

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO

LA TEJA, DISCURSOS Y MODOS DE RECEPCIÓN

Tesis sometida a la consideración de la Comisión del
Programa de Estudios de Posgrado en Comunicación para
optar al grado y título de Maestría Académica en
Comunicación y Desarrollo

LORENZO RAMÍREZ CARDOZA

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio, Costa Rica
2019

Dedicatoria

A la clase que, con su trabajo, sostiene este mundo.

Agradecimientos

Al Dr. Carlos Sandoval por ser un gran maestro, pero sobre todo por su compromiso con las clases populares de nuestra Centroamérica.

A la Dra. Larissa Tristán y a la Dra. Claudia Palma por ser parte del comité de tesis; por sus enseñanzas, profundo apoyo, comprensión y buena voluntad.

A la M.Sc. Silvia Carbonell y al M.Sc. Jorge Zeledón por su disposición a ayudarme en todo momento durante mi estancia en la maestría.

A Angélica Castro y al Programa de Posgrado en Comunicación y Desarrollo por toda la colaboración.

A mis entrañables compañeros y compañeras de la maestría, por todo el apoyo y las vivencias; a Federico Castro, Geannina Sojo, Andrea Méndez, Raquel Mora y Mar Fournier.

A las compañeras del CIDCACs Licda. Yorlenny Madrigal y a la Bach. Lorena Campos por su profunda colaboración y sus buenos deseos.

A la Licda María Andrade por su constante apoyo, buenos deseos y permisos laborales.

Al Bach. José Castro de la Biblioteca Nacional de Costa Rica por su profunda colaboración y apoyo.

Al compañero Elías Rivera por brindarme sus contactos dentro del mundo sindical y todo su apoyo.

A los compañeros y compañeras participantes de los grupos focales.

Al maestro Hernán Alvarado por sus enseñanzas, apoyo y por sus comentarios en torno al primer borrador de esta investigación.

Al camarada Diego Zarate por el diálogo establecido alrededor del segundo borrador de esta investigación.

A ELLA por su profundo cariño y apoyo.

A mi familia, que ha hecho todo lo posible para que yo sea quien quiera ser.

A los compañeros, compañeras, hermanos y hermanas – a la familia molecular, como le dice Luis Chaves – que me han transmitido su buena vibra en el transcurso de esta investigación.

“Esta tesis fue aceptada por la Comisión del Programa de Estudios de Posgrado en Comunicación de la Universidad de Costa Rica, como requisito parcial para optar al grado y título de Maestría Académica en Comunicación y Desarrollo”.

Dr. Francisco Javier Robles Rivera
**Representante del Decano
Sistema de Estudios de Posgrado**

Dr. Carlos Sandoval García
Director de Tesis

Dra. Claudia Ramiro Cumbios

Asesora

Dra. Larissa Tristán Jiménez

Asesora

M.Sc. Jorge Zeledón Pérez

Director

Programa de Posgrado en Comunicación y Desarrollo

Lorenzo Ramirez Cardoza

Estudiante

Tabla de Contenido

Dedicatoria.....	II
Agradecimientos.....	III
Tabla de Contenido.....	VI
Resumen.....	IX
Lista de Cuadros.....	X
Lista de Esquemas.....	XII
Lista de Gráficos.....	XII
Capítulo 1. Introducción.....	1
Capítulo 2. Marco conceptual y metodológico.....	13
2.1 Marco conceptual. El ser humano viviente e histórico.....	13
2.1.2. La subjetividad como palabra interna: La comunicación como constitutiva del ser.....	17
2.1.3. Las relaciones culturales, palabra interna y vida cotidiana. De la presencia a la ausencia.....	20
2.1.4. Medios de comunicación colectiva.....	22
2.1.5. Sectores populares, grupos de poder y relaciones deshumanizadas.....	27
2.2. Marco metodológico.....	31
2.2.1 Para un análisis de los discursos del periódico <i>La Teja</i>	31
2.2.2. Análisis estructural, referencial y enunciativo.....	32
2.2.3. Para un análisis de recepción.....	38
2.2.4. Para el análisis de industria cultural: análisis de estados financieros.....	42
2.3. Balance final del capítulo 2.....	47
3. Capítulo contextual: Análisis de industria cultural.....	51

3.1. Grupo Nación.....	51
3.2. Un modelo en crisis.....	53
3.3. Hacia el análisis financiero de Grupo Nación: Contexto de la economía de Costa Rica	59
3.4. Análisis financiero de Grupo Nación: Ingresos y utilidades netas	61
3.5. Análisis con razones financieras	66
3.5.1. Análisis en el corto plazo: Liquidez y endeudamiento.....	66
3.5.2. Análisis en el largo plazo: Actividad, endeudamiento y rentabilidad	69
3.6. Balance final del capítulo 3.....	76
Capítulo 4. Análisis estructural, referencial y enunciativo	78
4.1. Análisis de estructural: Frecuencia en el tratamiento de noticias políticas.....	79
4.2. Análisis referencial: lo que dicen las noticias políticas	81
4.2.1. Análisis de la coyuntura sobre el referendo del TLC: Temas	81
4.2.2. Análisis de la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón: Temas e ítems.....	101
4.3. Análisis enunciativo: El cómo dicen las noticias políticas	112
4.3.1. Análisis de la coyuntura del referendo sobre el TLC: Tema ejecución voto	112
4.3.2. Análisis de la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón	121
4.4. Análisis interpretativo	125
4.5. Balance final del capítulo 4.....	130
Capítulo 5. Análisis del proceso de recepción.....	133
5.1. Grupo focal con integrantes de un sindicato	134
5.2. Grupo focal con integrantes de una asociación de desarrollo comunal	141
5.3. Grupo focal con integrantes de un grupo de taxistas	146
5.4. Representación en los medios de comunicación colectiva de los participantes en los grupos de focales.....	151

5.5. Balance final del capítulo 5.....	157
Capítulo 6. Balance final de investigación	161
6.1. Nuevas preguntas de investigación.	173
Bibliografía.	176
Anexos	190
Anexo 1 Ficha 1 Análisis referencial.....	190
Anexo 2 Ficha 2 Análisis referencial. Actores.....	191
Anexo 3 Ficha 3 Modos directos de aparición del enunciador	191
Anexo 4 Ficha 4 Análisis enunciativo: estrategias de posicionamiento	192
Anexo 5 Ficha 5. Análisis enunciativo: estrategia de persuasión, legitimación y verosimilización	192
Anexo 6 Ficha 6. Análisis enunciativo: estrategias expresivas.....	193
Anexo 6 Noticias.....	194

Resumen

La tesis explora las condiciones de producción, los discursos y procesos de recepción en torno al periódico *La Teja*, el cual pertenece a Grupo Nación. Para analizar las condiciones de producción, se realizó un estudio preliminar de la industria de medios de comunicación impresos de Costa Rica, así como una exploración preliminar acerca de los estados financieros de Grupo Nación. Este análisis muestra que la audiencia de la industria de medios impresos y el ingreso que reciben por venta de espacio publicitario tienden a deteriorarse. Asimismo, los rendimientos financieros de Grupo Nación son negativos: reducción de ingresos, de utilidades netas, aumentos de deudas, entre otros.

El análisis del discurso muestra que, en coyunturas políticas, *La Teja* tematiza muy poco la política. De manera fundamental, la política es una ausencia en sus discursos. También el análisis sugiere tres maneras en las cuales dicho medio produce la política como ausencia: evita clasificar la realidad como política, carece de relaciones entre pasado, presente y futuro, así como de relaciones entre diversos hechos, es decir, sus relatos carecen de historia; finalmente, mezcla temas políticos con banales, morbosos y de entretenimiento. Desde un punto de vista ideológico, se sugiere que el periódico *La Teja* es un ejemplo de cómo se produce una ideología de manera hegemónica sin nombrarse, siendo ausencia.

El estudio de recepción sugiere que las personas con experiencia de organización política y hábito de lectura de medios de comunicación colectiva tienen una posición crítica con respecto a las noticias proporcionadas por *La Teja*. En cambio, quienes carecen de esta experiencia y hábito suelen ser menos críticos con la lectura de noticias. Asimismo, el análisis muestra que todos los participantes en la investigación, independientemente de su experiencia o hábito, tienen dificultades para detectar las tres formas de producir ausencias de la política producidas por *La Teja*; de las tres formas de ausencia, los participantes de los grupos focales solo detectaron una de ellas, la cual es la mezcla de política con entretenimiento, banalización y morbo. Así, la producción de ideología hegemónica a través de la ausencia opera, fundamentalmente, pero no de manera exclusiva, en quienes carecen de experiencia de organización política y hábito de lectura de medios.

Lista de Cuadros

Cuadro 1. Secciones del periódico <i>La Teja</i> y clasificación para el análisis estructural	33
Cuadro 2. Guía para la realización de los grupos de discusión.	41
Cuadro 3. Parámetros para evaluar la razón endeudamiento total.....	45
Cuadro 4. Parámetros para interpretar el margen de utilidad neta.....	46
Cuadro 5. Audiencias de periódicos e Internet para Costa Rica por año, 2011 – 2016 (en porcentajes).....	55
Cuadro 6. Ingreso publicitario por año para medios impresos de Costa Rica, 2015-2016 (en millones de colones y porcentajes)	58
Cuadro 7. Ingresos de Grupo Nación (en millones de colones y porcentajes)	63
Cuadro 8. Análisis estructural del periódico <i>La Teja</i> en dos coyunturas políticas. En valores absolutos y porcentajes	79
Cuadro 9. Composición de las noticias políticas durante las coyunturas del año 2007-2014 y relación con las noticias totales (en valores absolutos y porcentajes)	80
Cuadro 10. Temas de las noticias sobre política en la coyuntura sobre el TLC (en valores absolutos y porcentajes).....	82
Cuadro 11. Categorización de ítems del tema ejecución voto (en valores absolutos y porcentajes).....	83
Cuadro 12. Categorización de ítems del tema movilizaciones (en valores absolutos y porcentajes).....	84
Cuadro 13. Categorización de ítems del tema entretenimiento (en valores absolutos y porcentajes).....	85
Cuadro 14. Categorización de ítems del tema votantes (en valores absolutos y porcentajes)	87
Cuadro 15. Categorización de ítems de los temas El No y El Sí (en valores absolutos y porcentajes).....	88
Cuadro 16. Categorización de ítems del tema religión (en valores absolutos y porcentajes)	89
Cuadro 17. Categorización de ítems de los temas debate y EE.UU (en valores absolutos y porcentajes).....	90

Cuadro 18. Categorización de ítems del tema TLC (en valores absolutos y porcentajes) ...	91
Cuadro 19. Ámbito principal y relacionado de los ítems en la coyuntura sobre el referendo del TLC (en valores absolutos y porcentajes).....	94
Cuadro 20. Temporalidad en la coyuntura sobre el referendo del TLC (en valores absolutos y porcentajes).....	96
Cuadro 21. Fuentes utilizadas por <i>La Teja</i> durante la coyuntura del TLC (en valores absolutos y porcentajes).....	97
Cuadro 22. Categorización de actores en la coyuntura sobre el TLC (en valores absolutos y porcentajes).....	98
Cuadro 23. Tipos de actores para las categorías sectores populares y políticos (en valores absolutos y porcentajes).....	99
Cuadro 24. Atributos de los actores en la coyuntura sobre el TLC (en valores absolutos y porcentajes).....	100
Cuadro 25. Temas en la coyuntura sobre la concesión de los puertos de Moín-Limón (en valores absolutos y porcentajes).....	101
Cuadro 26. Categorización de Ítems del tema huelga (en valores absolutos y porcentajes).....	102
Cuadro 27. Categorización de ítems del tema entretenimiento (en valores absolutos y porcentajes).....	103
Cuadro 28. Categorización de ítems del tema negociación y protesta (en valores absolutos y porcentajes).....	104
Cuadro 29. Categorización de los ítems de los temas control policial y vandalismo (en valores absolutos y porcentajes).....	105
Cuadro 30. Ámbito principal y relacionado en la coyuntura sobre la concesión de los puertos de Moín-Limón (en valores absolutos y porcentajes).....	106
Cuadro 31. Temporalidad en la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón (en valores absolutos y porcentajes).....	107
Cuadro 32. Temporalidad en la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón (en valores absolutos y porcentajes).....	108
Cuadro 33. Categorización de actores en la coyuntura por la concesión de los Puertos de Limón-Moín (en valores absolutos y porcentajes).....	109

Cuadro 34. Atributos de los actores en la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón (en valores absolutos y porcentajes)	110
--	-----

Lista de Esquemas

Esquema 1. El conocimiento se genera en grupo.	38
Esquema 2. Temas y sentidos alrededor de la coyuntura sobre el referendo del TLC y la concesión de los Puertos de Moín-Limón.....	126
Esquema 3. Casos de la modalidad discursiva de <i>La Teja</i>	166
Esquema 4. Experiencias y modos de lectura.....	168

Lista de Gráficos

Gráfico 1. Tasa de variación por año de los ingresos publicitarios en medios impresos de Costa Rica, 2007-2016 (en porcentajes*)	57
Gráfico 2. Variación anual y anual promedio del Producto Interno Bruto para CR, del año 2000 al 2016 (en porcentajes).....	59
Gráfico 3. Variación acumulada de la Inflación medida por el IPC, para Costa Rica, del 2000 al 2016 (en porcentajes).....	60
Gráfico 4. Ingresos totales y tasas de variación* por año para Grupo Nación, 2005-2016 (en millones de colones y porcentajes)	62
Gráfico 5. Utilidades netas por año para Grupo Nación, 2005-2016 (en millones de colones)	65
Gráfico 6. Razón circulante y prueba ácida por año para Grupo Nación, 2005-2016 (en número de veces)	67
Gráfico 7. Razón endeudamiento corriente por año para Grupo Nación, 2005-2016 (en porcentajes).....	68
Gráfico 8. Rotación de inventario por años para Grupo Nación, 2005-2016 (en número de veces y de días).....	69

Gráfico 9. Razón endeudamiento total por año para GN, 2005-2016 (en porcentajes).....	71
Gráfico 10. Patrimonio y razón pasivo-patrimonio por año para Grupo Nación (en millones de colones y en número de veces)	72
Gráfico 11. Margen de utilidad neta por año para Grupo Nación, 2015-2016 (en porcentaje)	73
Gráfico 12. Rotación activos totales por año para Grupo Nación, 2005-2016 (en número de veces)	74
Gráfico 13. Rendimiento sobre la inversión por año para Grupo Nación y tasa básica pasiva, 2005-2016 (en porcentajes)	75

Capítulo 1. Introducción.

El presente texto es una investigación sobre un medio de comunicación colectiva impreso de Costa Rica, que se produce de manera industrial y es propiedad de un grupo de poder económico costarricense, el cual está dirigido a los sectores populares. De manera fundamental, la investigación se pregunta por las maneras en las cuales los medios de comunicación colectiva participan en la producción de ideologías hegemónicas. El análisis, como se verá más adelante, se contextualiza de manera fundamental, pero no exclusiva, en la profundización del neoliberalismo en Costa Rica. En términos metodológicos, esta investigación combina el análisis de industria cultural, el análisis del discurso y de recepción. Sin embargo, para la exploración de esta investigación son objetivos fundamentales el estudio sobre el discurso y la recepción. La reflexión en torno a la industria cultural permitirá una exploración preliminar de las condiciones de producción del periódico en estudio, en el contexto de la crisis del modelo de negocios de los medios de comunicación impresos; es decir, este análisis tiene fines contextuales.

En este caso particular, se plantea investigar la versión impresa del periódico *La Teja*. Este es un medio de comunicación perteneciente al grupo de poder económico Grupo Nación (de ahora en adelante GN) que tiene un perfil hacia el entretenimiento. Según el sitio web de GN, www.gruponacion.co.cr, *La Teja* “busca interesar a la familia popular” y está dirigido a la clase baja y media baja nacional. El periódico se publica desde el 6 de septiembre del año 2006. Se vende al pregón todos los días de la semana y cuenta con sistema de suscripciones de manera individual o en conjunto con otros productos de GN. Además, cuenta con una versión en línea, la cual, a partir de mayo del año 2017, se actualiza de manera constante. El sitio antes era utilizado solo para exponer un reducido número de las noticias de su versión impresa, promociones, concursos y para mostrar a *La Teja + Hot* (una mujer en traje de baño). El periódico cuenta con perfiles en diversas redes sociales, como Facebook, Twitter, Google+ y YouTube. También, dichas redes son utilizadas de manera frecuente a partir del año 2017, con excepción del canal de YouTube.

El motivo para estudiar *La Teja* radica en su posición en el mercado de impresos. Si se supone que los anunciantes se presentan en los medios con mayor capacidad de difusión,

entonces, la cantidad de ingresos por venta de espacio publicitario recibida por cada medio puede ser símbolo de su capacidad de difusión o posición en el mercado. Con datos de Kantar Ibope Media se constata que para el período 2009-2014, *La Teja* es el medio que ha registrado el mayor crecimiento por ingreso publicitario del mercado de impresos. Para el año 2016, se ubica como el tercer medio con mayor ingreso publicitario (ver capítulo 3). Lo anterior sugiere una posición importante en el mercado de impresos por parte de dicho medio y, por tanto, una capacidad de difusión significativa. En síntesis, *La Teja* merece estudiarse porque cada vez puede ser más leído y, por tanto, sus discursos pueden tener implicaciones para un grupo importante de personas. Otro motivo radica en que *La Teja* es un periódico producido por un grupo de poder económico dirigido a los sectores populares. Desde un punto de vista popular, es importante conocer cómo los grupos hegemónicos tratan de producir o negar explicaciones sobre lo que ocurre a la población en general y a los grupos populares en particular.

La problemática de investigación parte de la hipótesis según la cual el periódico *La Teja* no tematiza, o lo hace muy poco, asuntos de interés público o políticos (Sandoval, 2007; Ramírez, 2015). Lo anterior permite al medio presentar sus noticias como no-políticas, como algo desprovisto de cualquier referencia al poder. Desde este punto de vista, Langer (1998), Morley (1999) y Sandoval (2007) proponen concebir este tipo de noticias desde una óptica política e ideológica, en el sentido de que lo no-político es político. Este tipo de noticias no-políticas podrían participar, desde su “forma simbólica”, en la producción de relaciones asimétricas de poder y en la producción de la ideología hegemónica en la sociedad, más allá de la mera distracción a los sectores populares (Langer, 1998; Sandoval, 2007). En conclusión, la pista que sigue esta investigación vincula el carácter no-político de *La Teja* con la producción de ideologías hegemónicas: se intuye que el perfil de entretenimiento adjudicado al periódico tiene un carácter político.

