

COMENTARIO DE JAIMÉ GONZÁLEZ A LA PONENCIA DE TOMÁS GUERRA

Los puntos de vista de Tomás son sumamente interesantes. Sin embargo, creo que vale la pena aclarar algunos supuestos y ejemplarizar algunas de las afirmaciones.

Al principio Tomás dijo que se refería a la ideología en la prensa y no definió, en el fondo, lo que entendía por ideología. Sin embargo, es necesario aclarar este asunto, para la mejor comprensión de lo dicho. Podemos considerar, en primer lugar, la ideología como la manera de ver, de entender y de presentar los asuntos sociales. Al hablar de la ideología en la prensa, nos referimos a la manera particular de cada medio informativo de tomar posición ante los problemas de la realidad socio-económica. En este sentido, la ideología representa la visión del mundo del medio de comunicación. Sin embargo, podemos establecer diferencias de niveles en la comprensión de lo que podemos llamar la posición ideológica de un medio de comunicación. Por una parte, podemos establecer como ideología la visión general de la realidad. Dicha visión de la realidad está condicionada fundamentalmente por la estructura económica. Esta toma de posición ante la organización socio-económica del país y del mundo nos permite catalogar, en grandes líneas, la prensa en tres tipos: la prensa pro-capitalista, la prensa de mentalidad reformista (que en el fondo sigue siendo una prensa pro-capitalista) y la prensa de enfrentamiento al sistema (la que frecuentemente sigue una orientación marxista). Por otra parte, podemos entender por la ideología de un medio de comunicación la manera de ver los asuntos sociales que corresponden a los intereses, no ya del sistema, sino, dentro del sistema, a los intereses de grupos particulares. A este nivel, podemos descubrir medios de comunicación que están en un país al servicio de los intereses de los comerciantes, o de los agricultores, o de los industriales, o que representan partidos políticos contrapuestos. En Costa Rica, es evidente la divergencia política entre La Nación y Escañor. Sin embargo, estas diferencias no eliminan las coincidencias a nivel de los planteamientos fundamentales. Los diversos grupos que financian y controlan los medios de comunicación se caracterizan por tener una posición similar ante la realidad mundial y nacional y representan intereses comunes. Por ello, el planteamiento ideológico global es coincidente y se mantiene con un aparato teórico y práctico de grandes alcances.

Al analizar el problema ideológico de la prensa, tenemos que considerar, en el fondo, los intereses sociales y económicos que se ponen en juego en cada medio de comunicación. A través de los espectáculos que presenman, de las noticias que dan, los medios de comunicación nos muestran "sin querer queriendo" los intereses básicos de sus propietarios. Si analizamos la prensa con cuidado, podemos encontrar las posiciones ideológicas en la presentación de cualquiera de las noticias. Pero, para ello, es necesario saber leer entre líneas. Tomás hizo ver que estas intenciones, cuidadosamente escondidas por los medios de comunicación, se las recubre de elementos que las ocultan, para que la gente asuma como natural todo aquello que viene ya tergiversado por una cierta manera de ver la realidad, la del medio de comunicación.

Uno de los aportes fundamentales de lo que nos dijo Tomás es la distinción entre el contenido y el continente de un proceso comunicativo y la afirmación de que el aspecto formal de un periódico se presta también para los manejos ideológicos. El periódico nos dice muchas cosas con

palabras y muchas otras también sin palabras, utilizando los recursos gráficos. El tamaño, por ejemplo, implica una manera de ver las cosas. Tomás mostró cómo la utilización del tabloide es determinada por la influencia del periodismo sensacionalista. Sabemos que el periodismo ha evolucionado de un periodismo de opinión, de tipo más reflexivo, a un periodismo de tipo amarillista que publica lo que llame la atención (accidentes, asesinatos, etc.). Sin embargo, aunque el tabloide responde a un cierto tipo de periodismo, la utilización de los otros recursos gráficos le da la tónica al periódico. Tomás anotaba en su ponencia escrita la diferencia que hay en la utilización del tabloide en La Hora, La República y La Nación. La ubicación de una noticia dentro del periódico, utilización del color, el tipo de letra, los dibujos, las fotografías y muchos otros recursos permiten poner de relieve una situación o acontecimiento. De la misma manera una noticia puede ser dada nuda, rebajada, con la simple utilización de los recursos formales. Este poder de valoración gráfica de las noticias es una de las armas manipulantes más interesantes que poseen los periódicos los medios de comunicación en general. Cuando un periódico da una noticia disminuida, nadie puede acusarlo de no haber dado tal noticia.

