

LA PSEUDO-INFORMACION Y LOS TELENOTICIARIOS COSTARRICENSES (Apuntes para una reflexión)

Luis Montoya
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Colectiva Universidad de Costa Rica

Abstract

Pseudo-information and the T.V. News in Costa Rica. In the last ten years there has been an increasing tendency toward substituting newspapers for television. In this evolution, whose implications are difficult to predict, pseudo-information, so characteristic of TV coverage, encourages, more than other forms of mass-communication, the belief that there is a sufficient knowledge of national and international events as to allow a correct perception of reality.

Introducción:

Entre los innumerables problemas que caracterizan y definen a los países subdesarrollados, el de la *pseudo-información* deberá llamar la atención de los profesionales de la comunicación, por dos razones prioritarias.

1. Hoy es incuestionable el hecho de que los medios de información alimentan buena parte de los intercambios que se producen en los círculos reducidos (familia, amigos, colegas de trabajo etc.) En el caso de Costa Rica, la información que provoca tales intercambios es considerada con un alto grado de verdad-realidad. Influyen en esta aceptación los deficientes puntos de referencia y de comparación, producto a su vez; de un *Universo Mass-mediático* (o) reducido, uniformizado y uniformizador. Faltan, pues, estímulos opuestos y distintos que permitan el desarrollo del sentido crítico y de la reflexión-acción. Esta carencia está sintetizada en el postulado de A. PASQUALI:

“El tipo y nivel de cultura que exhiben los grupos sociales está en función de sus medios de comunicación del saber, según una relación tanto más causal cuanto más subdesarrollada sea la cultura en cuestión” (1).

2. Los mecanismos que entran en juego en la concepción del mundo, a partir de las informacio-

nes suministradas por los medios de información son tanto más desconocidos por los destinatarios cuanto que se ubican por encima de sus posibilidades reales de percepción. Esos mecanismos corresponden a las cartas que juegan los propietarios de los medios de información y las agencias internacionales de prensa, en acuerdo (o raramente en desacuerdo) con el poder político, para dirigir la opinión de los componentes del cuerpo social.

En el caso de Costa Rica tiene validez fijar la atención en los telenoticiarios, como principales vectores del fenómeno de la *pseudo-información*. En los últimos 10 años se ha producido en el país una substitución creciente de los medios escritos por los medios electrónicos, con el propósito de informarse.

Esta situación ha sido puesta en evidencia por los investigadores Gómez y Bermúdez (2).

Apuntan estos investigadores que en un 80% de los hogares en los cuales existe la televisión, el 76.7% recurre únicamente a la televisión para informarse y le otorgan más confianza que a los otros medios de información. Solamente un 28.1% de los entrevistados recurre al periódico para informarse. Y entre aquellos que recurren a la prensa y a la televisión, 64.3% le otorgan más confianza a la televisión, contra un 15.7% al periódico. Una tendencia idéntica aparece en el caso de la radio.

Esta substitución creciente podría ser simplemente un fenómeno de sociedad, puesto que aparece cada vez con más fuerza aún en los países industrializados (Estados Unidos de América, Francia, Gran Bretaña...) Pero a diferencia de los

(*) Entendemos por *Universo Mass-Mediático* el conjunto de medios de información existentes en un país y en un momento determinado. Este *Universo* no se entiende sin el ejercicio de una práctica comunicacional en la que están profundamente involucrados los extremos del proceso, emisores y destinatarios.

países que poseen un *Universo Mass-mediático* denso (publicaciones escritas en gran número, emisiones informativas radiofónicas a lo largo del día, publicaciones periódicas y una prensa provincial importante, revistas informativas televisuales cuyo propósito es el de completar las informaciones tipo mosaico simplificadas de los telenoticiarios), en la mayoría de los países subdesarrollados este *Universo Mass-mediático* está constituido por algunos periódicos de circulación restringida, una decena de radioperiódicos, pocas (o ninguna) publicaciones especializadas. Y por encima de todos esos medios, la televisión, para llenar el vacío del tiempo libre, la ausencia de actividad cultural y deportiva...

Sin que haya por lo pronto una explicación propia al caso de Costa Rica (por falta de investigaciones al respecto), se puede afirmar que existe en el ambiente una relativa necesidad por estar informado, que justifica y explica la existencia de esos pocos medios de información.

Nos percatamos, sin embargo, que los medios escritos son dejados de lado por los destinatarios-usuarios, con el propósito de economizar esfuerzo intelectual y tiempo. Así, todos los mecanismos fisiológicos que intervienen en el momento de la lectura (señalados por Marie Winn (3), Le-Roi-Gourhan (4), Fulchignoni (5) tienden a atrofiarse por falta de un trabajo constante y regular.

Ante tal situación, el espacio queda abierto para que se instale una aceptación fácil (aunque no pasiva en el estricto sentido del término) de las informaciones provenientes de la televisión. De la aceptación fácil, a la sustitución definitiva, el paso es corto. Y este paso, en lo que a Costa Rica se refiere se está dando a despecho del esfuerzo económico que los dueños de los medios impresos de información realizan por mantenerse en el *Universo Mass-mediático*.

De tal manera que el problema de la sustitución empieza a perfilarse como delicado, si se toman en consideración algunas de las características que dan fuerza a la imagen televisiva y que constituyen, también, su éxito.

Algunas de estas características son:

1. Homogenización, desvalorización de contenidos. Resquebrajamiento de las jerarquías: el hambre en el Brasil o los atentados dinamiteros en los puertos nicaragüenses tienen el mismo valor que la presentación de la vedette española Mary Pepa.

2. El desfile continuo de las imágenes y de los sonidos impone un ritmo a los mensajes audio-visuales, imposible de controlar.

3. La "captura" de los sentidos privilegiados de la percepción: la vista, el oído disminuye la capacidad de interpretación de los mensajes que desfilan en la pantalla.

4. La convergencia. la fusión de lo verdadero de lo real y de lo imaginario como si formaran parte del presente resquebrajan la concepción convencional del tiempo y del espacio, debilitando las bases del conocimiento que podrían adquirirse con las informaciones televisuales.

5. La modificación perceptual de las distancias geográficas, según la cual, en el momento mismo de la presentación de las informaciones éstas son percibidas en un solo lugar: el de la televisión, y un solo momento: el del directo, produciría, a su vez, una distancia de carácter crítico frente a los acontecimientos.

Debe señalarse, en este momento, la sorprendente capacidad que tiene el telespectador para asimilar, integrar y reproducir, luego, como propias, las informaciones oídas y vistas en la televisión.

Esto es posible gracias a la condición de real-analogía de la imagen que permite al telespectador comprender sin necesidad de saber "leer" los mensajes audio-visuales. Aunque existe, también otro fenómeno, al cual le asignamos gran importancia. el de la *pseudo-concreción*, tal y como lo define Karel Kosik (6).

¿Cómo se explica este fenómeno?

El hombre posee, por evolución, una capacidad mínima, hereditaria para percibir y aprehender el mundo que lo rodea. Pero, entre tomar en su sentido correcto, comprender y adquirir conciencia de las condiciones y razones que hacen del mundo lo que él es; y la manera como el telespectador lo percibe, existe un abismo, el de la *pseudo-concreción*. Esta se traduce en una práctica fragmentaria y fetichizada en el seno mismo de la división social del trabajo, de las condiciones producidas por la división de la sociedad en clases; es decir, de una jerarquización creciente (7).

En esta praxis adquieren forma tanto el entorno material determinado del individuo histórico como la atmósfera espiritual en la cual la apariencia superficial de la realidad queda fijada, como si fuera el mundo de la familiaridad de la confianza, de la intimidad en las cuales el hombre se desplaza "naturalmente", como lo hace en la práctica cotidiana.

Como apunta Tran-Duc Thao (8), "...el mundo de la apariencia había acaparado, en el lenguaje

ordinario, todo el sentido de la noción de realidad. Las apariencias se habían impuesto a título de mundo real...”

Debemos indicar, en este momento, el “parentesco” existente entre los conceptos de *pseudo-información* y *pseudo-concreción*, relación que aclararemos más adelante. Y que, advertimos, no es una prerrogativa exclusiva de la información televisual. Atraviesa, por el contrario, todo el *Universo Mass-mediático* costarricense.

La escogencia de los telenoticiarios, entre los otros medios de información responde a una necesidad por conocer más en profundidad los mecanismos que lo han hecho tan popular. La investigación en este campo es escasa, a pesar de la importancia adquirida en los últimos 10 años. Incluso, el presente trabajo es limitado, pues las condiciones en las que se realizó y los medios con los que se contó no permitieron contemplar, como habría sido más apropiado, todo el *Universo Mass-mediático* costarricense. Sin embargo, podríamos indicar que los telenoticiarios costarricenses son la síntesis, el vocero, los que reúnen y representan a los otros medios de información.

Esta representatividad no es oficialmente reconocida ni tácitamente aceptada. Pero vale, en la medida en que la introducción de las cámaras de televisión modifican el comportamiento de los protagonistas (fenómeno que no ocurre con los reporteros de la prensa), otorga jerarquía a las informaciones y conduce la percepción de la realidad de los telespectadores.

Paradójicamente, la capacidad para descifrar las imágenes tal y como nos son presentadas por los medios audiovisuales (el cine y la televisión principalmente) es el resultado de un ejercicio realizado con la escritura, desde milenios. Aunque la capacidad de abstracción que requiere la lectura haya sido posible, a su vez, gracias a la capacidad de antes del período paleolítico (35.000 años) para dibujar grafismos de carácter abstracto (9).

Le-Roi-Gourhan señala, al respecto, que la escritura apunta hacia una disminución de las posibilidades expresivas de la imagen, imponiendo una linealización de los símbolos.

Así, el grafismo, primera manifestación expresiva del hombre queda subordinado al lenguaje sonoro, reduciendo de hecho, la “entropía” característica de las imágenes.

