lo perdido. Ese amarre impediría asomarse a las posibilidades de una cooperación que potenciara a ambos conjuntamente.

La violencia de este conflicto se reproduce a través de la difusión de discursos confrontacionales y autorreferenciales en instancias como la educación y los medios de comunicación. Para comprender sus bases, en el cuadro 1 se reflejan este proceso y su relación con la construcción de la identidad nacional y su manifestación en los discursos.

Si bien en este cuadro se incluye el efecto de los discursos educativos en este conflicto, en este artículo nos centraremos en analizar su manifestación en la comunicación. La importancia de este tema se basa en la influencia

de los medios de comunicación¹² en la mantención del poder a través de la construcción de marcos de referencia (Lakoff 2004) y la difusión de imaginarios que son coherentes y convenientes para las élites económicas.

En este sentido, este artículo analizará los discursos que refuerzan actitudes y conductas negativas en relación con la percepción del Otro y detallará sus estrategias en la prensa escrita. Una vez realizado este análisis, se pondrán algunas alternativas de cambio que permitan reducir esta violencia.

La prensa escrita y la representación negativa de la otredad

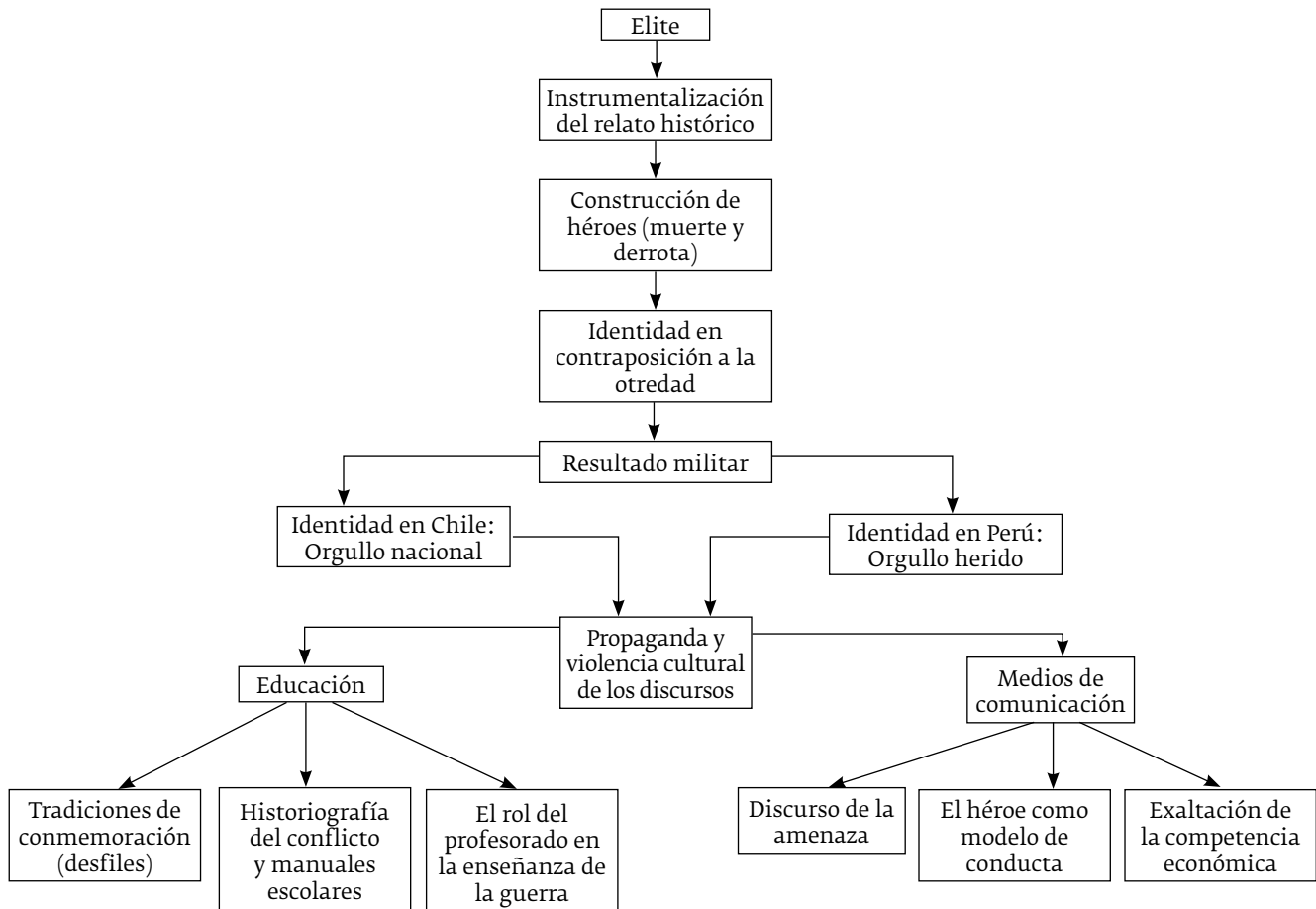
En el análisis de los discursos de la prensa escrita que informan sobre las relaciones de Chile y Perú, se puede constatar la existencia de por lo menos tres estrategias discursivas para promocionar la violencia cultural. La primera es una representación negativa de la otredad, principalmente en el contexto del conflicto limítrofe que mantienen ambos países en la Corte Penal Internacional de La Haya para delimitar sus fronteras marítimas. Un litigio que se inicia en 2007 y que desde ese año ha centralizado el debate político y mediático en las relaciones chileno-peruanas.