En el manejo ideológico de las noticias y de la información en general, como decíamos, independientemente del contenido, el continente por sí mismo posee una serie de recursos que son manipulables, manejables. Sin embargo, no hay frecuentemente una intención de deformar una noticia. Lo que hace el periodista es reflejar los intereses básicos de una estructura social y de sus dueños del medio informativo, representados por una Junta Directiva. En este sentido, funciona más bien lo que se suele llamar el control social. El periodista se cuida de no decir ciertas cosas porque sabe que, si él las dice, va a tener dificultades. Por otro lado, el periodista sabe el tipo de noticias que le publican dándole importancia y en un afán natural de superación dentro de la prensa, termina complaciendo los gustos del medio informativo. Igualmente el tipógrafo, el titular, y todos los empleados del medio informativo acaban por ser moldeados al estilo del periódico. Aquí se podría aplicar aquel refrán de "dime con quién andas y te diré quién eres", parafraseándolo en "dime con qué periódico trabajas y te diré la clase de periodismo que haces".

Sin embargo, no debemos descartar los controles directos sobre los periodistas y el personal de un periódico. Hace unos años, cuando daba el curso de Ética Periodística, me acuerdo que uno de los periodistas que laboraba en uno de los más importantes diarios de San José me contó una experiencia personal. Lo enviaron a San Isidro de El General a que averiguara cómo estaba la situación con respecto a Alcoa. El vino y escribió un artículo diciendo que la gente no estaba de acuerdo con Alcoa. Al día siguiente, lo llamaron, lo reprendieron y lo enviaron de nuevo a San Isidro de El General para que "investigara mejor", con la evidente intención de que demostrara que Alcoa era aceptada por la comunidad con ligeras críticas de algunos extremistas. Sin embargo, éstos son casos extremos. Generalmente lo que se da son los guardianes de frontera, los jefes de redacción y el director del periódico, que seleccionan lo que se publica y recortan todo lo que se da de lo que llamaríamos la línea del periódico. De esta manera se establece un control general prudente pero certero, velado pero profundamente eficaz.

Es interesante establecer la dialéctica o el diálogo que se establece en el periódico entre el texto escrito y los elementos gráficos. ¿Cómo se maneja en el periódico el dibujo, la fotografía, la diagramación? Uno de los asuntos más destacados del periódico actual es el uso de elementos gráficos. Ahora que se quemó la tienda La Gloria, los periódicos, para llamar la atención del público, no corrieron el gran título "Se quemó La Gloria", sino que recurrieron fundamentalmente a las fotografías llenas de humo que hablaban por sí mismas de la magnitud del incendio. El periodista costarricense difiere en esto de los países vecinos en los cuales siempre aparece en primera página un cadáver, un auto volcado, un incendio o algún elemento llamativo por el estilo. Sin embargo podemos constatar en nuestro medio una serie de periódicos que usan páginas enteras de fotogra-

las. A este respecto es necesario preguntarse siempre: ¿por qué ponen estas fotos y no otras? En el manejo del periódico, se puede tanto utilizar lo que se dice como lo que se deja de decir. Por ejemplo, sabemos que en el periodismo costarricense se usa frecuentemente lo que podríamos llamar la ley del vacío, mediante la cual se elimina de la información cierto tipo de asuntos de los que no se habla, algo así como en el Uruguay los militares prohibieron a los periódicos hablar de tupa-moros. Este es un manejo ideológico muy importante, pues lo que no aparece en la prensa la gente lo toma finalmente como inexistente. Como decía Tomás, la gente toma como realidad lo que el periódico presenta y lo que no presenta lo toma como inexistente.

