

## LA PRENSA

---



La prensa escrita es el medio más representativo de los antiguos. Las repercusiones políticas que se le atribuyen llevaron en algún momento a acuñar la expresión "*cuarto poder*", para referirse a su capacidad de incidir en la opinión pública y en última instancia, en las sociedades democráticas, sobre los votantes. El periódico comparte con la radio y la televisión la mediación entre el conocimiento de la realidad y los sujetos. La mayoría de los acontecimientos son conocidos por los lectores a través del periódico. La realidad es dada a conocer parcializada en noticia. Esta es la materia prima fundamental con la que trabaja la prensa periodística. El producto que elabora, el periódico, es una relación de noticias bastante extensa que se facilita diariamente gracias a todo el dispositivo técnico-organizativo del que se dispone.

Dada la redundancia habitual en este medio, los titulares y supratitulares (anunciados en tipografías más reducidas puntualizan el impacto del titular), permiten enterarse de lo que pasa con solo leer estos enunciados. Esta es una buena muestra de la utilización de la redundante, tanto semántica y sintáctica como pragmática.

Los elementos formales de la noticia que comparten la prensa, la radio y la televisión, pueden clasificarse en tres grandes categorías: los de recurrencia de regularidad; los que se refieren a las indicaciones de orden y de estructura, y los relativos a neutralidad y facticidad. Dado que las noticias en los tres medios se constituyen en paquetes y boletines, analizar las noticias es analizar su disposición conjunta; en este sentido, la estructura de estos paquetes es bastante similar y la distribución en secciones, por ejemplo, es muy habitual. La recurrencia continua a este esquema que en radio y en televisión se hace patente dentro de un mismo día por los sucesivos boletines contribuye a forjar un punto de vista de rejilla de lo que es la realidad, a la par que indica cuáles son los asuntos o temáticas que deben interesar al hombre bien informado.

Las noticias se relacionan con la constatación de hechos más que con su interpretación. Sin embargo, no es posible hacer constatación químicamente pura de los hechos. La misma declaración de que algo es un hecho, y luego una noticia, ya implica una interpretación subjetiva del primer espectador, que es el periodista. Ni siquiera la imagen de televisión ni el sonido en directo proporcionan la realidad tal cual es.

Los grandes recursos económicos necesarios para disponer de agencias de noticias plantean la grave incógnita de los beneficios de todo tipo que estarían implícitos si son de titularidad privada, y del control real de los ciudadanos, si son de titularidad pública.

### a) Periodismo gráfico

Puesto que hoy tomar fotografías instantáneas es muy fácil, no se repara en dos aspectos importantes:

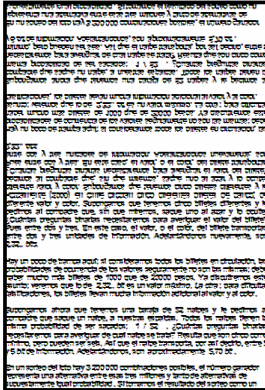
- El valor que ha adquirido en nuestra vida el documento gráfico (se puede ver esto en la devaluación a la que puede llegar un reportero la "nota gráfica sensacional", sin importarle nada del prójimo).
- La importancia que tiene la instantánea de las personas para los estudios de psicología social (es conocido el hecho de que cuando una persona es fotografiada adopta ante la cámara la



actitud que él quiere representar ante la sociedad). Pareciera que el ojo de la cámara actúa como el ojo social.

La información emitida siempre debe ser objetiva, o sea, el relato o descripción de los acontecimientos sin agregado alguno, sin interpretaciones especiales y sin calificativos deformantes. En el campo político la información es esencial y contribuye a esclarecer a la ciudadanía: cuando un locutor lee la plataforma de una agrupación política y seguidamente hace lo propio con la de un sector competidor, está informando y queda a criterio de la gente la libre elección.

## b) La información tendenciosa



En el campo informativo existe la información tendenciosa: cuando se da a conocer un hecho omitiendo algún aspecto para resguardar algunos intereses. Muchas veces se narran hechos pero de modo tal que favorece ante la opinión pública la situación de uno de los participantes. Otra manera de formar la realidad consiste en resaltar determinadas noticias y dar menos relieve a otras; o en mezclar en un mismo plano noticias de escasa importancia real con otras que son verdaderamente significativas para la sociedad.