A partir de la hipótesis anterior, y bajo la sugerencia de Martín-Barbero (2004) según la cual una manera de explorar la posición política de los medios de comunicación colectiva es analizando sus discursos en coyunturas políticas conflictivas en las cuales asumen posición, en el caso de esta investigación se plantea analizar los discursos de *La Teja* en dos coyunturas políticas y el proceso de recepción en grupos con y sin experiencia política, lo cual permitiría determinar la posición política de dicho medio y la del grupo de poder

económico al que pertenece. La primera coyuntura es la realización del referendo acerca del Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos de América (de ahora en adelante TLC), en octubre del año 2007, y la segunda es la concesión de los Puertos de Moín-Limón, en octubre del año 2014. Ambas coyunturas se contextualizarán más adelante. Los procesos de recepción tomarán como casos de estudio sectores populares con experiencias de organización política en sindicatos, en una organización de desarrollo comunal y con carencia de esa experiencia, que sería el caso de taxistas del sector de servicio de transporte público, los cuales no pertenezcan a ninguna asociación de taxistas. El análisis de industria cultural plantea explorar de manera preliminar los estados financieros de GN para el período 2005-2016 en el contexto de la crisis del modelo de negocios de los medios impresos. Con este análisis se pretende realizar un acercamiento a las condiciones de producción de *La Teja*.

Ahora, se contextualizará de manera breve las condiciones culturales en las cuales se produce el periódico en estudio, como también las coyunturas en las cuales se estudiarán sus discursos, procesos de recepción y condiciones de producción. Los aspectos a considerar en esta contextualización, dados los intereses de esta investigación, tienen que ver con la economía, las relaciones de poder y los referentes de los medios de comunicación colectiva en Costa Rica en este inicio de siglo XXI, sin la intención de discriminar otros aspectos estructurales o situacionales importantes producidos a lo largo de estos primeros años de inicio de siglo.

El contexto económico remite al modo de producción capitalista neoliberal, conocido como neoliberalismo, el cual se produce en Costa Rica al menos desde 1984, fecha en la cual rigen diversos estímulos al sector exportador (Vargas, 2011, 2016). Brevemente, el capitalismo es una manera de producir riqueza a través de la concentración de medios de producción por parte de un pequeño grupo y la explotación del trabajo, lo cual tiene como resultado la contradicción de producir riqueza al tiempo que pobreza. Con la consecuencia de destruir, como arguye Marx (1980), las dos fuentes de toda riqueza, el ser humano y la naturaleza. El neoliberalismo produce la misma contradicción, pero guarda un carácter específico, el cual se sintetizará a continuación para el caso costarricense.

Para Rovira (2003), se puede distinguir entre un estilo y una dirección del neoliberalismo. El estilo establece al mercado, el intercambio entre mercancía y capital, como eje articulador y orientador de las relaciones culturales. La dirección se basa en al menos cuatro estrategias: liberalización del comercio exterior y el establecimiento del aumento de las exportaciones como impulso de la economía; reforma y profundización financiera; reforma y disminución del Estado; reforma laboral, en detrimento de derechos laborales (Rovira; 2004; Vargas; 2016). Actualmente es posible sugerir como quinta estrategia la expansión del trabajo de servicios en la economía, dado que su peso relativo en el Producto Interno Bruto es dominante, alrededor del 60%, según datos del Banco Central de Costa Rica. En el discurso y práctica hegemónica, este estilo y esta dirección son vinculadas con “bienestar” o “desarrollo” para la población. Por citar tres ejemplos, aumentar las exportaciones del país o reducir el Estado es asociado a mejores condiciones de vida para la población, o tener mercancía y dinero es traducido como una manera de realización personal. Siempre en el ámbito más individual, como sugiere Vargas (2016), el neoliberalismo instaura el egoísmo y el provecho personal como el “motor” de la cultura.

Para el caso nacional, la contradicción inherente al neoliberalismo y su dirección han producido una serie de cambios para los sectores populares y los grupos de poder económico, entre otros. Para mencionar un rasgo de estos cambios, nótese que, para los primeros años del siglo XXI, mientras el neoliberalismo se produce, se acentúan las desigualdades sociales, lo cual tiene implicaciones para toda la población y particularmente para los sectores populares. Como se constata de las estimaciones del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (en adelante INEC) con base en la Encuesta Nacional de Hogares, entre el año 2010 y el año 2017, el coeficiente de Gini ha aumentado de 0,503 a 0,514, con una tendencia marcada al crecimiento. Lo cual implica que la población más rica posee más recursos que antes, mientras la más pobre muchos menos. Para los sectores populares, cuando menos, esto significa un deterioro en sus condiciones de vida.

Para los grupos de poder económico, la dirección del neoliberalismo antes anotada, la liberalización comercial, el carácter exportador de la economía, su motor financiero, ha facilitado la venta de medios de producción por parte de grupos de poder nacionales a grupos transnacionales, con el resultado de una reducción del número de los grupos de poder costarricenses, ahora transformados en grupos gerenciales, y un aumento del “poder”

de los grupos prevaecientes (Robles y Voorend, 2012; Robles, 2014). También, como sugieren Robles y Voorend (2012), esta venta de medios de producción permite la consolidación de grandes monopolios transnacionales en el país, lo cual, a su vez, puede traducirse en una profundización del ejercicio de sus relaciones de poder.

Al unísono con los cambios anteriores, las relaciones de poder muestran signos de transformación. Se mencionarán únicamente dos de estos cambios. Por un lado, según se constata en las estadísticas de los procesos electorales del Tribunal Supremo de Elecciones (en adelante TSE), se produjo un aumento del abstencionismo en las elecciones nacionales en las cuales se designa al Poder Ejecutivo y Legislativo, solo equivalente a las obtenidas en las primeras elecciones realizadas después de la instauración de la Junta de Gobierno de 1948 (el abstencionismo de las elecciones de 1953 y 1958 se estima en un 32.8% y 35.2%, respectivamente). Mientras las elecciones realizadas en el período comprendido entre 1962-1994 promedian un abstencionismo de 18,87%, las realizadas entre los años 1998 y el 2018 expresan un promedio de 34,30%. Lo anterior sugiere un incremento en la intención de la población en no participar en la democracia representativa o electoral, lo cual puede implicar desde una tendencia a la despoltización hasta una pérdida de legitimidad de la democracia representativa.

Por otro lado, al tiempo en el cual la democracia representativa pierde participación, otro tipo de acción política gana un cierto grado de participación, entre los que se pueden mencionar, tal como distingue Gallardo (2003), las explosiones sociales, movilizaciones sociales y movimientos sociales¹. En este inicio de siglo, algunas explosiones y movilizaciones sociales que se pueden destacar son las siguientes: en contra de la privatización de las telecomunicaciones durante el año 2000, contra el TLC entre los años 2004 y 2007; protestas contra la mina Crucitas durante el año 2008; contra el aumento de participación privada en la generación de electricidad durante el año 2012; y diversas

Para Gallardo (2003), las explosiones sociales son “excitaciones espontáneas” ante determinados conflictos, que carecen de un grado profundo de organización política. Las movilizaciones sociales reúnen a diversos sectores sociales alrededor de determinados conflictos, de los cuales, en el mayor de los casos, se demanda al Estado una resolución. En cambio, un movimiento social se articula a partir de diversos conflictos sociales, los cuales transitan entre la cotidianidad y la estructura social, cuenta con teoría política y un alto grado de organización política, y su objetivo es transformar el carácter del poder.

manifestaciones entre el año 2008 y 2012 contra la privatización/concesión de los Puertos de Moín-Limón (García y Alvarado, 2008; Raventós, 2011; Alvarado y Martínez, 2012), entre otros. Los movimientos sociales constituidos han sido de diverso tipo, entre ellos destacan movimientos feministas, ecologistas y de economía social y solidaria, entre otros. Lo anterior sugiere una participación política por parte de la población más allá de lo representativo o electoral; sin embargo, no es posible considerar que la participación en protestas y movimientos sociales más que compensa la reducción en la participación en la democracia representativa.

Un último aspecto de contextualización que se quiere destacar es la oferta de los medios de comunicación colectiva, la cual se quiere aproximar a través de la programación emitida por los canales de televisión con mayor “rating” en lo que llevamos de siglo, *Repretel* canal 6 y *Teletica* canal 7 (Castro, 2018). Con los datos recopilados por Castro (2018) es posible determinar que entre el año 1995 y 2014, la programación dominante de ambos canales está vinculada con el entretenimiento. Para el caso de canal 7, el 55% de su programación está compuesta por formatos como telenovela, series, películas, infantiles, deportes, entre otros. Mientras Canal 6 produce el 74% de su programación con los formatos mencionados anteriormente. Además, del trabajo de Castro (2018) se constata, para ambos medios, una tendencia al crecimiento, con mayor intensidad a partir de año 2005, de la programación vinculada con el entretenimiento, mientras el comportamiento de la programación de noticieros, documentales, entrevistas, permanece constante. Así, la programación de novelas es la oferta más importante de *Repretel* y la segunda más importante de *Teletica*, con un 30% y 19%, respectivamente. Desde un punto de vista político, lo anterior sugiere un predominio de la carencia de referente político, o información de interés público, por parte de la oferta televisiva con mayor “rating” en Costa Rica. Es decir, la mayor oferta televisiva tiene un grado de despoltización importante.

En síntesis, *La Teja*, y las coyunturas en las cuales se exploran sus discursos, procesos de recepción y condiciones de producción, se produce en un contexto en el cual la democracia representativa pierde participación ciudadana, otras formas de acción política toman forma a través de una creciente participación en explosiones, movilizaciones y movimientos sociales, sin que se conviertan en un referente dominante de acción política; además, los sectores populares, junto con otros grupos sociales, sufren una creciente

desigualdad; los grupos de poder económico, al pasar a ser gerentes, pueden perder su participación en la producción de hegemonía o producir una participación reducida o condicionada; también puede existir un distanciamiento entre la oferta comunicativa de los medios de comunicación y los referentes políticos o de interés público; por último, el contexto económico es neoliberal. Todo lo anterior puede significar una marcada reorganización política costarricense con grados significativos de despolitización, tanto por la oferta de los medios como por la menor participación en la democracia representativa.

Ahora, siempre a manera de introducción, se comentarán de manera breve algunos elementos que contextualicen la coyuntura del referendo del TLC y la concesión de los Puertos de Moín-Limón, los cuales se ampliarán en el capítulo 4 de esta investigación. Para el caso de Costa Rica, el TLC constituyó más que un tratado comercial con EE.UU que facilitará, entre otras cosas, el aumento de la exportación e importación de productos entre dicha nación del norte y Costa Rica. El contenido de dicho tratado produjo transformaciones más allá de lo meramente comercial. Por citar algunos casos: las empresas transnacionales obtuvieron la posibilidad de tener, sin discriminación, el mismo trato de las empresas nacionales, así como la posibilidad de resolver diferendos jurídicos a nivel internacional; se profundizó la jurisdicción de propiedad intelectual, con las afectaciones respectivas para las semillas criollas, entre otros afectados, y la apertura de monopolios públicos, como las telecomunicaciones y los seguros (Raventós, 2018). El TLC suscitó un conflicto entre los grupos a favor y en contra de dicho tratado, el cual se desarrolló en un ambiente de “polarización” (división tajante) entre los grupos enfrentados (Raventós, 2008; Raventós, 2018).

Para el caso costarricense, la formulación, negociación y aprobación del TLC puede situarse entre el año 2002 y 2009 (Molina, 2017; Raventós, 2018), el cual puede subdividirse en cinco períodos. De acuerdo con Raventós (2018), el primero de ellos puede situarse entre los años 2002 y agosto del 2004, intervalo en el que se asume una posición, se negocia, se aprueba y se firma el tratado. El segundo se ubica en el período agosto 2004 - mayo 2006, tiempo en el cual se paraliza el trámite necesario para aprobar el TLC, no se envía a la Asamblea Legislativa (en adelante AL) para su aprobación, por decisión del entonces presidente de la República, Abel Pacheco (período 2002-2006), y se gesta una oposición férrea al tratado comercial que tiene como resultado diversos libros y artículos

que cuestionan el tratado y diversas manifestaciones, así como la consolidación de grupos organizados contra el tratado. El tercer período va de mayo 2006 a febrero de 2007, tiempo en el cual se tramita el TLC en la AL e inicia la gestión del referendo. Dicho referendo es una acción de la democracia participativa que utiliza mecanismos electorales, propios de la democracia representativa o electoral, en la cual cada persona tiene derecho a un voto, para tomar una decisión sobre terminado tema (Raventós, 2008, p. 16). En este caso, el referendo se propuso para decidir sobre la aprobación o rechazo del TLC.

El cuarto período se ubica entre abril y octubre del 2007, cuando se realiza el referendo sobre el TLC, momento en el cual se produce una gran división y divergencia en el país entre quienes adversan el tratado y quienes lo apoyan. En esta coyuntura se realiza la investigación sobre los discursos y procesos de recepción en torno a *La Teja*. Este período será detallado en el capítulo 4. El quinto período, de noviembre 2007- febrero 2009, destaca por la desmovilización de los grupos opositores al tratado y la aprobación de varias leyes necesarias para la implementación del TLC, llamadas leyes de implementación. Durante estos cinco períodos destacaron diversos actores, a favor del tratado se pueden mencionar al Gobierno de turno, encabezado por el entonces presidente Oscar Arias, el grupo negociador del tratado, el cual renunció a sus puestos oficiales para gestar un grupo de carácter privado a cargo de aprobar el TLC en el referendo, de nominado Por Costa Rica (Molina, 2017; Raventós, 2018); destacan también los grupos económicos de poder nacional y transnacional, reunidos en las diversas cámaras y asociaciones empresariales y exportadoras, y la Embajada de EE.UU en Costa Rica. En contra del TLC destacan grupos estudiantiles, universitarios, campesinos, indígenas, ecologistas, población en general, entre otros, quienes se agruparon en los denominados Comités Patrióticos contra el TLC, que durante el referendo de denominaron como Movimiento Patriótico contra el TLC (Raventós, 2018).

En cuanto a la otra coyuntura, los Puertos de Moín-Limón son administrados por la Junta de Administración Portuaria y Desarrollo Económico de la Vertiente Atlántica (en adelante JAPDEVA), la cual es una empresa estatal. Los puertos se encargan, a través del atraque de buques, de la exportación e importación de mercancías, así como de recibir una parte del sector turístico. Según se constata de la información Estadísticas de Comercio Exterior del INEC, si se mide en kilos, lo cual permite valor una cantidad de mercancías a

través de su peso, dichos puertos concentran la mayor carga de exportación e importación de mercancías de todo Costa Rica. Para el período 2000-2017, en promedio concentraron el 65,57% del total de kilos exportados, mientras que para las importaciones se promedió un 47,94%. Para el mismo intervalo de tiempo, si se mide de acuerdo a la cantidad de dólares, los puertos concentran la segunda magnitud más relevante de las exportaciones e importaciones del país, con un 29,61% y 27,72%, respectivamente, solo un poco por debajo de la aduana del Santamaría. Sin embargo, desde el año 2014, medido en dólares, los Puertos de Moín-Limón solo son superados por la aduana del Santamaría en el rubro de las importaciones, con lo cual, tanto en kilos como en dólares, dichos puertos concentran la mayor carga de exportación. Por último, en estos puertos se importa el 100% del petróleo, principal mercancía energética del país.

Los datos anteriores sugieren un papel preponderante de los Puertos de Moín-Limón para la relación comercial entre Costa Rica y el resto del mundo, incluidas las empresas transnacionales situadas en el país. Desde el año 2006, el Gobierno del entonces presidente Oscar Arias sugirió la privatización completa de los puertos, lo cual, tiempo después, germinaría en un conflicto entre posiciones a favor y en contra de dicha privatización. Siguiendo a Alvarado (2015), se periodiza el conflicto por la concesión portuaria en tres períodos. El primero se sitúa entre los años 2008-2009, en los cuales Oscar Arias inicia el trámite para la privatización de los puertos existentes y propone una indemnización a los trabajadores de JAPDEVA de alrededor de 41.000 millones de colones (80 millones de dólares). Lo anterior es rechazado por SINTRAJAP, el cual propone mejorar las condiciones de los puertos existentes y que su administración continúe a manos del Estado.

El segundo período se ubica entre los años 2009-2010, en el cual se registra una profundización del conflicto: Oscar Arias propone un monto mayor para indemnizar a los trabajadores, de alrededor de 77.000 millones de colones (137 millones de dólares), siendo nuevamente rechazado por el sindicato. A partir de entonces, el gobierno de turno coordina acciones con el Ministro de Trabajo y la Presidencia, con el presidente ejecutivo de JAPDEVA, la Caja Costarricense del Seguro Social y trabajadores a lo interno de los puertos, para destituir a la junta directiva de SINTRAJAP a través de un grupo de trabajadores denominado Grupo Mediador (Alvarado, Álvarez y Mora, 2012). Una vez destituida la junta directiva de SINTRAJAP y que el Grupo Mediador aceptara la concesión

de los puertos, el conflicto gira en torno a la restitución de los sindicatos y la restauración de los acuerdos opuestos a la privatización realizados por SINTRAJAP. En el tercer período, comprendido entre los años 2011-2014, al impedirse la privatización debido a la lucha, fundamentalmente pero no de manera exclusiva, de SINTRAJAP, el conflicto giró alrededor de la concesión de una parte de la geografía territorial y marítima de Limón, para la instauración de un nuevo puerto administrado por la empresa transnacional APM Terminals: la Terminal de Contenedores de Moín (en adelante TCM), la cual tiene el monopolio de la carga de contenedores para la exportación e importación de mercancías. Es en esta coyuntura en la cual se ubica el análisis del periódico *La Teja*. Este período se retomará en el capítulo 4.

Una vez concluida la construcción de la TCM y al haber recibido su primer buque, a finales de octubre del 2018, un quinto período puede instaurarse, el cual podría contemplar conflictos alrededor de los despidos que tiene que realizar JAPDEVA a partir del inicio definitivo de operaciones de la APM Terminals, así como problemas ambientales generados por la producción de la infraestructura necesaria para operar la TCM (*Semanario Universidad*, 13-11-18). Por último, en estos períodos de tiempo han destacado diversos actores en contra de la concesión portuaria, entre ellos: SINTRAJAP, sindicatos nacionales e internacionales, grupos ecologistas, organizaciones limonenses, universidades públicas, entre otros. En cambio, a favor de la concesión destacan: el Poder Ejecutivo, organizaciones empresariales, comerciales y exportadoras, medios de comunicación colectiva, diversas presidencias ejecutivas de JAPDEVA, grupos de poder económico, entre otros.

