

## Para leer el diario

INTENCIONES, TENDENCIAS Y MANIPULACIONES, OBJETIVO A PROFUNDIR EN LA INTERPRETACION DE LOS DIARIOS MEXICANOS (FUNDACIONES)

por Héctor Manuel Delfino

Leer el diario define la necesidad de leer el diario como un hecho empírico de, casi, sólo los fisiólogos. Por la naturaleza, por el desapego de los conceptos más propios, por la desvinculación al lectoral.

En días, alertado por la misma voz, Héctor Manuel Delfino, Licenciado en Ciencias de la Información, Profesor en Ciencias de la Comunicación Social, es catedrático de la Escuela Superior de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata y editor de "La Nación", nos permite, aquí, en todos los estilos informativos. Con la autoridad que le atribuye su especialísima "teoría de vivir", nos reclama una inteligencia despierta, un estado deliberado de conciencia que termine con la lectura del diario como por acto reflejo.

En síntesis, un estado que valientemente denuncia la irresponsabilidad de la lectura pasiva.

En lo concerniente a la relación que existe entre un individuo y el producto, no sólo comercial, que es un diario, más particular, en principio, que esa vinculación se da como consecuencia directa de la propia esencia del Periodismo, que por ser Comunicación es parte dinámica de un proceso vital para el ser humano.

No es tema de éste de la analizar el proceso de la Comunicación. De todas maneras, ante la perspectiva de ensayo de la forma más apropiada la lectura de un diario, conviene destacar que dicho proceso de Comunicación ha sido y es INTENCIONAL. El mensaje tiene siempre un propósito determinado, explícito o implícito, y eso se da de manera fundamental cuando se trata de información pública.

No es de ninguna manera aventurado afirmar que cuando se da la conducción de un Medio de Comunicación, pueden crearse o fortalecerse, convirtiéndose en agentes efectivos de cambios sociales o del hábito, en breves palabras de determinación intencional.



## INTENCIONALIDAD Y TENDENCIOSIDAD



En nuestro país se ha dado, en forma lamentablemente repentina, que los grupos que han controlado el sistema político, el Estado, el Poder, en suma, también se han reunido de élites extractivamente los sistemas de comunicaciones. Ésto ha propiciado que los Medios de Comunicación social se hayan transformado durante mucho tiempo en instrumentos de dirección social.

Si realmente moviéramos en aquella primera apreciación acerca de la intencionalidad del mensaje, no podemos dejar de señalar que históricamente, sólo excepciones, en el país las intencionalidad o TENDENCIOSIDAD informativa, ha tenido sostenimiento, tanto en el Estado, como por parte de las empresas privadas o aparentemente comerciales. Más allá de los diversos intereses pecuniarios perseguidos, algunas empresas han demostrado poseer diversos tipos de interés fundamentalmente político.

En los procesos demeritocráticos, como es claramente obvio, abundan las discusiones. Se ha visto percibir con mayor o menor intensidad, mensajes que responden a los diversos órdenes políticos o ideológicos.

En los debates que se prolongan a través de la prensa, todo tipo de conceptos es respetado y respetable. "La propaganda va del brazo con la educación; la verdad con la falsedad" (1).

La instancia demeritocrática impide, asimismo, en el marco de capacidad del pueblo de deliberar y elegir, un acercamiento del receptor de los variados mensajes a una contradictoria realidad. El caso español —y por momentos aún más— bombardeo conceptual a que se le sometió.



Esta es la situación del Periclitado, que es una circunstancia que se le debe estar prevenido. Las mentes pueden ser inducidas a la verdad y a la falsedad mediante la lectura. "Y una mente inducida a error es una mente seducida" (2).

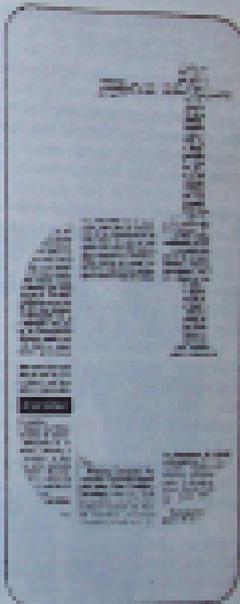
## MANIPULACIONES



Mediante el sistemático análisis de los títulos de los diarios (en sí), se puede apreciar cómo, deliberadamente e río, se manejan conceptos diametralmente opuestos, y en muchos casos constantes, respecto de un mismo caso informativo. Así queda plasmado de los siguientes ejemplos: Quiénes LA RAZÓN, CLARÍN y LA NACIÓN del 31-3-88. Veamos cómo tratan respecto del tema salarial y las relaciones del Gobierno con la CGT.