Todos estos métodos constituyen, a veces formas ocultas de propaganda. Reacciones frente a los monopolios totalitarios de la información. Aún los regímenes totalitarios más severos no han podido evitar el surgimiento de medios y formas de información que escapan a su control. Cuando el

estado censura la actividad de la prensa que no le es necesaria, prolifera inmediatamente la prensa clandestina. En nuestro país, ante la presencia de regímenes totalitarios, también abundaron los panfletos y los periódicos opositores.

La desconfianza de la población hacia los medios oficiales de difusión y de propaganda hacen que la gente difunda versiones diferentes o se valga de sintonizar emisoras extranjeras para enterarse de lo que realmente ocurre en el país.

## c) El Cine



Probablemente sea el medio que ha sufrido menos las presiones de los distintos tipos de poder social en comparación con la gran audiencia que tiene. Esto no implica que el nacimiento y el desarrollo de la actividad industrial en este medio, no represente una fuente potencial de manipulaciones. Por otra parte, las ideas autoritarias que en general se aplicarían a recortar la influencia de todos los medios, también pueden ser propietarias de censura.

La imagen en movimiento es una macroestructura semiótica al combinar varios sistemas de signos: *icónico, cinético, verbal*. La mezcla perfecta de estos sistemas provoca la sensación de realidad. La relación entre texto visual y recurso visual en la imagen cinética se estrecha hasta casi confundirse, en la medida en que las acciones de secuencia y temporalidad son la base de toda expresión de comunicación sea esta visual, lingüística o gestual. Esta sería una característica común a todos los sistemas audiovisuales a condición de que sean también cinéticos.

Lo fundamental del filme puede residir entonces en tres aspectos o dimensiones principales:

- Lo que es materia de expresión: una historia; una narración, real o ficticia, realista o fantástica, actual o pasada, etc.
- La forma de expresión constituida por los elementos figurativos, tales como el encuadre, el rectángulo de imagen que se verá.
- Los planos y su sucesión: la sucesión de planos y las características de estos sirven para establecer la secuencia que no tiene porque ser siempre lineal, se distribuye la temporalidad ficticia con la temporalidad del filme

Desde lo que pueda suponer la vinculación con personas para no ser espectador solitario, hasta la colectividad poco definida pero que condiciona comportamientos de reacción ante el mensaje que le llega, los matices diferenciales entre filme en soporte video y filme en soporte película que se proyecta sobre pantalla son importantes. Los psicólogos sociales han estudiado lo que significa la pérdida de anonimato y la consiguiente desinhibición de los individuos dentro de grupos masivos.

Los primeros teóricos del cine mudo describieron las peculiaridades del lenguaje puramente visual del cine y su tremendo impacto emotivo, su capacidad de síntesis. Se vio que el cine podía ayudar al hombre a redescubrir el mundo visualmente, no solo el mundo lejano que no estaba a su alcance, sino el mundo de todos los días que a través del ojo de la máquina y por arte del cine reaparecería limpio y directo, sin barreras conceptuales. Se pensó que con el cine aparecería un nuevo lenguaje universal, el lenguaje de la imagen, y todos los vanguardistas de Europa, Rusia y los Estados Unidos se dispusieron a su conquista.

#### d) La Radio



La radio nos devuelve al ámbito de la noticia, pues comparte con la prensa y la televisión la posibilidad de facilitar el conocimiento sobre la realidad a través de aquella. La tradición cultural nos impide objetivar el esfuerzo tan considerable que supone la verbalización de los acontecimientos de la realidad en los que el componente icónico es fundamental. Hoy la radio capta a una audiencia juvenil, llegando a convertirse en ocasiones de verdaderas locomotoras del consumo musical principalmente.

Aunque determinados acontecimientos son, hoy por hoy, susceptibles de una retransformación mejor por radio que por televisión ésta suple en la mayoría de las ocasiones las insuficiencias de aquella. No obstante, la radio tiene a su favor el poder de individualización que comporta. El medio de comunicación familiar que era la radio ha dejado su lugar a la televisión, para ir al encuentro de individuos o grupos no tan institucionales.

En relación con los valores culturales y morales ocupa un lugar intermedio entre el polo de la realidad y lo serio, y el opuesto, lo que refleja un equilibrio más o menos equitativo entre información y entretenimiento. La radio es un medio esencialmente auditivo: dentro de la jerga audiovisual se conoce como *audio*. Por la rapidez con que se difunde, la economía del servicio y el alcance de su emisión, la radio es un valioso elemento de información y educación. Se ha desarrollado en los países ricos y permanece en estado larval en los países de pocos recursos.

