

La información, aprisionada por el poder y el espectáculo

Jairo Valderrama V.

*“Malos testigos
son los ojos y los
oídos para los
hombres,
si tienen almas
que no entienden
su lenguaje”:
Heráclito.*

RESUMEN

El permanente control de los medios masivos de comunicación por parte del sector privado y los gobiernos de turno impide que la realidad (hechos noticiosos) llegue de manera efectiva a la audiencia. Los intereses comerciales y de control sobre la opinión pública conforman la base de esa alianza, tácita o directa, del juego político y mercantil, donde la publicidad y la doctrina partidista alimentan el zumo informativo. Quienes reciben tales mensajes suponen que sus decisiones ideológicas y económicas son libres; sin embargo, cuando un fenómeno se masifica ya resulta sospechoso. Los más frecuentes modos de distraer (no entretener) consisten en reiterar visiones ficticias o seudorealidades, asumidas por la mayoría como verdades absolutas. Ante tal panorámica, la cultura toda afronta un riesgo, y valores como la libertad y la verdad siguen prisioneros, sobre todo, de una caja electrónica, la Tv.

ABSTRACT

Information, imprisoned by power and show business

By Jairo Valderrama V.

The permanent control that is exercised over mass media by governing bodies and the private sector prevents reality (newsworthy events) from reaching its audience effectively. Commercial interests and the control of public opinion form the basis of this alliance, tacit or direct, of marketing and political game, where advertising and political doctrines feed the stream of information. Those who receive such messages assume that their ideological and economic decisions are made freely. However, when a phenomenon occurs on such a grand scale it has already become suspicious. The most frequent means used to distract (not entertain) are those that repeat fictitious dreams or pseudo realities, which are assumed to be absolutely true by the majority. With this outlook, the whole culture faces danger, and values such as freedom and truth are kept prisoner of an electronic box: the TV.

PALABRAS CLAVE

Poder, medios masivos, medios de comunicación social, información, libertad, verdad, lenguaje.

KEY WORDS

Power, Mass Media, Social Media, Information, Freedom, Truth, Language



La cobertura informativa noticiosa crece a medida que los tiempos cambian; y también la hondura y frecuencia con que se transmiten los hechos alteran cada día la naturaleza de este proceso comunicativo, donde el interés, junto con las exigencias de los receptores, demanda un trata-

miento distinto. A esta gradual modificación de los recursos para enviar y recibir información se suma el avance de la ciencia.

A partir de la primera mitad del siglo XV, la posibilidad de conservar la información y enviarla a un número mayor de lectores surge con la invención de la imprenta. Las características propias de este medio de comunicación albergaban ciertos lineamientos,

sin reparos, variadas doctrinas y corrientes ideológicas. Con ello, se deduce que la intención primaria de estos precursores de los medios de comunicación evitaba centrar su mira en actualizar a los ciudadanos o proporcionarles una aproximación a los hechos de trascendencia e interés humano. Tal situación se prolongó por cerca de 500 años.

Como la precisión de las ideas, la oportunidad más o menos cercana de entregar contenidos frescos, la ventaja de leer una y otra vez un texto y reflexionar con cuidado entorno a éste. Asimismo, las condiciones sociales, al menos en Occidente, permitían que las labores dejaran espacio para acceder a este novedoso camino para la actualización. Sin embargo, algún elevado y relativo índice de analfabetismo impedía que todas las personas objeto de estas emisiones recibieran con claridad la riqueza informativa de las primeras publicaciones.

En aquel entonces, las ideas en el papel impreso se dirigían a defender, respaldar e inclusive imponer,

Con la llegada de la radio, a comienzos del siglo XX, los diseños informativos cambian. La distancia deja a un lado el impedimento para llegar a los receptores, la cobertura se amplía y, por ende, aumenta también la cantidad de sujetos informados. El tiempo se domina más, debido a que los mensajes superan el mismo espacio para remontar extensiones de tierra y agua; cualquier momento puede resultar adecuado y lugares disímiles se prestan todos para la recepción puntual

de información. La inmediatez entrega conocimientos frescos, inclusive a los analfabetos. Ahora, en esta época, la ignorancia en este campo se disuelve y aparece un mundo mágico que fortalece los lazos comunicantes de sociedades enteras. La fantasía, el proceso de asociación y la imaginación rebasan posibilidades nunca concebidas por mente alguna. Con la radio, el sonido, la música y la palabra viva, en unión completa, generan imágenes en los cerebros ajenos. Las modulaciones, acentos, volúmenes, la música y las impostaciones de la voz, entre muchos otros recursos, conciben nuevos códigos para enriquecer el proceso comunicativo de la humanidad.

Sin embargo, la transformación de mayor impacto en el mundo lo constituye ahora la televisión, y en última aparición se encuentra la Internet. Las características de estos dos últimos medios, hoy quizás con el más alto consumo, producen un efecto saturante debido al crecido número de sentidos que afecta, y a las ideas seudoreales generadas en el tiempo y el espacio (Moreno, 1998).