En el contexto neoliberal comentado, se puede percibir que tanto el referendo sobre TLC como la concesión de los Puertos de Moín-Limón están vinculados con la dirección neoliberal. Por una parte, el TLC plantea, entre otros elementos que se desarrollarán más adelante, el aumento de las exportaciones del país con EE.UU, tanto para las empresas nacionales como transnacionales. Por otra parte, los puertos son un espacio geográfico y técnico en el cual se exportan e importan la mayor cantidad de mercancías. Si el neoliberalismo se ocupa de la expansión de las relaciones comerciales, entre otros elementos, entonces es posible entender el TLC y la concesión portuaria como acciones

para profundizar el neoliberalismo, las cuales son consideradas por esta investigación como las acciones neoliberales más importantes de este inicio de siglo.

En síntesis, están son las dos coyunturas conflictivas neoliberales en las que se plantea estudiar los discursos y procesos de recepción en torno al periódico *La Teja*. La hipótesis de investigación es que en las noticias de *La Teja* existe una ausencia significativa de referencias al poder. Dado lo anterior, como preguntas de investigación se plantean: ¿qué papel juega la ausencia de noticias políticas del periódico *La Teja* para el modelo de negocios y el ejercicio político-hegemónico de GN? ¿Cuáles son los discursos del periódico *La Teja* una semana antes, una semana después y durante el 7 de octubre del año 2007 y una semana antes, una semana después y durante el 22 de octubre del año 2014? ¿Se presentan como ausentes temas vinculados a la política, como el neoliberalismo, en sus discursos? ¿Expone posiciones a favor o en contra de dichas coyunturas? Por otra parte, ¿cuáles son los procesos de recepción en torno al periódico *La Teja* en sectores políticamente organizados y no organizados? ¿Estar organizado políticamente o no estarlo permite detectar las ausencias de referencias al poder en los discursos del periódico en estudio, o por el contrario no lo permite?

Finalmente, esta investigación ha sido organizada en seis capítulos. El primero de ellos sirve de introducción. El capítulo 2 desarrolla el marco conceptual y metodológico de esta investigación. El marco conceptual propone una interpretación antropológica sobre el ser humano, referencias conceptuales sobre los medios de comunicación colectiva y la comunicación. Entre otros aspectos, se plantea un vínculo entre la comunicación y el ser, es decir, la comunicación, junto con otras acciones humanas, permite la producción de seres humanos; además, se sugieren dos maneras de producir una ideología como hegemónica: una en la cual se impone la ideología y otra en la que se impide contar con un punto de vista sobre la ideología a instaurar como dominante. El marco metodológico proviene fundamentalmente de la propuesta de Mata y Scarafía (1999) para analizar discursos radiofónicos, el cual consiste en un análisis estructural, uno referencial y otro enunciativo. Además plantea el método de grupos de discusión para realizar el análisis de recepción y expone el uso de razones financieras para explorar la situación financiera de GN.

El capítulo 3 contiene el análisis de industria cultural, en el cual se realiza una aproximación a las condiciones de producción de *La Teja*, a través de un análisis preliminar de los estados financieros de GN, en el contexto de la crisis del modelo de negocios de la prensa, en el capítulo se destacan tendencias negativas para el mercado de impresos en general y para GN en particular. El capítulo 4 desarrolla el análisis del discurso sobre las noticias ofertadas por *La Teja* en la coyuntura sobre el referendo del TLC y la concesión de los Puertos de Moín-Limón, el análisis encuentra, tres maneras de producir ausencias de la política en los discursos periodísticos de dicho medio. El capítulo 5 contiene el análisis de recepción con los participantes de los tres grupos focales o de discusión, los cuales tienen o carecen de experiencia de organización política, destaca el hecho de que la experiencia política no siempre es una mediación necesaria para detectar la carencia de referencias al poder por parte de *La Teja* y para realizar demandas de derecho frente a los medios. Por último, el capítulo 6 contiene un balance de lo explorado en esta investigación, en el que se realizan cruces analíticos entre la oferta de noticias de *La Teja* y la lectura realiza por los participantes de los grupos focales, se ejemplifica a dicho medio como una manera de producir una ideología como hegemónica sin nombrar la ideología que se quiere dominante, así como algunos señalamientos sobre cómo opera esta manera de producir hegemonía en los participantes de los grupos focales.

Capítulo 2. Marco conceptual y metodológico

En este capítulo se sitúa el marco conceptual y metodológico de referencia para concebir y ejecutar esta investigación. El capítulo se ha organizado en dos bloques, en los cuales dos de ellos están divididos en sus respectivas secciones, y un balance del capítulo. El primer bloque versa sobre el apartado conceptual, el cual está dividido en cinco secciones: la primera de ellas presenta una interpretación sobre el ser humano, de acuerdo a los intereses de investigación, por lo que se presentan conceptos como relaciones naturales, sociales, culturales, historia, hegemonía, entre otros. La segunda sección presenta una comprensión de la subjetividad a partir del lenguaje y la comunicación, y se establece que el ser es comunicarse. La tercera indica cómo la relación cultural y subjetiva se vive desde la vida cotidiana, así como algunas maneras en las cuales las relaciones humanas se pueden producir como ausentes. La Cuarta sección contiene conceptos que explican qué son los medios de comunicación colectiva desde los intereses de esta investigación. La quinta sección expone el concepto de relaciones deshumanizadas y su vínculo con los sectores populares y los grupos de poder económico, así como los conceptos de ideología, hegemonía, entre otros.

El segundo bloque expresa el marco metodológico de referencia. Este bloque está dividido en cuatro secciones. La primera indica las semanas en las cuales se realizará la recolección de noticias de *La Teja* y el tamaño de la muestra. La segunda expresa cómo se realizará el análisis de los discursos de dicho medio. La tercera contiene la concepción y el método para realizar el análisis de recepción. La Cuarta sección indica los instrumentos necesarios para realizar el análisis de industria cultural, se indican las razones financieras utilizadas para explorar los estados financieros de GN. El capítulo finaliza con un recuento de lo estipulado en este capítulo.

2.1 Marco conceptual. El ser humano viviente e histórico

El ser humano produce o niega su vida, y la de los otros y otras, a partir de su actividad. En su actividad, produce relaciones sociales y con la naturaleza. Como apunta Marx (1968), en la relación natural, los seres humanos utilizan la naturaleza como un medio directo de vida. Por ejemplo, al beber agua de los ríos o al comer manzanas silvestres. También, en la

relación natural, el ser humano utiliza la naturaleza para producir tanto medios de producción como productos que permitan vivir, tales como palas, martillos o alimentos. Desde esta perspectiva, que el ser humano viva de la naturaleza quiere decir que es parte de ella, es su cuerpo, en el decir de Marx (1968). En la relación social, los seres humanos producen intereses comunes o contrarios, por lo que cooperan o se enfrentan entre sí de diversos modos y con fines también diversos (Marx y Engels, 1992, p. 161). La relación social establece un cara-a-cara entre los seres humanos, donde se realizan actos dirigidos a otros, los cuales reciben y se contestan, y viceversa, es decir, la relación social es interactiva.

La identificación singular o específica de las relaciones sociales y naturales puede comprenderse como relaciones culturales (Hall, 2010). Algunas relaciones sociales específicas, por ello culturales, pueden ser sexuales o eróticas, pedagógicas, productivas o económicas, deportivas, políticas, religiosas (Gallardo, 2004, 2014; Dussel, 2014), entre otras. Algunas de estas relaciones culturales son necesarias para la producción de humanidad. El ser humano necesita trabajar para producir objetos útiles que le permitan reponer sus energías (alimentos, entre otros) y así poder vivir, como también requiere producir relaciones de género o pedagógicas para reproducir su existencia, por mencionar tres casos.

Dado el carácter social de las relaciones culturales, en las cuales se producen diversos humanos en relación y con intereses comunes o contrarios, los seres humanos se producen en diversos grupos – se agrupan/vinculan – y se singularizan (Gallardo, 2014). Hay grupos de trabajadores, religiosos, deportivos, entre otros. Cuando los seres humanos se hacen singulares, se diferencian unos de otros y otras y del propio entorno, lo cual constituye subjetividades, como se comentará en el siguiente apartado. Para esta investigación, se destacan al menos dos tipos de grupos humanos, porque son los propietarios del periódico en estudio. Existen grupos económicos de poder, los cuales están vinculados con la tenencia o apropiación de medios de producción económica, la institucionalidad política, medios de producción de sentido (Robles y Voorend, 2011; Robles, 2014; Robles, 2017), entre otros. Su apropiación tiene un doble movimiento, mientras concentran medios, otro grupo humano los pierde o se aleja de su posesión. Otros son sectores populares, quienes viven/sufren relaciones deshumanizadas, como más adelante se expondrá.

Otra característica o rasgo de las relaciones culturales está vinculada con el tiempo. Estas relaciones se fijan en el tiempo, se repiten y perduran. Estas pueden perdurar como una conducta subjetiva – ser amable, por ejemplo – o como institución. Para esta reflexión, una institución es una acción cultural fijada en el tiempo. La relación pedagógica solidificada en el tiempo se produce como institución educativa, tal es el caso de escuelas, colegios, que reproducen en el tiempo y el espacio una relación de enseñanza y aprendizaje.

Una relación cultural que interesa destacar es la relación política, la cual, según Dussel (2006), tiene al poder en su núcleo. La consideración inicial de este apartado es que el ser humano puede producir o negar su vida. Bajo esta concepción se pensará el poder. En este sentido, el poder son relaciones humanas en las cuales se puede negar o producir la vida. Para hacer una u otra, se requiere capacidad, es decir, poder-hacer. Como las relaciones humanas son interactivas, las relaciones de poder también lo son. Por lo que estas pueden ser contestadas, se pueden resistir o asumir en algún grado, entre otras posibilidades. Cuando las relaciones de poder impiden la producción de la vida, se comprenden como la capacidad de controlar e imponer modos de vivir a los seres humanos (Foucault, 1988; Duhar, 2006). Cuando las relaciones de poder producen vida, se piensan como la capacidad de cooperar o consensuar con otros y otras, de manera factible, para dirigir la vida humana hacia su profundización/mejora (Dussel, 2006; Duhar, 2006).

La relación política así comprendida puede ejercerse desde instituciones o desde la subjetividad, y puede expresar coincidencias o antagonismos (Gallardo, 2015; Dussel, 2006). Cuando el poder se delega a un representante toma forma como un ejercicio institucional, el cual puede expresarse como un poder constituyente, al producir una constitución y múltiples órganos (instituciones) que la hagan posible, como una institución legislativa, ejecutiva, judicial y/o popular (Dussel, 2006). Como ejercicio subjetivo, la política se ejerce, como diría Gallardo (2015), desde la singularidad de las relaciones humanas necesarias para la producción de vida, por ejemplo ser trabajadora del campo y madre, en su combinación con otras singularidades humanas y culturales posibles.

La utilización de la expresión “relaciones humanas necesarias” vinculada con la noción de poder, enunciada en el párrafo anterior, permitirá precisar más la concepción de poder. Para el punto de vista de esta investigación, las relaciones de poder son las relaciones humanas que son necesarias para producir o negar la vida, tal como sugiere Gallardo

(2015). “Necesarias” significa que siempre están presentes en la humanidad, como las relaciones sexuales, eróticas, de formación de subjetividad, pedagógicas, económicas, de comunicación, entre otras. Desde este punto de vista, no serían relaciones necesarias para la vida, por mencionar dos ejemplos, transportarse en un automóvil o usar un lápiz, en cuanto estos objetos son medios de vida y no medios de producción. En la producción cultural existen múltiples formas de transporte y de escritura. El ser humano no es “dependiente” de un automóvil o un lápiz para vivir (al menos como medio de vida y no de producción), a como si es dependiente del afecto o del trabajo. El uso de un determinado automóvil puede ser símbolo de poder. Pero el carácter simbólico de las relaciones culturales no les convierte en algo distinto de lo que son en lo real. Por ejemplo, el color rojo puede simbolizar el amor o el comunismo, pero el color rojo no es ni amor ni comunismo. Un automóvil en determinadas relaciones culturales puede ser signo de poder, pero eso no lo convierte en tal.

Ahora, otro concepto que se quiere destacar es el de historia. Las relaciones culturales son históricas, es decir, se producen en condiciones que no se controlan enteramente o que no son elegidas por los seres humanos (Marx, 2003, p. 10). En la historia, diferentes generaciones humanas se suceden unas a otras, en donde cada cual transmite a la que le sigue su organización y sentido de la vida, sus relaciones culturales. Esto quiere decir que los seres humanos reciben determinadas relaciones culturales con las que tienen que producir su vida, esto es lo que condiciona, lo que no controlan o no han elegido. Sin embargo, la organización y comprensión heredada se vive de manera diferente por parte de las generaciones que reciben lo heredado, e incluso, lo pueden transformar (Marx y Engels, 1932/1992, p. 181). Esta diferencia resulta del hecho de que cada día que sucede difiere del anterior en sentido estricto (aunque se repitan determinadas relaciones), el tiempo marca una renovación constante de la vida humana. Esto último se comentará más adelante.

La categoría anterior permite formular una noción más acerca del ser humano: la producción cultural es, a su vez, reproducción cultural. La trasmisión de condiciones, contenida en la categoría de historia formulada en el párrafo anterior, implica lo que se conoce como procesos de socialización (Gallardo, 1984) o procesos de incorporación (Williams, 2000). Estos procesos integran a las nuevas generaciones humanas a la

organización y sentido de la vida de la generación anterior. La relación pedagógica cumple, fundamentalmente, pero no exclusivamente, con esta labor.

Como las relaciones culturales se estiman diversas y con intereses comunes o contrarios, e incluso conflictivas, es posible advertir en su reproducción múltiples modos de producción cultural que intentan conservarse y otros que desaparecen o se rezagan. Esto implica pensar en modos dominantes y subordinados. Entonces, en la reproducción cultural existen modos dominantes de actividad o práctica cultural, que pueden cambiar con el tiempo y van marcando los grupos de mayor poder, de los cuales se transmiten sus actividades, significados y sentidos, en donde los modos subalternos o diferentes al dominante se incorporan a él en término medio, es decir, no es una incorporación total.

Los modos culturales dominantes son producidos a través del ejercicio de la coerción y, fundamentalmente, el consenso. Como la actividad humana o las relaciones culturales son interactivas, también existen diversas maneras de responder a la implantación de los modos culturales dominantes, tal como la resistencia o la asimilación, entre otras posibilidades. Para ejercer un modo de producción cultural dominante, se requiere un ejercicio del poder institucional y subjetivo, por lo que se requiere poseer medios de producción económicos y medios de producción de sentido, por mencionar dos casos. Desde la perspectiva de Gramsci (1981), cuando los grupos humanos producen y reproducen sus modos culturales como dominantes o legítimos a través de la coerción y el consenso cultural, entonces producen su experiencia de vida como hegemónica.

2.1.2. La subjetividad como palabra interna: La comunicación como constitutiva del ser

La subjetividad es la unicidad de un ser humano viviente e histórico, lo particular, lo diferente, lo que un ser humano uno es y otros no (Volóshinov, 2009). La subjetividad se produce a partir de la diferencia entre el mundo interno humano y el externo, la distinción entre el sí mismo y el otro humano, y la realidad que le rodea (Marx y Engels, 1992; Sandoval, 2002), el saber que lo otro y el otro no es una extensión de uno mismo. Para decirlo en los términos de Marx (1980), la diferencia se produce cuando un ser humano se relaciona/interactúa consigo mismo. Un ser humano se relaciona consigo mismo cuando se relaciona con otro distinto de sí, pero igual en cuanto parte del mismo género. Es el cara-a-

cara, la interacción, entre humanos diversos lo que posibilita la diferencia y, en consecuencia, la subjetividad, porque solo relacionándose con otro, en el decir de Marx (1980), es posible relacionarse uno consigo mismo. En síntesis, el ser humano reconoce sus límites frente a su entorno cuando se relaciona con otras personas; al relacionarse con alguien diferente, se relaciona consigo mismo. La expresión “posibilidad” no es casual, indica que también la subjetividad puede ser negada. Es posible que los seres humanos no se reconozcan entre sí.

Además de la relación con otro ser humano viviente e histórico, la subjetividad se produce o se niega por el lenguaje, el cual puede concebirse como una acción social en determinadas relaciones culturales que produce significados, acentos, valoraciones y sentido (Sandoval, 2002, p. 23; Volóshinov, 2009, p. 164). El significado es lo decible acerca de la realidad (Barthes, 1997), es decir, lo nombrable, lo cual se produce en el proceso de significación o comunicación. El proceso de significación es la relación entre la palabra autorial, la que uno pronuncia, y la palabra ajena, la de quien se puede escuchar. En dicha relación, un ser humano pronuncia y dirige una palabra a otro distinto de sí mismo, la cual sería la palabra autorial. El otro la recibe como palabra ajena, la escucha, la piensa, la hace palabra interna para responderla al otro o a sí mismo, si la responde a otro la hace externa. En este sentido, el proceso de significación es un diálogo y, por ello, es interactivo. Este intercambio de palabras entre seres humanos diversos, el proceso de significación, produce sentido (Sandoval, 2002). El sentido son explicaciones o comprensiones acerca de lo vivido (Fuentes, 1999).

Como Barthes (1997) y Volóshinov (2009) señalan, el significado y la significación - el sentido puede incluirse - son casi tautológicos o no existen separados. Esto es así, porque el lenguaje es, a su vez, lo que produce sentido. Es decir, el lenguaje como acción social son significados, sentidos, valoraciones y acentos, que a su vez producen significados, sentidos, valoraciones y acentos, los cuales están en constante interacción y relación. Precisamente, este carácter convierte al lenguaje en una relación inconclusa, en constante generación (Volóshinov, 2009; Sandoval, 2002). En esta línea argumentativa se puede agregar la existencia de unidades mínimas y más elaboradas de significación o comunicación. Un enunciado, una sola palabra, es una unidad mínima que evoca diversos significados o sentidos. Por ejemplo, la expresión “rojo” puede transmitir el sentido “amor” o

“comunismo”. Las unidades más elaboradas son los discursos, articulaciones de diversos enunciados, como en una cadena. Por ejemplo, la expresión “más sabe el Diablo por viejo, que por Diablo” indica una relación cultural donde la experiencia acumulada es considerada como legítima.