En América Latina el cuadro es curioso: a pesar del bajo nivel de desarrollo económico, la radiodifusión, está relativamente avanzada. Se nota la tendencia a utilizar la radio para la educación. El mayor desarrollo de la radio, en cantidad y calidad, se ha operado en zonas urbanas. Toda labor futura bien llevada en el terreno de la radiodifusión deberá prestar especial atención a las áreas rurales y elevar y diversificar el contenido de los programas, a la vez de mejorar la distribución del área de la programación.

En una época la radio traía algo nuevo en la comunicación para las masas: la inmediatez. A veces no nos enteramos de lo que está pasando sino de lo que nos dicen que está pasando. De ahí el control que los regímenes ejercen sobre la radio.

Otra novedad fue el realismo de la radio que llegó a ser un nuevo medio de comunicación y expresión: verdaderos descubrimientos de mundos sonoros. La voz humana, la música, los sonidos y los efectos son los elementos básicos del lenguaje radiofónico. La radio puede ser también un agente de cultura. Las características específicas de la radio hacen de ella un valioso auxiliar didáctico siempre que se lo use adecuadamente.

### e) La Televisión



La televisión es un entretenimiento peculiar de la época compleja en que vivimos. En un mundo inseguro y sin apoyos internos, la televisión es una ayuda inocua, permite matar el tiempo. El hombre común no tiene más remedio que usar a los medios. En nuestro mundo no solo han disminuido las distancias sino que se ha incrementado la comunicación.

Su rápida expansión ha sido posible en las sociedades de numerosa clase media, con su elevado índice de estandarización, su buen poder adquisitivo, su mayor gasto en publicidad, su concentración urbana y su consumo de símbolos producidos masivamente.

La atracción que ejerce sobre las masas es de naturaleza psicológica y artística en el sentido de un arte popular con características muy particulares y distintas a la convencional.

Hoy el arte popular, a través de los medios para las masas, tiene una audiencia enorme, que es más amplia heterogénea y diversificada que nunca. En nuestros días posee características industriales, se dirige hacia el mercado y sus necesidades, tiene sus objetivos rígidamente prefijados (ganar mayor audiencia, manejar estereotipos determinados, acentuar el estándar conservador) y emplea símbolos simples para alcanzar un público mayor.

La televisión como lenguaje posee ciertas características que le han sido impuestas por las limitaciones técnicas del medio y las condiciones sociales que enmarcan el espectáculo televisivo. Pero podrán ser superadas y las condiciones sociales podrán cambiar.

Los receptores de televisión están instalados en la intimidad del hogar, poseen una pantalla relativamente pequeña y se dirigen a un espectador condicionado por la intimidad. La televisión usa y abusa de la apelación personal.

La televisión ha demostrado ser buena o mala según el uso que se le dé. Lo que significa una revolución en nuestras vidas. No podemos quedarnos de brazos cruzados frente a lo negativo o positivo que la televisión nos ofrece diariamente. Puede ser un vehículo de comprensión internacional y convivencia pacífica, o un canal de odio y agresión.

La televisión nos ha puesto frente a algo totalmente nuevo. Es preciso idear nuevos métodos para estos nuevos medios.

El avance electrónico ha sido demasiado veloz, nuestra celeridad mental no alcanza a comprender la vida nueva. Este es el reto más serio que nos propone la era de la imagen.

La imagen habla el lenguaje de los niños y el pueblo. Enseña técnicas de información, motiva, golpea emocionalmente, permite una fácil identificación. A lo largo de la historia de la humanidad se nota una corriente de expresión y comunicación popular, cuya columna vertebral es la imagen visual.

El visualismo puede ser la degeneración de lo visual, como el verbalismo es la degeneración de lo verbal.



Los Medios de Comunicación de Masas son también instrumentos de poder. Con ellos se trata de embotar las mentes y proveerlas de eslóganes. En vez de estimular con ellos la liberación de las personas, se estimula el condicionamiento para la estrechez mental y la esclavitud. Con los medios sensacionalistas se está dando vida a una imagen estrecha. El afán competitivo ha tenido todo con las leyes de compra-venta y los Medios de Comunicación de Masas se usa, así mismo, para vender ideas y formas de vida.