Para ejemplarizar el manejo de los recursos periodísticos, voy a permitirme tomar y comentar dos noticias de los periódicos de hoy: La consolidación de la Oposición al gobierno y la candidatura de Facio. Como son asuntos políticos, vamos a tomar dos periódicos de posiciones políticas contrapuestas: El Excelsior y La Nación. Esto nos permitirá captar claramente sus intereses. Tomemos el Excelsior. ¿Qué dice esta noticia? "*Se disuelve la Unidad Opositora*". Utiliza un título de lado a lado de la página para llamar la atención. La fuerza de este recurso gráfico proviene de que quiebra totalmente la página. La intención tendenciosa del titular aparece claramente al leer el texto completo de la noticia, en el que se afirma que hay dos tendencias en la Unidad Opositora cuyo enfrentamiento está al punto de dar al traste con los esfuerzos de armar en un solo bloque la oposición al gobierno. La información correcta exige hablar de que hay "posibilidades" de que se disuelva la Unidad Opositora. Pero el titular dice enérgicamente, "*Se disuelve*". Los que han estudiado sociología conocen el famoso teorema de Thomas que dice que "*cuando algo se define como real, es real en sus consecuencias*". Por ejemplo, Daniel Oduber lanzó el slogan "*Vote a ganar*" y ganó, porque la gente se apuntó a ganar y con ello le aseguró a Oduber los votos que necesitaba para alcanzar el 40 por ciento exigido por la Constitución. Si analizamos el periódico La Nación, con más sutileza, encontramos la misma tendencia al manejo tendencioso, pero indudablemente en sentido contrario. La Nación presenta el problema en un aspecto positivo. El dilema analizado no es la existencia de la oposición, sino las modalidades de la misma. Las noticias van en el sentido de establecer si habrá una coalición de partidos o un partido único de oposición. La Nación tiene evidentemente interés en fortalecer la Oposición. Por ello, utiliza otro tipo de títulos: "*La Liga Cívica Respaldó al Partido Único de Oposición*". No dice absolutamente nada de enfrentamientos, ni de dificultades, sino más bien de respaldos y apoyos, para crear la sensación de que la Oposición va en crecimiento. Pero, si esto aparece en un problema político interno, que lo vivimos acá, que lo compartimos todos, porque la política nacional es nuestra ¿qué no pasará en una serie de cosas, donde nosotros no estamos presentes y no sabemos lo que está pasando? ¿Qué nos dice el periodismo nuestro sobre Cuba, de lo que pasa en otros países, donde nosotros no podemos constatar lo que ellos nos están diciendo y cómo nos lo están diciendo? Es evidente que según las posiciones ideológicas nos presentarán con colores de rosa las cosas que les interesan y con negros oscuros los asuntos que les molestan.

Vemos el otro ejemplo tomado del periódico del día de hoy: la candidatura de Facio. Para hacer este análisis voy a partir de una hipótesis: si tomamos una página de periódico, hay una tendencia a utilizar la vista de arriba a abajo, descendiendo en diagonal de izquierda a la derecha. Este anuncio de publicidad de Mil Colores, utiliza dicha hipótesis. Un punto inicial está aquí arriba donde dice "*Ofertas*" y el movimiento termina abajo donde dice "*Mil Colores*". Los demás son elementos de apoyo para llevar a la gente, a través de una serie de asuntos atractivos, a desembocar en la tienda promotiva, Mil Colores. Aplicando esta suposición al caso de la candidatura de Facio, podemos notar diferencias marcadas entre los dos periódicos analizados. Tomemos el Excelsior. La línea de fuerza pesa por todos los asuntos relativos al Partido Liberación Nacional: "*Asamblea del Partido Liberación Nacional*" dice uno de los títulos, que aparece acompañado de las fotos de todos los candidatos a la presidencia de la República del mismo partido; luego, el caso de Facio, en grandes letras, dice, con una intención evidente de resaltar hasta el extremo el hecho de su lanza-