Como se mencionó anteriormente, las diversas relaciones culturales producen seres humanos y grupos diversos con intereses coincidentes o contrarios. Estos grupos humanos diversos utilizan un mismo lenguaje, enunciados y discursos, como consecuencia de ello el lenguaje es multiacentuado (Sandoval, 2002; Volóshinov, 2009). Precisamente, es el carácter multiacentuado del lenguaje el cual produce diversas valoraciones y acentos. En este sentido, Sandoval (2002) señala que los diferentes grupos humanos procuran acentuar y valorar el lenguaje de tal manera que sus relaciones culturales y sentido de la vida (comprensión) resulten ser reconocidas como legítimas (p. 23). En el decir de Volóshinov (2009): “el signo llega a ser la arena de lucha de clases” (p. 47). Desde este punto de vista, nombrar es un acto de disputa entre grupos humanos diversos, es también un ejercicio de poder. Resulta sugerente que, pese a esto, tal como indica Volóshinov (2009), el lenguaje se presenta como neutral, es decir, sin conflicto, sin referencia al poder.

Como se estableció más arriba, el lenguaje produce subjetividad. En primera instancia, esto es así, porque los enunciados y discursos producidos por el lenguaje permiten formular explicaciones o sentido acerca de la diferencia. En segunda instancia, el lenguaje como acción social, a través de los pronombres personales, permite que un ser humano se relacione con otro y a la vez se diferencia de ese otro con pronunciar el enunciado “Yo” (Benveniste, 1999). Quien dice “yo” a la vez dice “tu” o “vos”. “Yo” nombra a un ser humano específico/singular y a su vez refiere a otro distinto de él, “tu” o “vos” (Benveniste, 1999, p. 181). Los pronombres personales nombran la unicidad de un ser humano y al mismo tiempo su diferencia. Sobre este respecto, Volóshinov (2009) sugiere que la palabra interna al estar dentro de uno mismo y tener carácter expresivo, es el indicador más sensible de la subjetividad. Para el punto de vista que aquí se desarrolla, subjetividad y palabra interna son sinónimas.

Que los pronombres personales sean acciones culturales que permiten la diferencia, lo cual posibilita la subjetividad, y su carácter interactivo, propio del lenguaje, permite

sintetizar, como sugiere Bubnova (2006), citando a Bajtín, que “ser es comunicarse” (p. 104). Esta asociación entre el lenguaje y el ser, permite sugerir que la comunicación, o la producción de sentido, permiten los vínculos entre los seres humanos y, por lo tanto, es constitutiva de las relaciones culturales, tal como sugiere Sandoval (2010). Que el lenguaje sea una “arena” de lucha de clases, es decir, que también sea un ejercicio del poder, implica que los vínculos culturales constituidos por el lenguaje también se encuentren atravesados por el poder. Por último, el proceso de comunicación tanto como el lenguaje y su carácter, se producen en un contexto histórico específico. No hay comunicación fuera de la historia (Sandoval, 2002; Volóshinov, 2009).

2.1.3. Las relaciones culturales, palabra interna y vida cotidiana. De la presencia a la ausencia

Las relaciones culturales y la palabra interna se encuentran definidas de manera temporal y espacial. El tiempo marca una renovación constante del ser humano, cada día guarda su distinción del anterior, pese a la reproducción cultural, pues cada segundo que pasa es un segundo muerto, que no regresará jamás. En el decir de Marx (1980), “todo hombre muere cada día 24 horas más” (p. 246). Esta muerte continua es una suerte de actualización, de renovación constante, en el marco por supuesto de la historia. Es decir, los individuos y grupos humanos no esquivan a la muerte (Alvarado, 2010). En dicha renovación, el tiempo integra a la producción humana referencias de pasado, presente y futuro (Sandoval, 2002). En este sentido, como sugiere Sandoval (2002), el presente de una palabra interna puede ser comprendido a través del pasado (memoria) o por ausencia de pasado (olvido), entre otras referencias. El tiempo no existe fuera del espacio (Sandoval, 2002). Así, el ser humano viviente e histórico se produce a partir de referencias espaciales (Tristán, 2015), tales como geografía, barrio o ciudad, entre otras.

El ser humano es integral, no existe en pedazos o fragmentos cual rompecabezas desperdigado. Las relaciones culturales y la palabra interna se producen al mismo tiempo y espacio, son una totalidad de partes distintas que en su interacción se hacen mutuamente. Su diferencia, sin embargo, no es cuantitativa o cualitativa, su diferencia, como sugiere Volóshinov (2009), es de grado. En este sentido, lo subjetivo es tan cultural como lo cultural es subjetivo. Examinar sus distinciones de grado no es objeto de esta reflexión, así

que no se desarrollarán. Sin embargo, se menciona este punto para clarificar esta exposición lo mejor posible.

Las relaciones culturales y la subjetividad toman forma en la vida cotidiana (Kosik, 1967; Sandoval, 1997, 2002). La vida cotidiana es la organización día tras día de la producción humana, los hábitos, rutinas y el sentido común, entre otros. Por así decirlo, el ser humano se alista en la vida cotidiana para vivir las relaciones culturales desde su palabra interna. Lefebvre (1983) advierte en la cotidianidad una dinámica ausencia-presencia. Un ser humano puede estar a la espera de producir amor o trabajo, puede ser en ausencia. Luego, puede estar en presencia al amar a una persona o al poseer medios de producción para trabajar. Desde este punto de vista, la ausencia y el devenir en presencia es parte de las producciones culturales. El lenguaje quizá es la expresión más clara de esto. Este no es capaz de nombrar toda la producción cultural. El acto de nombrar siempre es un acto incompleto, en este sentido, el lenguaje contiene presencias (lo representado) y ausencias (lo que se escapa a la representación). En la vida cotidiana, sugiere Lefebvre (1983), si la ausencia no deviene en presencia, se puede producir un vacío en la vida cotidiana, con ondas implicaciones para las relaciones culturales. Si la ausencia de trabajo no se transforma en presencia, el ser humano no puede reproducir su existencia corporal ni espiritual.

Entonces, una característica de las relaciones culturales es la ausencia-presencia y la presencia-ausencia. Sin embargo, la ausencia definitiva o “sin esperanza de presencia”, como le llama Lefebvre (1983, p.187), produce dificultades para las relaciones humanas. La ausencia sin presencia es producto de una determinada/específica relación cultural. En este sentido, de Sousa (2006) clasifica cinco maneras en las cuales la ausencia sin presencia es producida en las relaciones culturales. Dicho autor estima que algunas ausencias se producen cuando la diversidad de la realidad se reduce a algunos tipos de realidad. Una de estas maneras de producir ausencia sería la que deslegítima todos los conocimientos salvo el científico. Este último sería el válido y riguroso. Así, el conocimiento campesino, indígena, entre otros, se produce como ausente porque se discrimina. Se produce como algo que no importa.

Otra de las maneras de producir ausencias, según de Sousa (2006), parte de la idea según la cual la historia tiene una dirección establecida y, por tanto, las relaciones culturales

tienen como fin esa dirección. Para el autor, la consideración anterior establece una línea entre “atrasados” y “adelantados”, lo atrasado se produciría como “residual”. Este carácter residual lo convierte en ausente. Así, por ejemplo, la noción según la cual existen países “desarrollados” y “subdesarrollados” establece a los países “subdesarrollados” como algo residual, lo cual produce su ocultamiento/ausencia. Otra manera de producir ausencias radica en la inferiorización. La diversidad cultural implica diferencias. En este modo de producir ausencias, las diferencias culturales se jerarquizan a partir de deslegitimizar algunas de ellas. Es el caso, por ejemplo, de la inferiorización del género femenino o de la etnia indígena. Esta deslegitimación, al igual que la concepción de atrasado/adelantado, reduce u oculta la realidad a partir de su inferiorización.

Una cuarta manera de producir ausencias es la producción de realidades dominantes con carácter universal. Esto significa que determinadas prácticas humanas se consideran válidas para cualquier relación cultural en cualquier tiempo y espacio. Es el caso del neoliberalismo, que tiene como utopía representarse como el único modo de producción económico posible (Hinkelammert, 1993). Para de Sousa (2006), el universalismo requiere producir “particularidades”, lo cual reduce la realidad o la limita. Así, por citar otro caso, la cultura estadounidense se presente como universal y, por tanto, la gran diversidad cultural de otras regiones o países se produce como particular/local, con un sentido reduccionista. Por último, la quinta manera de producir ausencia está ligada con la economía. Lo presente es la productividad capitalista, el producir objetos y realizar servicios de una manera cada vez más rápida y con menos recursos. Cualquier otra manera de producir contraria a la anterior, se representa como improductiva. Por tanto, como ausente.

2.1.4. Medios de comunicación colectiva

Los medios de comunicación colectiva son instituciones que producen o niegan sentido en determinadas relaciones culturales (Sandoval, 2002; Hall, 2010), el carácter de esta institución puede ser público, privado o un modelo mixto entre ambas alternativas, entre otros casos posibles, como el cooperativo, por citar un ejemplo. Lo anterior sugiere la capacidad de los medios de suministrar o negar enunciados o discursos con los cuales cada palabra interna y grupo humano podrían entenderse a sí mismos y su entorno. Desde este punto de vista, la producción de sentido en su vínculo con los medios de comunicación

colectiva puede comprenderse como un proceso de producción, circulación, consumo y reproducción. En este proceso, sugiere Hall (2010), siguiendo a Marx (1980), cada hecho es autónomo del otro y a su vez se relacionan y necesitan mutuamente. Esto último sugiere la diferencia e independencia de cada hecho, su interactividad y la imposibilidad de la existencia de uno sin el otro, por ejemplo, la circulación no puede existir sin la producción o la producción sin el consumo, entre otras relaciones posibles y necesarias. En este proceso, desde el punto de vista del discurso periodístico, el sentido aparece bajo la forma de un objeto simbólico denominado noticia.

Una noticia es una interpretación de las relaciones culturales, producida a partir de discursos, enunciados y diversos recursos visuales. La expresión “interpretación” indica que las noticias no expresan ni reproducen un “reflejo fiel” de la producción humana, aunque los medios intentan presentarse como los representantes de dicha producción (Rodrigo-Alsina, 1993; Tristán, 2015). En esta interpretación, los medios definen la visibilidad de ciertos eventos y actores en determinado espacio-tiempo a través de la tipificación, encuadre y jerarquización de ciertos acontecimientos, donde lo presente es tan importante como lo ausente (Sandoval, 1998, 2002; Hall, 2010).

La producción es el inicio del proceso, en el cual se hace la noticia o el objeto simbólico. En esta producción, el trabajo lo ejercen profesionales de la comunicación. La organización del trabajo está vinculada con las instrucciones de la institución mediática, donde, por ejemplo, se indican de forma implícita o explícita las informaciones que se convierten en noticia. También, la organización del trabajo está vinculada con las rutinas de producción, habilidades técnicas, tecnología, ideologías profesionales, las fuentes y las definiciones y presupuestos sobre las audiencias (Martini, 2002; Hall, 2010). El carácter de la institución mediática ejerce influencia en la producción, no es lo mismo producir noticias para generar cada vez más ganancias que producirlas con el objetivo de difundir diversas ideas. De igual manera, los ingresos y costos, como cualquier proceso de producción, inciden en la elaboración del producto, en este caso, la noticia.

Desde la perspectiva de Adorno y Horkheimer (1981), los medios pueden interpretarse como industrias culturales, esto implica pensar la producción de objetos simbólicos, en este caso noticias, de manera industrial; es decir, producidos en serie, de manera estándar, con

división del trabajo y en torno a la lógica de generar excedentes económicos. Los medios como industrial cultural pueden asociarse a medios de comunicación propiedad de grupos de poder económico que mantienen una agenda noticiosa hegemónica. Pero también es posible asociarlos a medios de otro carácter, tal como sugiere la UNESCO (1982). Entre los que pueden destacar libros, radios, periódicos, entre otros, con fines educativos o con la intención de difundir ideas plurales. En síntesis, para la perspectiva de industria cultural destaca la manera de producción industrial de los medios de comunicación, así como sus fines, entre los que destacan homogenizar la cultura o mostrar su diversidad.

Otras características que se pueden vincular con la producción mediática son la concentración y participación en los medios. La concentración remite a la propiedad sobre los medios de producción de sentido, si se concentran en pocas manos o si son administrados de manera colectiva, por citar dos ejemplos. La participación indica la capacidad de incidencia de la ciudadanía en la producción de contenido mediático, así como en las políticas públicas sobre ellos (Mastrini, 2017). Desde la perspectiva de la concentración y participación, se puede destacar una sugerencia de van Dijk (2009) acerca del acceso a los medios de producción de sentido. Para van Dijk (2009), quienes controlan el acceso a los medios tienen mayor posibilidad de incidir en los contenidos de los discursos producidos y, por lo tanto, controlar la exposición de determinados sentidos o interpretaciones sobre la realidad. Una última característica sobre el proceso de producción mediática que se destacará, vincula a la producción con su entorno económico, en el cual destacan las condiciones macroeconómicas del mercado de medios de comunicación colectiva, el papel de las tecnologías de la comunicación e información en la industria cultural, así como en actividades económicas y cotidianas necesarias para la organización de las relaciones culturales (Becerra y Mastrini, 2006; Zallo, 2011).

La circulación de la noticia tiene lugar bajo la forma de enunciados y discursos, en los cuales el lenguaje realiza su aparición más explícita, por así decirlo, dado que, en el proceso de producción, el lenguaje también participa, como cuando los trabajadores se coordinan o no a través de múltiples significados. En la circulación, los enunciados y discursos de la noticia se distribuyen en las relaciones culturales. Para que la noticia se distribuya, sus significados tienen que estar vinculados con sentidos vigentes y cotidianos, así como contar con un grado de veracidad. Esto último refiere al vínculo entre los medios y los seres

humanos, el cual es comprendido como relación de adhesión (Imbert, 2003), contrato de lectura (Sunkel, 2002) o contrato pragmático fiduciario (Rodrigo-Alsina, 1993). Entre los elementos que componen el contrato se encuentran: el lenguaje utilizado, el enfoque (entretenimiento o informativo) y los temas, entre otros. Por último, van Dijk (2009) sugiere que el contexto influye en la circulación del discurso, pues define quiénes, cuándo, dónde y con qué objetivos se producen determinados significados.

En la circulación, los discursos y enunciados se producen de diversas formas, a la sazón de lo nombrado (el qué), la manera (el cómo) y la técnica empleada. Estas diversas maneras pueden comprenderse como modalidades enunciativas y discursivas. Una de estas modalidades vinculadas con la técnica remite a algunos géneros periodísticos (Warren, 1975; Caparrós, 2015), tales como la noticia, la entrevista o la crónica. Otras modalidades remiten a análisis más profundos sobre el sentido producido o negado por los medios. Por ejemplo, Martín-Barbero (1992) sugiere la existencia de discursos y enunciados que exageran la vida cotidiana de los sectores populares, donde lo popular es nombrado a la vez que negado, a los cuales llama melodramas. Esta propuesta tiene semejanzas con la de Imbert (2003) acerca de la hiperrealidad producida por los medios. En esta perspectiva, algunos significados producidos por los medios nombran las relaciones culturales de una manera especular, en la cual la ficción se confunde con la realidad. Lo anterior es interpretado, de acuerdo con Berrocal, Redondo y Campos (2012), como que algunas modalidades enunciativas y discursivas producen sentido con un enfoque de entretenimiento, denominado infoentretenimiento. Para esta interpretación, la vida cotidiana se mezcla o combina con el espectáculo. Para las autoras, esta mezcla sugiere por parte de los medios de comunicación una interpretación de las relaciones culturales, incluida, desde luego, la política, a partir de la emotividad, la diversión y la teatralización.

Otra modalidad enunciativa y discursiva es el sensacionalismo, el cual contiene significados ligados al crimen y la violencia. Langer (1998) sugiere que este tipo de modalidad produce sentido en torno a un drama fatal, como la muerte de un ser querido o una violación, entre otros. Si se piensa desde lo estipulado por Langer (1998), sería posible advertir un carácter político al melodrama, al infoentretenimiento y al sensacionalismo. Las modalidades enunciativas y discursivas de este tipo sugieren horizontes limitados de la

existencia vivida, al proponer explicaciones de la realidad limitadas al espectáculo o al drama, por citar dos ejemplos.

En cuanto al consumo o recepción, este hecho expresa la relación entre los seres humanos y los medios de comunicación, en la cual la modalidad enunciativa y discursiva producida por los medios es recibida por la subjetividad, es decir, es objeto de su representación y es resignificada por esta: la palabra ajena de los medios se lee, se ve o se escucha y a la vez se piensa con la palabra interna. En esta interacción entre la palabra ajena de los medios y la palabra interna, se configura un grado de la subjetividad. Por citar un caso desde las relaciones deshumanizadas, los discursos de los medios pueden dejar huella en la subjetividad de manera negativa, al hacer que sus receptores sientan vergüenza de la comunidad en la que viven (Sandoval y Fonseca, 2006; Tristán, 2015) Además, la recepción depende de la oferta existente de medios: “no se impone el gusto, pero está limitado y delimitado por aquello que se programa con más frecuencia y es a partir de esto y no de otras posibilidades, que se configuran representaciones” (Sandoval, p. 94, 1998). Entonces, la escogencia de un medio de comunicación para su consulta, es decir, la recepción o el consumo, está “limitado” y “delimitado” por la oferta.

En el consumo o recepción, los seres humanos pueden comprenderse a partir de un “ámbito” semejante de significación, constituyendo así “comunidades interpretativas” (Orozco, 1997; 2010), en las cuales se comparten diversas experiencias culturales, tales como la familia, la educación, el uso de tecnología, entre otras. Así, la interpretación o resignificación de la palabra ajena se produce en razón de múltiples experiencias culturales (mediaciones), donde esta puede girar al redor de la internalización o la impugnación, entre otros matices. Por ejemplo, una noticia sobre un homicidio por narcotráfico puede leerse desde la mediación de ser joven sin trabajo de zona urbana perteneciente a un barrio en el cual se venden “drogas” (significación semejante a la de otros y otras). Desde esta experiencia cultural, la noticia puede resignificarse como normal o como exagerada, se puede asumir o rechazar. Además, como sugiere Sandoval (2013), la recepción se produce a partir de conjuntos discursivos en dominancia. Esto es, la noticia se recibe a la vez que otros discursos y enunciados interpelan la palabra interna o subjetividad, en donde existen discursos y enunciados que tienen mayor preeminencia que otros.

Finalmente, en el proceso de producción de sentido vinculado a los medios, la reproducción apela a la apropiación por parte de las comunidades interpretativas de los significados y sentidos sugeridos por los medios. Aquí, la palabra ajena de los medios se emplea para producir sentido, es decir, se utiliza para nombrar vivencias cotidianas (Sandoval, 1996, 1998). El periódico *La Teja* nombra al ex presidente de la República como “Luisgui”, en alusión a su nombre Luis Guillermo Solís. Referirse al presidente como “Luisgui”, sería un ejemplo de reproducción en el proceso de significación de los medios.