Los 4.000 años de la dictadura de lo escrito permitieron el control y dirección del conocimiento del hombre (la escritura como memoria de la historia de los pueblos).

Pero, y aquí es adonde los telenoticiarios adquieren la representatividad que le achacábamos anteriormente, en menos de un siglo la rígida estructura sobre la que se había montado la escritura con sus 4.000 años de historia explota con la introducción del fenómeno audio-visual.

Otro argumento que nos sirve para endilgar a la televisión y específicamente a los telenoticiarios el grado de representatividad señalado tiene que ver con la práctica seguida en los medios electrónicos (radio y televisión) de recurrir a “La Nación”, como termómetro que mide el devenir de la actualidad costarricense.

La observación empírica demuestra que, mientras la información televisual no adquiera su propia identidad, condición estrechamente relacionada con el mejoramiento de los medios técnicos, dependerá, para su supervivencia, de los medios impresos.

El presente trabajo se desarrolla en tres tiempos: uno de ellos se refiere a una breve formulación del problema, con la definición de los conceptos más importantes. Otro corresponde a la presentación de los principales hallazgos obtenidos en el análisis técnico-estructural de dos telenoticiarios costarricenses. Y la tercera parte indica los resultados generales de una encuesta-piloto realizada entre los estudiantes de Estudios Generales del Centro Regional Universitario de Occidente.

Se pretende, con estas dos últimas fases de la investigación, corroborar la validez de las hipótesis formuladas y referentes al fenómeno de la *pseudo-información*.

Estas hipótesis dicen:

1. Los mensajes provenientes del *Universo Mass-mediático* característico de un país provocan un estado de *pseudo-información* en el público destinatario de esos mensajes.

2. La estructura y contenido de los telenoticiarios costarricenses contribuyen a reforzar el estado de *pseudo-información* de un país subdesarrollado como Costa Rica.

I. ESTADO ACTUAL DEL PROBLEMA

Hoy en día, los paradigmas funcionalistas (Laswell) y los esquemas conductistas (Shannon y Weaver) no son suficientes para explicar el complejo mundo de las interacciones que se suceden al interior de los fenómenos de comunicación.

Lo que fue válido en los tiempos del paradigma laswelliano para profundizar en el conocimiento de los distintos componentes de la comunicación (los

efectos, el auditorio, el mensaje), hoy ha sido superado por aportes como los de A. Moles y P. Shaeffer (10).

Estos científicos sociales señalan la importancia del entorno cultural, de los planos de la situación y de la expresión en la manifestación de los actos de comunicación.

Hoy se sabe, también, que los mass-media no tienen como función exclusiva la de informar. No se compra un periódico sólo para enterarse del quehacer diario, se lo compra para conocer las posibilidades que una comunidad ofrece para la distracción, la evasión, el ocio: las tiras dibujadas, la cartelera cinematográfica, los salones de baile, el horóscopo, etc. De la radio y de la televisión se aprovechan no sólo sus emisiones informativas, sino, y en un alto porcentaje, la música, las radio-no velas, las telenovelas y series policíacas, y filmes en general.

1. Los antecedentes

Costa Rica ha recibido toda una influencia ideológica y cultural de Occidente. En los inicios, por parte de España, Francia, Inglaterra, Alemania. Y a partir del siglo XIX, de los Estados Unidos de América. De esta influencia no pueden apartarse los medios de información, como bien lo apuntan Luis Ramiro Beltrán y Elizabeth Fox de Cardona: "...Es la comunicación de masas la que se ha convertido en el instrumento principal del imperialismo cultural de Estados Unidos. Esto se está dando en función de ajustes a variaciones en la estructura de poder internacional..." (11).

Estos autores también citan una declaración hecha en 1970 por un comité de expertos de ese país:

"Si bien Estados Unidos tiene un poder considerable, predominante quizá, en los asuntos internacionales, su capacidad para dictar el curso de los acontecimientos internacionales ha disminuido. Esto quiere decir que EEUU tendrá que recurrir más que nunca a la explicación y la persuasión. La revalidación de la persuasión hace que la diplomacia cultural sea esencial para el logro de las metas de las políticas norteamericanas". (Center for Strategy and International Studies, Georgetown University Washington) (12)

Ahora bien, es la evolución histórica de los principios liberales de un proyecto de sociedad determinado la que impregna la ideología que caracterizará a los medios de información que la sirven. Tan interiorizada se encuentra la ideología liberal que

su apariencia y esencia se confunden en una sola, la de los emisores y destinatarios. La posibilidad de enfrentarlos objetivamente significa poner en tela de duda los principios mismos que rigen el orden y la estabilidad del sistema adoptado.

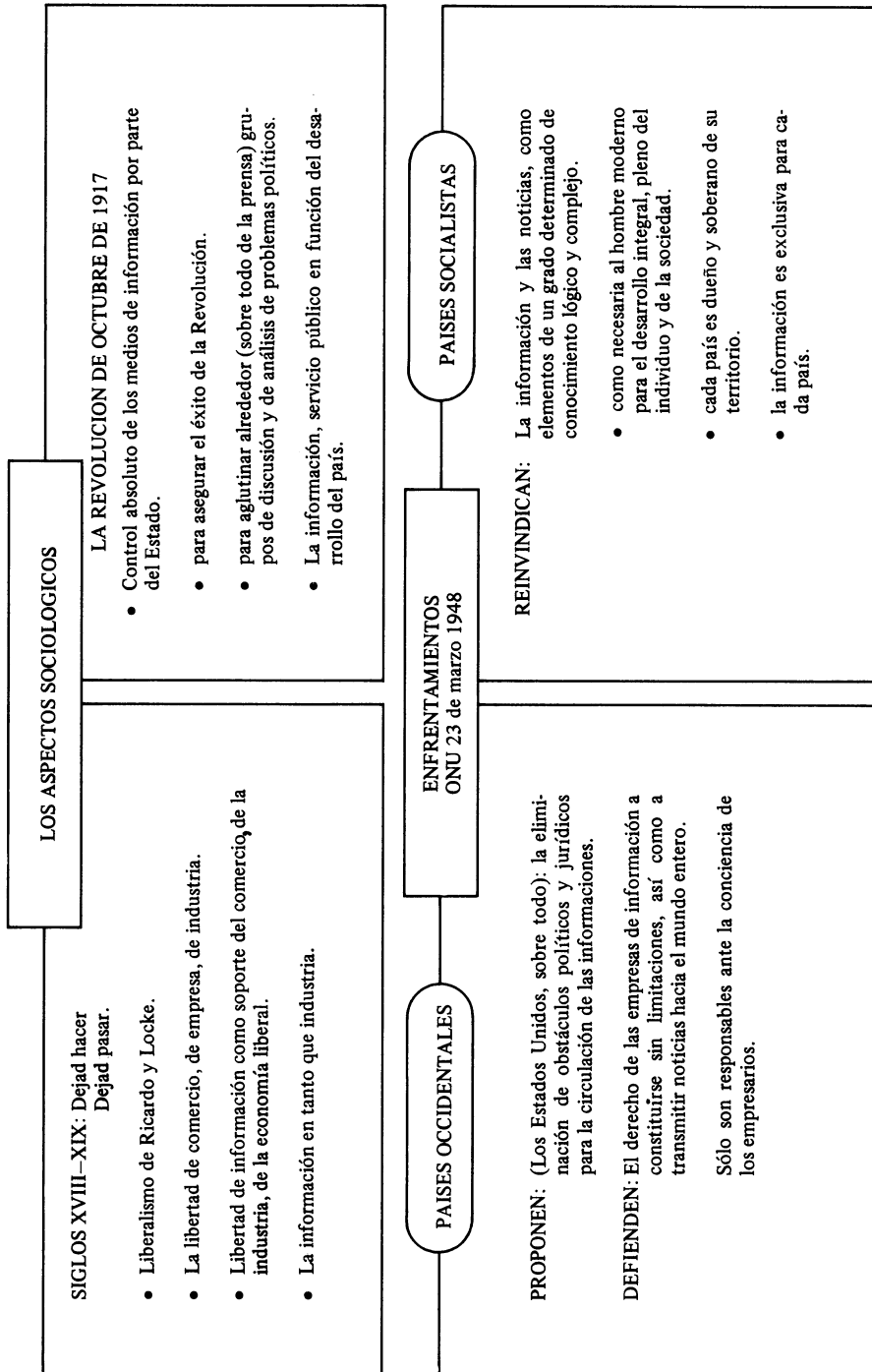
Sucede que, para poder comprender la importancia que reviste el concepto de *pseudo-información* que pretendemos proponer para analizar todo aquello que acontece en el destinatario de los mensajes de los mass-media, es necesario pasar revista, aunque sea en una forma esquemática, a los grandes principios en los cuales se fundamentan los medios de información en una economía de libre competencia.

El punto de partida lo dan tanto la filosofía de Locke como los principios del liberalismo económico, con Ricardo como su principal exponente. Y la meta, que debería caracterizarse por el real y aplicable equilibrio de las condiciones del intercambio internacional de la información se perfila aún lejana, aunque algunos intentos significativos se hayan dado desde marzo de 1948, cuando bajo la égida de la Organización Mundial de las Naciones Unidas se convocó a la Primera Conferencia Internacional centrada sobre el problema general de la información internacional. Posteriormente, con el patrocinio de la UNESCO se han realizado cinco conferencias intergubernamentales de los países del Tercer Mundo referentes al complejo problema de la libre circulación de la información.