Cabe destacar que todos los trabajos que se han producido sobre la influencia de la prensa en este conflicto se han desarrollado desde universidades chilenas, en un primer momento analizando exclusivamente diarios chilenos (Mayorga y León 2007; Mayorga, Del Valle y Nitrhual 2008), para posteriormente desarrollar estudios comparativos en diarios tanto de corte tradicional como sensacionalistas (Browne y Romero 2010; Browne, Silva y Baessolo 2010; Browne *et al.* 2011).

Las principales conclusiones de los trabajos evidencian que existe un tratamiento negativo en la prensa chilena cuando se representa al Perú y sus habitantes, siendo recurrentes la difusión de prejuicios y los estereotipos, así

12 Según Alfonso Cortés (2012), son cuatro las principales teorías de la comunicación que abordan el papel de los medios de comunicación en la creación de determinadas opiniones. A continuación se expresa un resumen de sus definiciones: “La teoría del establecimiento de la agenda: Los medios de comunicación determinan la agenda de discusión pública. La teoría de la dependencia de los medios: Los efectos de los medios de comunicación se hacen mayores cuando la gente no tiene la posibilidad de contrastar la información de forma coherente. La teoría del marco: Se trata de enmarcar una situación en otra, para favorecer una. La teoría del cultivo: Mostrando continuamente mensajes similares, se crean creencias y actitudes en la población” (Cortés 2012, 9-10).

Cuadro 1. Proceso de reproducción de la violencia en el conflicto entre Chile, Perú y Bolivia



como una visión conflictiva y amenazante. También constatan que se producen una defensa de la postura diplomática nacional y una deslegitimación de la contraparte.

Mayorga y León (2007) realizan uno de los primeros trabajos de análisis del discurso sobre este tema, a partir de una investigación que incluyó como corpus de estudio las noticias de los diarios chilenos *La Tercera* y *El Mercurio* de Santiago, considerados como los más tradicionales y serios de este país. La investigación se realizó de octubre a noviembre de 2005, período en que el Congreso de Perú aprobó la ley que establece el nuevo límite marítimo entre ambos países.

El estudio concluye que la representación de Perú en estos diarios “ha sido construida sobre la base de elementos de significación vinculados al papel conflictivo del país limítrofe, lo que produce una representación textual de intolerancia acerca del otro que es vinculado con implicaciones de carácter negativo para el desarrollo de

Chile” (Mayorga y León 2007, 180). Mayorga y León (2007) afirman que las manifestaciones políticas y mediáticas que representan al Perú se clasifican en “acciones ilegales, arbitrarias y ofensivas que atentan contra el orden socioeconómico y político establecido para el bienestar del pueblo chileno” (Mayorga y León 2007, 180).

La prensa considerada “sensacionalista” —como los diarios chilenos *La Cuarta* y *Las Últimas Noticias*— expresa de manera más directa los prejuicios y estereotipos en relación con los habitantes de Perú y Bolivia, así como con sus países. Estos diarios pertenecen a los dos mayores conglomerados periodísticos del sector: Consorcio periodístico de Chile (Copesa) y *El Mercurio* Sociedad Anónima, respectivamente. A partir de un ACD de 33 noticias que fueron publicadas en junio de 2008 en las secciones deporte y policial, Browne, Silva y Baessolo (2010, 92) concluyeron que “los significados locales explícitos más recurrentes fueron ‘cholitos’ para los peruanos y ‘paitocos’ y ‘bolis’ para los

bolivianos y los significados locales implícitos fueron los de droga, conflicto limítrofe, migración, fútbol, pisco, suspiro limeño y ceviche, entre otros”.

La representación de Chile en la prensa escrita peruana también se caracteriza por transmitir prejuicios y construir una visión conflictiva, como se evidencia en los estudios de Browne *et al.* (2011) y Browne y Yáñez (2011). Estos últimos autores analizaron 33 noticias del diario *El Mercurio* de Santiago y 36 del diario *El Comercio* de Lima, de las cuales, en 15 de ellas realizaron un análisis comparativo. El Análisis Crítico del Discurso concluyó que estos medios “promueven estereotipos y prejuicios direccionados a potenciar la institucionalización de una identidad y otra alteridad en torno a los discursos de la diferencia entre Chile y Perú”. Browne y Yáñez (2011) añaden que “tanto *El Mercurio* como *El Comercio* construyen realidades a partir de imaginarios aprendidos y establecidos por los discursos de autoridad, productos de tradiciones socio-histórico-culturales, que tienden a favorecer y fortalecer identidades propias por sobre las ajenas”.

La reiteración de discursos en el tiempo configura un estado de tensión continuo, que impide el entendimiento y desarrollo de acuerdos a largo plazo. También, estos discursos contribuyen a dificultar la creencia de que es posible la reconciliación entre estos países. En otras palabras, se refuerza la idea de que el conflicto es una parte inherente de sus relaciones. Browne y Romero detallan el efecto de este tratamiento en las relaciones sociales entre chilenos, peruanos y bolivianos:

Los medios de comunicación no cooperan en mejorar las relaciones interculturales entre y con sus países limítrofes. Es más, muchas veces provocan mayores desencuentros y conflictos e imponen a los lectores sus propias concepciones estereotipadas y cegadas por una carga ideológica, ya sea que provenga de la empresa informativa, con una línea editorial determinada, o a través de percepciones del propio reportero. (Browne y Romero 2010, 248)

Algunas de las investigaciones de la prensa escrita que estudian la representación de Chile y Perú han utilizado como metodología el ACD, una perspectiva que tiene entre sus referentes a Teun Van Dijk y Ruth Wodak, entre otros.