2.1.5. Sectores populares, grupos de poder y relaciones deshumanizadas

Se ha dicho que las relaciones culturales y la subjetividad se pueden negar. Esto es así, porque la producción cultural puede dificultar la producción humana: el ser humano puede construirse como un ser “envilecido, esclavizado, abandonado, despreciable” (Marx, 1992, p. 77). Este tipo de producciones humanas se entenderán como relaciones deshumanizadas. Estas pueden clasificarse de la siguiente manera: las que impiden la construcción de subjetividades autónomas y con autoestima (Gallardo, SF), relaciones de sujeción; las que impiden al trabajador apropiarse de la riqueza que producen, relaciones de explotación; y, finalmente, las que destruyen la naturaleza, relaciones de exterminio. Así, un joven que se le impida vestirse como estime apropiado, lo cual también es socialmente producido, sufriría relaciones de sujeción. Además, el mismo “joven” puede carecer de medios de producción y, por lo tanto, vivir situaciones que dificulten apropiarse de la riqueza producida por el mismo: sufre de relaciones de explotación y sujeción. Entre otros casos posibles y múltiples.

Como las relaciones deshumanizadas son culturales, es posible inferir que estas también son interactivas. Por lo tanto, al recibir la relación deshumanizada, esta puede responderse para otros o para sí mismo, lo que implica desde luchar para erradicar la deshumanización hasta sufrirla pasivamente (Gallardo, SF; Castro, 1964; Guevara, 1977). Quienes viven/sufren las relaciones deshumanizadas desde la lucha o la pasividad se entenderán como sectores populares. También, se puede ser sector popular sin vivir en carne propia la sujeción, explotación o el exterminio. Cuando el sufrimiento del otro o la otra causa indignación, a como sugiere Guevara (1997), es posible producirse como sector popular. Aunque esta indignación, también, puede traducirse en pasividad o lucha. Por último,

también los sectores populares pueden ejercer relaciones deshumanizadas. Un trabajador explotado puede ejercer el machismo, por mencionar un caso.

Entre los factores que facilitan las relaciones deshumanizadas se encuentran: la exclusión de una gran parte de los seres humanos de medios de producción económica y de sentido, y, como correlato, la concentración de estos medios por un pequeño grupo – llamado en esta reflexión como grupos de poder –, tal como sugiere Marx y Engels (1992). También, las relaciones deshumanizadas pueden valorarse desde la reproducción, la cual puede ser subalterna o hegemónica, entre otras. Cuando la reproducción de las relaciones deshumanizadas es hegemónica y se valora desde la producción de sentido, es posible identificar grupos humanos que poseen medios para producir explicaciones (sentido) sobre las relaciones culturales y la subjetividad, influyendo en término medio en el sentido de quienes carecen de estos medios. Cuando esto ocurre, para Marx y Engels (1992), la producción de sentido hegemónica corresponde y coincide con el punto de vista producido por los grupos que poseen estos medios. Es decir, el sentido de los grupos de poder se impone a la sociedad como el punto de vista común y general.

Al tratarse de relaciones deshumanizadas dominantes, el sentido dominante dificultaría la manera en la que se explica vivir la explotación, la sujeción o el exterminio. Cuando el sentido impide o dificulta, el sentido es ideológico. En la producción de sentido, la ideología dificulta el reconocimiento de las relaciones deshumanizadas y al mismo tiempo es una explicación sobre ellas. Por ser parte del sentido, la ideología produce una explicación de lo vivido y, por tanto, subjetividad, o, como diría Althusser (2008), interpela a los seres humanos convirtiéndolos en sujetos. La dificultad se produce porque formula una explicación insuficiente de lo vivido, al privilegiar un aspecto de la totalidad de la experiencia humana, en detrimento de otras, tal como propone Hall (2010).

También es posible sugerir, en correspondencia con relaciones de poder con las cuales se produce vida, relaciones culturales que permiten o faciliten “insumos” con los cuales los sectores populares pueden suprimir de manera completa o en término medio las relaciones de sujeción, explotación y exterminio. Desde la producción de sentido, los medios de comunicación “comunitarios”, como les llaman Mata y Scaraffia (1993), al representar el punto de vista de los sectores populares, sus dolores, sueños y luchas, aspiran a la

producción de horizontes de futuro en los cuales las relaciones deshumanizadas no sean hegemónicas. También, en este mismo sentido, la producción de pedagogías para la vida, como les llama Ducca (2006), inspirada en Carmen Lyra, sugiere maneras de aprender y enseñar en las cuales se promueva la satisfacción de necesidades humanas y la superación de las relaciones deshumanizadas que las niegan. Existen diversas relaciones humanas con las cuales los sectores populares, junto con otros sectores de la sociedad, aspiran a producir otra manera de organizar la vida, como partidos políticos y movimientos sociales, entre otros, con maneras y fines diversos. Incluso, como destaca Rodríguez (1997), la experiencia vivida de solidaridad, de compartir el pan y la caricia, es una fuente de práctica y de sentido con el cual los sectores populares contestan y critican, desde fuera, las relaciones deshumanizadas.

Ahora, interesa destacar el vínculo entre las relaciones deshumanizadas e ideología, comentado párrafos arriba. En este sentido, un ejemplo de ideología lo destaca Sandoval (1998) al observar que los trabajadores de la construcción perciben que su salario no corresponde con lo trabajado, es decir, perciben que no se apropian de todo el producto de su trabajo. Por tanto, reconocen la explotación. Para comprender la explotación, los trabajadores recurren a la “nómina salarial”, la cual indica las horas trabajadas y el monto a pagar por ellas, como método para saber la parte de la riqueza que les toca. La nómina es un sentido o explicación insuficiente sobre lo vivido, pues privilegia solo un aspecto de la totalidad que puede vivirse en la industria de la construcción. Carecería, por ejemplo, de una explicación coyuntural de bajos salarios y no pago del salario mínimo, así como de historia: las relaciones de explotación. Desde este punto de vista, la nómina salarial es ideológica.

Junto con las instituciones políticas, educativas, entre otras, algunos medios de comunicación tienen participación en la producción de sentido hegemónico. Se estima que su participación es diversa. Como también existen medios de comunicación colectiva contra hegemónicos. En cuanto a los hegemónicos, si se atiende el punto de vista formulado por Marx y Engels (1992), una manera de establecer dicha participación es considerar que algunos medios de comunicación producen sus noticias con un sentido semejante al hegemónico, que al mismo tiempo ayudan a producirlo como tal, es decir, se impone un punto de vista en la sociedad. Si el objetivo es producir el neoliberalismo como

hegemónico, entonces el medio enmarcaría sus significados en torno al neoliberalismo: el neoliberalismo estaría presente en sus enunciados y discursos. Tal es el caso del periódico *La Nación*, del cual varios estudios han formulado la semejanza o coincidencia de sus informaciones con los contenidos del neoliberalismo hegemónico (Martín, 2005; Sandoval, 2007; Fournier, 2009; Robles y Voorend, 2012).

Si se atiende a otro punto de vista (Langer, 1998; Morley, 1999; Sandoval 2002; 2007), es posible valorar otra manera de participación de los medios en la producción de sentido hegemónico, además del anterior. En esta manera, los sentidos producidos por el medio se presentan como ausentes: discursos y enunciados carecerían de referencias temporales, espaciales, contextuales, de producciones humanas culturales y subjetivas, tales como las relaciones deshumanizadas, entre otras. Los discursos no se enmarcan alrededor de los significados y sentidos hegemónicos. Desde esta perspectiva, el neoliberalismo, siguiendo con el ejemplo anterior, puede producirse como hegemónico si se ausenta de determinados enunciados y discursos. En este caso, no se impone un punto de vista a la sociedad.

Ambas maneras de producir un sentido como hegemónico pueden valorarse como ideologías. En el caso de la que se presenta como ausencia, al carecer de determinados significados, facilitaría sentidos insuficientes sobre lo vivido o la vida cotidiana, y, por tanto, podría clasificarse como ideológica. Como se mencionó anteriormente, Lefebvre (1983) y de Sousa (2006) estiman como perjudicial, para la producción humana, la ausencia que no puede transformarse en presencia. Por ejemplo, la ausencia de sentidos sobre el poder en la vida cotidiana puede perjudicar el ejercicio político.

En esta línea ideológica se encuentran las modalidades enunciativas y discursivas nombradas como infoentretenimiento, sensacionalismo y melodrama, entre otras varias. La mezcla de un sentido de la realidad con la ficción, en detrimento de lo real, produce ausencias. La expresión “en detrimento de lo real” significa que la mezcla entre ficción y realidad evita nombrar lo sustantivo, hay algo que no se dice. Es la ausencia sin esperanza de presencia de la que habla Lefebvre (1983). En el ejercicio político, las ausencias son de todo tipo: un medio puede carecer de sentidos que aludan a grupos humanos que ejerzan relaciones deshumanizadas, es decir, no nombrarlos, como que el caso del periódico *La Cuarta* de Chile (Sunkel, 2002); o carecer de referencias históricas en sus explicaciones,

como *La Nación* (Sandoval, 2002). Este carácter se entenderá como ideología de la ausencia y se estima como negación de sentido.

2.2. Marco metodológico

2.2.1 Para un análisis de los discursos del periódico *La Teja*

Para la realización del análisis de los discursos de *La Teja*, esta investigación desarrolla el método propuesto por Mata y Scarafía (1993) para analizar discursos radiofónicos, con una leve adecuación para el material periodístico de elaboración propia. Dicho método estudia los discursos a través de un análisis estructural, referencial y enunciativo, el cual se detalla más adelante. La fuente de análisis se enmarca en dos coyunturas políticas, como se mencionó en el capítulo 1, en el referendo sobre el TLC y en la concesión de los Puertos de Moín-Limón.

En concreto, se analizará la oferta de noticias que *La Teja* expuso al público una semana antes, durante y una semana después del día del referendo, el 7 de octubre del año 2007, y una semana antes, durante y después de la fecha en la cual SINTRAJAP realizó una acción política en contra de la concesión portuaria, la cual fue el 22 de octubre del año 2014. Se utiliza una semana, porque, como sugieren Mata y Scarafía (1993), es en este período de tiempo que los medios de comunicación establecen una determinada programación. Siendo que se estudian coyunturas políticas, una semana antes, durante y una después de las fechas establecidas sería posible observar si la programación del medio continúa con normalidad o se dirigió a nombrar las coyunturas. Además, se utilizan fechas con 7 años de diferencia para percibir si la oferta de noticias ha cambiado a lo largo del tiempo o se mantiene constante.

Para el caso del análisis estructural, el cual se aplica a todas las secciones del medio, se tiene una muestra de análisis de 1.227 noticias para el caso de la coyuntura sobre el referendo del TLC y 1.125 noticias para el caso de la coyuntura de la concesión portuaria. El análisis referencial y enunciativo se aplica a todas las noticias clasificadas como políticas (ver cuadro 1). En el caso de la coyuntura del referendo sobre el TLC, el análisis referencial estudia 104 noticias y el enunciativo explora 36 noticias. Mientras que en el caso de la coyuntura de la concesión portuaria, el análisis referencial estudia 14 noticias y el enunciativo 9 noticias. El análisis enunciativo cuenta con menos noticias que el

referencial porque se excluyeron las noticias de poca extensión y elaboración, y con un gran contenido de imágenes, para realizar el análisis. Por último, para realizar el análisis del discurso, se realizan categorías propias para clasificar lo presentado por *La Teja*. Por tanto, se realizan categorías sobre las secciones del medio, así como para los temas, ideas principales, actores, entre otros.

2.2.2. Análisis estructural, referencial y enunciativo

2.2.2.1 Análisis estructural

El análisis estructural descompone el discurso o el enunciado en una determinada clasificación para su posterior contabilización. Esto permite identificar la cantidad o frecuencia de noticias que el medio de comunicación hace públicas. Con ello, se puede distinguir el perfil del medio, por ejemplo, si tiene un perfil para entretener o informar (Mata y Scarafía 1993; Fonseca y Sandoval, 2006). Además, para los fines de esta investigación, el análisis estructural permite observar cuantas noticias sobre política – clasificadas, a su vez, en de interés público o sin interés público – oferta *La Teja* en las semanas seleccionadas de las coyunturas políticas. Por noticias de interés público se entienden aquellas que tematizan la política, la economía y las relaciones internacionales; mientras que las de sin interés público comprenden las dedicadas al ocio, los sucesos, el entretenimiento y los deportes (Boczkowski y Mitchelstein, 2015). La clasificación realiza para el análisis estructural guarda estrecha relación con las secciones sugeridas por el periódico porque, como indica Martini (2000), las secciones que sugieren los medios de comunicación exponen determinadas maneras de clasificar el mundo y, por tanto, indican una manera de leerlo. Es decir, se considera que las secciones sugieren un sentido acerca de la realidad, por lo que la clasificación será cercana con ese sentido sugerido. Este análisis se aplicará a todas las secciones del medio.

El siguiente cuadro contiene las secciones del periódico *La Teja* y la clasificación realizada para este estudio a partir de varias categorías. La clasificación se realiza desde el punto de vista de los géneros periodísticos. Fundamentalmente, se agrupa la oferta comunicativa de acuerdo a su grado de veracidad, por ejemplo, si es noticia (mayor grado de veracidad), entrevista (menor grado de veracidad) o editorial (poco o nulo grado de veracidad), a continuación se explica el cuadro 1.

Cuadro 1. Secciones del periódico *La Teja* y clasificación para el análisis estructural

Secciones de <i>La Teja</i>	Categorías y contenido
Nuestro tema: contiene noticias “raras” o “curiosas” nacionales o internacionales.	- Nacionales: contiene noticias sobre el país que no tematizan la política.
Sucesos: contiene noticias sobre delitos o elementos violentos del país.	- Sucesos: contiene toda la sección de sucesos del diario.
Nacionales: contiene informaciones varias dentro de Costa Rica.	- Internacionales: incluye las noticias de la sección “mapamundi”.
Con voz: ocupa tres elementos, entrevistas donde se consultan a personas sobre determinados temas, una sección de quejas (“dígalos aquí”) y “Chepito”, realiza un comentario sobre temas nacionales o internacionales, no es firmada por ningún periodista o columnista.	- Entretenimiento: contiene “al chile” y “Pa Jugar”.
	- Deportes: incluye “desde sol”.
	- Publicidad: anuncios publicitarios.
	- Editorial: Chepito.
	- Otros: “Con Voz” (exceptuando “Chepito”), “ <i>La Teja + Hot</i> ” y las diversas columnas del medio.
Mapamundi: contiene noticias internacionales y una sección denominada “Mundo picante”, que versa sobre temas de diversidad sexual de Costa Rica y otras partes del mundo.	Del análisis de excluyen los clasificados.
Al chile: versa sobre la “farándula” nacional o internacional, menciona temas de espectáculo.	
Desde sol: trata sobre deportes nacionales o internacionales.	
<i>La Teja + Hot</i> : muestra una mujer posando en traje de baño.	

Pa jugar: incluye diversos tipos de juegos, historietas y el horóscopo.

Clasificados y columnas de opinión: se presentan diversos artículos, ofertas laborales y columnas, las cuales son de diverso tipo, tales como nutrición y sexualidad.

Fuente: Elaboración propia a partir de la oferta del periódico *La Teja*.

Como se observa del cuadro 1, *La Teja* tiene una sección denominada “Nuestro tema”. Esta sección se incluyó en la categoría “nacionales” cuando versa sobre asuntos ocurridos en Costa Rica y en “internacionales” cuando se refiere a temas de otros países. También, el medio tiene una sección denominada “Al chile” en la cual se tematiza la farándula. Esta sección, junto a otras, se incluye en la sección nombrada como “entretenimiento”. La sección deportiva de *La Teja* llamada “Desde sol” se incluyó en la categoría “deportes”.

2.2.2.2. Análisis referencial

El análisis referencial quiere dar cuenta de la realidad nombrada en los discursos, es decir, dar cuenta de aquello de lo que habla la noticia (lo que dice), a sabiendas de que el decir ocurre a través de las normas del lenguaje (sus posibilidades), las disputas producidas en el lenguaje por legitimar determinadas experiencias de vida, los valores de quien escribe la noticia y el medio para el que se escribe (Volóshinov, 2009; Mata y Scarafía, 1993; Sandoval, 2002; Tristán, 2015). Para evaluar qué dicen las noticias, las autoras proponen identificar el tema, la idea principal o ítems, el lugar, el tiempo, las fuentes y los actores. Con respecto al tema y los ítems, las ideas principales sugieren significados específicos proporcionados por la noticia que pueden ser articulados en una idea global, el tema. Con ambos se puede ubicar lo que el medio considera de interés para que sea conocido. En cuanto al tema, la recomendación de van Dijk (1990) es ubicarlo en el titular de la noticia, aunque, como advierte Mata y Scarafía (1993), el tema no puede asociarse simplemente a un título, pues el título y el contenido no siempre coinciden; además, el autor sugiere ubicar los ítems en el primer párrafo del texto periodístico o noticia.

La noticia se elabora a partir de fuentes o de la realidad experimentada por el periodista (Mata y Scarafia, 1993; Martini, 2000). Entonces, el registro de las fuentes permite valorar lo que el periodista ha utilizado o ignorado de la realidad para elaborar la noticia. Para Mata y Scarafia (1993), las fuentes pueden aparecer en la noticia de manera explícita o implícita. Cuando se identifica de dónde viene la información menciona, la fuente es explícita, como por ejemplo, una agencia de noticias o una institución privada, por el contrario, cuando no se identifica, se establece que la fuente es implícita. Las explícitas son del tipo directa, el informante aparece nombrado entre comillas (lo que dice aparece en el texto de manera literal), y del tipo de cita, donde el productor del discurso hace referencia al informante, por ejemplo, “según” el presidente paso “x” o “y” situación. Además, según las autoras, las fuentes pueden clasificarse en institucionales, periodísticas y personales.

Con el lugar y el tiempo es posible percibir si lo nombrado por el medio contiene perspectiva histórica, si, por ejemplo, lo nombrado tiene vínculo al pasado, presente y futuro, y un contexto en el que ocurre. Para Mata y Scarafia (1993), el contexto tiene una clasificación en ámbito principal y relacionado. En el caso del tiempo se clasifica en temporal e intemporal. El temporal, a su vez, se clasifica en presentista (presente), retrospectiva (pasado), prospectivas (lo que podría pasar, futuro) y diacrónicas (articulación pasado, presente y futuro). También, la ubicación del contexto y el tiempo permite percibir si lo expuesto por una noticia es una interpretación profunda o superficial de lo tematizado. Por ejemplo, una noticia que no vincule temas del pasado y el presente y únicamente tenga un referente contextual o carezca de él, puede sugerir interpretaciones superficiales, además de fuera de la historia.