EL PODER TIENE LA PALABRA

Los actos de gobierno y las decisiones trascendentales en esta materia sólo se conocen si el proceso de comunicación aplicado en sus contenidos es oportuno, claro y conciso. El

análisis acerca de la calidad de los medios masivos de comunicación se reduce si no se considera el efecto en la audiencia, porque ésa es su razón de ser; y esta última alimenta a la opinión pública, de lo cual se infiere que, para llegar a un mayor número de personas, un gobierno recurre a los medios. La secuencia, entonces, se mantiene así: gobierno, medios, audiencia y opinión pública.

Pero, la condición del poder y de quienes lo ejercen se sostiene en una base, la opinión pública. Si ésta tambalea, aquello que sostiene también se sacude a un ritmo similar. Una analogía física permite considerar este fenómeno, y el papel de la comunicación masiva es trascendente y definitivo en este proceso continuo, que en últimas es un control del Estado sobre la opinión pública. El instrumento más recurrente, por supuesto, es el lenguaje en todas sus manifestaciones; y el canal, es claro, son los mismos medios. Tal circunstancia ha sido evidente desde que el ser humano maneja un lenguaje y vive en comunidad. Nada temerario, por tanto, es afirmar que dicha situación se ha experimentado siempre. *"La historia del lenguaje no puede divorciarse de las cuestiones de poder"* (Salas, 2005).

Reflexionar acerca de la calidad informativa en los medios obliga también a abarcar la panorámica del

plano noticioso a los ambientes del entretenimiento, porque los límites establecidos en esta época con dificultad permiten identificar cada una de estas funciones mediáticas. Varias han sido las consideraciones de muchos estudiosos en este campo. Algunos convergen en admitir los efectos continuados de la información, la cual tiende a definirse en un esquema repetido en su esencia, aunque variado en temas frívolos. Si el modelo televisivo sigue así, el abanico para seleccionar datos se cierra cada vez más y, con ello, también se achica la autonomía para decidir qué debe tomarse de los medios masivos.

Cuando esa tarea de escoger está limitada, también el criterio ante los hechos se estrecha, y las opiniones se inclinan hacia una línea doctrinaria impartida por los medios. Eso implica que la libertad de las audiencias se restringe en cada emisión, y se obliga a los receptores, como otro efecto más, a generar una sumisión constante ante el mentiroso altar que edifica, sobre todo, la televisión. Este medio, *"en vez de formar ciudadanos, forma consumidores, y en vez de formar personas libres, forma teledependientes"* (Iriarte, 1999, p. 166).

Ahora, las opiniones generalizadas y los comentarios frecuentes entre ciudadanos apuntan a adoptar posiciones compartidas. De esa manera, se construyen,

desde los medios, bloques de percepciones más o menos genéricas. La imparcialidad en los registros informativos debería defenderse por sí sola considerando que la mayor parte de los medios de comunicación en Colombia pertenecen al sector privado. Y como éstos mantienen los mayores índices de sintonía, también la cobertura de sus contenidos se extiende al número más alto de receptores en un país. Sin embargo, las decisiones adoptadas por un gobierno en materias política y económica emanan en muchos casos de consultas a los sectores privados. Éstos, por estar agremiados, funcionan con una gran carga de presión, pues ejercen un control directo sobre una cantidad amplia de empresas, entre las que se cuentan los medios. Por tanto, aunque la participación de los sectores privados debería implicar un ejercicio distanciado de las medidas públicas, existen una injerencia y hasta una correlación de éstos en las acciones gubernamentales.

Con esta base, a manera de referente, se facilita entender por qué las emisiones noticiosas responden a determinados intereses, sobre todo si allí se sitúan los espacios para la publicidad, directa o camuflada, a favor de las empresas que éstos dirigen. Así mismo, los lineamientos y la llamada visión empresarial se refuerzan con las directrices de los contenidos de

la televisión, la radio y la prensa.

Los acuerdos entre empresas alejadas en apariencia de la industria de las comunicaciones y los medios masivos se dirigen a defender los pactos entre estos dos actores. Tales convenios buscan, como se deduce del sentido común, beneficios para ambas partes, y se toma como instrumento y, a la vez, como origen de tales beneficios a la misma audiencia, que en situaciones como éstas pasaría a designarse *mercado, consumidores, compradores*. Estos términos, por supuesto, encajan más en el campo de las finanzas o de la mercadotecnia, y no en áreas de la comunicación, donde se da por sentado que ésta se formula como un servicio a la sociedad y no en *un servirse de la sociedad*.

Los discursos en los medios corresponden más a la interpretación del lingüista holandés Teun Van Dijk, quien analiza las irregularidades, emanadas casi todas de exposiciones reiteradas, y con un disfraz que cubre un mismo mensaje. *“Debido a la complejidad de muchos argumentos, en el contexto de la comunicación diaria no siempre resulta posible detectar esa incorrección, de manera que las demostraciones encaminadas a justificar una aseveración y que por lo tanto se emplean persuasivamente en un contexto activo, representan un ins-*

trumental frecuentemente empleado para la manipulación de conocimientos y opiniones de los hablantes” (Van Dijk, 1987: 163).