Van Dijk (2009, 149) define el Análisis Crítico del Discurso como una perspectiva crítica, o “una investigación analítica sobre el discurso que estudia primariamente el modo en que el abuso de poder, el dominio y la desigualdad son practicados, abordados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos por los textos y el habla en el contexto social y político”. Van Dijk agrega que el Análisis Crítico

del Discurso estudia las estructuras y las estrategias del texto, y plantea también sus relaciones con el contexto social y político (Van Dijk 2009, 149-152). Para este autor, los principales temas de estudio son el abuso de poder, el control social, la dominación, el mantenimiento o la intensificación de las desigualdades sociales, la exclusión o el silenciamiento, aspectos centrales de esta perspectiva (Martín, Pardo y Whittaker 1998).

Wodak (2003, 19) es otro autor de referencia que concuerda con Van Dijk en que el análisis del poder es uno de los temas centrales del Análisis Crítico del Discurso, a lo que añade otras dos categorías: la historia y la ideología. Estos autores señalan la importancia de realizar investigaciones multidisciplinarias (Van Dijk 2003) e interdisciplinarias (Wodak 2003), para lograr una mayor profundización del objeto de estudio.

Un aspecto relevante de esta perspectiva de análisis, que de manera indirecta se refleja en sus definiciones, es el compromiso que presentan estas investigaciones de contribuir desde la generación del conocimiento al desarrollo de sociedades más justas y pacíficas. Se busca que los grupos vulnerados en sus derechos puedan tomar conciencia de que existen violencias discursivas que se manifiestan a diario, pero que pasan desapercibidas por lo indirecto de sus estrategias. El objetivo es que a través de la denuncia se genere un debate que posteriormente permita que los propios oprimidos logren transformar sus condiciones de violencia.

Los diarios y la promoción de la competencia entre Chile y Perú

La segunda estrategia visible en la prensa escrita es la exaltación de la competencia económica entre Perú y Chile, que se expresa en noticias que destacan los indicadores de crecimiento u otros avances, y los comparan con los de su vecino limítrofe. Una estrategia que busca legitimar y promover los beneficios del modelo neoliberal y su desregulación. En 2009, el expresidente de Perú Alan García, ante el descubrimiento de un eventual espionaje de Chile, afirmó que este último país tiene envidia de Perú por el crecimiento económico. “Perú avanza y crece, y por eso nos ven con envidia, por eso nos espían y por eso quieren saber cuál es el secreto; se los diré en voz alta: el secreto del crecimiento es trabajar por el pueblo y hacer que el Perú crezca” (*El Informador* 2009).

En esta estrategia son útiles los *rankings* de los estudios internacionales, debido a que aportan los datos necesarios para realizar las comparaciones. En una noticia del portal *Gestión* publicada el 13 de enero de 2012, que se elabora a partir de

un estudio del banco HSBS denominado Mundo en 2050, se compara la situación económica de Chile y Perú en las próximas décadas. La noticia informa que la economía de Perú superará en 2050 a la de Chile en el Producto Interno Bruto (PIB), aspecto que es destacado en su titular. En uno de sus párrafos se mencionan las características que, según este estudio, diferencian a Perú de su vecino limítrofe: “Si bien para el banco inglés Perú y Chile son las estrellas de la región, Perú tiene una combinación de fundamentos económicos fuertes y gran crecimiento de la población. Chile, en cambio, tendrá un crecimiento demográfico más moderado” (Prado 2012). En la información publicada en el diario *Gestión* de Perú aparece como fondo la bandera nacional flameando. La intencionalidad de esta noticia es que la población y la ciudadanía sientan orgullo por los logros económicos y respalden las políticas en este ámbito.

La competencia también se produce en diarios tradicionales, considerados como prensa seria. *El Comercio* de Lima publicó los siguientes titulares en 2010 y 2011: “Call centers peruanos quitan mercado a chilenos”, publicada el 12 octubre de 2010 (*El Comercio* 2010, b10), y “Empresas chilenas alistan nueva ola de inversión”. Este último titular fue portada de la edición del 10 de octubre de 2011 (*El Comercio* 2011, 1), que anuncia un reportaje sobre este tema publicado en el suplemento *Día 1* (*El Comercio* 2011, 14-15).

Al igual que en Perú, en Chile se transmiten los discursos de éxito y progreso. Al aumento del crecimiento se le suma la visibilidad en otros indicadores como la reducción de la pobreza. También se resalta la estabilidad institucional como manera de diferenciarse de los otros países de la región. Se construye la imagen de Chile como país modelo, como el mejor alumno del barrio. La penetración de este imaginario se cuantifica en la encuesta Bicentenario de 2006, que concluye que un 74% de los encuestados manifestó estar muy de acuerdo con la siguiente afirmación: *Chile es el mejor país para vivir dentro de América Latina*. Esta percepción tiene mayor influencia en personas con más de 55 años y en los sectores más pobres del país. Estas conclusiones se refuerzan en las mediciones de 2007 y 2010, que constatan un gran aprecio por el nivel de desarrollo y la democracia. Como ejemplo, citamos dos titulares de diarios chilenos que expresan este sentir: “Chilenos, los sudamericanos que más gastan en Brasil”, noticia publicada en *El Mercurio* (2012, b4) del 23 de noviembre de 2012, y “Chile liderará crecimiento en países Ocde hasta 2014”, que fue publicada en el diario *La Tercera* (2012, 28) el 27 de noviembre de 2012.