Un elemento muy importante que las autoras mencionadas sugieren investigar en el análisis referencial, son los actores nombrados por la noticia. Mata y Scarafia (1993) advierten que, a la hora del análisis, es importante diferenciar al actor empírico, por así decirlo, del actor nombrado. Esto para no atribuirle características o acciones al actor nombrado, que no corresponden con lo expuesto por la noticia. Además, sugieren que para que sea actor debe ser “identificable, realice alguna acción o participe en algún proceso de intercambio entre sujetos que genere conflictos o transformaciones” (Mata y Scarafia, 1993, p. 65). También, indican que los actores pueden ser animados, inanimados, ficticios, personas, cosas o instituciones. Por último, los actores son resaltados por Mata y Scarafia

(1993) como una manera de acercarse al sentido sugerido por los medios, porque son quienes realizan las acciones en los ítems y los temas. Recuerde que los verbos son acciones y a partir de los verbos se identifican las ideas principales de las oraciones.

De acuerdo con las autoras, la manera de capturar la presencia o ausencia de actores en las noticias es a través de la categoría roles sociales, la cual aboga por un registro de la manera en la que el actor existe en la noticia (como bombero, trabajador, diputado, empresario, hombre, mujer, entre otros), sus características o atributos, sus acciones y la situación en la cual están o son. En cuanto a la acción, se identifica si actúa, en ese caso sería sujeto de hacer, o si permanece estático, sujeto de estado (es lo que las autoras denominan roles actanciales). También, se sugiere percibir si los actores participan en la producción de consensos o conflictos, si la narración invita a sugerir transformaciones en el actor, por ejemplo, pasar de pobre a empresario, o de mujer a transgénero, entre otras. Además, las autoras invitan a registrar si los actores viven sanciones o recompensas por lo que hacen o dejan de hacer.

Finalmente, la interpretación conjunta de actores, temporalidad, contexto, temas, ítems y fuentes es nombrada por las autoras como dinámica social. Para el caso de esta investigación, el análisis que permite la dinámica social permite valor qué es lo que el periódico *La Teja* considera de interés para que conozca su público en contextos políticos. La ficha 1 y 2 expresa la manera en la que el análisis referencial se llevará a cabo, las cuales pueden verse en el anexo.

2.2.2.3. Análisis enunciativo

El análisis enunciativo quiere establecer los modos en los cuales los discursos son elaborados, esto es, el cómo de lo que se habla, en el caso de esta investigación, el cómo está escrita la noticia (Mata y Scarafia, 1993). Este análisis permite percibir el enfoque de las noticias de *La Teja*. Si nombra asuntos políticos, permite explorar cómo los nombra, desde el entretenimiento o como un asunto de interés público, por mencionar dos posibles enfoques. Para identificar el modo en el que son producidas las noticias, el cómo dicen, las autoras proponen observar las maneras directas o indirectas en las cuales el emisor se expresa o aparece en los discursos, a este le llama enunciador (emisor “discursivizado”, según las autoras). La manera directa explora el uso de un léxico que muestre la posición

del enunciador, tales como sustantivo, adjetivo, verbo y adverbio, el contexto del léxico y la elaboración en el relato de juicios y sentencias.

Una manera de explorar el modo indirecto es realizar una evaluación de lo que las autoras llaman una estrategia de posicionamiento, esto es, ver la posición del enunciador acerca de lo que escribe, tales como el modo en el que presenta la noticia, si hace una descripción, una denuncia o alguna propuesta sobre el acontecimiento que nombra; otra estrategia es la función mediadora, según la cual se puede observar si el enunciador nombra todo lo relatado o deja que las fuentes construyan el relato. Si el enunciador cede la palabra a las fuentes, entonces es mediación simbólica, de lo contrario, no cede la palabra, es mediación directa. Por último, la estrategia de posicionamiento observa la manera en la cual el enunciador responde ante conflictos o consensos, si los apoya o no, a esto se le llama actitudes del enunciador.

Otro elemento que analiza en el modo indirecto es la estrategia persuasiva, la cual explora las maneras en las cuales el enunciador trata de convencer al lector para que se adhiera a lo expresado en la noticia, tales como argumentos, temor o amenaza, entre otros. Para este análisis, Mata y Scarafia (1993) sugieren distinguir al menos cuatro razonamientos utilizados para convencer: los que derivan sus conclusiones de premisas obvias y difícilmente discutibles, los que fundamentan sus conclusiones en ejemplos probatorios, los que aprueban su validez recurriendo a criterios de autoridad y los que prueban su validez a través de argumentos de calidad y cantidad (p. 111-112). van Dijk (1990) y Fournier (2009) sugieren explorar la relación entre titular e imágenes para descifrar tanto los sentidos producidos en las noticias, como el elemento persuasivo. Por ello, se incorpora al análisis esta sugerencia, sin intentar un análisis profundo de dicha relación.

Además de tratar de convencer a los receptores de lo nombrado en la noticia, Mata y Scarafia (1993) mencionan que el enunciador tiene el objetivo de producir legitimidad y veracidad en una noticia, o sea, que sea creíble y, por tanto, estimule al receptor a volver a consultar el medio. Se refieren a un aspecto de la producción del contrato de lectura. Las autoras proponen evaluar lo anterior a través del registro de las estrategias de legitimación y verosimilización utilizadas por el enunciador. Para el caso de esta investigación, se utilizará el criterio de validación de las fuentes y el procedimiento veredictorio. El primero de ellos

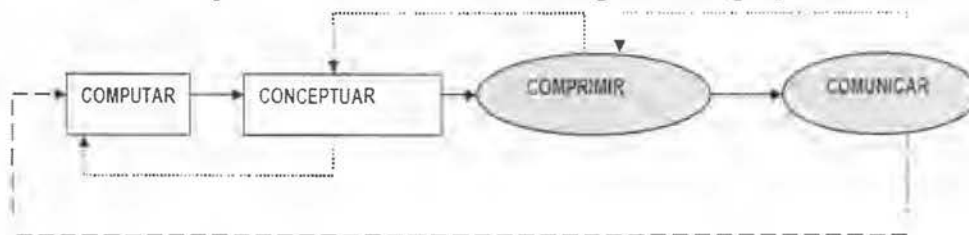
establece algunas maneras en las cuales una fuente puede validarse, tales como el saber o conocimiento acreditado, la representatividad institucional, la condición de protagonista o testigo, el valor numérico o estadístico, el prestigio y la autoridad (pp. 116-117). El segundo quiere representar las maneras en las que se produce veracidad en una noticia. Las autoras proponen los siguientes procedimientos veredictorios: mostrar partes de las verdad que están ocultas, demostrar el carácter engañoso-falso y/o mentiroso de algunas versiones de los hechos nombrados en la noticia, mostrar dos versiones del mismo hecho y hacer dudar y, por último, destacar y/o promover acciones tendientes a la búsqueda de la verdad y el esclarecimiento de los hechos nombrados (p. 118-119).

Finalmente, Mata y Scarafia (1993) proponen registrar el modo en el cual el enunciador se expresa, si utiliza lenguaje popular, concreto o emotividad y cómo trata de llamar la atención del público. Es lo que las autoras nombran como análisis de la estrategia expresiva. Para realizar estas estrategias se continuó con el criterio de hacer fichas, las cuales expresan cuadros con la información aquí desarrollada. Estas fichas pueden consultarse en el anexo de este trabajo de investigación, estas son la ficha 3, 4, 5 y 6.

2.2.3. Para un análisis de recepción

El análisis de la recepción se realizará por medio de la técnica de grupos de discusión o grupo focal, porque se considera que esta técnica permite crear una simulación del proceso por medio del cual se producen significados o conocimiento respecto de la lectura del periódico en investigación (Livingstone y Lunt, 1996). El esquema 1 tiene como fin ilustrar cómo se visualiza dicho proceso en el grupo focal.

Esquema 1. El conocimiento se genera en grupo.



Fuente: Tomado de Alvarado (sf), Propuesta de Maestría en Gestión de Grupos, p. 19.

El grupo focal produce una simulación del proceso representado en el esquema 1. Los participantes captan, lo que en el esquema 1 se nombra como “computar”, las noticias

proporcionadas por el investigador, es decir, las leen. Luego, asocian lo leído con su palabra interna (conceptuar). Posteriormente, comprimen lo conceptuado, esto es, representan dentro de sí mismos, la palabra interna, lo conceptuado en menos palabras. Finalmente, lo comprimido se pone a disposición de los participantes (comunicar), es decir, se produce un discurso para que otro lo escuche. Este proceso es el que Alvarado (sf) señala como productor de conocimiento, aquí se utiliza para proyectar como se considera se produce significado en un grupo focal (por los objetivos de investigación, en este trabajo no se harán distinciones entre significado y conocimiento).

En el grupo focal, como interpretan Livingstone y Lunt (1996), a partir de la diferencia de los participantes y sus comentarios se produce discusión. Esto implica que el proceso de producción de conocimiento se realiza a través de la relación entre la palabra interna y la palabra ajena (diálogo), relación que produce sentido y significado, como se mencionó en el apartado conceptual. Todo lo anterior sugiere que en la técnica de grupo focal es posible simular un proceso de recepción en torno al periódico *La Teja*. También, al utilizar esta técnica se debe tomar en cuenta al propio investigador, dado que este genera sensaciones a los participantes e interpreta lo sucedido de acuerdo con su propia palabra interna, intereses y objetivos, tal como recuerda Rockwell (1984), quien también señala que esto no evita registrar lo observado. Ciertamente, como sugiere Gallardo (1994), es posible ser objetivo cuando el investigador habla de lo observado, describe e interpreta, sin referirse a sus propios intereses u objetivos. Por ejemplo, se puede establecer que una pared es de color blanco y de determinadas dimensiones espaciales, y al mismo tiempo se puede evitar nombrarla como “fea” o “pequeña” porque al investigador le parezca de ese modo.

Los criterios para seleccionar los grupos de discusión fueron dos: tener experiencia de organización política o carecer de ella y ser un sector popular. El criterio de experiencia política permite explorar las ausencias de temas políticos de *La Teja* en sus procesos de recepción. Se plantea como hipótesis que la experiencia de organización puede facilitar el descubrimiento de la ausencia y, por otro lado, la carencia de experiencia puede dificultar su descubrimiento. En cuanto a los grupos con experiencia de organización política, se plantea trabajar con un sindicato y una organización de desarrollo comunal y, en cuanto al grupo que carece de dicha experiencia, con un grupo de taxistas que no estén asociados a organizaciones de taxistas.

Otro aspecto en el desarrollo del grupo focal o de discusión es la consideración según la cual cada discurso y enunciado sugiere una manera de ser leído, es decir, tiene una intención (Hall, 1980). Por tanto, a la hora de desarrollar el proceso de recepción, se tiene que identificar las maneras en las cuales esa intención es interpretada por los grupos. Realizar lo anterior también permite explorar la ausencia de temas políticos al momento de la recepción. Para identificar las maneras en las cuales pueden ser interpretadas las noticias de *La Teja*, se utiliza el método planteado por Hall (1980), quien nombra al menos tres maneras de poder leer un texto mediático: se interpreta el sentido sugerido por el texto, lectura dominante, se niega el sentido sugerido por el texto a partir de un marco de referencia alternativo, lectura de oposición, y se interpreta el sentido sugerido a la vez que se rechazan algunos elementos del mismo, lectura negociada.

También se utiliza el método elaborado por Sandoval (2002) a partir de los trabajos de Bajtín, para determinar los procesos de recepción mediática, el cual identifica entre la apropiación del discurso ajeno y la mixtura de voces. En la primera de ellas, la palabra interna se produce a partir del discurso del medio (palabra ajena), y, en la segunda, es posible percibir grados de apropiación del discurso ajeno y su contestación: el receptor puede apropiarse de algunos aspectos del discurso ajeno y a su vez rechazar otros en distintos niveles, el nivel puede tender a la apropiación o al rechazo. Además, con ambos métodos, el propuesto por Hall (1980) y Sandoval (2002), puede suponerse un nivel de identificación de la ausencia de temas políticos. Si la lectura es dominante o de apropiación, es posible que la ausencia no se identifique. Si la lectura es negociada o hay mixtura de voces, existe la posibilidad de que la ausencia sea perciba en alguna medida, tanto si tiende a hacerse presente o ausentarse. Por último, si la lectura es de oposición, quizá la ausencia sea identificada.

Finalmente, el siguiente cuadro muestra una guía temática para la ejecución de los grupos de focales.

Cuadro 2. Guía para la realización de los grupos de discusión.

Actividades	Objetivo	Descripción
Rompe hielo.	1. Generar ambiente propicio para el trabajo.	Los participantes con sus asientos forman un círculo. Cada uno se presenta y dice el nombre de su animal favorito. El siguiente en presentarse debe decir el nombre del animal escogido por su predecesor y así sucesivamente. Si en su turno alguien no recuerda el nombre de un animal, solo la persona correspondiente debe recordárselo. Luego de lo anterior cada participante dice cuál fue la última noticia que han leído y lo que les llamo la atención sobre ella. No interesa si la noticia está relacionada con el estudio.
Redacción individual y lectura en grupo.	1. Construir un registro sobre la interpretación de las noticias de <i>La Teja</i> por parte de los grupos de discusión. 2. Construir un diálogo pos escritura y lectura de las noticias que se han interpretado.	Se les solicitará a los grupos de discusión que realicen una redacción en una ficha acerca de lo que entienden sobre las noticias de <i>La Teja</i> que el encargado de la investigación les facilitará. Posteriormente se le indicará a cada participante que intercambie su ficha con otro/a, que lea la nueva ficha para sí mismo/a (en “voz baja”), después que la lee para el grupo (en “voz alta”), y luego que opine sobre la redacción que ha leído.
Preguntas	1. Determinar la identificación por parte de los grupos de discusión de los ítems y temas principales y secundarios de la noticia; y de cada uno de los actores y sus características. 2. Crear un diálogo a partir de lo construido en el objetivo número 1.	Se le solicitará a cada participante que responda en una hoja de papel las siguientes preguntas: ¿cuáles son las ideas principales y secundarias que reconoce en las noticias? ¿Cuáles son sus temas principales y secundarios? ¿Qué actores aparecen y qué características tienen? ¿Qué hacen los actores? Posterior a contestar las preguntas se les solicitará a los grupos de discusión que dibujen el tema y actores que más identifican. Tanto las respuestas a las preguntas como el dibujo tendrán que presentarse y explicarse al grupo.

Fuente: Elaboración propia.

2.2.4. Para el análisis de industria cultural: análisis de estados financieros

La aproximación al estudio de industria cultural se desarrollará a través de un análisis de los recursos (ingresos/utilidades netas) y deudas de GN, los cuales permiten identificar cómo opera la actividad productiva de la empresa, que en este caso es la compra de diversas materias primas y contratación de personal para vender periódicos, y otros productos, y espacio publicitario dentro de ellos. Para cumplir con este análisis, se estudiarán algunas cuentas del balance general y estado de resultados, tales como ingresos, costos, inventario, utilidades netas, activos, pasivos y patrimonio, entre otras. Además, se usará el análisis horizontal y vertical, así como algunas razones financieras. Estos instrumentos se eligen porque permiten una evaluación interna de la actividad productiva de la empresa, es decir, el cómo se relacionan los activos con los ingresos, los pasivos con los activos, entre otros. Por ser este un análisis preliminar, se excluye de la evaluación la relación de GN con sus proveedores y el Mercado de Valores de Costa Rica. A continuación se explicará la metodología y los conceptos necesarios para realizar el análisis financiero.

El balance general contiene información sobre los recursos que las empresa tienen y deben a una fecha determinada (Meoño y Jara, 2014). En el balance se encuentran los activos, es decir, la manera en la cual la empresa tiene invertidos sus recursos; los pasivos y el patrimonio, los cuales indican de dónde obtuvo la empresa sus recursos. Los pasivos indican que los recursos se obtuvieron a través de deuda y el patrimonio por medio de recursos aportados por los dueños o accionistas (Meoño y Jara, 2014). En cambio, el estado de resultados proporciona información sobre el estado de la actividad productiva de las empresas a una fecha determinada. Dicha actividad se comprende como comprar, vender y producir ingresos y utilidades. En el estado de resultados están las cuentas de costos y utilidades, entre otros (Meoño y Jara, 2014).

El análisis horizontal es sobre el tiempo, en el cual se comparan dos períodos de tiempo a través de tasas de variación. El análisis vertical muestra la composición de la cuenta que se quiera analizar en un período específico, esto quiere decir que se realizan proporciones (numerador/denominador x 100) sobre las cuentas bajo análisis (Meoño y Jara, 2014). Una razón financiera es un número índice que relaciona entre sí, a través de una división, dos elementos diferentes de información financiera (Wong, sf; Meoño y Jara, 2014). Con las

razones financieras se pueden comparar las cuentas del estado de resultados y del balance general. Dichas razones se clasifican de acuerdo con el elemento de la empresa que se quiere analizar. Existen de liquidez, actividad, de deuda, entre otras. A continuación se presentan las razones financieras que se utilizarán para este análisis.

2.2.4.1. Razones de liquidez

Según Wong (s.f.) y Meoño y Jara (2014), las razones de liquidez señalan la capacidad de la empresa para resolver sus obligaciones o deudas a corto plazo, con recursos propios. Cuando la empresa cubre sus deudas con sus recursos tiene solvencia o liquidez. Las razones de liquidez que se utilizan en este análisis son la razón circulante (en adelante RC) y la razón prueba ácida o de liquidez inmediata (en adelante RPA). La RC muestra la capacidad de la empresa para cubrir sus pasivos circulantes con sus activos circulantes en el corto plazo. La RPA muestra una liquidez más inmediata, esto por eliminar de la operación aritmética los inventarios, que es el activo que dura más en convertirse en efectivo. Así las cosas, ambas razones muestran la liquidez o solvencia, la RPA, al eliminar el inventario, indica una capacidad “más líquida”. La fórmula RC es:

$$RC = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}} = \text{en número de veces}$$

La interpretación RC indica que por cada colón de deuda que tiene la empresa, tiene “x” colones de activos o, también, los activos son tantas “veces” los pasivos. Cuanto más grande es la razón, mejor para la empresa, porque indica que los recursos en efectivo que tiene pueden cubrir sus deudas. El parámetro idóneo es 2,5 veces (Wong, sf). La fórmula RPA se expresa como:

$$RPA = \frac{\text{Activo circulante} - \text{inventario}}{\text{Pasivo circulante}} = \text{en número de veces}$$

La interpretación de la RPA es la misma que la de la RC, sin embargo, el parámetro idóneo cambia, es de 1,5 veces (Wong, sf).