Ese poder, el poder político, trabaja sin cesar en esta línea, para conservar el control de la sociedad toda y dirigirla hacia una condición que permita examinarla constantemente. Las reacciones sociales, así, se pacifican o se distraen, según las situaciones, y continúa el control del gobierno mismo o de los sectores privados involucrados en ese acuerdo. No es sólo que la audiencia se informe con y por los mismos medios, sino que siempre se informe de esta manera, que no desista de esta recurrente acción. Por eso, no debe extrañar que quienes toman información de fuentes distintas (por ejemplo, libros especializados) aprecien los fenómenos noticiosos de acuerdo con un referente conceptual o doctrinario muy particular. También, quienes a pesar de obviar otros orígenes informativos (como esos mismos libros), pero al menos se abstienen de acudir a los medios masivos, también forman un criterio bastante diferente a la posición generalizada.

Las características de los medios masivos, ya se dijo, exigen también una actitud distinta para acceder a éstos. Pero esa distinción no debe asociarse con la exclusividad, sino con la reducción de la capacidad sensorial de los receptores

al afrontarlos. Esa actitud pasiva facilita que las intenciones del poder causen el efecto calculado, y esto se logra con la constante representación de recursos técnicos cautivantes, imagen y sonido. La prontitud con que se emite un hecho garantiza la disposición de la audiencia para recibirlo en el futuro próximo en cualquier momento. *“El control de la difusión de noticias por los medios de comunicación es un ejercicio del poder diario de éstos, que en la actualidad han conseguido la inmediatez de su exposición pública a través de la radio y el impacto de la imagen en movimiento con la televisión”* (Estupiñán, 2000, 64).

El maestro español del periodismo José Luis Martínez Albertos escribió acerca del derecho que asiste a la audiencia para elegir la cantidad y la calidad de la información que le ofrecen. En esa secuencia sigue el interés o el trasfondo político, para cuestionar hasta dónde interesa a los activistas gubernamentales que ese derecho se defiendan con plenitud. De no existir tales garantías, hasta dónde resultaría conveniente para un gobierno procurar éstas a la mayor parte de los ciudadanos, sobre todo cuando los canales de una oposición real política permanecen atentos para actuar en la primera oportunidad. *“Estos mensajes sobre la forma de los mensajes periodísticos tienen una in-*

dudable repercusión de carácter político, es decir, desde la perspectiva concreta de cómo es garantizado el derecho de los ciudadanos a recibir libremente una información veraz” (Martínez Albertos. 1989, 26).

Pero, el trabajo doctrinario se extiende más, y sobrepasa los cálculos de los programas de gobierno y de los resultados potenciales que correspondan a unas estrategias determinadas de cada rama del poder. El riesgo con estos modelos abarca todas las posibilidades de modificar una conducta colectiva. La insistencia para multiplicar paradigmas cambia al mismo tiempo las tradiciones que forman una cultura, y las bases de formación social impartidas durante muchos años se lesionan con un reiterado flujo de información acomodada, que rige de acuerdo con las conveniencias de los partidos mayoritarios que conformen el ente estatal.

También los valores y los sentimientos en cada receptor se alteran y empiezan a ajustarse a este fenómeno comunicativo, que no ha sido calculado del todo en sus efectos posteriores. Dicha situación actúa como un sedante para calmar o controlar una inquietud social y termina por generar reacciones secundarias cuyas consecuencias muy pocas personas han previsto. El ser humano responde a su naturaleza, pero cuenta con la alternativa de encau-

zar sus actos cuando se le prepara para ello. Sin embargo, los medios persisten en atender a conveniencias propias, descuidando los resultados próximos de sus ambiciones. Al receptor común se le ha empezado a instruir para que dirija sus falsos gustos fuera de un contexto conciliador. Y tarde o temprano cada quien buscará a toda costa satisfacer las necesidades que han moldeado su ser.

Los medios modelan la percepción del mundo y hacen partícipe a cada persona de su forma de entenderlo, "...crean roles de comportamiento que tienen la función de mediadores entre sectores específicos del cúmulo común de conocimiento, no sólo en el sentido cognoscitivo, sino también el conocimiento de normas de conducta, valores y emociones..." (Ramos, 1995, 110).

A pesar de que hasta aquí por lo menos se bosqueja este fenómeno comunicativo, con base en la estrategia de un poder para enviar información, y se reseñan los contenidos, hay otro camino para dirigir a un punto determinado esas conductas colectivas. Este consiste en esconder situaciones pertinentes para la audiencia.

Entrar a una habitación oscura obliga a la quietud mientras el sentido de la vista se habitúa a esas condiciones. Pero, allí, sólo brillarán diminutas luces

en el trayecto, y otras jamás se encenderán, porque el encargado de la iluminación sabe cuándo y cuánto ha de proyectar su brillo. Durante ese recorrido, nadie desea correr riesgos y por eso preferirá transitar por los espacios que logren captar sus ojos. Lo demás jamás será visto, lo demás nunca existió.

El ser humano también aprende de su mundo con otros sentidos. El oído, por su parte, busca las fuentes de información más cercanas, y en este simulado recinto no sólo se oculta la luz, sino que el silencio invade buena parte de los rincones; se susurra lo conveniente o se grita el mensaje que se desee imponer. Quizás, por ello los cortes en los comerciales siempre aumentan el volumen.