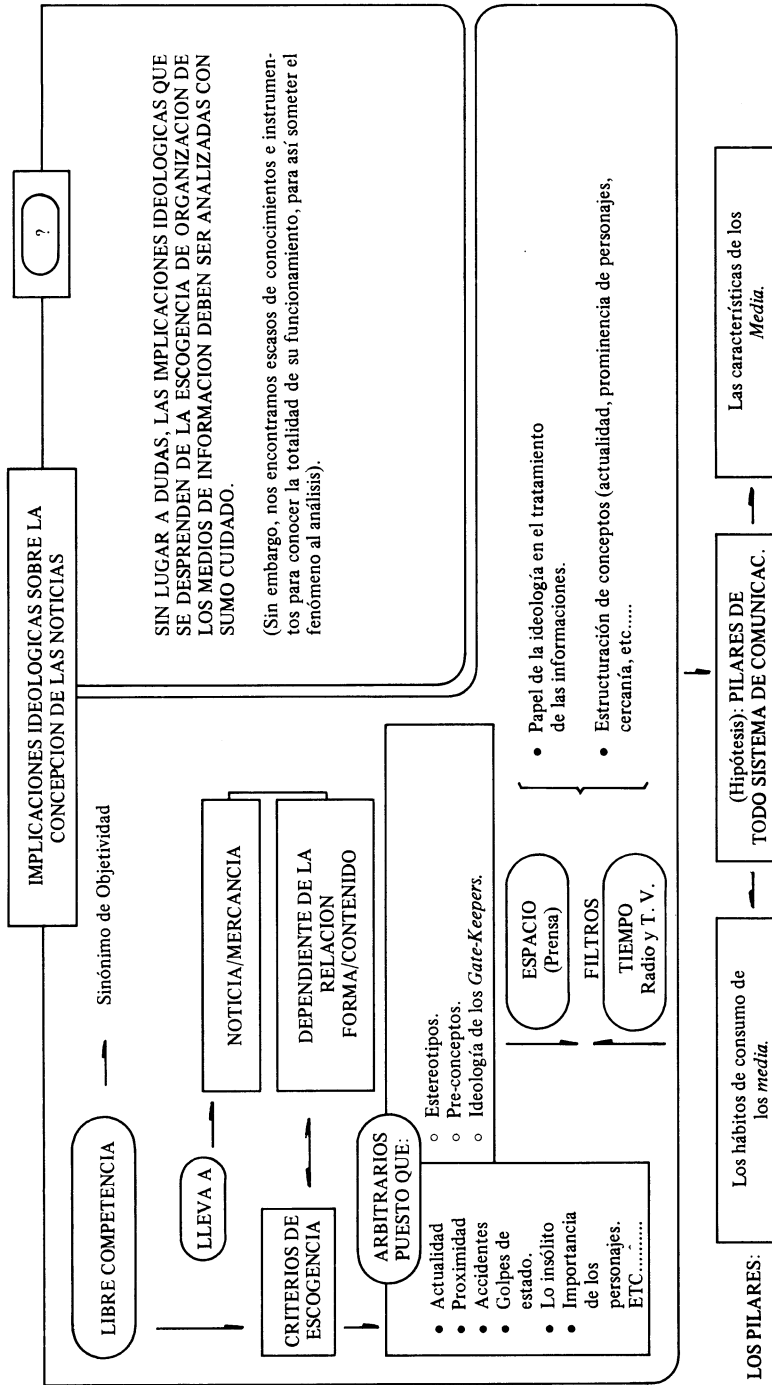
Del esquema No.1 se desprende una cierta metamorfosis del concepto de libertad de información, posible sólo gracias al concepto *gemelo* de libre competencia. Así, el primer concepto se convierte en sinónimo de objetividad, en la medida en que la existencia de diferentes (aunque no distintos) medios de información ofrezca posibilidades de escogencia.

Esta diversidad de medios debería establecer el equilibrio informativo, al presentar desde distintas ópticas un mismo acontecimiento. Pero, en contradicción flagrante con el principio científico de objetividad, las informaciones son abordadas por los diferentes medios de información en idéntica forma, respondiendo antes que a nadie a los intereses de los propietarios de las empresas de información.

Mediante esos mecanismos, la esencia del fenómeno informativo en la sociedad liberal (vale decir la presentación de la noticia como mercancía) queda cubierta por la apariencia de la noticia como servicio público, como necesidad social, como educación y cultura, como libertad de información en suma.



ESQUEMA No. 1. *Hacia una definición del concepto de PSEUDO-INFORMACION.*



ESQUEMA No. 1 (Continuación).

Y sucede que es la práctica periodística misma la que se encarga de instruirnos respecto al procedimiento de selección de las noticias. Independientemente de los intereses económicos de las empresas de información y de los propósitos políticos e ideológicos de las agencias internacionales de prensa, los criterios para escoger lo que es susceptible de ser transmitido son arbitrarios y dependientes de una práctica periodística occidentalizada, caracterizada a su vez por los estereotipos, los pre-conceptos, la ideología de los implicados en el proceso: “*gate-keepers*”, directores de medios, periodistas. Esos criterios son: lo novedoso, la actualidad, la proximidad, lo insólito, la importancia de los personajes involucrados, la dimensión de las catástrofes; es decir, todo aquello que rompe y se aleja de lo cotidiano.

Pero, los conceptos tradicionales de comunicación que durante muchos años permanecieron intactos son ahora cuestionados. La definición de noticia dada por Estados Unidos ya no se acepta universalmente. También son objeto de revisión las definiciones clásicas de libertad de información y derecho de la comunicación. La concepción de la naturaleza misma del proceso de comunicación está sometida a un serio análisis (13).

Dos factores que la fuerza de la costumbre ha legitimizado son el espacio en la prensa y el tiempo en los medios electrónicos. Ambos factores son sinónimo de provecho económico, luego, tienen un alto precio (Q 22.977 la página por día en “La Nación”, Q 6.325 los 30 segundos por una vez en Teletica Canal 7, entre las 6:30 p.m. y las 10:30 p.m.). Para los destinatarios de los mensajes tales límites son naturales y pasan inadvertidos, siempre y cuando se ofrezca, además, lo que se busca y que no es necesariamente la noticia, en el sentido periodístico del término.

Hemos escogido como campo de análisis las interacciones que se producen entre los contenidos de los telenoticiarios y las actitudes de los telespectadores. Esos contenidos son el resultado de condiciones de producción determinadas. Lo que obliga a describir la práctica periodística para hacer evidentes sus grandes limitaciones. Estas inciden, a su vez, sobre las características de los mensajes producidos y difundidos por los telenoticiarios, de los que se nutre un alto porcentaje de costarricenses.

2. El concepto de pseudo-información

El establecimiento de este concepto no está aislado de las reflexiones y reivindicaciones políticas

e ideológicas que sostienen los países del Tercer Mundo en el seno de los organismos internacionales, respecto del Nuevo Orden Internacional de la Información.

Tal concepto se nutre de las investigaciones referentes a la sub-información y des-información.

Y no podría ser de otra forma, puesto que la historia de los medios de información en los países sub-desarrollados y específicamente la de los países de América Latina desemboca en tres vertientes debidamente identificadas:

1. el control de los medios de información por una burguesía local que defiende sus intereses particulares como si fueran los de la sociedad en su totalidad;
2. la dependencia de los medios de información de las agencias internacionales de prensa en lo que respecta a las informaciones y de las agencias de publicidad para el sustento económico y financiero;
3. la relación de sus contenidos con las condiciones ideológicas, socio-políticas, económicas y tecnológicas de cada país.

Luego de pasar revista al estado actual de la investigación relacionada con las reivindicaciones de los países del Tercer Mundo concernientes al Nuevo Orden Internacional de la Información escogimos abordar el problema desde la perspectiva del destinatario de los mensajes, por dos razones principales:

- A. La sociología de la comunicación se ha ocupado muy poco (y nos referimos específicamente a los países de la América Latina) de las implicaciones de las informaciones televisuales sobre los telespectadores.
- B. El telespectador costarricense se encuentra desprovisto de defensas (bajo la forma de conocimientos) para hacerle frente a la invasión de los mensajes provenientes del *Universo Mass-mediático*.

2.1. La pseudo-concreción imbricada en el fenómeno de la pseudo-información.

Si la *pseudo-información* es un fenómeno definido a partir de las profundas razones que llevan a los destinatarios de los mensajes a tener una gran confianza y credibilidad esto es posible, en gran medida, gracias a la *pseudo-concreción*. Esta última permite desarrollar un efecto multiplicador sobre lo que se percibe.

Efectivamente, a partir de un número reducido de informaciones con un cierto grado de coheren-

cia estamos en condición de establecer un discurso respecto de aquello que hemos creído oír y ver. A pesar de que el mayor o menor grado de comprensión y de aprehensión dependerá de nuestro nivel de conocimientos, del número de estímulos a los cuales hayamos sido expuestos con anterioridad, así como del marco socio-cultural, cuando descodificamos los mensajes provenientes del *Universo Mass-mediático* actuamos como si todos estos pasos previos estuvieran sobreentendidos y aprehendidos. No podemos utilizarlos para juzgar y criticar las informaciones puesto que no los poseemos. Las apariencias nos hacen creer que comprendemos, al mismo tiempo que nos impiden desarrollar nuestro espíritu crítico.

La ilusión de realidad que se desprende de los mensajes provenientes del *Universo Mass-mediático* ("es cierto puesto que lo leí" de antes de la televisión, "es cierto puesto que lo vi", de nuestros días) se encuentra estrechamente ligada al fenómeno de la *pseudo-concreción*. Es la puerta de entrada al mundo de la *pseudo-información*, dentro del cual, la cultura, la ideología son moldeadas por aquellos que guardan las redes del poder.

De manera pues, que en nuestra óptica, sería la *pseudo-concreción* la que estaría fomentando la existencia y desarrollo de la *pseudo-información*. Ambos fenómenos están presentes en el emisor, materializados en la práctica periodística y en sus resultados, las informaciones en general elaboradas por los periodistas. Pero son una característica predominante de los destinatarios. La compra del periódico; la sintonía de la emisión radiofónica o televisual de información no son simples actos de intercambio, sino más bien apropiaciones de los contenidos, al punto de creerse perfectamente conocedores de la actualidad local y extranjera.

¿Será tal situación el signo de una necesidad de reafirmación social? ¿Puede ser una forma, entre otras, de asegurarse de su existencia?