Se usa la imagen visual por su poder de fascinación para manipular al ciudadano. Se atropellan culturas cuyas riquezas son a veces más valiosas que las del agresor.

La dependencia en el conocimiento de la realidad llega a ser tan aguda que la credibilidad de ese conocimiento transmitido por televisión se asigna más fácilmente que a otros medios. La magia que en este sentido tuvieron y siguen teniendo los libros, la letra impresa, se traspasa ahora a la televisión. Los programas denominados instructivos gozan de mayor confianza por parte los espectadores. Así se obtiene una escuela simultánea que multiplica sus efectos, dado que la televisión sigue siendo un medio familiar doméstico. Todos los aspectos de la realidad tienen cabida en el medio. Todo puede ser difundido con una orientación hacia todos los núcleos de reproducción social que son las unidades familiares. No existen virtualmente noticias de la que la televisión se haya utilizado para la acción o resistencia política, de manera que debe ser el medio de comunicación menos revolucionarios de la historia.

Se señalan como más destacados los siguientes rasgos de los mensajes sociales que reciben los menores a través de la televisión:

- Estimulación de las opiniones estereotipadas respecto a temas sociales. Lógicamente también se puede lograr el efecto contrario y más deseable de la eliminación de estereotipos.
- Estimulación de sentimientos contrarios o de aceptación de los grupos sociales minoritarios.
- Reducción o exaltación del etnocentrismo nacional. Dada la vinculación por sistemas sociales de poder, es poco probable que se reduzca sistemáticamente.
- Impacto de los fines sobre las opiniones. La difusión de filmes que abordan una misma temática bajo un punto de vista similar acumularían más los efectos.
- Reconocimiento de personajes o identificación con ellos. También aprendizaje de la capacidad de predicación dada la recurrencia de programas, publicidad y estructura narrativa de los filmes.

Esto implica que los niños pueden utilizar las similitudes entre los personajes cinematográficos y las personas reales, para establecer generalidades del comportamiento humano.

a) Mayor poder de transmisión de mensajes emocionales, tanto positivos como negativos, unidos a la percepción de realidades que los acompaña.

b) Aprendizaje del papel de consumidor.

Tanto la radio como la televisión cumplen una función que se les designa: la educativa, la formativa o socializadora.

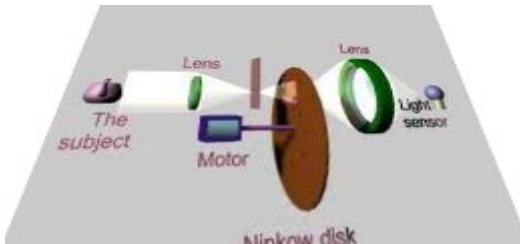
Aunque la televisión tiene ventaja en el cumplimiento de esta función, tanto porque presenta modelos culturales más parecidos a como son en la realidad, como por la utilización de diversos lenguajes, la radio también contribuye a la socialización de los menores y de los adultos.

La radio es equiparable al texto impreso en cuanto presenta y, por tanto, fomenta un estilo verbal y articulado de comunicación. La televisión es equiparable a la comunicación cara a cara porque presenta y fomenta o favorece un estilo audiovisual.

Muchas actividades fundamentales de la participación democrática se convirtieron en acontecimientos que los ciudadanos miran por televisión. La mayoría de los votantes no tienen contacto con los candidatos de los partidos políticos y no asisten a actos públicos convocados por estos.

Los candidatos buscan dar a conocer sus propuestas de solución para los problemas que enfrenta la sociedad a través de la televisión. Es cada vez más frecuente que los debates a través de los representantes de los distintos partidos políticos y entre los funcionarios del gobierno y los dirigentes políticos de la oposición sean televisivos. Es conocida por todos la influencia que tiene la televisión en la vida de las personas y la cantidad de tiempo libre que se le dedica.

Algunos de los investigadores afirman que esa influencia es muy grande en el caso de los chicos y jóvenes, en especial en la formación de su identidad. Las imágenes tienen cada vez más poder de convicción, es decir, es muy fácil creer que lo que se ve en televisión es verdad. Por eso, sostienen los investigadores, los chicos muchas veces aceptan fácilmente, los modelos de juventud o niñez que se presentan en la pantalla. Los programas y las publicidades tratan de convencer sobre como son los chicos y jóvenes (o como deben ser), lo bueno que es hacer tal cosa, o qué bien se van a sentir si compran esto o aquello. Aceptar los mensajes tal cual, sin ningún cuestionamiento acerca de qué pensamos de lo que vemos o escuchamos, hace muy difícil la formación de la personalidad y del criterio propio de cada uno.