En Chile existen algunos sectores de la sociedad que observan de manera positiva que la política exterior se aísle de la región ante el hipotético peligro de que una

eventual inestabilidad de los países limítrofes afecte los logros económicos y el proyecto de desarrollo. Artaza (2007, 422) reconoce la existencia de este discurso triunfal, pero a su vez señala que no representa a la mayoría de la población y a su política exterior. Algo discutible, dada la política de regionalismo abierto, directriz económica que consiste en pactar unilateralmente acuerdos de libre comercio y de asociación estratégica por sobre la negociación en bloque. También, por los débiles esfuerzos para solucionar los conflictos históricos con Perú y Bolivia. Los efectos del regionalismo abierto se aprecian en que Chile sólo es asociado en foros de integración como el Mercado Común del Sur (Mercosur) y la Comunidad Andina de Naciones (CAN).

Para analizar la percepción de la población sobre la necesidad de una actuación basada en el aislacionismo, el estudio “Las Américas y el Mundo”¹³ indagó sobre la preferencia de los encuestados respecto a la conveniencia de determinados vínculos bilaterales. En primer lugar, aparece Europa, con un 65%, en la categoría mucha preferencia. Le siguen Estados Unidos y España, con 64 y 62%, respectivamente. El primer país de Suramérica es Brasil, con un 61%, en la categoría mucho. Los países limítrofes, como Bolivia y Perú, muestran una baja prioridad entre los encuestados, con sólo un 30%, en la categoría mucho. Los bajos resultados de estos países en esta categoría son una expresión del efecto de la violencia cultural de los discursos, especialmente la sensación de amenaza existente.

Más datos sobre este tema los aporta la encuesta Bicentenario (2008, 15), que concluye:

- Un 57% cree que Chile es un país muy diferente al resto de América.
- Un 51% menciona que se debe actuar al margen de las naciones latinoamericanas.
- Un 55%, que Chile se beneficia más profundizando lazos con los países desarrollados.

El discurso del ejemplo, del éxito o del país modelo, es visto por los países del entorno como una muestra de arrogancia, especialmente en Perú y Bolivia. El estudio de Albornoz (2009) analizó la percepción de Chile en los ciudadanos de Argentina, Perú, Brasil y Colombia, lo que incluyó también a sus líderes de opinión. La investigación concluyó que los chilenos son vistos como “personas distantes y enigmáticas”. Además, se señala que:

13 Instituto de Estudios Internacionales de la Universidad de Chile y el Instituto de Ciencia Política de la Pontificia Universidad Católica de Chile (2008, 55).

- Se valora la transparencia y confiabilidad de sus instituciones.
- Existe una visión positiva sobre elementos externos como la economía y la belleza de la geografía, por sobre cualidades personales de sus habitantes.
- Se describe al chileno como adicto al trabajo, ordenado, individualista, correcto, buen compañero de trabajo, pero poco amistoso.

El discurso del éxito y la carrera por el desarrollo presente en los debates políticos y mediáticos son una nueva área de la rivalidad entre Chile y Perú, que se complementan tanto con las visiones antagónicas que se originan por la interpretación de la Guerra del Pacífico y la instrumentalización de los litigios limítrofes actuales como por la promoción de una identidad nacional excluyente que se basa en la imagen del héroe nacional. Los objetivos de estas estrategias son alcanzar una mayor cohesión interna en unas sociedades con elevados niveles de desigualdad económica, lograr legitimar el modelo económico promoviendo la rivalidad y respaldar el poder de sus gobernantes.

Los diarios de Chile y Perú y la promoción de la identidad nacional vinculada a la Guerra del Pacífico

La tercera estrategia para reproducir la violencia en este conflicto visible en las noticias de la prensa escrita es la promoción de la identidad nacional, basada en la transmisión de valores y conductas asociados a una imagen heroica de los militares de la Guerra del Pacífico.

Para analizar este tema, se presentan los resultados del Análisis Crítico del Discurso de las noticias de los diarios *El Mercurio de Valparaíso* y *El Comercio* de Lima que hacen referencia a la cobertura periodística de los actos de conmemoración de las batallas navales de la Guerra del Pacífico. Estos diarios son considerados los decanos de sus respectivas prensas, por su antigüedad, y también destacan por presentar una línea periodística conservadora y tradicional. Nos interesa conocer cómo es el tratamiento informativo en relación con el recuerdo de este conflicto bélico en 2009 y 2010, cuando han transcurrido más de 130 años desde el inicio de esta guerra.

El estudio analizó todas las noticias¹⁴ que hicieron referencia a los actos de conmemoración de los combates navales

de la Guerra del Pacífico durante cinco días anteriores y cinco días posteriores a la realización de los actos centrales (8 de octubre en Perú y 21 de mayo en Chile¹⁵), entre 2009 y 2010. Es decir, del 3 al 13 de octubre para *El Comercio* de Lima, y del 16 al 26 de mayo para *El Mercurio de Valparaíso*. El principal criterio para seleccionar estos dos diarios como corpus de estudio —a pesar de que uno de ellos presenta un alcance nacional, *El Comercio*, y otro regional, *El Mercurio de Valparaíso*— se debe a que estos medios de comunicación son, junto al diario oficial *El Peruano*, los únicos vigentes¹⁶ que cubrieron los acontecimientos de la Guerra del Pacífico en el siglo XIX. Además, las ciudades donde estos medios de comunicación tienen sus sedes centrales tienen un peso significativo para las conmemoraciones de este conflicto. En Valparaíso se realiza el principal acto de conmemoración del combate naval de Iquique, y en la plaza Sotomayor de esta ciudad se encuentra el Monumento de los Héroes de Iquique, donde yacen los restos fúnebres de Arturo Prat, capitán de la corbeta *Esmeralda*. Por su parte, en Lima se encuentra la Cripta de los Héroes, donde se encuentran los restos mortuorios de Miguel Grau.