Y esa incompleta percepción, de nuevo, se expone de manera exclusiva para la mayoría. Ese registro visual o sonoro alimentará cada una de las experiencias y sólo con éstas se forjan los instrumentos para percibir la realidad. Por supuesto, una realidad a medias. Y de esa forma se extravían muchas definiciones e ideas en el mundo virtual, que se vende como real. De allí se deduce por qué la percepción del entorno empieza a establecer fronteras conceptuales impuestas por los contenidos mediáticos. Sin embargo, los casi infinitos formatos y los mecanismos de este complejo y fascinante ámbito de la comu-

nicación representan sólo interpretaciones de la realidad o porciones de ésta. Con mucha frecuencia, la mayoría de los contextos y los referentes informativos aparecen distorsionados, y esos se adentran en la imaginación de la audiencia, que asume estas versiones de los hechos como verdades absolutas. *"La forma en que los medios presentan la información, primando, ocultando, o silenciando es un mecanismo del que se valen para aniquilar conceptualmente todo lo que está fuera de su universo"* (Ramos, 1995, 11)

Cómo se conduce ese proceso de control y quiénes participan en éste son otros cuestionamientos para ampliar la panorámica en el estudio de la calidad informativa. En primera

instancia, ya se dijo, el gobierno se interesa en que los contenidos atiendan a los lineamientos de un programa político y con unos puntos doctrinales específicos. Junto a éste actúa el sector privado, conformado sobre todo por la élite, que participa del engranaje económico, político, y en repetidos momentos deja notar su injerencia en los esquemas aplicados en los medios masivos de comunicación.

Se requiere en situaciones como ésta algún grado de discrepancia con los contenidos. Quienes se encuentran situados en condiciones de cuestionar la información de estos espacios por lo regular son personas con una visión amplia, fruto de su preparación o de los cargos y



profesiones que ejercen. Pero, cuando a pesar de exponerse reiteradamente un cúmulo de emisiones que entrañan un relativo beneficio para la audiencia y se omite una actitud de réplica, la problemática crece sin control alguno. *“Cuando la propaganda que dimana del estado recibe el apoyo de las clases de un nivel cultural elevado y no se permite ninguna desviación en su contenido, el efecto puede ser enorme”*. (Chomsky, 2004).

Los actos públicos, vistos así, resultan todos compuestos por un ingrediente político. Ese contagio, sin embargo, parece causar una mínima impresión a quienes de manera constante elaboran sus contenidos. El sociólogo Pierre Bourdieu lo aclara:

“Es cierto que hay intervenciones políticas, un control político (que se ejerce notablemente a través de las nominaciones a los puestos directivos). Es verdad que también y sobre todo en un período en que, como hoy, hay un ejército de reserva y una gran precariedad del empleo en las profesiones de la televisión y la radio, la propensión al conformismo político es muy grande. La gente se conforma con una forma consciente o inconsciente de autocensura sin que sea necesario hacer llamados al orden” (Bourdieu, 1997: p. 26).

DEFENSA DE UN DERECHO

Las imposiciones de un mundo globalizado, donde la celeridad de la vida impide reflexionar entorno a los acontecimientos diarios, inclinan los gustos a admitir más que nada los contenidos de entretenimiento y diversión. Y cuando se accede a un tipo de información noticiosa, ésta se muestra con esa dosis de espectáculo que muchos receptores confunden con los temas de auténtica relevancia para el curso de la sociedad y su conveniente desarrollo.

La función de los periodistas, gestores directos del material comunicativo, consiste por tanto en suministrar elementos de juicio para identificar y seleccionar los puntos de trascendencia en el menú noticioso. La actividad profesional de los reporteros se reduce en calidad si sólo centran sus tareas en la transmisión escueta de los datos proporcionados por sus fuentes. No obstante, aclarar cuáles son los intereses de estos comunicadores cuando buscan información ampliaría la perspectiva de este fenómeno. Toda labor encaminada a educar a los receptores con criterios suficientes para afrontar los medios resulta estéril si a quien le compete esta misión se abstiene de ejecutarla con base en el bien común.