La necesidad de estar informado, como fórmula para explicar los mecanismos fisiológicos, sociológicos y psicológicos que entran en juego en la relación del inconsciente colectivo costarricense con sus *media* es insuficiente.

Podría pensarse que la existencia de medios de información refuerzan la profunda creencia que los costarricenses tienen en sus instituciones. Y el *universo Mass-mediático* sería la parte visible del iceberg de la sociedad costarricense.

El hecho de creer en los medios de información, únicamente porque están ahí, como un soporte más del sistema social establecido, no debería eco-

nomizar, en ningún momento, el ejercicio crítico de la inteligencia para conocer sus mecanismos. Pero es el real grado de credibilidad que se desprende de ellos el que impide, junto con otros elementos, entrar en esa dimensión crítica.

Jean Louis Missika y Dominique Walton (14) aportan una explicación, parcial, en nuestra opinión, de tal fenómeno.

Al establecer una relación entre la información universal y la información especializada, señalan estos autores que la curiosidad y el interés en un campo como la información están estrechamente ligados al nivel cultural. Cuanto más se está dominado, indican los sociólogos Missika y Walton, más se queda el individuo en su espacio, indiferente y hasta temeroso del mundo exterior, menos quiere saber. Y se inicia así un círculo vicioso; pues menos se interesa el individuo, más quiere quedarse en su refugio.

El aislamiento expresa, directamente, en la jerarquía social, una condición de dominado.

A esta posición de los sociólogos mencionados, nosotros agregamos que, en el caso de Costa Rica, no sólo se trata de una actitud pasiva, de resignación, sino de una aceptación difícilmente puesta en entredicho de sus medios de información, así como de sus contenidos.

Desde luego que la actitud de los costarricenses frente a sus medios de información se puede explicar vía análisis de las condiciones históricas, culturales e ideológicas que conforman nuestra nacionalidad. Sin embargo, existen fenómenos producidos por la implantación de los medios de información cuya importancia no ha sido aún vislumbrada. Por tal razón, sólo podemos formularlas como hipótesis, en espera de una acumulación suficiente de información pertinente que nos permita realizar, al menos, aproximaciones fenomenológicas.

Estos fenómenos son:

- Los mecanismos de la sub y des-información;
- las reducidas posibilidades del *Universo Mass-mediático*;
- la imposibilidad de controlar los estímulos provenientes del *Universo Mass-mediático*, por ausencia de instrumentos intelectuales para su análisis y por la cantidad "relativa" que los hace aparecer como suficientes y completos.

Por falta de un conocimiento de lo que sucede extra-fronteras la población costarricense se ve obligada, aunque sea por un principio de supervivencia a creer en lo que se le muestra: entre más informaciones variadas se posea, más capacidad tie-

ne el individuo de hacerle frente a los imprevistos, más puede interponer filtros entre la realidad ofrecida por los medios de información y la propia realidad. Sin embargo, esto último no sucede en Costa Rica.

2.2. *La pseudo-información, ingrediente básico de la información televisual.*

Para dar contenido al concepto de *pseudo-información* escogimos las informaciones televisuales debido a su importancia creciente; pero, sobre todo, a causa de su impacto, momentáneo y continuo sobre los telespectadores, sin dejar de lado el olvido que engendra sobre sus propias informaciones. Unas imágenes desplazan a otras, en el sentido estricto del término. Y sólo impactan y quedan como vagos recuerdos, las imágenes espectaculares: el viaje a la luna, la guerra de Vietnam, la muerte de Lee Oswald, las Olimpiadas, etc.

Es necesario, pues, fijar una atención particular sobre las informaciones televisuales, no sólo por el número de telespectadores que reúne sino por la cantidad de estímulos por segundo que envía.

A este respecto es conveniente señalar, de pasada, los estados fisiológicos y psicológicos que producen los mensajes televisuales: (Ver Esquema No.2)

Ilusión de realidad, de comprensión y de olvido simultáneo a medida que las imágenes se presentan ante nuestro ojos, esto sintetiza el fenómeno de la *pseudo-información*.

Para comprender mejor el fenómeno que nos ocupa sería necesario ubicar histórica y sociológicamente el nacimiento y desarrollo de la Televisión en Costa Rica. Pero el propósito del presente artículo se orienta más hacia los aspectos sincrónicos del fenómeno, razón por la cual remitimos a los interesados en profundizar la orientación histórica y sociológica a las investigaciones correspondientes (15).

2.3. *La información televisual, espejo de los medios de información costarricense.*

Los telenoticiarios son hoy en día los medios privilegiados desde el doble punto de vista estadístico y de la representatividad de una práctica periodística reflejo de una tecnología determinada.

Efectivamente, las bases sobre las cuales fue creada la televisión en Costa Rica respondieron exclusivamente a los intereses de las empresas priva-

das (16). Y su génesis se caracterizó por la improvisación, la falta de medios técnicos, el desconocimiento del instrumento, así como por la ausencia de periodistas y técnicos que garantizaran una calidad mínima del producto terminado.

Aun hoy, a pesar de los 24 años de televisión en Costa Rica, las condiciones de producción de las informaciones televisuales son difíciles.

Así, los telenoticiarios costarricenses están atados por las condiciones de la transferencia tecnológica, por las condiciones económicas y por las limitaciones de la forma de hacer el periodismo televisual, según el modelo calcado (17).

Esta dependencia del *modelo* norteamericano se acrecentó a partir de 1976, cuando NOTISEIS introdujo la fórmula de "la imagen por la imagen", que substituyó a la perdominancia de la imagen fija de antaño.

El tiempo se ha encargado de demostrar que esta opción tuvo gran aceptación por parte del público y lanzó a los telenoticiarios en una escalada (guardando las proporciones) competitiva con introducción de innovaciones constantes en el "set" y en la forma de presentar las noticias, desde el punto de vista técnico, específicamente.

A partir de ahora, los telenoticiarios se verían obligados a ilustrar las noticias con imágenes en movimiento, aunque las repitieran varias veces y las mismas para distintos eventos. Así tendría que ser, por falta de suficiente equipo técnico de grabación para responder a la demanda y de videogramas para almacenar imágenes apropiadas.

Hoy, la crisis económica en la que navega el país no favorece la renovación del equipo portátil de televisión ni tampoco la compra de videogramas para el trabajo de los periodistas y para el archivo de imágenes de la videoteca.

II. ALGUNOS RESULTADOS SOBRE EL ANALISIS TECNICO-ESTRUCTURAL DE LOS TELENOTICIARIOS COSTARRICENSES

Los siguientes objetivos guiaron el presente trabajo:

1. Dilucidar la estructura de los telenoticiarios, así como las relaciones que se producen en su interior.
2. Dilucidar el estilo de presentación de las informaciones televisuales.

2.1. en lo que al papel del presentador se refiere (a partir de las variables forma/técnica utilizada);

ESQUEMA 2

CONOCIMIENTO DEL FENOMENO TELEVISUAL			
Características Físicas	IMPLICACIONES		
	FISIOLOGICAS	PSICOLOGICAS	IDEOLOGICAS
<p>En sus inicios, mensaje de T.V. es un principio físico, resumido así:</p> <p>1. Posibilidad de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - trasladar la luz que envía el actor hacia la cámara. - Transformar la luz en electricidad para que pueda ser transportada por las ondas hertzianas. - Transformar la electricidad en luz gracias a una descarga de electrones que golpea un polvo fosforescente existente en la pantalla de T.V. <p>2. Transmisión simultánea de 5 millones de puntos por segundo que corresponderá al telespectador digerir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Transformación de la luz en estímulos nerviosos a nivel de la retina, gracias a los 100 millones de receptores minúsculos de la luz: conos y bastones ligados directamente a las fibras del nervio óptico. - Proceso físico-químico semejante al del revelado fotográfico. - El estímulo provocado sobre los foto-receptores presentes en la retina engendra estímulos eléctricos que golpean las fibras del nervio óptico. - El "desfase" entre las reacciones químicas producidas por los estímulos de luz y su velocidad provocan el fenómeno de la persistencia de la retina. - El ojo queda ligeramente descentrado cuando fija la atención sobre la señal de T.V. 	<ul style="list-style-type: none"> - La ausencia de visión periférica obliga a grandes esfuerzos de concentración. - El descentramiento del ojo producido por la movilidad de la imagen T.V. se traduce en la creación imaginaria de fantasmas. Esto hace que las imágenes T.V. parezcan irreales y como pertenecientes al mundo de los sueños (1). - Todo pareciera indicar que el mensaje T.V. es percibido como si aconteciera en el momento mismo en que es proyectado. Trátese de directo o de diferido. - Aplicación de uno de los principios de la información: los items se renuevan cada 1/30". Esta constante renovación intriga al telespectador quien se ve forzado a seguir la señal emitida. - Modificación de las concepciones espacio/temporales. <p>(1) Winn, M., <i>T.V. DROGUE</i>. Editions Fleurus, Paris, 1979. p. 83.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Modificaciones en las relaciones sociales y familiares. - El grado de participación en la vida social y política disminuye. - La analogía con lo real visible contribuye a interiorizar una creencia de conocimiento de los temas-mensajes (Pseudo-información). - La experiencia sensorial instantánea limita el desarrollo intelectual, así como las posibilidades de reflexión simultánea sobre lo observado. - El mensaje T.V. es simplificado y uniformizado de manera que sea accesible al mayor número posible de personas. (Ley del mínimo esfuerzo). - La impresión de participación en "directo" en los acontecimientos reduce la participación propia y la toma de posición política. - Convergencia, fusión de lo real, lo verdadero y lo imaginario como si estuviera formando parte del presente real contribuye a hacer desaparecer la distancia crítica frente a los acontecimientos. - El regalo fácil de los mensajes T.V. "economizan" grandes esfuerzos en otras actividades al telespectador, al tiempo que impone responsabilidades a los responsables de las empresas de televisión.