"La Razón", desde temprano a la sanción gubernativa, titula: Espera el retorno de la CGT al diálogo para decidir los aumentos. "Clarín", que transfiere una postura absolutamente crítica: Analiza la CGT el resultado el diálogo con el Gobierno. "La Nación", con un título que trata de información o conocimiento de cualquier postura: El análisis de la política salarial.

Es evidente que el mensaje de "La Razón" connota una actitud negativa de la CGT, y que, por el contrario, tiende a inferir que el Gobierno aguarda a la Central Obrera para decidir en un tema de suma actualidad, como es el salarial.



La postura de "Clarín" pone, en alguna medida, al manifiesto, el Poder que respalda la Central Obrera y puede connotar, a la vez, una minimización de la acción gubernativa, o actitud pasiva por parte de los responsables oficiales del tema.

Por último, "La Nación" simplemente ofrece a su lector una idea global y general del análisis de la política salarial.

Estos ejemplos responden a la actualidad informativa y a la actividad realizada únicamente el día lunes 31 de marzo. A propósito

avanzar o avanzar en esta senda de la investigación, pueden obtenerse resultados mucho más evidentes de los notables "resultados" informados y en algunos casos, de las flagrantes manipulaciones orientadas al ocultamiento de diversas ideologías o simplemente tendencias políticas.

## SUBJETIVIDAD

Interpretaciones tan diametral son fácilmente advertibles en forma permanente. Contra esta especie de intereses, que en muchos casos puede confundir, debe ampararse sus defensas ya en tanto un claro para informarse o eventualmente en cualquier su conocimiento.

El lector no puede permitirle la ingenuidad de ignorar que un diario ofrece a su público una íntima parte del material informativo que llega a la redacción. Incluye, con el material posible de ser publicado, el responsable de la emisión deberá realizar una nueva selección por cuestión de espacio. Surge, concomitantemente, un interrogante: ¿Cuáles son los argumentos con que esa responsabilidad toma una decisión? Toda decisión —es obvio— parte de una decisión subjetiva, si de materia psicológica se trata.

Las tendencias y manipulaciones son fácilmente advertibles en cuanto a la actividad de las agencias informativas. Es normal que la Agencia Oficial de Noticias Talam, dependiente del Gobierno nacional, trate el material periodístico desde una óptica al menos aproximada a la opinión oficialista. Apuntará a defender los intereses del Gobierno de turno.

El mismo material o hecho noticioso, elaborado por una Agencia privada, será comúnmente analizado desde otro punto de vista, generalmente contraponido con aquél.

El siguiente ejemplo es demostrativo: el 18 de agosto de 1980 hubo un paro de los gremios ferroviarios. Los impactos producidos con ese motivo por las Agencias Talam oficiales, como quedó dicho en Noticias Argentinas (privada, de conformación cooperativista) marcan rotundamente las tendencias de ambos medios. Talam destacó el 84% porcentajes de abastecimiento a la medida de fuerza, en tanto la agencia privada apuntó lo contrario y resaltó la incidencia del movimiento. La manipulación que es más grave aún, se efectuó sobre un material oficialmente suministrado por Ferrocarriles Argentinos.

## RESPONSABILIDAD SOCIAL

Es absolutamente imperioso que el lector asuma el concepto de que los compromisos cívicos y éticos, según siempre manifiesta de acuerdo con intereses de sectores. Debe buscar la información

será y evitar caer en las implicaciones de los mensajes que confieren la manipulación de los hechos noticiosos.

Es, en definitiva, responsabilidad del lector, tener en cuenta estas probabilidades de manejo que comprenderá mejor en la medida en que compare en forma permanente las prestaciones informativas de los medios. Esto, que por ahora es un llamado de atención, será, a través de sus análisis críticos, en la absoluta certeza acerca de la subjetividad con que se actúa (y esto no es una crítica, que el lector a la manipulación) en la difusión de las noticias.

Sin embargo, debe tenerse en cuenta en lo concerniente a la responsabilidad social del individuo que recibe el mensaje. Ese individuo puede ser activo o pasivo, ya que la pasividad sólo avanzará si el hecho ha acontecido — una inmensa culpa. Ella y el conformismo mancomunado son, en definitiva, estilos de una demencia y pasividad de masas.



(1) Robert Mariani  
(2) Harold Goodner