A partir de una metodología de ACD, se verificó que en ambos diarios se establece un compromiso directo para promover una identidad nacional basada en el discurso oficial sobre los combates navales, sus actos de conmemoración y la figura de sus líderes, como Miguel Grau y Arturo Prat (Arévalo 2012). Se construye una representación positiva de estas actividades y sus actores. Por ejemplo, tanto *El Mercurio* como *El Comercio* difundieron infografías sobre las batallas que divulgaron sus aspectos técnicos.

Las noticias también destacan la necesidad de mantener en el tiempo estos actos conmemorativos y critican que algún acontecimiento o problemática social pueda

15 El 8 de octubre de 1879 se produjo el combate naval de Angamos, que significó la muerte de Miguel Grau, almirante peruano del monitor *Huáscar*. Por su parte, el 21 de mayo de 1879 aconteció el combate naval de Iquique, que ocasionó el fallecimiento de Arturo Prat, capitán chileno de la corbeta *Esmeralda*. Tanto Grau como Prat son los principales referentes militares de la Guerra del Pacífico en ambos países.

16 Esta afirmación se comprueba tras la revisión de algunos trabajos que analizan el rol de los diarios en el siglo XIX en Chile y Perú en el marco de este conflicto. Entre ellos destacamos los textos de Vásquez (2009, 322-324) y Rubilar (2011, 39-74). También se realizó una revisión de los años de fundación de los diarios que actualmente se publican en Chile y Perú a partir de una indagación de sus páginas web y otras fuentes. *El Mercurio de Valparaíso* inició sus actividades en 1827, y *El Comercio*, en 1839. El diario oficial *El Peruano* data de 1825. El 16 de enero de 1880, en pleno conflicto armado con Chile, *El Comercio* fue clausurado por el jefe supremo de Perú, Nicolás Piérola, por mantener una línea editorial contraria a los intereses de este militar. Este diario reinició sus actividades el 23 de octubre de 1883. Cabe destacar que esta empresa decidió no informar durante la ocupación chilena de Lima, en señal de protesta.

14 El corpus de la investigación incluyó 7 informaciones de *El Comercio* y 19 de *El Mercurio*.

afectar su normal desarrollo. Lo anterior se comprueba en *El Comercio* (2009, a11), en una noticia publicada el 7 de octubre, cuyo texto expresa una mayor preocupación por la conservación de un monumento de Grau que por cuestionar la pobreza y marginación que experimentan unas personas en situación de calle que duermen en sus inmediaciones. El texto califica a estas personas como indignas y eventuales delincuentes y solicita que se tomen las medidas necesarias para impedir su acceso, o que se traslade el monumento. Por su parte, *El Mercurio de Valparaíso* (2009, 5), en una noticia publicada el 16 de mayo de 2009, critica a los profesores por el impacto de su huelga, que, según este diario, impidió que sus estudiantes desfilaran en los actos de conmemoración. También se constatan textos que rechazan las protestas que se produjeron el 21 de mayo en Valparaíso, día en que se realiza el evento central de homenaje a los militares chilenos que participaron en el combate naval de Iquique y que coincide con la cuenta anual del presidente de Chile en el Congreso Nacional. En estas noticias se resalta la violencia y se critica que estas protestas dañen el normal desarrollo de los homenajes, como lo ejemplifica la noticia publicada por *El Mercurio de Valparaíso* (2009, 2), el 21 de mayo de 2009.

Los dos diarios utilizan estos festejos para legitimar las fuerzas armadas y los organismos policiales destacando que son necesarios porque protegen la ciudadanía en el ámbito interno de la violencia de las protestas, y en el externo, de la amenaza de los países vecinos. Se pretende transferir la imagen heroica de Miguel Grau y Arturo Prat a estas instituciones y sus miembros.

Conclusiones

Determinados discursos están impidiendo que las relaciones entre Chile y Perú logren proyectar un futuro interdependiente basado en la confianza mutua y que evite la reproducción de las secuelas de la Guerra del Pacífico en el tiempo. El artículo visualizó cómo los principales diarios de Chile y Perú actualmente fomentan la sensación de amenaza, la desconfianza y la competencia en las relaciones entre sus habitantes. Se detallan tres estrategias discursivas visibles en la prensa escrita: una representación negativa de la otredad; una exaltación de la competencia, visible a través de la difusión y comparación de los indicadores económicos, y una promoción de una identidad nacional, a partir de los militares de la Guerra del Pacífico.

La reconciliación de estas sociedades requiere que se reformulen, se reenmarquen o se desestructuren estos discursos. Se necesita la difusión de una comunicación

para el cambio social desde una eficacia cultural (Nos, Iranzo y Farné 2012, 213-217), que tenga su proyección en el ámbito educativo (Gámez y Nos 2012). En este sentido, es pertinente el desarrollo de un esfuerzo conjunto que implique la elaboración de un plan de construcción de paz consensuado entre los diversos actores (Estados, universidades, organizaciones no gubernamentales, movimiento social), que incluyan acciones en el ámbito educativo y los medios de comunicación. Como una eventual medida con este objetivo, se podrían divulgar diversas campañas de publicidad social¹⁷ que transmitan valores como la paz, la solidaridad y la integración. Estas campañas pueden ser emitidas tanto por las entidades públicas como por las organizaciones no gubernamentales para el desarrollo. Para concretar esta idea, los gobiernos de Chile, Perú y Bolivia podrían crear un fondo público trinacional para desarrollar campañas en el ámbito educativo y los medios de comunicación que fomenten la realización en los colegios de jornadas de educación para la paz, que sensibilicen sobre este tema; la organización de actividades interculturales, la realización de seminarios de divulgación, la edición de libros, la creación de murales de paz o el desarrollo de encuentros trinacionales, entre otros aspectos.

