

John F. Quijano Urreste

La prensa española y la proyección de la imagen del colombiano

La principal función de los medios de comunicación es informar. Y por lo general lo hacen de forma persuasiva, práctica y eficaz (Cano y Pérez, 2010). Hoy en día el pilar objetivista de la década de los 60 se ha perdido, dando paso a los framings (encuadres). Esto ha provocado que de lo objetivo cambie a lo subjetivo, quedando la noticia condicionada al periodista (su ideología, cultura, religión, experiencias, etc.) (Giménez-Armentia, 2006); además, a las agencias, que limitan la noticia a hechos espectaculares, cuantificables y conflictivos. Estas prácticas alteran la opinión pública y se convierten en elementos incidentes en la sociedad (Cano y Pérez, 2010). En el contexto español, Guerrero (2010) examinó la situación política y social e imagen pública de los ecuatorianos y colombianos en España en relación con la Operación LUDECO de 2001. Afirmó que los medios españoles retransmitieron mensajes alarmistas sobre los inmigrantes que pretendió legitimar políticas y actitudes definidas, que para el colectivo colombiano, se cimentó sobre la imagen de delincuencia. Las noticias manifestaron el Discurso Reactivo de referente claramente negativo, donde la argumentación estuvo en "la inestabilidad y la delincuencia" (Zapata-Barrero, 2007). Los diarios nacionales publicaron, en su mayoría, sucesos delictivos de colombianos que iban desde el robo hasta el asesinato. Esto provocaría la representación de este colectivo como delincuentes, sicarios y narcotraficantes. El trabajo pretende examinar las palabras clave y las temáticas de los artículos de la prensa nacional española del año 2011 asociadas al colombiano y Colombia, basándonos en un corpus de 821.300 palabras aproximadamente, distribuidas en 1491 artículos de los periódicos digitales ABC y El País. Se hace uso del análisis crítico del discurso y el análisis de contenido. Este trabajo resaltaré una probable representación estereotipada presentada a los lectores españoles sobre el colombiano.

Referencias

- Cano, M. y Pérez, A. (2010). "Construcción identitarias a partir de las imágenes: estereotipos que se consumen en la pantalla", en <http://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/artymov/article/view/561>.
- Giménez Armentia, P. (2006). "Una nueva visión del proceso comunicativo: La teoría del Enfoque", *Comunicación y Hombre* 2, 55-66. ISSN: 1885-365X
- Zapata-Barrero R. 2007. "Políticas del discurso sobre inmigración en España: discurso re-activo y discurso pro-activo en los debates parlamentarios", *Discurso y Sociedad*, 1(2): 317- 369.