Pero, aunque la audiencia seleccione cada emisión

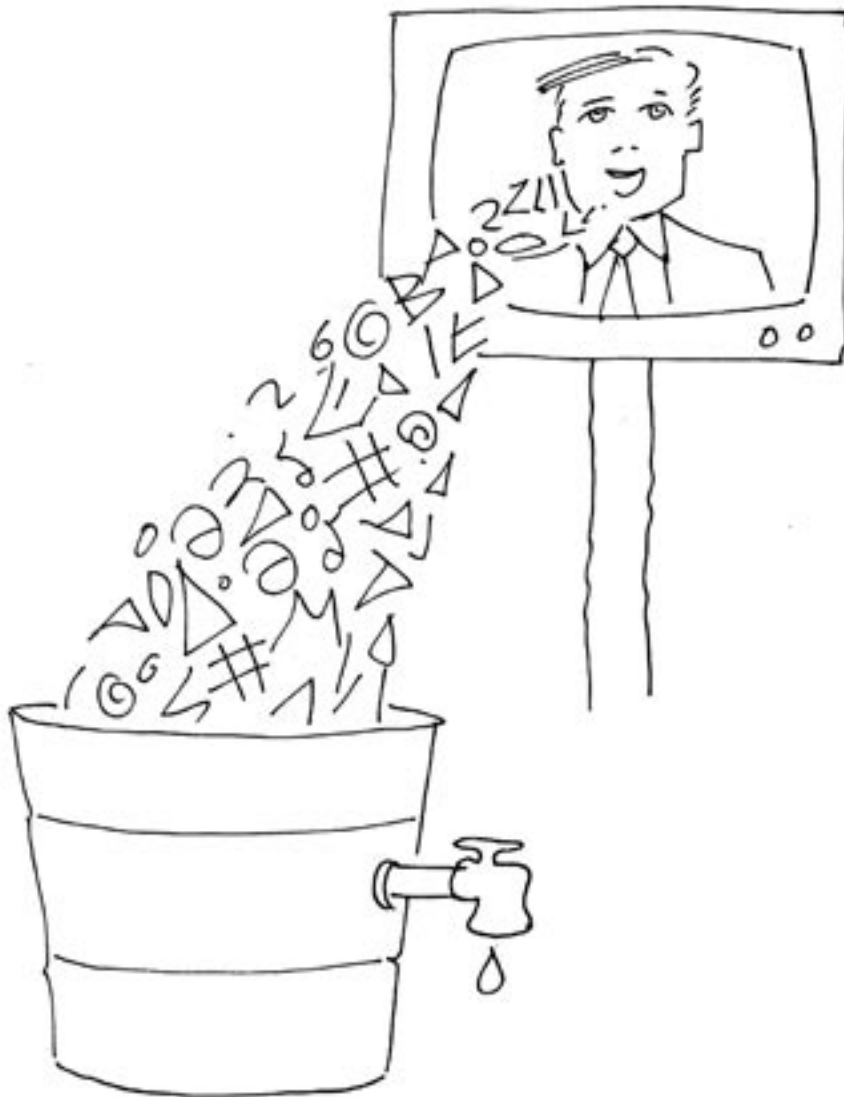
más o menos de manera efectiva, en nada favorece tal circunstancia si se olvidan los parámetros que le permitan calcular las implicaciones de éstas y pronosticar con un buen porcentaje de acierto los efectos de los acontecimientos. Para llevar a cabo ese proceso, debe también conjugar los diversos puntos de vista de un hecho, ojalá opuestos. Las gradaciones, los matices informativos, les permitirán a los receptores iluminar las decisiones propias con base en esos destellos. Y ese aumento o disminución de luz intelectual, en buena medida, lo dispondrá el periodista. *“En un mundo complejo inundado de información los ciudadanos necesitan ayuda para separar la información importante de la información irrelevante y necesitan un método para participar en conversaciones acerca de las implicaciones de esa información”*. (Merritt, 1997: 53).

La omisión o inclusión de un mensaje no garantiza de plano que se advierta si éste encierra la calidad efectiva de los datos que lo conforman. Porque, aun con una riqueza de datos y una disposición amplia de tiempo o espacio en una transmisión determinada, si los recursos del lenguaje se manejan con tendencias parcializadas, allí se restringe también el derecho de informar a la audiencia con precisión, oportunidad y, sobre todo, veracidad.

El lenguaje verbal, por ejemplo, apoyado en los códigos de las fotografías o de las imágenes en movimiento, para el caso de la televisión o la Internet, alberga los significados de los mensajes. Cualquier desconocimiento o aplicación errada de esa palabra distorsiona un contenido, por ignorancia o por la ejecución consciente de que así una interpretación de conveniencia puede surgir en el momento en que un receptor la capte. *“El análisis lingüístico se manifiesta como el medio de detectar las causas que impiden el derecho a ser informado correctamente y que crean desinformación”* (Moreno, 1998: 51).

“La proliferación de un mismo hecho noticiable logra inclusive provocar una distorsión continuada en el proceso comunicativo” (Estupiñán, 2000: 68). La reiteración de este tipo de información, aquella acomodada a intereses diversos, va gestando una concepción del mundo ajena a la realidad misma. Advertir esa trama se dificulta, porque la cotidianeidad empieza a ejercerse de acuerdo con esos parámetros, y empiezan a asumirse conductas encauzadas con la creencia de que proceden de una decisión autónoma.

Con las nuevas y amplísimas técnicas descubiertas y aplicadas por la ciencia, también se abre un uso muy variado e incalculable en el manejo de los lengua-



jes mediáticos, sin límites precisos. La imagen de la palabra, la palabra musicalizada, el sonido imitando la palabra y la voz distorsionando la palabra, combinan multiplicados caminos para crear y fusionar contextos e interpretaciones siempre nuevas. Estudiar la palabra implica profundizar en aquello que envuelven las significaciones. Su cercanía con los conceptos mismos que representa permite afirmar que prescindir

de ésta es aniquilar toda comunicación. A pesar de ser variados y varios, los lenguajes se apoyan en la palabra viva, simbolizada o sugerida. *“Un idioma que, frente a los agoreros o seudoprophetas de su muerte en manos de la técnica, abre su capacidad significativa a unos ámbitos insospechados de comunicaciones y demuestra que tanto al principio, como en la actualidad y en el futuro, siempre estará en el centro la pala-*

bra viva del ser humano” (Cebrián, 1999: 23).