Una segunda medida para reformular la violencia cultural de los discursos podría ser la elaboración de un código ético periodístico o un manual de estilo que establezca recomendaciones y pautas sobre un adecuado tratamiento discursivo en las relaciones entre estos países. La confección de este documento podría tomar como referencia las investigaciones que se han realizado sobre la representación de la otredad en los medios de comunicación de Chile y Perú (Browne, Silva y Baessolo 2010; Browne y Romero 2010; Browne y Yáñez 2011; Browne *et al.* 2011; Mayorga y León 2007; Mayorga, Del Valle y Nitrhual 2008) y los diversos manuales de estilo y códigos éticos en temas como la inmigración que se han desarrollado en países como España (Colegio de Periodistas de Cataluña 2002, 2009 y 2010; Consejo Audiovisual de Cataluña 2002). La elaboración de una pauta de este tipo debe incluir la participación de distintos grupos y entidades, tales como los colegios de periodistas, los grupos de investigación sobre estudios del discurso, los representantes de los ministerios de Educación, e incluso, de los propios ciudadanos, entre otros. ‡

17 La publicidad social son acciones comunicativas que promueven “la sensibilización y educación de la sociedad en conductas cívicas, e igualmente, de legitimación (y empoderamiento) de los actores que trabajan por la justicia social” (Nos 2007, 178). Ver también Arévalo (2011, 60).

Referencias

1. Albornoz, Eduardo. 2009. *Cómo nos ven: una primera aproximación*. Ponencia presentada en el Seminario Internacional Comunicación de Imagen País: desafíos de un nuevo concepto. Proyecto Chile-Imagen País – Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP) y la Asociación Nacional de Avisadores (ANDA), Chile.
2. Alsina, Miguel Rodrigo. 2006. El periodismo ante el reto de la inmigración. En *Medios de comunicación e inmigración*, ed. Manuel Lario Bastida. Murcia: Convivir sin racismo – CAM, 37-58.
3. Arévalo Salinas, Alex Iván. 2010. Héroes, tradiciones y poder. El caso de Chile en la Guerra del Pacífico. *Revista F@ro: Revista Teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación* 12: 1-7.
4. Arévalo Salinas, Alex Iván. 2011. Concentración mediática, violencia cultural y alternativa: el caso del defensor/a del lector/a. En *Comunicación para la paz en acción. Periodismos, conflictos, alfabetización mediática y Alianza de Civilizaciones*, eds. Eloísa Nos, José Ignacio Martín y Fatuma Ahmed. Castellón: Servicio de Publicaciones de la Universitat Jaume I de Castellón, 45-63.
5. Arévalo Salinas, Alex Iván. 2012. *La comunicación para la paz y su rol en la transformación del conflicto histórico entre Chile y Perú*. Disertación doctoral, Universitat Jaume I de Castellón, España.
6. Artaza, Mario. 2007. Las relaciones entre Chile y Perú: una vecindad difícil. En *Nuestros vecinos*, eds. Mario Artaza y Verónica Milet. Santiago de Chile: Ril Editores, 417-422.
7. Browne Sartori, Rodrigo y Pamela Romero. 2010. Análisis crítico del discurso (ACD) de la representación boliviana en las noticias de la prensa diaria de cobertura nacional: el caso de El Mercurio y La Tercera. *Polis: Revista de la Universidad Bolivariana* 8, n° 26: 233-249.
8. Browne Sartori, Rodrigo, Víctor Silva Echeto y Ricardo Baessolo Stiven. 2010. Periodismo intercultural: representación peruana y boliviana en la prensa chilena. *Revista Comunicar* 18, n° 35: 85-93.
9. Browne Sartori, Rodrigo y Constanza Yáñez. 2011. Comunicación intercultural mediada: construcción de realidad a través de un análisis crítico y complejo de los discursos periodísticos entre Chile y Perú. *Revista Alpha* 34: 173-196.
10. Browne Sartori, Rodrigo, Carlos del Valle, Víctor Silva, Julio Carvajal y Álex Insulza. 2011. Propuesta teórico-metodológica para un análisis crítico y complejo del discurso (ACCD) en la prensa de Chile y Perú. El ejemplo de la Cuarta y Ajá. *Revista Estudios del Mensaje Periodístico* 17, n° 1: 17-42.
11. Casalino, Carlota. 2008. *Los héroes patrios y la construcción del Estado-nación en el Perú (siglo XIX y XX)*. Tesis doctoral, Universidad Nacional Mayor San Marcos, Perú.
12. Chávez, Juan. 2008. *La idea de nación en la Guerra del Pacífico (Lima, 1880) de Ramón Rojas y Cañas*. Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú.
13. Comunidad Andina de Naciones. 2004. *Declaración del Cusco sobre la Comunidad Sudamericana de Naciones*. III Cumbre Presidencial Sudamericana, Comunidad Andina de Naciones. <http://www.comunidadandina.org/documentos/dec_int/cusco_sudamerica.htm>.
14. Colegio de Periodistas de Cataluña. 2002. Manuel d' estil sobre minories ètniques del Col·legi de Periodistes de Catalunya. *Quaderns del CAC* 12, 68-70.
15. Colegio de Periodistas de Cataluña. 2009. *Recomanacions per a la pràctica periodística en el tractament de conflictes bèl·lics o armats*. <http://www20.gencat.cat/docs/Sala%20de%20Premsa/Documents/Arxius/institucionals_premsa.notaPremsa.65.Recomanacions1259165730599.pdf>.
16. Colegio de Periodistas de Cataluña. 2010. *Guía sobre el tratamiento de la diversidad cultural en los medios de comunicación*. <http://www.periodistes.org/lLista_de_documents>.
17. Consejo Audiovisual de Cataluña. 2002. *Recomanacions del CAC sobre el tractament informatiu de la immigració*. *Quaderns del CAC* 12, 63-67.
18. Cortés, Alfonso. 2012. La comunicación es una herramienta estratégica en la construcción de la paz. En *Comunicación y cultura de paz*, eds. Alfonso Cortés y Marcial García. Granada: Universidad de Granada, 25-40.
19. *El Comercio de Lima*. 2009. La imagen más triste de un héroe. 7 de octubre.
20. *El Comercio de Lima*. 2010. Call centers peruanos quitan mercado a chilenos. 12 de octubre.
21. *El Comercio de Lima*. 2011. Empresas chilenas alistan nueva ola de inversión. 10 de octubre.
22. *El Comercio de Lima*. 2011. ¡Contigo, Perú! 10 de octubre.
23. *El Informador*. 2009. Asegura Alán García que Chile espía a Perú por "envidia". 18 de noviembre. <<http://www.informador.com.mx/internacional/2009/155249/6/asegura-alan-garcia-que-chile-espia-a-peru-por-envidia.htm>>