La historia del desarrollo de la televisión ha sido en esencia la historia de la búsqueda de un dispositivo adecuado para explorar imágenes. El primero fue el llamado Nipkow, patentado por el inventor alemán Paul Gottlieb Nipkow en 1884. Éste no funcionaba eficazmente con tamaños grandes y altas velocidades de giro para conseguir una mejor definición.

Los primeros dispositivos realmente satisfactorios para captar imágenes fueron el iconoscopio, fue inventado por el físico estadounidense de origen ruso Vladimir Kosmazworykin en 1923, y el tubo disector de imágenes inventado por el ingeniero de radio estadounidense Philo Taylor Farnsworth poco tiempo después. En 1926 el ingeniero escocés John Logiebaired inventó un sistema de televisión que incorporaba los rayos infrarrojos. Con la llegada de los tubos y los avances en la transmisión radiofónica y los circuitos electrónicos que se produjeron en los años posteriores a la Primera Guerra Mundial, los sistemas de televisión se convirtieron en una realidad.

Las primeras emisiones públicas de televisión las efectuó la BBC en Inglaterra en 1927 y la CBS y NBC en Estados Unidos en 1930. Ambos utilizaron sistemas mecánicos y los programas no se emitían con un horario regular. Las emisiones con programación se iniciaron en Inglaterra en 1936 y en EE-UU en 1939. Las emisiones programadas se interrumpieron durante la Segunda Guerra Mundial, reanudándose cuando terminó.

A partir de la década de 1970, con la aparición de la televisión en color los televisores experimentaron un crecimiento enorme, lo que produjo cambios en el consumo del ocio. A medida que la audiencia televisiva se incrementaba por millones hubo otros sectores de la industria del ocio que sufrieron drásticos recortes de patrocinio. La industria del cine comenzó su declive con el cierre de muchos locales. En la actualidad existen más de 300 canales de televisión y una audiencia, según números de aparatos por hogares (más de 60 millones), de más de 200 millones de personas. A partir de 1984, la utilización de satélites para las transmisiones de alcance mundial permite que la señal cubra la totalidad de los cinco continentes.

En 1986 había 3,8 habitantes por aparato de televisión, en la actualidad ha bajado a 3,1. En la actualidad en todo el mundo, la televisión es el pasatiempo nacional más popular; e 91% de los hogares españoles disponen de un televisor en color y el 42%, de un equipo grabador de video.

Durante los años inmediatamente posteriores a la Segunda Guerra Mundial se realizaron diferentes experimentos con distintos sistemas de televisión en algunos países. Cerca del 98% de los hogares en la ex –URSS (3,2 personas por receptor) y en Francia (2,5 personas por receptor) poseen televisor, siendo el porcentaje de 94% en Italia (3,9 personas por receptor) y 93% en los hogares de Alemania actualmente parte de la reunificada República Federal de Alemania (2,7 personas por receptor).

#### **f) Opinión pública y los medios de comunicación de masas**

Son varios los factores que pueden operar como formadores de la opinión pública. En la sociedad moderna actúan diferentes niveles de persuasión y en algunos casos se asiste a un verdadero bombardeo de la comunidad a los efectos de formar opiniones coincidentes:

1. Los partidos políticos.
2. Las expresiones de personalidades destacadas o famosas.
3. Las cartas de lectores de los periódicos.
4. La propaganda.
5. Los Medios de Comunicación de Masas.
6. Las encuestas de opinión que se realizan antes de las elecciones de gobernantes o para medir la repercusión de algún hecho destacado.



Todos estos factores influyen de manera directa o indirecta sobre la opinión pública.

Es importante tener en cuenta que el hecho de que una mayoría coincida en un determinado punto de vista no significa que sea necesariamente la opinión correcta. La falta de información, el peso de los intereses de cada grupo o la ausencia de suficiente reflexión pueden hacer predominar ideas equivocadas. Todos los gobiernos, partidos políticos, los sectores sociales y religiosos reconocen el valor de la opinión pública. En consecuencia, tratan de influir sobre ellas a través de los distintos medios. En todas las contiendas bélicas del

siglo XX se observaron evidentes esfuerzos de los gobernantes para demostrar la justicia de su causa y así ganarse a la opinión pública de cada país.