VERDAD Y LIBERTAD

Ese moldeamiento de las opiniones y de la conducta con base en los contenidos noticiosos apresa a la Libertad y a la Verdad. Saber cuáles posturas tomar después de recibir alguna noticia parece un procedimiento fácil, práctico, libre de cualquier sujeción. Y de eso se trata: esas imposiciones soterradas deben

permitirle a cada persona aseverar que transita por un sendero propio, abierto con los fundamentos de la reflexión y del análisis. Pero, esos ejercicios mentales no son tales, porque se construyen como el resultado casi lógico de un discurso prefabricado.

Las discusiones acerca de si la libertad se ejerce o se siente amplían un gran campo para el debate. Pero, esa es otra cuestión. Aquí el tema incontrovertible se centra en que la libertad en alguna proporción la vulneran los conductores de los medios masivos de comunicación, y desde este punto de vista la calidad informativa, inclusive respondiendo a demandas técnicas de último momento, se deteriora cada vez más, pues la esencia en la validez de cualquier noticia se fundamenta en la cercanía que ésta entrañe con la verdad. La inmediatez, la nitidez, la claridad, la edición y la cobertura, son todos términos que atañen al trabajo comunicativo, y ningún conocedor duda en calificarlos de útiles en la creación mediática. Sin embargo, si hay falsedad, así sea ínfima, ello va en detrimento de esa calidad que aquí se examina.

Impedir, por otro lado, que el trabajo periodístico persiga siempre el beneficio de las audiencias y que respete el derecho de éstas a recibir información contraría la línea que pregonan los gobiernos en los

sistemas llamados “democráticos”. Muchos son los comunicadores que sienten las presiones directas, o efectuadas por terceros, contra la labor profesional que pretenden defender. *“Y sin libertad de expresión no se pueden proteger las declaraciones públicas ni gozar abiertamente de los derechos fundamentales y de las libertades esenciales del hombre”* (Estupiñán, 2000: 63).

Dentro de la libertad misma, caben también los usos diversos de la palabra como demostración de que la lengua funciona todavía como organismo vivo y cambiante. Pero, necesita el periodismo hispanohablante de un modelo por lo menos equilibrado en sus aplicaciones. Con ello, las interpretaciones serán en cada caso tan acertadas como los referentes lingüísticos utilizados por convención. Ello no implica que las distinciones de esta lengua en cada país o región del mundo deban cambiar, como los modismos, por ejemplo.

Pero, toda esa cantidad de información ha de dirigir las intenciones a puntos comunes para un beneficio social compartido. De allí emanan las ocasiones para dirigir los esfuerzos de todos los miembros de una comunidad hacia un objetivo general de equidad, donde la orientación a ese fin preestablecido quede en manos de los medios de comunicación. Esa, quizá,

se perfila como la más clara misión de éstos, aunque los cambios que de allí se deriven sean tajantes.

“Insistir en la existencia de una prensa que promueva la igualación idiomática en un nivel elaborado y culto. Una empresa empeñada en una tarea que informe y contribuya a la justicia, a la verdad, a la convivencia en el seno de una comunidad que, lejos de ser combatiente y épica, intente conducir a los ciudadanos por caminos razonables, aunque estos hayan de promover cambios radicales” (Santamaría, 1990: 12).

EL CONTEXTO ES EL REFERENTE

Las circunstancias en que se presenta cualquier fenómeno señalan unas pautas y unos referentes para asociar toda información con la realidad. A eso se le llama el contexto, el marco donde se circunscriben los hechos para asumirlos, entenderlos y actuar de acuerdo con ellos y de las conveniencias que resulten. Los acontecimientos, en esta oportunidad, las noticias (razón de esta reflexión), aparecen en un lugar y en un tiempo determinado. Éstos son el fruto de la historia y, al mismo tiempo, se conciben como la semilla para pronosticar el futuro: *“El contexto es importante para interpretar”* (Biasutto, 1995: 29).

Cada cultura asume un suceso de acuerdo con el referente de su tradición, el caudal cognoscitivo, las creencias y los deseos colectivos. Cuando un hecho similar se presenta más o menos al mismo tiempo en lugares distintos, las personas de cada sitio lo entienden de una manera particular.

De forma parecida, dos noticias semejantes en el mismo lugar impiden una interpretación igual si la época ha cambiado, a pesar de que éstas mantengan la esencia conceptual. En el tiempo, las concepciones comunes y compartidas cambian, porque la historia se encarga de demostrar cada día que la realidad debe afrontarse con instrumentos distintos y más favorables. A eso se le designa como desarrollo. Obviar el contexto, por tanto, es limitar y tal vez mutilar un contenido informativo. Los hechos no pueden registrarse en el vacío; un tiempo y un espacio siempre enmarcan la realidad y los acontecimientos que de allí se derivan. La historia toma esos parámetros y permite así una aproximación más clara cuando se la analiza. Y ahora las noticias fundamentan la historia de la humanidad.