24. *El Mercurio* (EMOL). 2012. Chilenos son los turistas sudamericanos que más gastan en tierras brasileñas. 23 de noviembre.
25. *El Mercurio de Valparaíso*. 2009. Corporación suspende desfile de municipales. 16 de mayo.
26. *El Mercurio de Valparaíso*. 2009. Municipio retira mobiliario de las calles porteñas. 21 de mayo.
27. Gadano, Nicolás. 2012. YPF, petróleo y soberanía en Argentina. La alterada historia de la petrolera desprivatizada. *Le Monde diplomatique* 199: 22-23.
28. Gallardo, Viviana, José Luis Martínez y Nelson Martínez. 2002. Indios y rotos: el surgimiento de nuevos sujetos en los procesos de construcción identitaria latinoamericana. *Revista Universum* 17: 171-178.
29. Galtung, Johan. 1990. Cultural Violence. *Journal Peace Research* 27, n° 3: 291-305.
30. Gámez Fuentes, María José y Eloísa Nos Aldás. 2012. La comunicación para la igualdad en el nuevo EEES: fundamentación crítica para el cambio social. *Estudios del Mensaje Periodístico* 18, n° especial: 325-335.
31. Gellner, Ernest. 1988. *Naciones y nacionalismo*. Barcelona: Alianza Universidad.
32. Giró, Xavier. 2002. Periódicos y construcción nacional. *Zer* 12: 79-82.
33. Instituto de Estudios Internacionales de la Universidad de Chile e Instituto de Ciencias Políticas de la Pontificia Universidad Católica de Chile. 2008. *Chile, las Américas y el mundo. Opinión pública y política exterior*. Santiago de Chile: Instituto de Estudios Internacionales de la Universidad de Chile e Instituto de Ciencias Políticas de la Pontificia Universidad Católica de Chile.
34. Jiménez Baustista, Francisco y Francisco Muñoz. 2004. Violencia cultural. En *Enciclopedia de paz y conflictos*, dir. Mario López. Granada: Universidad de Granada, 1161-1162.
35. Kohn, Hans. 1949. *Historia del nacionalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.
36. *La Tercera*. 2012. Chile liderará crecimiento en países Ocde hasta 2014. 27 de noviembre.
37. Lakoff, George. 2004. *Don't Think of an Elephant!: Know Your Values and Frame the Debate. The Essential Guide for Progressives*. Windsor: Chelsea Green.
38. Leyton, Cristián. 2006. Francia y Alemania: génesis, desarrollo y cese de la hostilidad franco-alemana. Un análisis comparativo para el caso chileno-peruano. *Revista Enfoques* 5: 203-234.
39. Martín Rojo, Luisa, María Pardo y Rachel Whittaker. 1998. El análisis crítico del discurso: una mirada indisciplinada. En *Poder-decir o el poder de los discursos*, eds. Luisa Martín Rojo y Rachel Whittaker. Barcelona: Arrecife, 9-34.
40. Mayorga, Alberto y Carla León. 2007. El malvado siempre es el otro: Perú y su construcción discursiva en la prensa chilena. *Revista Universum* 2: 164-176.
41. Mayorga, Alberto, Carlos del Valle y Luis Nitrihual. 2008. Análisis complejo del discurso. Una propuesta metodológica para el estudio de la representación mediática en la prensa escrita. *Anagramas* 13: 13-33.
42. Mc Evoy, Carmen. 2010. *Armas de persuasión masiva. Retórica y ritual en la Guerra del Pacífico*. Santiago de Chile: Centro de Estudios Bicentenario.
43. Millones, Iván. 2006. El mariscal Cáceres: ¿un héroe militar o popular? Reflexiones sobre un héroe patrio. *Iconos. Revista de Ciencias Sociales* 26: 47-57.
44. Millones, Iván. 2009. Odio y venganza: Lima desde la posguerra con Chile hasta el Tratado de 1929. En *El odio y el perdón en el Perú, siglos XVI al XXI*, ed. Claudia Rosas. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, 147-168.
45. Mosse, George. 2005. *La nacionalización de las masas: simbolismo político y movimiento de masas en Alemania desde las guerras napoleónicas al Tercer Reich*. Madrid: Marcial Pons.
46. Nos Aldás, Eloísa. 2007. *Lenguaje publicitario y discursos solidarios. Eficacia publicitaria, ¿eficacia cultural?* Barcelona: Icaria.
47. Nos Aldás, Eloísa, Amador Iranzo y Alessandra Farné. 2012. La eficacia cultural de la comunicación de las ONGD: los discursos de los movimientos sociales actuales como revisión. *Revista CICC Cuadernos de Información y Comunicación* 17: 209-217.
48. Palacios, Nicolás. 1904. *Raza chilena*. Valparaíso: Imprenta y Litografía Alemana.
49. Parodi, Daniel. 2009. Entre el "dolor de la amputación" y el "complejo de Adán": imaginarios peruanos y chilenos de la Guerra del Pacífico. En *El odio y el perdón en el Perú, siglos XVI al XXI*, ed. Claudia Rosas. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, 169-180.