2.2. en lo que a las implicaciones de la fórmula "presentador-noticia-presentador" se refiere;

3. Establecer, cuantitativamente las noticias difundidas por los telenoticiarios costarricenses.

Con el presente trabajo no se trataba de realizar un análisis temático, semántico, sintáctico o de contenido propiamente. Apuntábamos más bien, mediante un procedimiento empírico de establecimiento de elementos y sus relaciones correspondiente, hacia la construcción estructural del Telenoticiario.

De manera que, el número y denominación de las categorías y subcategorías utilizadas para clasificar las informaciones presentes en los telenoticiarios son arbitrarios. Su valor es esencialmente metodológico. Debimos recurrir a esa alternativa por falta de instrumental metodológico que nos permitiera responder a los objetivos trazados.

Para realizar el análisis técnico-estructural correspondiente escogimos los dos telenoticiarios costarricenses de mayor sintonía en el momento de la investigación: Telenoticias (39.9%) y Notiseis (21.8%). La muestra fue escogida mediante el procedimiento de la semana compuesta, para cuya descripción remitimos a la obra correspondiente (18)(*).

En la búsqueda de respuestas a nuestra hipótesis principal recurrimos, como apoyo, a la siguiente hipótesis de trabajo:

La super abundancia de estímulos visuales que caracteriza a los telenoticiarios costarricenses, como resultado de la utilización de imágenes en movimiento ¿no estaría dificultando la comprensión de las informaciones por parte del telespectador?

Así las cosas, logramos establecer los hechos siguientes:

A. De las informaciones presentes en los telenoticiarios, las nacionales ocupan el lugar más importante: 59.3% en *Telenoticias*, 64.0% en *Notiseis*, del tiempo-antena total, equivalente, en el momento del análisis, a 59'29" para *Notiseis* y 62'36" para *Telenoticias*.

A.1. Existe una tendencia a presentar mayor información local y localizada, correspondiente al Valle Central. Los telenoticiarios "cubren" apenas el 6.33% del territorio. Sin embargo, todo pareciera indicar que se informa como si estuviera inclu-

do todo el territorio nacional. Esta localización se explica desde la doble perspectiva de la organización administrativa del país, centralizada y centralizadora; pero sobre todo, a causa de las condiciones materiales y de recursos de los telenoticiarios.

B. El número de informaciones presentadas por los telenoticiarios es, en promedio, de 27 noticias con una duración también, en promedio de 2'99".

Pero no es solamente la relación *número de noticias/duración* la que influye en la escogencia de la televisión como medio privilegiado de información. Más fuerte es aún la impresión que esa relación genera en el telespectador, de conocer la actualidad con cierta propiedad.

Si continuamos desmenuzando las partes del telenoticiario encontramos sub-categorías, distribuidas irregularmente según que se trate de frecuencia de aparición y de tiempo que se les dedica.

Así, por ejemplo, *Notiseis* da prioridad a la rúbrica Asuntos Sociales, asignándole 35.5% del tiempo-antena y 25% de frecuencia. Es seguida por la rúbrica Sociedad, a la cual este telenoticiario le asigna 15.6% de frecuencia y 28.14% de tiempo-antena.

Telenoticias, por su parte, da importancia a los Asuntos Sociales en lo que a la frecuencia se refiere (11.56%). Pero sólo le asigna un 6.6% del tiempo-antena.

A pesar de la importancia que deberían tener ciertas rúbricas, si tomamos en cuenta las características de la economía del país, los telenoticiarios estudiados le asignan porcentajes reducidos en frecuencia y tiempo-antena. Nos referimos a los Asuntos Agropecuarios que alcanzan 1.5% del tiempo-antena en *Notiseis* y *Telenoticias*. Y un 5% de frecuencia en *Notiseis* y 1.5% en *Telenoticias*.

Otras rúbricas como la salud, los asuntos culturales y la misma Política Nacional (en el caso de *Notiseis*) obtienen porcentajes muy bajos (Gráficos 1 a 3).

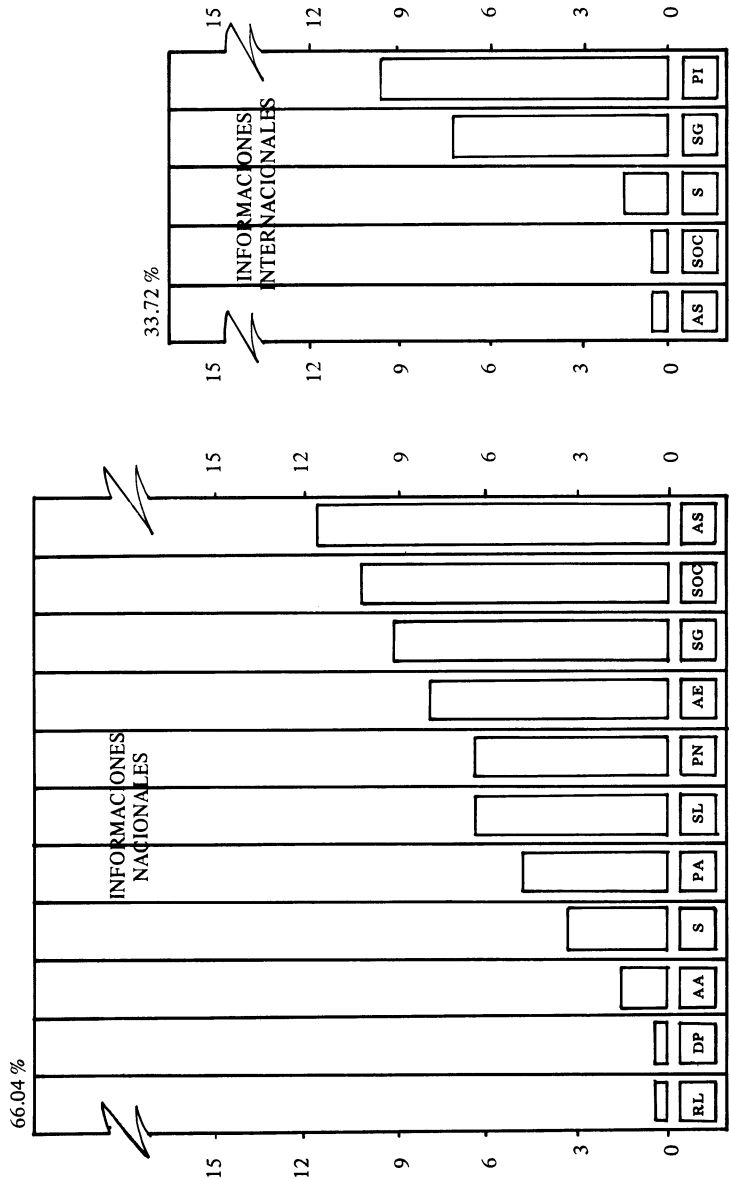
La rúbrica Seguridad merece mención aparte. Mientras que *Telenoticias* le otorga un 9.09% de frecuencia, *Notiseis* no le da ninguna importancia. Y sin embargo, Costa Rica se encuentra involucrada, a pesar suyo, en el juego de las superpotencias, a propósito de los conflictos que afectan a la región. Estos fenómenos implican riesgos de desestabilización y accidentes fronterizos que podrían complicar aún más el ya delicado estado de la región.

En síntesis, podemos señalar, a propósito del análisis técnico-estructural de los telenoticiarios, los siguientes aspectos:

(*) La presente investigación se realizó durante los años de 1982 y 1983. Y el mes escogido para el análisis de los telenoticiarios fue el de setiembre de 1982.

SIMBOLOGIA:

PN:	Política Nacional.
PI:	Política Internacional
AA:	Asuntos Agrícolas
RL:	Religión
DP:	Deportes
S:	Sucesos
PA:	Problemas Agrícolas
SL:	Salud
AE:	Asuntos Económicos
SG:	Seguridad
SOC:	Sociedad
AS:	Asuntos Sociales
Tr.	Turismo.
AC:	Asuntos Culturales



ESCALA: 66.04 % = 9.0 cms.
 33.72 % = 6.0 cms.
 0 - 3 % = 1.5 cms.
 0 - 5 % = 1.5 cms.

Gráfico No. 1: Frecuencia con la que aparecen las subcategorías (en porcentajes) en los telenoticiarios costarricenses. (*Telenoticias*)