Pero, en este trabajo constante, ágil y apresurado de seleccionar el capital informativo, el escoger los formatos y los hechos porque se consideran los adecuados también puede ge-

nerar distorsiones. Es claro que ese proceso de edición impide la entrada, al aire o en las páginas impresas, de todo hecho noticioso y relevante para la sociedad. De ahí, la exigencia de una preparación de alto grado para quien cumple dicha tarea, pues a la audiencia debe llegarle el más rico zumo informativo. *“La selección de la noticia implica una censura”* (Biasutto, 1995, 31).

NOTICIAS DE PASARELA

El formato de los noticieros ha impuesto la obligación a muchos periodistas de incluir siempre en cada emisión los hechos de impacto, así destinen para ello poco espacio, para el caso de revistas y periódicos, o reducido tiempo, si es información radial o televisiva. Pero, en casi todos los casos se cuenta ahora con la sintonía que puede sumar determinado acontecimiento. Los personajes del espectáculo y sus circunstancias se consideran ahora como material muy útil para captar la atención de una audiencia numerosa, habituada casi toda a impresiones de ese tipo. La diversión y el entretenimiento, como pretexto repetido para olvidar los asedios que impone la vida moderna, funcionan para cubrir con un manto de ligereza las noticias de trascendencia. *“Esta ideología de la información, cuya encarnación privilegiada son las nuevas tecnologías audiovisuales, está basada en lo banal e*

intercambiable, que es lo que puede circular a la velocidad de la luz a través del planeta” (Fernández-Savater, 1999).

Y ese tránsito cíclico de las informaciones empieza a cerrar la temática de las audiencias. Los ciudadanos corrientes intercambian impresiones con base en los contenidos de los medios, sean éstos trascendentales para la sociedad y su desarrollo, o sólo escenas y comentarios del espectáculo y la diversión prefabricada. De esa manera, la realimentación de tales contenidos se dispersa hasta cubrir a la mayor parte de la opinión pública. La posibilidad de una argumentación juiciosa desaparece, y en su lugar se implanta la versión artificiosa de los medios masivos entorno a cualquier acontecimiento. Es más: se uniforman opiniones, posiciones y conductas, todas emanadas del encuadre mediático.

El único camino para intercambiar ese flujo codificado se da en el lenguaje mismo. Por tanto, aparecen los clichés como recurso impuesto para expresar ideas y conceptos trillados, de manera que el reforzamiento de pautas sociales crece sin la razón y las reflexiones necesarias para valorar en toda su dimensión dicho efecto. Por eso, la unificación de pensamiento discurre con la adopción de corrientes de opinión encasilladas para convertir a la sociedad toda

en un solo organismo conformado por células humanas con características uniformadas.

Tales procedimientos se aferran más a esa condición porque desaparecen los recursos argumentativos para rebatir cualquier postura e ilustrar otra distinta. Cuando la cobertura individual es amplia en estos contenidos, quien porta tal bagaje informativo se cree dotado de la suficiente capacidad para rebatir, con base en la exclusiva y mayor fuente de conocimientos: los medios masivos de comunicación. Es obvio que no todas las personas pueden desempeñarse como periodistas y comunicadores, y el deber de éstos consiste en llevar a los receptores las versiones de los acontecimientos relevantes, pero con un respeto fiel a la verdad y a la pertinencia.

De acuerdo con esa situación, se requiere ilustrar a las audiencias para que diferencien lo banal de lo trascendente. Leer y escribir limitan la garantía de interpretar las emisiones mediáticas apropiadas cuando se desconocen las técnicas y los propósitos de los dueños de los medios. Por tanto, la ignorancia consiste en estos tiempos no sólo en desconocer la escritura y la lectura tradicionales, sino en obviar los códigos que se manejan con las nuevas tecnologías aplicadas a los medios masivos de comunicación. *“Algunas personas de buena fe de-*

tectan consecuencias de las enseñanzas de la sociedad del espectáculo, como el empobrecimiento del lenguaje, la creciente incapacidad para la argumentación o el neoanalfabetismo... El espectáculo no quiere ser replicado de ningún modo. Por esa razón necesita privar a los sujetos de sus medios de réplica, esto es, del lenguaje” (Fernández-Savater, 1999).

Los modismos albergan algo más que usos descomplicados de la lengua. En éstos se advierten las aplicaciones calculadas para encarrilar el pensamiento, que tan solo cuenta con la lengua para exponerse. Por eso, parece usual que las palabras y giros idiomáticos unificados se apliquen en la conversación cotidiana y casual. Nadie, si no repara en ello, descubre que en esos encasillamientos lingüísticos se esconde un conducto semiblindado del pensamiento. Esas personas que conforman la numerosa audiencia suponen que los estilos televisivos, sobre todo, permiten mostrar ante los demás seres humanos una condición de clase social selecta. Y en ello hay mucha dosis de verdad, porque quienes conforman el grupo de los selectos son la gran mayoría. Es decir, quienes se creen únicos e irrepetibles terminan adoptando una posición uniformada, sin calcular el grado de ridiculez que alcanzan. *“Y ese decir sí influye en los televidentes que, por*

una fatigosa redundancia, van aprendiendo un habla errada, boba y descompuesta” (Rodríguez, 2004). *“El intentar ser elegantes con el idioma conduce al ridículo”.*

La impresión de las noticias debe corresponder a su naturaleza misma. Sin embargo, los matices para causar cierto agrado entre las audiencias distorsiona la esencia de los hechos, a pesar de que la crudeza, por sí misma, en algunas noticias debe quedar a la discreción profesional del comunicador, pues él, atendiendo a su experiencia y capacidad, sabrá cuándo y cómo diseñar los procesos de publicación, siempre calculando el efecto potencial de sus decisiones. *“La información televisiva ha perdido rigor para convertirse cada vez más en entretenimiento, buscando el lado amable o sensacionalista de la noticia”* (Cortés, 1999: 280).