50. Pontificia Universidad Católica de Chile y Adimark. 2006. *Encuesta nacional bicentenario UC-Adimark*. <http://www.emol.com/noticias/documentos/pdfs/encuesta_bicentenario211006.jpg2.pdf>.
51. Pontificia Universidad Católica de Chile y Adimark. 2007. *Encuesta nacional bicentenario UC-Adimark*. <<http://www.uc.cl/encuestabicentenario/encuestas/2007/index.html>>.
52. Pontificia Universidad Católica de Chile y Adimark. 2008. *Encuesta nacional bicentenario UC-Adimark*. <http://www.adimark.cl/medios/Encuesta_Nacional_Bicentenario_o8.pdf>.
53. Pontificia Universidad Católica de Chile y Adimark. 2010. *Encuesta nacional bicentenario UC-Adimark*. <<http://www7.uc.cl/encuestabicentenario/encuestas/2010/index.html>>.
54. Pontificia Universidad Católica del Perú. 2007. *Fuerzas Armadas y la Opinión Pública*. Instituto de Opinión Pública n° 2, septiembre. <<http://blog.pucp.edu.pe/media/483/200709262007%20Setiembre%20Fuerzas%20Armadas.pdf>>.
55. Prado, Alfredo. 2012. Economía de Perú superará a la de Chile en el 2050. *Gestión*, 13 de enero. <<http://gestion.pe/noticia/1360438/economia-peru-superara-chile-2050>>.
56. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). 2010. *Informe regional sobre desarrollo humano para América Latina y el Caribe 2010. Actuar sobre el futuro: romper la transmisión intergeneracional de la desigualdad*. Nueva York: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
57. Renan, Ernest. 1987. *¿Qué es una nación?; Cartas a Strauss; estudio preliminar y notas de Andrés de Blas Guerrero*. Madrid: Alianza Editorial.
58. Rodríguez Elizondo, José. 2004. *Chile-Perú: el siglo que vivimos en peligro*. Santiago de Chile: Editorial Random House Mondadori.
59. Rottenbacher, Jan. 2008. *La valoración de la historia, la percepción del clima socio emocional y su relación con la construcción de la identidad nacional en el Perú*. Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú.
60. Rottenbacher, Jan y Agustín Espinosa. 2010. *Identidad nacional y memoria histórica colectiva en el Perú, un estudio exploratorio*. *Revista de Psicología* 28, n° 1: 147-174.
61. Rubilar, Mauricio. 2011. *Escritos por chilenos, para los chilenos y contra los peruanos: la prensa y el periodismo durante la Guerra del Pacífico (1979-1883)*. En *Chile y la Guerra del Pacífico*, eds. Carlos Donoso y Gonzalo Serrano. Santiago: Universidad Andrés Bello – Centro de Estudios Bicentenarios, 39-74.
62. Sater, William. 2005. *La imagen heroica en Chile. Arturo Prat, santo secular*. Santiago de Chile: Ediciones Centro de Estudios Bicentenario.
63. Silva, Echeto. 2003. *Comunicación e información (inter)cultural. La construcción de las identidades, la diferencia y el multiculturalismo*. Sevilla: Editorial Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo.
64. Tijoux, María Emilia. 2007. *Peruanas inmigrantes en Santiago. Un arte cotidiano de la lucha por la vida*. *Revista de la Universidad Bolivariana* 6, n° 18: 323-335.
65. Tortosa, José María. 1993. *El nacionalismo europeo: origen, materiales y versiones*. Alicante: Instituto de Cultura Juan Gil-Albert.
66. Tortosa, José María. 2003. *Los medios y la guerra*. *Revista de Estudios Sociales* 16: 57-69.
67. Van Dijk, Teun. 2003. *La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato a favor de la diversidad*. En *Métodos de análisis crítico del discurso*, eds. Ruth Wodak y Michael Meyer. Barcelona: Gedisa, 143-178.
68. Van Dijk, Teun. 2009. *Discurso y poder*. Barcelona: Editorial Gedisa.
69. Vásquez, Aldo. 2009. *La ética periodística y los mecanismos de autocontrol de la prensa en el Perú*. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, España.
70. Vicuña, Bernardo. 1879. *Biografía completa de Arturo Prat*. Valparaíso: Imprenta El Mercurio.
71. Wodak, Ruth. 2003. *De qué se trata el análisis crítico del discurso (ACD). Resumen de su historia, sus conceptos fundamentales y sus desarrollos*. En *Métodos de análisis crítico del discurso*, eds. Ruth Wodak y Michael Meyer. Barcelona: Gedisa, 17-34.