Aún los regímenes antidemocráticos procuran tener a su lado la mayoría de los gobernados para justificar sus actos. Los gobiernos democráticos, por su parte, legitiman el poder en el apoyo de la ciudadanía. En nuestros días el desenvolvimiento de la opinión pública ha adquirido caracteres especiales con el formidable desarrollo de los Medios de Comunicación de Masas, cuyo influjo y poder, a veces enorme, pueden actuar como manipuladores de la opinión generalizada.

La educación, la información, la propaganda y la publicidad son algunos de los factores fundamentales que contribuyen a la formación de la opinión pública.

Los Medios de Comunicación de Masas son los voceros y transmisores visibles más llamativos de la opinión pública y a la vez, contribuyen a formar esa opinión a través de sus influencias y sus relaciones mutuas.

La importancia de estos medios está dada por algunas de sus características: la velocidad con que llegan al público y el vasto escenario que abarcan. Una noticia difundida en un área densamente poblada accede instantáneamente a millones de personas que, al difundirla, multiplican su alcance. Tanto en los estados democráticos como en los sistemas totalitarios, el valor de la opinión pública ha sido y es un factor reconocido de importancia política.

#### **g) Tecnología y vanguardia de principios de siglo**

Los diferentes intentos de las distintas vanguardias de principios de siglo llevaban la marca de una insatisfacción por los modos tradicionales de representación simbólica. La realidad y su imagen social ya no coinciden. No es solo un problema de representación, es también un profundo conflicto perceptivo lo que subyace a esta inadecuación.

Quizás todos los manifiestos e incluso la participación efectiva de las vanguardias artísticas en el ámbito político pregonan un cambio estético en los códigos de representación tanto como un cambio revolucionario en la esfera social. La estética se expande al espacio social: pensar la realidad como materialidad de un cambio es crear lo posible, impulsar una utopía que se asemeje cada vez más a la realidad que voy construyendo. Esto implica una actividad política que no está exenta de un valor estético.

El futurismo con su apología de la máquina, la guerra y el nazismo, transformando la muerte en espectáculo, fueron los enemigos para fijar un límite ético (en su caso, político) a los cambios que la tecnología estaba produciendo.



Se ve en lo tecnológico algo que se interponía sobre ellos, hegemonizando las formas de relación, el *inconsciente óptico* (cámara) que se interpone en la fotografía y el cine, entre el hombre-mundo. Es revolucionaria porque rompe con el mundo tradicional, pero es peligrosa por la "razón totalizadora" que ella implica.

Los medios técnicos han transformado la civilización en menor escala por su contenido (ideológico, informacional, científico) que por la imposición fundamental de sistematización que ejercen. La tecnología se fue automatizando de la voluntad del hombre, transformando el mundo a su imagen y semejanza. El

logos no es ya un producto intencional de la razón humana sino la combinación y sobre todo la contradicción entre la imposición tecnológica y la elección humana.

La cultura de masas es el producto privilegiado y más difundido de la mediación tecnológica, del mismo modo que la televisión es el medio hegemónico de esa cultura masiva, transformada ya hoy en cultura visual.

La televisión, por su presencia masiva, su lenguaje, especialmente motivado en lo cotidiano y por el modo espectacular en que presenta y produce cada acontecimiento social, se ha tornado punto modal de nuestra cultura permeando toda la sociedad en su conjunto.

La mayoría de los recursos y las técnicas de las que se vale la cultura visual tienen un antecedente cercano en las vanguardias de principios de siglo. Lo que para ellas significaba la posibilidad de romper con los viejos códigos de representación, al igual que con las tradiciones estéticas de cada una de las artes, fueron retomadas y adaptadas por nuestra cultura visual.

Antes de ser tomadas por la televisión estas técnicas transitaron un largo camino que las fue incorporando, debido fundamentalmente a las nuevas generaciones y, a partir de la segunda posguerra, a toda la sociedad, de modo que al aparecer en este medio éstas ya estaban difundidas y normalizadas.

Desde fines del siglo XVIII y durante el siglo XIX a partir de la pérdida de legitimación de las cosmovisiones religiosas y el incipiente mercado cultural orientado al logro de beneficios rápidos, se produce una radicalización de las posturas más conservadoras del ámbito estético cerrando filas sobre la idea de la autonomía del arte.