La televisión, sobre todo, parece haber aniquilado el mundo, y recrea continuamente otro mundo, de muros invisibles y de mujeres y hombres inservibles, donde las conciencias se estrellan y los sueños se extinguen.

CONCLUSIONES

Los medios de comunicación continúan, como en sus orígenes, controlando a la opinión pública generalizada, con base en los acuerdos preestablecidos entre quienes ejercen los



poderes político y económico. La reiteración de los discursos frente a las cámaras, micrófonos o páginas impresas permite dirigir y concentrar la atención de las audiencias mediante propósitos de sujeción discursiva, a fin de conseguir y mantener un respaldo a los programas del gobierno de turno. La efectividad de este recurso ha aumentado debido a las estrategias avanzadas de la nueva tecnología.

El sector privado, por su parte, administra en buena medida la industria de las comunicaciones y, con el pretexto de presentar un servicio de información noticiosa, asegura las plataformas de mercadeo y publicidad en éstos; ese es su verdadero objetivo. Sin embargo, también para incluir

diversos distractores (el mundo del espectáculo, donde cabe el fútbol, por ejemplo), quienes dirigen los medios masivos generan estilos de vida artificiosos y mundos fantásticos, donde se encierra la posibilidad de las audiencias para cuestionarse acerca de las realidades latentes. Estas cortinas de humo, coloridas y musicalizadas, contaminan el criterio y la libre elección.

La cultura tiende a desaparecer por la imposición de pautas comerciales y políticas calculadas en los medios masivos, donde se unifican los gustos y "decisiones" de los espectadores, de acuerdo con las directrices del mundo globalizado. Con los nuevos y reducidos lenguajes (verbales, visuales, corporales, sonoros, etc.) se distorsionan los contenidos, se omiten las ideas relevantes o se crean posibilidades inasibles para la razón, donde el camino más recomendable a la liberación resulte ser la lectura selecta, habitual, cuidadosa y muy reflexiva.

BIBLIOGRAFÍA

1. BIASUTTO, M.A. (1995) "Noticia y mensaje: lectura e interpretación en los medios". En revista *Comunicar* No 4. Sevilla: Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación. pp. 26 a 36.
2. BORDIEU, P. (1997) *Sobre la televisión*. Barcelona: Editorial Anagrama.
3. CEBRIÁN H., Mariano. (1999) "Dimensión audiovisual del idioma". En revista *Ámbitos* No 2. Sevilla. pp. 23 a 37.
4. CHOMSKY, N. (2004) "El control de los medios de comunicación". En revista *Razón y Palabra*, revista electrónica en América Latina especializada en tópicos de comunicación. México D.F.
5. CORTÉS Lahera, J. A. (1999) *La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión*. Pamplona: Eunsa pp. 280.
6. ESTUPIÑÁN Bethencor, F. (2000) "El sentido crítico y los medios de comunicación". En revista *Ámbitos*. Sevilla. No, 4, 60-68
7. FERNÁNDEZ-SAVATER, A. (1999). "La destrucción del lenguaje". En revista *Salamandra* No 10. Madrid: Grupo Surrealista de Madrid.
8. IRIARTE, G. (1999). "Conciencia crítica y televisión". En revista *Comunicar* No 12. Sevilla: Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación. No 12, 166-169.
9. MARTÍNEZ Albertos, J. L. (1989). *El lenguaje periodístico*. Madrid: Paraninfo. p 48.
10. MERRITT, D. "Buzz". (1997). "Periodismo público: nuevas respuestas a preguntas clave". En *Cuadernos de Información*. Santiago: Universidad Pontificia Católica de Chile. No 12, 51-55.
11. MORENO Espinosa, P. "Fundamentos del lenguaje de los mass media". En revista *Ámbitos*. Sevilla: Revista andaluza de comunicación. No 1, 51-60.
12. RAMOS, C. (1995) "Los medios de comunicación, constructores de lo real". En revista *Comunicar*. Sevilla. Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación. No 5, 108-112.
13. RODRÍGUEZ, J. M. (2004). "Errores comunes en el lenguaje periodístico. Verbo, belleza y política". En revista *Chasqui*. Quito: Ciespal. No 87.
14. SALAS Gallego, Óscar. (2005). *Hacia la historia del lenguaje social*. Arequipa. www.monografias.com/trabajos16/lenguaje-social/lenguaje-social.shtml
15. SANTAMARÍA, M. L. (1990). *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*. Madrid: Paraninfo.
16. VAN DIJK, Teun. (1987). *La ciencia del texto. Un enfoque interdisciplinario*. Barcelona: Paidós.