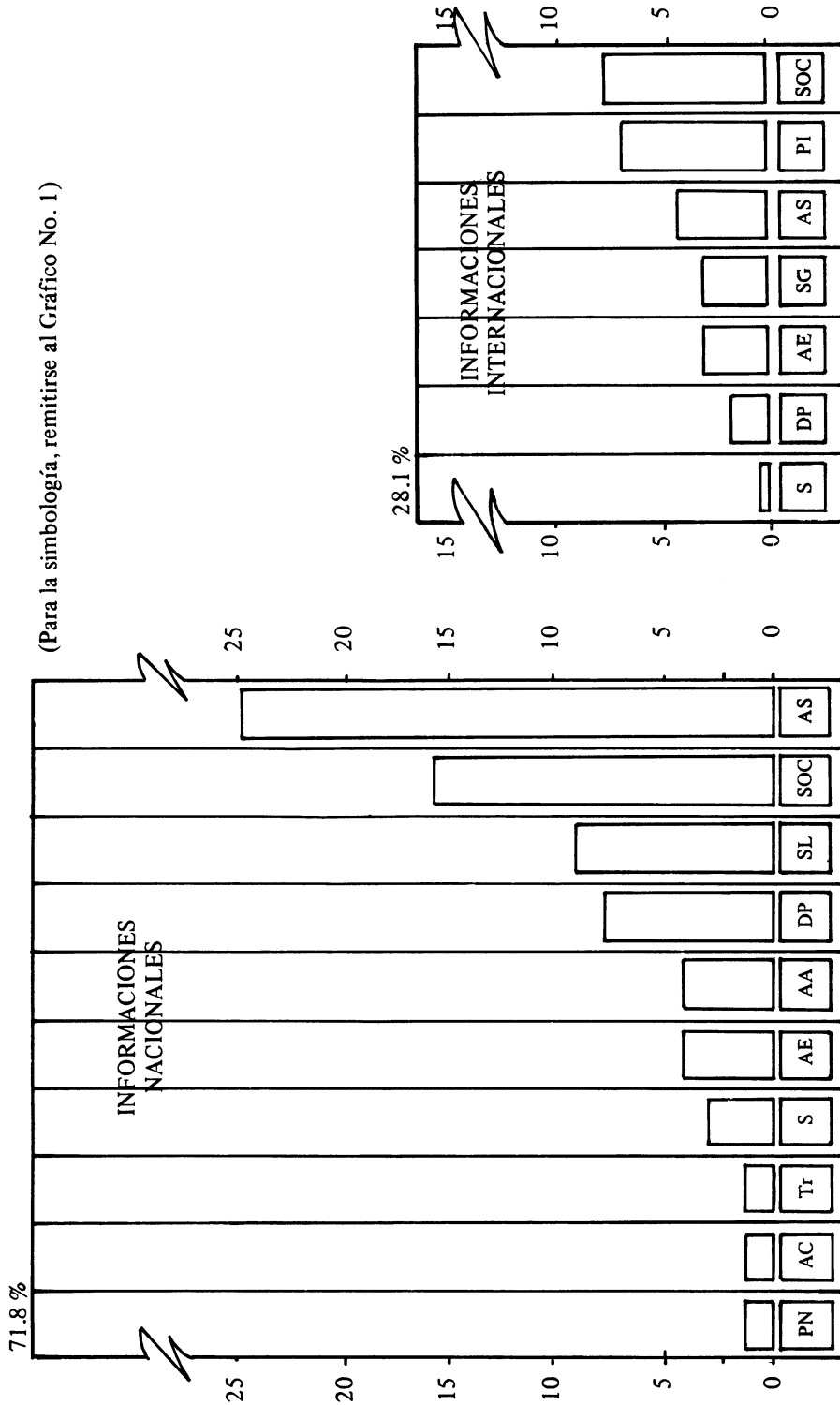


Gráfico No. 2. Frecuencia con la que aparecen las sub-categorías (en porcentajes) en los telenoticieros costarricenses. (Notiséis).

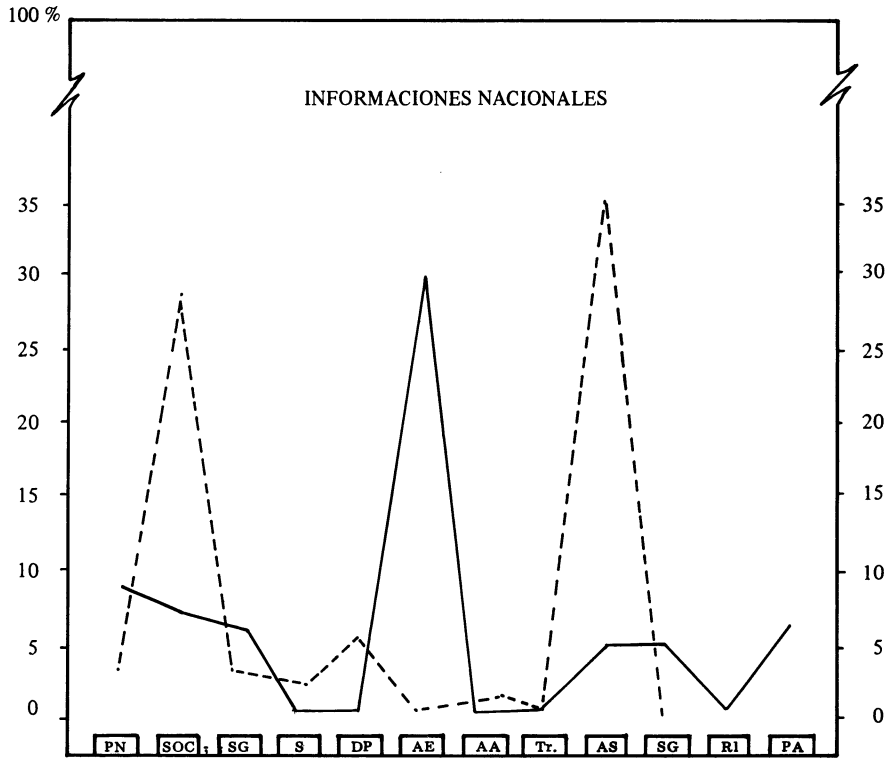


Gráfico No. 3: Tiempo dedicado por los telenoticiarios costarricenses a las diferentes sub-categorías. (Telenoticias y Notiséis). (●)

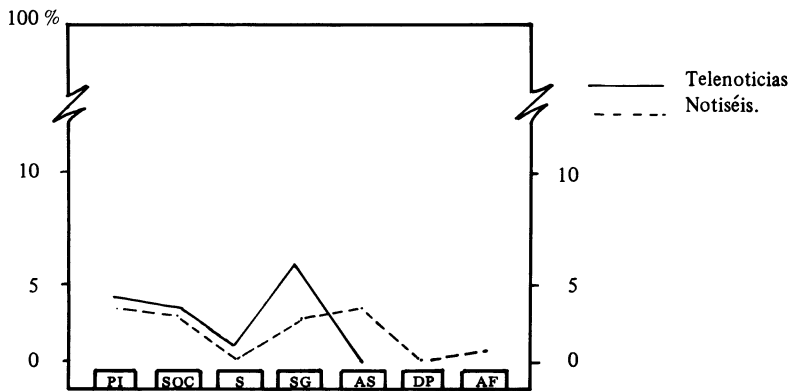


Gráfico No. 3 a: Tiempo dedicado por los telenoticiarios costarricenses a las diferentes sub-categorías. Telenoticias y Notiséis. (●)

(●) Para la simbología, remitirse al Gráfico No. 1, página 26.

1. Los telenoticiarios costarricenses tienden, en sus informaciones, a replégarse sobre ellos mismos más que a presentar lo que acontece en el plano internacional. Lo demuestran los altos porcentajes, en promedio, alcanzados en términos de frecuencia (69.45%) y tiempo-antena (84.8%) para las informaciones locales.

Hoy en día, la industria de las “noticias enlatadas”, a las cuales deben agregarse los servicios de transmisión directa vía satélite apunta hacia una disminución global del costo de producción de los programas informativos en los países receptores. Esto significa que, un reportaje producido localmente podría llegar a ser hasta tres veces más costoso (si se consideran las cargas sociales, las locaciones de equipo, estudio, servicios de edición, horas-hombre de trabajo invertidas en su producción, gastos de transporte, envío de corresponsales, etc.) que un reportaje proveniente de una agencia de noticias o “captado” directamente de un satélite de comunicación. (*)

2. Si tomamos en consideración el contenido de los telenoticiarios encontramos una tendencia a privilegiar los temas superficiales, sobre todo en *Notiseis*: Sociedad, Sucesos, Deportes, (Gráficos 1 a 3).

Con el propósito de acercarnos a los objetivos trazados desmenuzamos aún más los telenoticiarios analizados, hasta llegar a su mínima expresión, los parámetros de la imagen.

Nos preguntábamos hasta dónde, una *sobre-dosis* de estímulos visuales bajo la forma de planos-secuencia presentes en los telenoticiarios daría el telespectador costarricense entrevistado, la impresión de estar recibiendo la información suficiente. Tal situación contribuiría a que el telespectador interiorice la necesidad de recurrir más al telenoticiario que a los otros medios de información. Y así, estaría reforzando su propia dependencia y credibilidad frente a lo que sus ojos creerían ver.

El establecimiento cuantitativo de los parámetros de la imagen (Gráfico No.4) no nos autoriza para afirmar que su cantidad (en términos de estímulos) provoque “impresiones” como las antes indicadas. Ni tampoco podemos diferenciar el estilo

de los telenoticiarios. Aunque nos inclinamos a pensar en la existencia de una homogenización de estilos, distintos sólo en apariencia (por las formas de organización de los “sets” y por las características de los presentadores). El perfil del Gráfico No.5, presentado como hipótesis sería corroborado por variables como las técnicas de recolección de la información y el tratamiento respectivo, los medios técnicos, similares, en gran medida, para ambos telenoticiarios.

III. LAS RESPUESTAS DE UNO DE LOS ESALBONES DEL PROCESO DE COMUNICACION : EL DESTINATARIO

Desde los tiempos de Shannon, Weaver, Lazarsfeld y otros, los estudios de la comunicación han evolucionado.

En la actualidad no es suficiente aislar, para analizar, uno solo de los eslabones del proceso de la comunicación. La concepción global de este fenómeno, sin la cual cualquier aproximación sería parcial y limitada obliga a integrar y a tomar en consideración los componentes del sistema de manera a poder establecer las relaciones pertinentes.

Esta preocupación *sistemática* nos llevó a realizar una encuesta en un sector específico de la población costarricense, la de los estudiantes universitarios del ciclo básico de Estudios Generales del Centro Regional Universitario de Occidente.

Uno de nuestros objetivos principales era el de circunscribir de alguna forma las intuiciones que teníamos en relación con el consumo de las informaciones televisuales por parte de la población costarricense.

El caso de especie seleccionado reunía, en él, el mayor número de las características socio-económicas presentes en el conjunto de la sociedad costarricense (19).

En lo que a las técnicas de encuesta se refiere, aplicables para cerrar el circuito de comunicación abierto con las indagaciones sobre el emisor y continuado con el análisis técnico-estructural de los telenoticiarios, escogimos la aplicación de un cuestionario cerrado con 37 ítems sobre una muestra “cautiva” de 103 estudiantes del primer año (Estudios Generales) del Centro Universitario mencionado.

(*) Sin lugar a dudas, esta nueva dimensión del problema abre una vena para la investigación de las relaciones INFORMACIONES NACIONALES/INFORMACIONES INTERNACIONALES. Será necesario preguntarse por la valoración que los telespectadores otorgan a tales rangos informativos, las modificaciones de los “perfiles” que sufran los telenoticiarios a raíz de la predominancia de un rango sobre otro.