2.2.4.2. Razones de actividad

Las razones de actividad muestran la efectividad con la cual la empresa administra sus activos o sus recursos en el largo plazo. Existen razones de actividad de diverso tipo, tales

como la rotación de inventarios, período medio de cobro, período medio de pago, ente otras (Meoño y Jara, 2014, 60). La razón de actividad que se utilizará es la rotación de inventarios (en adelante RI), la cual analiza la política de ventas de una empresa a partir de la “salida” de su inventario (Wong, sf). La política de ventas de una empresa es la actividad productiva, en la cual compra, vende y obtiene ingresos y utilidades (recursos propios).

Una RI alta indica que la empresa cumple con su actividad productiva en un período de tiempo corto y, por lo tanto, genera recursos propios con rapidez, es decir, es eficiente. Entonces, cuanto más alta la razón, más rápido gira su inventario y por ello más veces al año cumple su actividad productiva. Lo cual puede indicar una correcta administración de los activos. La fórmula de la RI es:

$$RI = \frac{\text{Costos de venta}}{\text{inventarios}} = \text{en número de veces}$$

La interpretación de la RI indica que la empresa rota su inventario o cumple actividad productiva “x” veces al año. También, la RI puede calcularse en días al año. De la siguiente manera:

$$RI \text{ días} = \frac{365}{RI} = \text{en número de veces}$$

Cuanto menor sea la RI en días, la empresa cumple en un menor tiempo, medido en días, la actividad productiva, lo cual es favorable.

2.2.4.3. Razón de endeudamiento

Las razones de deuda revelan el grado en el cual la empresa se ha financiado con deudas, o sea, indican su compromiso con terceros (Wong, sf; Meoño y Jara, 2014). Las razones de deuda que se utilizarán son: razón endeudamiento corriente (en adelante REC), razón pasivo-patrimonio (en adelante RPP) y razón endeudamiento total (en adelante RET). La REC analiza el corto plazo, la RPP y RET el largo plazo. La REC indica el porcentaje de activos que se financian con deuda en el corto plazo. Cuanto más pequeño el porcentaje, mejor para una empresa (Wong, sf). La fórmula es la siguiente:

$$REC = \frac{\text{Pasivo corriente}}{\text{Activos totales}} * 100 = \%$$

La interpretación REC indica que la cantidad de activos financiados con deuda en el corto plazo es “x” porcentaje.

La RPP relaciona las deudas con los recursos aportados por los dueños de la empresa. Esta razón señala la cantidad de colones de patrimonio, por cada colón de deuda o las veces que los pasivos cubren el patrimonio. Cuanto más baja sea esta razón, la empresa tiene mayores posibilidades de solventar eventuales pérdidas en las utilidades o pérdida total (cierre de la empresa), es decir, cuanto más baja, mayor margen de protección para una empresa (Wong, sf; Meoño y Jara, 2014). La fórmula es la siguiente:

$$RPP = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Patrimonio}} = \text{en número de veces}$$

La interpretación RPP expresa que por cada colón de patrimonio, existen “x” colones de deuda o el pasivo es tantas “veces” el patrimonio.

Por último, la RET relaciona todo lo que la empresa tiene para generar recursos y el financiamiento con el cual lo ha conseguido, es decir, indica el porcentaje de activos totales que se financian con deuda. Cuanto más bajo el porcentaje, es mejor para la empresa (Wong, sf; Meoño y Jara, 2014). La fórmula de la RET es:

$$RET = \frac{\text{Activos totales}}{\text{Pasivos totales}} * 100 = \%$$

La interpretación RET expresa que la cantidad de activos totales financiados con deuda son “x” porciento. El cuadro 3 muestra un parámetro para interpretar dicha razón.

Cuadro 3. Parámetros para evaluar la razón endeudamiento total

Parámetro	Evaluación
De 00 % a 35%:	Endeudamiento Normal
De 36 % a 55%:	Endeudamiento Sostenible
Más del 56%:	Exceso de Deudas

Fuente: Elaboración propia a partir de Wong (s.f.).

2.2.4.4. Razones de rentabilidad

Estas razones muestran los resultados combinados de la gestión de liquidez, la administración de los activos y las deudas (Meoño y Jara, 2014, 67). Es, por así decirlo, un resumen de la actividad productiva que permite identificar su rendimiento (Wong, sf). Existen diversas razones de rentabilidad, aquí se utilizarán: margen de utilidad neta (en adelante MUN), rotación de activos totales (en adelante RAT) y rendimiento sobre la inversión (en adelante RSI). El MUN muestra el margen de ingresos que se apropia la empresa después de deducir costos de ventas, gastos administrativos, intereses e impuestos (Meoño y Jara, 2014). La fórmula es la siguiente:

$$\text{MUN} = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{ventas o ingresos totales}} * 100 = \%$$

La interpretación MUN indica que la utilidad neta de la empresa representa el “x” porcentaje de los ingresos o la empresa se apropia del “x” porcentaje de los ingresos producidos. El cuadro 4 muestra un parámetro de interpretación.

Cuadro 4. Parámetros para interpretar el margen de utilidad neta

Parámetros	Interpretación
Menos de 5.00%	Rentabilidad Baja
De 6.00% a 10.00%	Rentabilidad Media (aceptable)
Más del 10.00%	Alta Rentabilidad

Fuente: Elaboración propia a partir de Wong (sf).

La RAT relaciona los ingresos totales de la empresa con sus activos. La relación es una división (Wong, sf). Esta relación proporciona información sobre la cantidad de ingresos que proporcionan los activos. Entre más grande la RAT, más ingresos generan los activos invertidos. La fórmula es la siguiente:

$$\text{RAT} = \frac{\text{ventas o ingresos totales}}{\text{activos totales}} = \text{en número de veces}$$

La RAT significa que por cada colón invertido en activos, la empresa genera “x” colones de ingresos o los ingresos son tantas veces los activos.

Por último, el RSI indica la capacidad de generar utilidades por parte de los activos invertidos por la empresa (Meoño y Jara, 2014). Según Wong (sf), el RSI debe ser como mínimo igual o mayor que la tasa básica pasiva del mercado. Si la RSI es menor a la tasa básica, la empresa obtendría mejores rendimientos si sus activos estuvieran en un banco. En este sentido, la tasa básica es lo que la economía liberal conoce como “costo de oportunidad”, es decir, lo que deja de percibir la empresa por realizar sus operaciones. La fórmula es la siguiente:

$$RSI = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{activos totales}} * 100 = \%$$

La RSI significa que la utilidad neta es un “x” porciento de los activos totales. Cuanto más alta, mayor rendimiento generan los activos de la empresa.

2.3. Balance final del capítulo 2

En este capítulo se ha sugerido que, en determinadas relaciones culturales, se producen al menos dos tipos de grupos humanos: los grupos de poder económico y los sectores populares. Estos grupos entran en pugnas entre ellos y entre sí, fundamentalmente, pero no exclusivamente, por la apropiación de riqueza, la producción de sentido o el ejercicio del poder, entre otros casos posibles. En estas disputas, ambos grupos pueden ejercer relaciones deshumanizadas, tanto para sí mismos como para los otros.

Para los fines de esta investigación, se destaca el enfrentamiento de los grupos de poder económico y los sectores populares a través del lenguaje —el lenguaje es una manera en la cual los grupos humanos pueden cooperar o enfrentarse, como se valoró en este capítulo—. Un enfrentamiento en el lenguaje ocurre cuando determinadas formas de nombrar u oír integran o excluyen a los grupos e individuos humanos, lo anterior es un ejercicio de poder en el lenguaje. Como recuerda Arias (2011), un caso de exclusión se constituye cuando la manera de nombrar estigmatiza a los sectores populares, por ejemplo, nombrarlos como

“pintas” (también podría ser “tierrosas” o “chatas”, entre otros). O también cuando su manera de nombrar, dígame “lenguaje popular”, es deslegitimado, como decir “ese lenguaje es vulgar”. Otra alternativa de exclusión la sugiere Sandoval (2010): los sectores populares pueden ser excluidos de la posibilidad de narrar su propia historia o también otros y otras pueden negarse a escuchar su historia.

El fin u objetivo de este enfrentamiento a través del lenguaje es legitimar la experiencia de vida de uno u otro grupo humano. El resultado de este enfrentamiento y objetivo es la producción de un punto de vista (sentido) sobre la producción de la vida como hegemónico (el punto de vista hegemónico es el punto de vista legítimo). Solo cuando el sentido producido por los grupos de poder es hegemónico, las relaciones culturales producen discursos que desvalorizan lo popular: “el lenguaje popular es el de la chusma”, por citar un ejemplo de sentido hegemónico contra popular. Son estas relaciones deshumanizadas, esta manera específica de usar el lenguaje, las que impiden el reconocimiento de determinadas experiencias de vida como legítimas.

En esta pugna por la producción hegemónica se valora la participación de los medios de comunicación colectiva y sobre todo el de las noticias. Por una parte, los medios, como grupos de poder económico, pueden participar en dicha producción al imponer su sentido o explicación de la vida al resto de la sociedad: su sentido propio de grupo, su sentido individual, se produce como el sentido común de la sociedad. Por otra parte, también se puede evitar imponer su punto de vista para producirlo como hegemónico: en el caso de las noticias, no sería posible advertir en ellas una explicación sobre determinados acontecimientos. En esta línea, los discursos presentan ausencias significativas sobre los acontecimientos de interés público o políticos que tienen implicaciones para la vida. Para el caso de los sectores populares, estas ausencias pueden dificultar la generación de explicaciones sobre la producción misma de sus vidas y la de los otros. La producción de sus vidas, y la de los otros, se les puede presentar como algo ajeno, de lo que no tienen control y, por lo tanto, podrían sufrir enajenación (Marx, 1968). Esta producción de ausencias es deliberada (Lefebvre, 1983; Sousa, 2006); es decir, existen aspectos de la realidad que se producen como ausentes, como cosas que no están, que no existen.

Este carácter dual de la producción de hegemonía se quiere percibir a través del estudio del periódico *La Teja* en dos coyunturas políticas conflictivas, el referendo sobre el TLC y la concesión de los Puertos de Moín-Limón, y el análisis de su proceso de recepción. Para realizar esto, se emplea el método propuesto por Mata y Scarafia (1993) para analizar los discursos radiofónicos: análisis estructural, referencial y enunciativo; y se emplea el método de grupo focal o de discusión para aproximarse al proceso de recepción, el cual se desarrollará con sectores populares. El enfoque fundamental de esta investigación es cualitativo, también comprende un apartado cuantitativo (el análisis financiero), y se desarrolla con el método de “estudio de casos”. Lo anterior sugiere la comprensión de la realidad cultural a partir de la exploración de una unidad específica de esta (Duncan, Howlett, Jiménez y Quirós, 1986).

La estrategia metodológica tiene como fundamento la hipótesis según la cual el periódico *La Teja* evita nombrar relaciones políticas o lo hace muy poco, es decir, la política es una ausencia en sus discursos. En coyunturas políticas conflictivas, esto significa que hay cuestiones significativas que no se nombran, lo cual dificulta la deliberación, toma de decisiones y realización de acciones. Para identificar la ausencia en las noticias de *La Teja*, se hará un contraste entre sus informaciones y algunos hechos significativos ocurridos durante las coyunturas analizadas, así como con lo nombrado por *La Nación*, otro medio de comunicación propiedad de GN, en dichas coyunturas políticas (ver capítulo 4). Así mismo, se considera que dicha ausencia puede ser percibida si los receptores, en este caso los sectores populares, cuentan con experiencia política, de lo contrario su identificación se dificultaría. En síntesis, esta parte de la estrategia metodológica gira alrededor de percibir la ausencia de la política en las noticias y sus receptores.

Finalmente, la última parte de la metodología expone cómo se pretende realizar la exploración preliminar sobre GN desde el punto de vista de las industrias culturales. Desde la perspectiva de las industrias culturales, GN es una empresa que produce de manera industrial, con división del trabajo, con el objetivo de producir excedentes económicos y tiene un carácter político. En sentido más empresarial, GN tiene que conocer el entorno macroeconómico en el que opera, así como la relación entre sus costos e ingresos, sus activos y sus ingresos, el estado de sus deudas y patrimonio, entre otros. Para conocer esto de manera preliminar se analizará el balance general y el estado resultados de la empresa a

través de su liquidez, endeudamiento y rendimiento financiero; es decir, se conocerá su situación financiera a partir de la realización de varias razones financieras.

3. Capítulo contextual: Análisis de industria cultural

En este capítulo, a modo de contexto, se realiza un análisis preliminar de las condiciones de la industria de impresos costarricense y la situación financiera de GN, para situar las condiciones en las cuales se produce el periódico *La Teja* en el marco de la crisis de los medios de comunicación impresos; el período de análisis comprende entre 2005-2016. El capítulo está organizado en seis apartados o secciones. En el primer apartado de este capítulo se presenta a GN como empresa, se interpreta como grupo de poder económico y se percibe desde la perspectiva de las industrias culturales. En el segundo se realiza un breve repaso de la perspectiva analítica sobre la crisis de los medios de comunicación colectiva y se evalúa para el caso de Costa Rica la situación en la industria de impresos. En el tercer apartado se inicia el análisis de la situación financiera de GN a partir de la contextualización de la economía costarricense. El cuarto y quinto apartado contienen el análisis sobre los rendimientos financieros de GN en el corto y largo plazo, a partir de una evaluación de sus ingresos, utilidades netas, activos, pasivos y patrimonio, entre otros, con el análisis horizontal y vertical y las razones financieras. Finalmente, el último apartado es un balance de los resultados del capítulo.

3.1. Grupo Nación

GN es una empresa mediática costarricense cuyos mayores accionistas son la familia Jiménez, constituida por tres generaciones e históricamente vinculada a diversas actividades económicas. En el pasado se vincularon a la producción de café, caña de azúcar y arroz, y, de manera reciente, al sector turístico, inmobiliario, de comercialización y producción de eventos y a la importación y exportación de vehículos de lujo (Fournier, 2009; Robles y Voorend, 2012). Como empresa mediática realiza actividades productivas para generar ganancias, como, por ejemplo, vender medios de comunicación impresos y espacio publicitario dentro de ellos, lo cual realiza, principalmente, a través de sus periódicos *La Nación* y *La Teja*.

En el contexto de los grupos de comunicación centroamericanos, GN tiene una posición hegemónica en el sector, históricamente ha contado con el mayor tiraje de impresos y el mayor grado de concentración de los ingresos publicitarios del mercado (Chamorro, 2002;

Mastrini y Becerra, 2009), dicha posición dominante se comentará más adelante para el caso de Costa Rica. Además, el Grupo se regionalizó y tuvo participación empresarial con Distribuidora de Papeles y Cartulinas en Nicaragua; con Comunicación Integral El Salvador S.A. en El Salvador; con ABC de Honduras en Honduras; con Corporación de Noticias S.A. en Guatemala; y en Panamá con Prensa Económica Panamá y Bloque Activo Centroamericano (*La Nación* S.A. y Subsidiarias, 2009; Robles y Voorend, 2012). En la actualidad, GN mermó sus negocios en la Región. Ahora, además de Costa Rica, solo cuenta con participación en Panamá a través de la posesión de una reducida cantidad de acciones sobre Corporación La Prensa S.A., propietaria de los medios *La Prensa*, *Mi Diario*, entre otros suplementos, y con la subsidiaria inmobiliaria Desarrollos Los Olivos S.A. (*La Nación* S.A y Subsidiarias, 2016).

En el contexto de esta investigación, GN se comprende desde la perspectiva de los grupos de poder económico (Segovia, 2005; Robles y Voorend, 2012; Robles, 2017) y desde las industrias culturales (Adorno y Horkheimer, 1981; Mastrini, 2017). Como grupo de poder económico, GN es un actor cuyo peso económico le permite acciones políticas en las relaciones culturales de la región, fundamentalmente en Costa Rica. Como sugiere Sandoval (2002), con el periódico *La Nación*, este actor político se ha querido constituir como el portavoz del punto de vista del conjunto de los costarricenses, es decir, tiene la intención de hablar por Costa Rica, por así decirlo; por ejemplo, en su intención de hablar por Costa Rica, *La Nación* sugiere un estilo de desarrollo para el país. Además, este mismo periódico reúne intereses empresariales nacionales y transnacionales (Martín, 2005; Sandoval, 2007; Fournier, 2009; Robles y Voorend, 2012). Con el periódico *La Teja*, la hipótesis que sigue esta investigación sugiere que GN evita tematizar asuntos de interés público o políticos (Sandoval, 2007; Ramírez, 2015), lo cual podría tener implicaciones políticas e ideológicas, como se explorará en los siguientes capítulos. Desde la perspectiva de las industrias culturales, se concibe el modo de producción de GN como industrial, lo que implica producir noticias en serie, de manera estándar, con división del trabajo, en torno a la lógica de generar excedentes económicos y, por tanto, bajo la relación ingresos-costos. Además, se concibe dentro de un sector económico determinado con sus respectivas condiciones macroeconómicas, diversos actores, y desarrollos técnicos y tecnológicos propios, o de otras industrias, con los cuales se relaciona.

3.2. Un modelo en crisis

En algunos países del mundo, como Estados Unidos de América (en adelante EE.UU.), el Reino Unido, México, entre otros, se produce un deterioro del modelo de negocios de los medios de comunicación colectiva, tanto en impresos, canales de televisión y radio (Martínez, 2010; Siles y Boczkowski, 2012; Carazo, 2015; Villamil, 2016, 2017). Este modelo, basado en la venta de espacio publicitario y nivel de audiencia para producir excedentes económicos, expresa reducciones significativas. Para la industria de medios de comunicación colectiva, el deterioro del modelo se expresa fundamentalmente, pero no de manera exclusiva, en la disminución constante de ingresos por venta de espacio publicitario. En el caso de los medios de comunicación impresos, que interesa a esta investigación, además de la reducción de ingresos publicitarios, se percibe una disminución de los ingresos recibidos por circulación (venta del medio). Esto ha tenido como consecuencia el cierre total de periódicos, el traslado definitivo de la versión impresa de otros a una versión digital, recorte de personal y transformaciones en los contenidos de los medios (Martínez, 2010; Carazo, 2015).