miento como candidato a la presidencia. "Gran Impacto Internacional causó ayer noticia del prómo alejamiento de su cargo del Canciller Facio". La pretensión de Facio de buscar la nominación como candidato del Partido Liberación Nacional para 1978, responde evidentemente a los intereses del periódico Excelsior. Por el contrario, el periódico La Nación, cuya línea antiiberacionista conocida, no tiene particular interés en resaltar el hecho. Por ello, todo lo relativo a la renuncia al cancillería por parte de Facio, aparece en primera plana por ser un asunto importante, pero con datos menos disminuido. El título es insignificante: "Me duele irme de la Cancillería". El nombre de Facio aparece en letra muy pequeña y la noticia está fuera de la línea de fuerza de la página, un lado, totalmente opacada, desubicada. Pero nadie puede acusar al periódico La Nación de dar la noticia. Las posibilidades de un manejo tendencioso de las noticias y de los recursos gráficos son enormes. Por ejemplo, en este número el periódico La Nación habla del sindicato, con letra pequeña y fuerza de la línea de fuerza de nuevo — en otros números, cuando se ataca a los sindicatos o se ponen de relieve sus problemas, las noticias aparecen mejor ubicadas y con letras más grandes.

Hay un aspecto que quisiera tratar. En la historia del periodismo costarricense encontramos ciertas páginas de temas intelectuales en los periódicos. La Nación empezó con la página 15. República tuvo aquella famosa página del Dr. Bursán. El Excelsior ha tenido la página 3. Dichas páginas son toda una manipulación gráfica, en la que no solamente cuenta los contenidos de artículos, sino también la presencia misma de la página. Lo que finalmente se pretende hacer con esas costosas páginas es crear la sensación de que nuestros periódicos son serios. Como nuestro periodismo carece de sentido investigativo, ya que los periodistas se suelen contentar con ir y regresar en los ministerios y demás oficinas públicas, qué es lo que pasa y lo transcriben tal como lo recetan en las oficinas de prensa de esas entidades, nuestro periodismo es un periodismo de producción de informes oficiales y de recolección de opiniones. Pero, de ninguna manera, es un periodismo serio, con carácter investigativo. Me recuerdo una vez que le dimos una información uno de los periodistas más prestigiados del país de que había habido un fraude en el Bachillerato. A los días le preguntamos al periodista cómo le había ido en la investigación del fraude y éste respondió sin el menor recato: "Nada. Yo fui al Ministerio y les pedí información al respecto ellos me dijeron que ahí no había habido ninguna irregularidad". Hasta ahí llegó su espíritu investigador: preguntarle a los imputados si eran culpables y contentarse con su negación categórica. Y ello, para esconder sus fallas, los periódicos se refugian en el subterfugio de editar páginas "muy raras" en las que algunos intelectuales hablan, frecuentemente en un tono muy poco periodístico de lo que comían los griegos o de lo que pensaban los etruscos, de las ranas en la estratosfera o los adjetivos en la poesía de los españoles del siglo XVII: una sarta de cosas desubicadas y sin portancia periodística. Pero el efecto gráfico de ver una página llena de arriba a abajo, con letra quehita y un montón de títulos de doctores y literatos famosos, de filósofos magnilocuentes y profesores universitarios, crea la sensación de seriedad que condiciona al público: si el periódico tiene una página tan seria, hay que hacerle caso en todo lo que diga, porque es un periódico serio. Así la misma presencia del elemento gráfico de la página misma viene a crear un elemento de manipulación. El periódico recurre a financiar una página sin anuncios para mantener su prestigio periodístico. Este es un gran esfuerzo, pues en el periódico actual la mayor parte del papel está dedicado a los campos pegados. Recuerdo cuando mi foto salía en una de esas páginas, la mayoría la gente no leía más que el título de mis artículos, pero me reconocía como formando parte elenco de colaboradores del periódico y en sus comentarios sentía toda la mitología de dichas páginas: una gran farsa periodística.