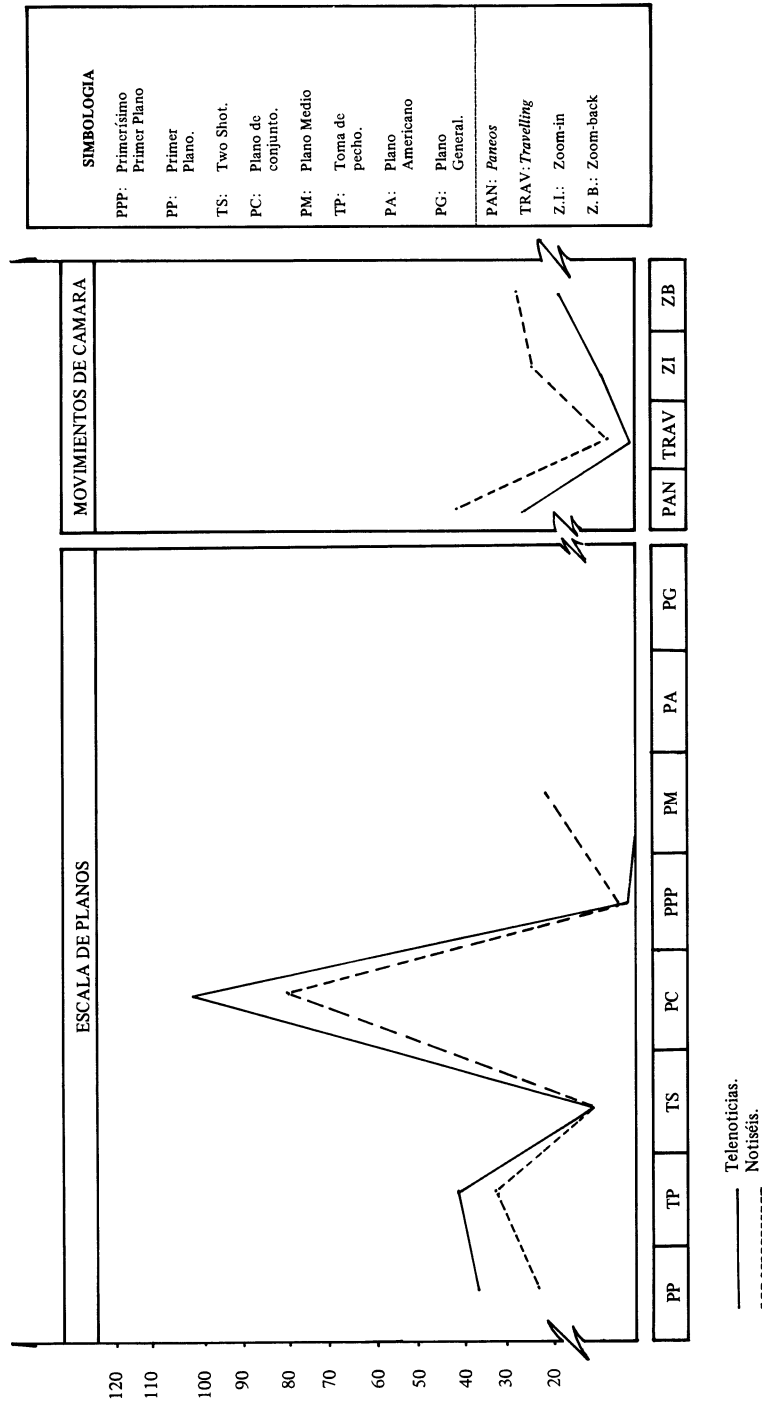
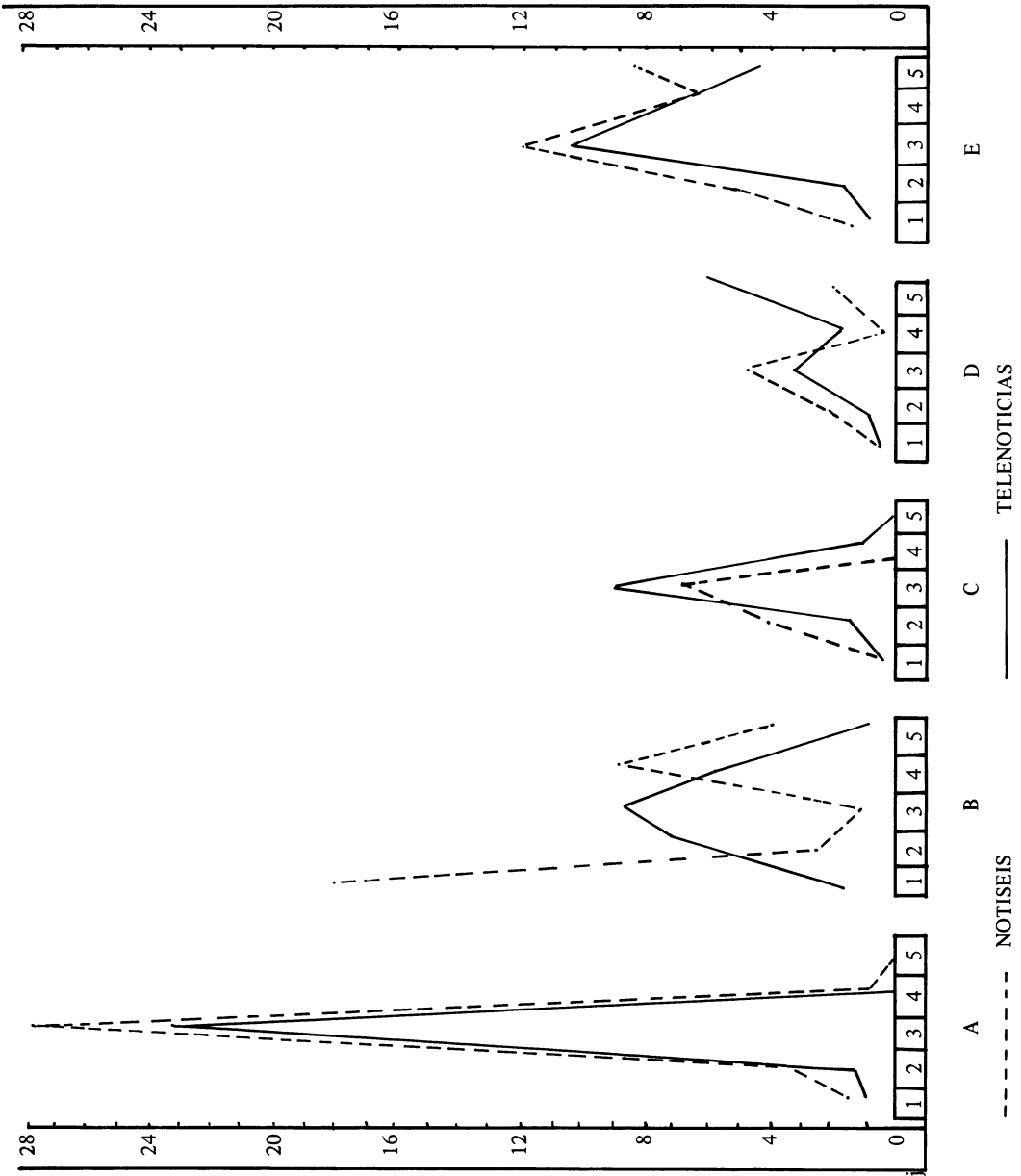


Gráfico No. 4: Relación frecuencia/parámetros de la imagen utilizados en los telenovelistas costarricenses. *Telenovelas* y *Notiséis*.

Gráfico No. 5

“perfil” de los telenoticiarios costarricenses, según los niveles de relación (en promedio)

Telenoticias y Notiseis.



Ignorábamos, al inicio, el grado de conocimiento de la muestra respecto de la organización, estructura y contenido de los telenoticiarios costarricenses. De manera que, en un "primer tiempo" sólo podríamos reunir información de carácter general, susceptible de ser "cruzada" con la información recopilada en el análisis estructural de los telenoticiarios.

Presentamos de inmediato los principales hallazgos obtenidos en esta Encuesta:

1. La marcada tendencia de sustitución de medios de información escritos por los electrónicos (principalmente la televisión) evidenciada por los investigadores costarricenses Gómez y Bermúdez (20) se refleja en la muestra estudiada. Esta sustitución se aplica tanto a la escogencia del medio como a la cantidad de veces que se consulta. Así, la televisión es el medio privilegiado por los estudiantes universitarios encuestados, con 59.2%, contra 12.6% para la radio y 29.1% para la prensa.

2. El hábito de consultar regularmente un medio de información favorece a la televisión con un 72.8%, seguido por la radio (14.8%). La prensa queda en último lugar con un 12.6%.*

Aun aquellos que escogen la prensa en primer lugar para informarse otorgan a la televisión gran importancia: 60%. Este porcentaje se acerca al de aquellos que escogen la televisión como su primer medio (21). Así, la televisión supera a la misma prensa en lo que a confianza concierne, aun en los casos en que se escoge a la prensa como el primer medio.

3. En general, el consumo de medios de información es bajo: 11.7% no lee ningún periódico; 40.8% no escucha los radionoticiarios y 22.3% no sigue las informaciones televisuales.

Sin embargo, los porcentajes de quienes creen tener ya sea un conocimiento global o una información global de las noticias nacionales e internacionales son significativos: 28.4% anotan un conocimiento global y 32.2% apuntan tener una información global.

4. Logramos encontrar una paradoja entre lo que es percibido como ofrecido por el telenoticiario y lo que los telespectadores desearían que se informara. Así, por ejemplo, 62 estudiantes interrogados consideran que se informa lo suficiente sobre Política Nacional. Pero sólo 35 de los 103 entrevistados desearían que se hiciera todos los días. La diferencia es mayor en el caso de la Políti-

ca Internacional. Entre los 42 interrogados que consideran tal temática tratada por los telenoticiarios, 19 desearían que se informara, con algunas diferencias: 89.5% todos los días y 10.5% algunas veces.

5. Algunos temas son percibidos por los encuestados como poco tratados por los telenoticiarios. Es el caso de la Salud, de la Educación Sexual, de los Asuntos Agrícolas. Sin embargo, números significativos de los entrevistados desearían que tales temas estuvieran presentes en los telenoticiarios (22).

Solamente 3 entrevistados consideran que el tema de Salud está presente en los telenoticiarios, mientras que 22 desearían que se le diera algún grado de información al respecto. De esos 22, 4.5% prefiere todos los días. Y 62.8% algunas veces. En el caso de la Educación Sexual, 6 solamente de los interrogados consideran que el tema es tratado. Aunque 24 desearían verlo presente, 12.5% optan porque se les presente todos los días y 66.7% algunas veces.

Aquellos que quisieran encontrar tratado el tema de los Asuntos Agrícolas están por encima de quienes creen que este asunto aparece en los telenoticiarios costarricenses todos los días: 8/43. Sin embargo, un 9.3% quisiera que que el asunto fuera tratado todos los días. Y un 62.8% preferiría que se presentara algunas veces.

6. Las rúbricas llamadas tradicionales (Política Nacional e Internacional, Sucesos, Asuntos Sociales) son "percibidas" por el telespectador de la muestra escogida, como si fueran más importantes de lo que realmente son (23).

Esta serie de hallazgos preliminares encontrados en la muestra estudiantil del Centro Universitario Regional de Occidente se perfila como otros tantos interrogantes sobre los cuales ahondar.

Estaríamos en condiciones de formular, a modo de hipótesis, que la información presentada por los telenoticiarios no sólo es seleccionada por el emisor (en lo que constituye un segundo o tercer tamiz: agencias internacionales de prensa, sala de redacción) sino que es selectivamente categorizada por el telespectador.

La información televisual no sería una en ella misma; es decir, la difundida por las ondas hertzianas (o por el cable coaxial); sino que el telespectador la subdividiría y la clasificaría en orden de importancia, independientemente de la prioridad en espacio-tiempo que le asignara el telenoticiario y según criterios arbitrarios, por encima de los establecidos para la noticia.

(*) Los porcentajes son superiores a 100 debido a escogencias múltiples.

Si se logran corroborar estas hipótesis en el marco global de la sociedad costarricense podría pensarse que el telespectador costarricense se encuentra en una actitud receptiva favorable respecto de las informaciones televisuales, del orden que sean. Y las categorías y sub-categorías actualmente predominantes podrían ser modificadas y adecuadas según lo exigen la problemática económica, política y social que afectan al ciudadano costarricense. La sintonía de los telenoticiarios no se vería por ello muy afectada. Sobre todo que, en términos generales, los telenoticiarios son bien apreciados, prácticamente en todos sus componentes, con excepción de la publicidad, por parte de la muestra estudiada (24).

IV. CONCLUSION.

Al desarrollar la presente investigación en forma integral; es decir, considerando los componentes básicos de un esquema clásico de comunicación aparecen dimensiones de un problema que de otra forma no podría ser detectado. El flujo de la información y lo que ésta transmite no pueden ser cercenados, aunque sea con propósitos metodológicos. El paradigma de Laswell; y hasta el esquema de Shannon y Weaver pierden vigencia.

Es así como pudimos constatar que la *pseudo-información* "circula" en el circuito de la información televisual. Tanto se encuentra en el emisor, en sus servidores los periodistas, en la información misma, como en la percepción de los telespectadores utilizados como muestra. Y el grado y profundidad de su incrustación guardará una relación inversamente proporcional a la dimensión del *Universo Mass-mediático*, no entendido únicamente en términos cuantitativos sino de opciones que permitan establecer confrontaciones entre los grupos de pensamiento distintos presentes en la sociedad.

Consideramos que las condiciones de crisis política y económica que afectan a la región centroamericana arrastran a los medios de información costarricense hacia una politización nunca antes vivida, en contradicción con los postulados liberales que le sirvieron de soporte. Así, por ejemplo, el país está viviendo una profunda amalgama de sus

medios de información que se traduce, visualmente, en una información homogénea, en una política editorial coincidente. Los dueños de los medios (prensa, radio y televisión), o sus directores, se reúnen periódicamente para intercambiar opiniones acerca de los acontecimientos políticos que afectan a la región, se integran en asociación para crear medios de información... (25).

A medida que aumenta la importancia de la televisión como medio privilegiado de información (aunque sea ésta función la que menos cumpla porcentualmente (26), así será la responsabilidad de empresarios, directores y periodistas respecto del rumbo que tome la sociedad costarricense.

En ese sentido, el reto apunta hacia la superación del estado de desconocimiento de las técnicas y lenguaje televisual, simultáneamente con un mejoramiento en los niveles de la práctica profesional en lo que a aptitudes en los campos ético y de conocimiento humanístico se refiere.

Pedir a los dueños de los medios de información un cambio radical de rumbo, una mayor preocupación por los problemas del pueblo y menor interferencia en los asuntos de estado y de política internacional sería utópico. Alegarán el principio soberano del pueblo a estar informados, en abstracto. Pero si tan solo respetaran los principios sobre los cuales se desarrolló el periodismo costarricense se habría dado un paso adelante en el mantenimiento de la paz en el país.

El periodismo televisual costarricense tuvo su época de gloria en los años setentas, al importar de los Estados Unidos de América, tecnología y "savoir-faire". Hoy en día, la evidente influencia de la televisión norteamericana y las cada vez más cotidianas transmisiones vía satélite parecen poner en peligro de existencia un periodismo televisual que iba adquiriendo, a fuerza de práctica, cierta idiosincracia propia del costarricense.

La alternativa no está, entonces, en seguir la carrera sin otra meta que la ganancia, el provecho económico que impulsa a la televisión norteamericana, por fuerte que sea la tentación, sino en replantear, desde sus raíces, los conceptos de noticia, adecuarlos a la realidad y buscar una fórmula periodística más próxima de las preocupaciones y necesidades cotidianas del pueblo costarricense.

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

(1) Pasquali, A.: *Comunicación y cultura de masas*. (4a ed.) Monte Avila Editores, Venezuela 1977. p.47.
(2) Gómez M. y Bermúdez V.: *La tenencia de radio y*

televisión en los hogares costarricenses. Evolución en el período 1963-1980. Unidad de Investigaciones socio-económicas, Casa Presidencial. Costa Rica, 1970, pp. 15 y 16.

- (3) Winn, Marie: *T.V. Drogue*. París, Editions Fleurus, 1979, p.124.
- (4) Le Roi-Gourhan, A.: *La geste et la parole. Tome I. Technique et langage*. Paris, Albin Michel, 1964. Este autor sintetiza en las páginas 250-300 su pensamiento en torno a la incidencia del crecimiento acelerado de los medios audio-visuales sobre el grado de abstracción del ser humano.
- (5) Fulchignoni, E.: *La civilisation de l'image*. Petite bibliotheque Payot, Paris, 1975. p.30.
- (6) Kosik, K.: *Dialéctica de lo concreto*. (5a. ed.) Editorial Grijalbo, México, 1969. Especialmente las páginas 25 a 37.
- (7) *Op. cit.* p.27.
- (8) Tran-Duc-Thao (citado por Kosik). *Op. cit.* p.34.
- (9) Le Roi-Gourhan, A.: *Le geste et la parole*. *Op. cit.* p. 162
- (10) Shaeffer, P.: *Représentation et communication*. In: Sémiologie de la représentation. Bruxelles. Editions Complexe. pp. 167-193. Y Moles A.: *Sociodynamique de la culture*. Mouton, Paris, 1967.
- (11) Beltrán Luis Ramiro y Fox de Cardona Elizabeth: *Comunicación dominada*. Estados Unidos en los medios de América Latina. Editorial Nueva Imagen. México, 1980. pp. 30 y 31.
- (12) *Ibidem*.
- (13) *Op. cit.* p.19.
- (14) Missika J.L. et Walton D.: *La folle du logis. La télévision dans les sociétés démocratiques*. Gallimard, Paris, 1983. p. 293.
- (15) Vega, P. y Grillo R.: *La sub-información de noticias internacionales en dos teleinformativos costarricenses*. Tesis de Licenciatura, Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, Universidad de Costa Rica, 1981. Y Montoya Luis: *Journaux télévisés et pseudo-information*. Le cas du Costa Rica. Thèse de doctorat 3 ème cycle. Université Paris Nord, France. 1984.
- (16) Para un complemento de información al respecto, en Montoya Luis: *Op. cit.* págs. 138-149.
- (17) *Op. cit.* págs. 149-161.
- (18) *Op. cit.* Principalmente, las páginas 194-198.
- (19) Córdoba G.L.: *La problemática estudiantil de las zonas de influencia del Centro Universitario de Occidente*. Publicación provisional poligrafiada. Universidad de Costa Rica. 1982.
- (20) Gómez M. y Bermúdez V.: *Op. cit.* pp. 15 y 16.
- (21) Montoya, L.: *Op. cit.* p. 270.
- (22) *Op. cit.* p.278.
- (23) La relación completa se encuentra en la investigación realizada por el autor como tesis doctoral bajo el título: *Journaux télévisés et pseudo-information*. Le cas du Costa Rica. págs. 247-288.
- (24) *Op. cit.* p.278.
- (25) "Crearán en Costa Rica repetidora de EEUU". En: Semanario "Universidad" No.645. Del 31 de agosto al 6 de setiembre de 1984. p.12.
- (26) Cordero Mario: *Algunas características del contenido programático de la televisión de Costa Rica, en relación con el desarrollo socio-económico y cultural*. Tesis de maestría en comunicación con especialidad en comunicación y desarrollo. Universidad Iberoamericana, México 1981.