El carácter o modo de ser de la crisis de los medios de comunicación colectiva varía según los países, la época histórica y la cultura, pero es posible señalar de manera general algunas de sus fuentes o razones para determinadas culturas. Siles y Boczkowski (2012) sugieren tres razones para la situación crítica de las industrias culturales: una económica, otra tecnológica y una social. La razón económica se basa en la dependencia del modelo de negocios de generar la mayor cantidad de sus ingresos a partir de la venta de espacio publicitario, un excesivo afán de lucro, incluso en detrimento de los contenidos de los medios, y a la crisis económica capitalista que, como sugiere Martínez (2010) y Ferris (2012), ha acentuado la de los medios. La fuente tecnológica a la crisis se vincula con los avances en dispositivos electrónicos e Internet y los hábitos de consumo de las audiencias. En algunas culturas en las cuales la penetración de Internet es profunda, los hábitos para informarse han cambiado. Quienes antes se informaban en medios impresos, ahora lo hacen en Internet. Esto se debe a que, en Internet, la información se suministra en tiempo real y permite a las audiencias un ambiente de alta elección (Thompson, 2005; Pior, 2007), lo cual significa tener a disposición una diversidad de opciones para informarse en tiempo real, a

diferencia de los medios no vinculados a Internet, los cuales tienen, por su carácter estático, una reducida gama de alternativas.

Los dos aspectos anteriores sitúan la crisis en el modelo de negocios de las industrias culturales. En el contexto de los medios impresos, si las personas tienden a leer más en digital, y si publicitar en digital le sale más barato a los anunciantes, entonces el costo por millar en el impreso se incrementa, toda vez que la publicidad llega a menos lectores. Siendo la venta de publicidad la principal fuente de ingresos de los medios, esto último resulta crucial para su modelo de negocios. Pues los anunciantes trasladarán su pauta publicitaria a Internet, donde tendrá mayor cobertura y un costo menor, con la consecuencia de reducir el principal ingreso de la industria de impresos. Esta situación también ocurre en otras industrias culturales, como la televisión (abierta o de pago) y la radio, entre otras, pero de manera significativa en la industria de impresos (Martínez, 2010; Ferris, 2012). También, los ritmos de disminución difieren según las culturas. En países anglosajones, como EE.UU y Reino Unido, el ritmo del deterioro de sus ingresos es mucho mayor que en Japón y Rusia, por ejemplo; en contraste, dicho deterioro no se registra en China (Martínez, 2010; Ferris, 2012). En América Latina, hasta hace poco, se constata cómo medios de comunicación colectiva en países como Brasil, Costa Rica y México ven reducidos sus ingresos (Carazo, 2015; Manghi, 2015; Villamil, 2016, 2017), aunque en el marco de la Región, aún no se tiene una dimensión concreta de la situación crítica de la industria.

En lo que respecta a la fuente social de la crisis, Siles y Boczkowski (2012), para el caso de países anglosajones, la asocian con una pérdida de credibilidad hacia los medios, las noticias y los periodistas por parte de la población. Esto porque, según los autores, algunos medios se han vinculado con casos de corrupción, lo cual ha mermado su legitimidad. También, con la diversidad de informaciones en Internet, las audiencias tienen mayor posibilidad de contrastar la información suministrada por los medios, lo que les permite determinar, de manera relativa, la posición de los medios frente a algunos temas y, a partir de ello, según los intereses de las audiencias, posicionarse a favor o en contra de los medios. Para el caso de Centroamérica, y América Latina en general, está causa de la crisis podría no existir o estar en período de gestación. Para el caso centroamericano, en el inicio de siglo XXI, Chamorro (2002) constata que los medios de comunicación colectiva tienen

credibilidad. De igual forma, en una investigación reciente sobre las demandas de jóvenes centroamericanos de barrios populares, Sandoval (2018) encuentra que los jóvenes encuestados exhiben un alto grado de confianza hacia los medios de comunicación colectiva.

Ahora, a modo de contexto, para el caso de Costa Rica, se expondrá de manera breve el estado de la penetración de Internet y su nivel de audiencia o consumo; así como el comportamiento de los ingresos por publicidad de los cuatro periódicos impresos vigentes hasta el año 2016 y el nivel general de audiencia de la industria de impresos. En Costa Rica, como se constata de las estimaciones del INEC, la penetración de Internet en la población es profunda. Para el año 2016, se registra que el acceso de la población a dicha tecnología es través de computadoras y celular; de las personas que habitan por vivienda, el 46,57% tiene acceso a computadora y el 95,70% a celular. De manera fundamental, el acceso a Internet de la población costarricense ha sido a través de internet móvil vía celular. Según el informe 2016 de la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL, 2016), para el año 2012 se registraron 2.670.208 suscriptores a internet móvil, mientras que para el año 2015, la cifra ascendió a 4.861.898 suscriptores, un aumento del 82%. Si para el 2012, 57 de cada 100 tuvieron acceso a Internet Móvil, para el 2015, 101 de cada 100 personas poseen dicha tecnología (SUTEL, 2016).

En este contexto de alta penetración de Internet en la población costarricense, es importante constatar cuál es el nivel de audiencia de periódicos impresos e Internet en la industria, información que se presenta el cuadro 5.

Cuadro 5. Audiencias de periódicos e Internet para Costa Rica por año, 2011 – 2016 (en porcentajes)

Años*	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Periódicos (últimos 30 días)	88	78	75	66	43	44
Internet (últimos 30 días)	43	50	72	76	84	86

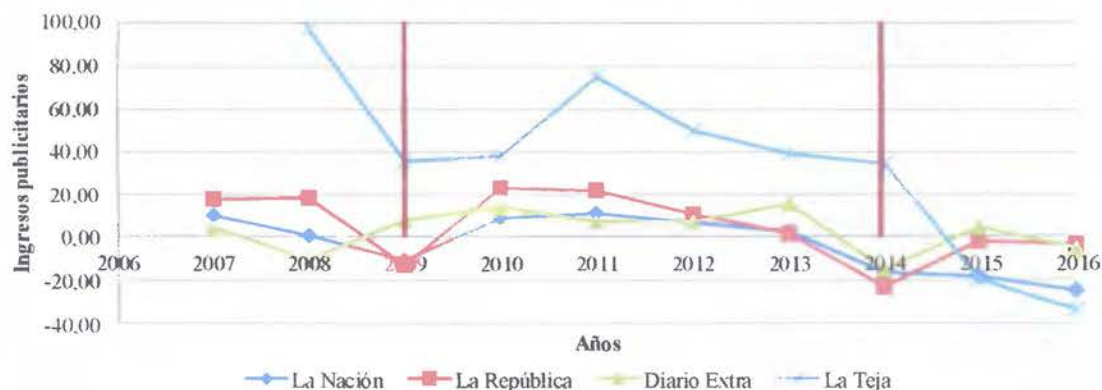
Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope Media.

*Los años representan la audiencia estimada a los meses de setiembre, octubre y noviembre.

El cuadro 5 exhibe una tendencia a la disminución del porcentaje de audiencia para los periódicos impresos, se observa una reducción del 44% del año 2011 al 2016. En cambio, los datos muestran un incremento en la audiencia de Internet de alrededor de 43% para el mismo período. Prácticamente, en la misma medida que aumenta el consumo de Internet, disminuye el de impresos. Para el caso costarricense, los datos anteriores pueden sugerir cambios en los hábitos de información de la población: la ciudadanía podría informarse más en medios digitales que en impresos. En este sentido, Mena (2016) sugiere que, en el período 2013-2015, existe aumento en el porcentaje de costarricenses que se informa mediante Internet de un 39,4% a un 49,1%; mientras que, para el mismo período de tiempo, el porcentaje de personas que se informan mediante prensa escrita se mantiene estacando en un 49,1%. Los datos anteriores sugieren un deterioro de la audiencia de medios impresos, ya sea por su disminución o estancamiento, y un aumento en las personas que se informan a través de Internet.

El comportamiento de los ingresos recibidos por la venta de espacio publicitario en la industria de impresos se puede observar en el gráfico 1, el cual pone en evidencia cómo los ingresos por publicidad tienen 2 descensos en su magnitud (ver líneas rojas verticales). El primero de ellos solo ocurre en el año 2009 y para tres de los cuatro medios representados en dicho gráfico. *La Nación*, *La Teja* (ambos de GN) y *La República* decrecen dicho año; en cambio, *Diario Extra* crece. Este decrecimiento en la magnitud de los ingresos publicitarios sucede el mismo año en el cual la economía de Costa Rica, al igual que la economía de la mayoría de países de la región, tuvo una caída en su producción que desencadenó en una situación económica crítica para los años posteriores al 2009, como se comentará más adelante. Si la producción es negativa, es posible sugerir que los anunciantes dejaron de pautar en esas condiciones.

Gráfico 1. Tasa de variación por año de los ingresos publicitarios en medios impresos de Costa Rica, 2007-2016 (en porcentajes*)



Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope Media.

*Variación con cifras deflactadas

El segundo descenso en la magnitud de los ingresos publicitarios se observa durante 3 años consecutivos a partir del año 2014 y para tres de los cuatro medios representados en el gráfico: *La Nación*, *La República* y *Diario Extra* (este tiene un leve repunte en el 2015, el cual no se sostiene en el año 2016). Los ingresos por publicidad del periódico *La Teja* disminuyen hasta los años 2015-2016. En el período de análisis, dos años muestran la caída en la magnitud de los ingresos por publicidad para todos los medios impresos de la industria. Además de estos decrecimientos, en el gráfico 1, para el período 2010-2013, se observa como la tasa de variación de los ingresos de todos los medios impresos tiende a crecer cada vez menos, lo cual sugiere aumentos en su magnitud cada vez más leves conforme pasan los años. Lo anterior indica que los decrecimientos en los ingresos por publicidad son precedidos por aumentos cada vez menores de dichos ingresos. Para esta investigación, destaca que *La Teja* es el medio con mayor tasa de crecimiento: su tasa de variación se encuentra por arriba del 30%, muy superior al resto de tasas de variación, lo cual sugiere un papel muy importante de dicho medio para la generación de ingresos por parte de GN.

Ahora, con el cuadro 6 se evaluará la posición de GN en el mercado de impresos costarricense, lo cual se hará a partir de la cantidad de ingresos por venta de espacio publicitario que cada medio percibe del total de ingresos del mercado; quien concentre un

mayor porcentaje de ingresos, puede tener una posición dominante; en cambio, quien concentre un menor porcentaje, una posición marginal o menor.

Cuadro 6. Ingreso publicitario por año para medios impresos de Costa Rica, 2015-2016 (en millones de colones y porcentajes)

	2015	2016	Proporción	Variación*	Aporte
<i>La Nación</i>	28.715	21.637	52,40	-26,12	-13,69
<i>La República</i>	7.835	7.596	18,39	-4,94	-0,91
<i>Diario Extra</i>	6.413	6.075	14,71	-7,12	-1,05
<i>La Teja</i>	8.968	5.987	14,50	-34,54	-5,01
Total	51.932	41.296	100	-21,07	-21,07

Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope Media

*Variación con cifras deflactadas

Del cuadro 6 es posible determinar que el periódico *La Nación* es el medio que concentra el mayor porcentaje de ingreso publicitario del mercado de impresos, prácticamente la mitad del total y más del doble que el segundo lugar. Lo anterior sugiere una posición dominante de dicho medio en el mercado. Si se suma el porcentaje de ingresos por publicidad de los periódicos *La Nación* y *La Teja*, se constata que GN tiene una posición hegemónica en el mercado, pues concentra alrededor del 67% de los ingresos totales. Sin embargo, obsérvese, como también sugiere el Gráfico 1, que todos los ingresos de los medios de la industria disminuyen, lo cual tiene como resultado una caída de los ingresos totales de alrededor de un 21%, cerca de 10.000 millones de colones (ver cuadro 6). Esta reducción se explica, de manera fundamental, por los periódicos que pertenecen a GN, pues son los medios que más disminuyen (lo hacen en dos dígitos) y aportan un mayor porcentaje a la disminución de los ingresos totales de la industria; de la reducción de 21,07%, *La Nación* aporta un 13,69% y *La Teja* un 5,01%. Si bien GN registra una posición dominante, también expresa una tendencia hacia la reducción de dicha posición.

Como se ha valorado, la situación crítica en el modelo de negocios de las industrias culturales expresa una reducción en el nivel de audiencia y en los ingresos por venta de espacio publicitario, entre otras manifestaciones. Los datos explorados para el caso de la industria de impresos costarricenses exhiben un comportamiento similar: en el período de análisis, el porcentaje de audiencia de los impresos baja de manera significativa y los ingresos por publicidad empiezan a mostrar un deterioro, sobre todo a partir del año 2014.

En este contexto, Carazo (2015) constata varios cambios en la industria de impresos, entre otras transformaciones en las diversas industrias costarricenses, como el traslado de periódicos de versión impresa a solo versión digital, y, para el caso de GN, el despido de 156 trabajadores y el cierre total de periódicos y revistas. Todo lo anterior puede sugerir el establecimiento de una crisis en el modelo de negocios del mercado de medios impresos y, en particular, para el caso de GN.

3.3. Hacia el análisis financiero de Grupo Nación: Contexto de la economía de Costa Rica

Para realizar un análisis de los estados financieros de cualquier empresa es importante evaluar el contexto económico en el cual se desenvuelve. Por ello, se hará un análisis breve de la economía de Costa Rica a partir de la producción o la riqueza medida por el Producto Interno Bruto (en adelante PIB) y la inflación medida por medio el Índice de Precios al Consumidor (en adelante IPC), con información de la página web del Banco Central de Costa Rica, www.bccr.fi.cr; y se evaluará un aspecto del mercado de trabajo, la tasa de desempleo, con información de la página web del INEC, ww.inec.go.cr. El gráfico 2 contiene información sobre el PIB, el cual represente la riqueza producida en el país a través del dinero (la producción), para lo que va del presente siglo. El cual se evaluará a continuación.

Gráfico 2. Variación anual y anual promedio del Producto Interno Bruto para CR, del año 2000 al 2016 (en porcentajes)



Fuente: Elaboración propia con datos del BCCR.

Como se observa del gráfico 2, para lo que va del siglo XXI, el crecimiento anual promedio de la economía nacional es de 4,18% (línea roja). Siendo esta cifra el indicador de las capacidades medias de producción, es posible advertir que en la mayor parte de los años comprendidos entre el año 2000 y el año 2008, la economía nacional crece por arriba de sus capacidades medias, lo cual es positivo. Los mejores crecimientos oscilaron entre el 6,5% y el 8,8%. En cuanto al desempleo, entre el año 2001 y el año 2008, es posible constatar de las estimaciones del INEC una tasa de desempleo anual promedio de aproximadamente un 6,5%.

En cambio, después del año 2009 se observa otro comportamiento del PIB. Para el año 2009, la economía nacional decreció 0,65%, es decir, hubo una caída en la magnitud de la producción. Después de ese decrecimiento, la economía mantiene un ritmo de producción menor al de sus capacidades medias o muy cerca de ella, crece al redor de un 4% o menos. Del año 2008 al 2016, el crecimiento más alto es de un 5,24%, lejos de los mejores crecimientos previos al año 2009, lo cual sugiere un estado negativo de la economía para casi 10 años. En lo que respecta al mercado de trabajo, la tasa de desempleo del año 2009 al 2016 promedia un 9,5% anual. Porcentaje superior a la tasa anterior al año 2009.

Hasta ahora se ha valorado brevemente el “sector real” de las relaciones económicas o productivas. Con el gráfico 3 se tiene la intención de comentar un aspecto del “sector monetario”, el cual remite a la inflación medida por el IPC.

Gráfico 3. Variación acumulada de la Inflación medida por el IPC, para Costa Rica, del 2000 al 2016 (en porcentajes)



Fuente: Elaboración propia con datos del BCCR.

Si se observa el gráfico anterior, es posible determinar dos comportamientos de la variación acumulada de la inflación. Al comienzo del siglo XXI, el crecimiento de la inflación es de dos dígitos, en cambio, a partir del año 2009 es de tan solo de un dígito. Lo anterior sugiere un aumento de la capacidad de pago de la población vía menor crecimiento de la inflación, lo cual podría ser positivo para las relaciones económicas. Sin embargo, el Gráfico 2 marca el año 2009 como el inicio de un crecimiento cada vez menor de la economía, su estado negativo. Entonces, la menor inflación se contextualiza en un estado de bajo crecimiento del PIB, por lo que no se estima positiva. No se acelera el aumento de los precios. Pero un bajo crecimiento del PIB y un desempleo alto, como el que ocurre a partir del año 2010, señala dificultades para que la población reciba ingresos con los cuales comprar productos.

En síntesis, los datos anteriores sugieren un deterioro del crecimiento del PIB a partir del año 2009, cuando la producción decrece en 0,65% (ver gráfico 2). Después de dicho año, es posible señalar un crecimiento del desempleo en aproximadamente un 3,5%. A un crecimiento menor de la economía y un aumento del desempleo, se suma un sector monetario con crecimientos menores en la variación acumulada de la inflación. En cuanto a los años en los cuales se analizará la situación financiera de GN, del año 2005 al 2016, se percibe un buen entorno económico entre los años 2006 y 2008, lo que es favorable para la empresa; en cambio, para los años posteriores al 2009, se estima un contexto económico adverso para la actividad productiva de GN. Recuérdese que el gráfico 1 expresó una reducción de los ingresos publicitarios del mercado de medios impresos para el año 2009. Precisamente, es el año en el cual inicia la crisis económica costarricense, la cual marca un año de deterioro en los ingresos publicitarios del mercado de impresos, como se valoró anteriormente.

3.4. Análisis financiero de Grupo Nación: Ingresos y utilidades netas

El análisis financiero inicia con dos componentes fundamentales de cualquier empresa: los ingresos y las utilidades netas. Los ingresos son importantes pues indican si la empresa genera recursos propios año a año y las utilidades netas muestran los ingresos al deducir los costos, gastos e intereses, lo que permite apreciar cuánto de los ingresos se apropia la empresa. En este sentido, el siguiente gráfico ilustra un análisis horizontal (tasas de variación) sobre los ingresos de GN.

Gráfico 4. Ingresos totales y tasas de variación* por año para Grupo Nación, 2005-2016 (en millones de colones y porcentajes)



Fuente: Elaboración propia con los estados financieros de GN.

*Variaciones con cifras deflactadas

Como se desprende del gráfico 4, es posible advertir dos tendencias en los ingresos de GN. La primera tendencia, del año 2006 al 2012, es de crecimiento, si bien reportan dos disminuciones para los años 2009 y 2010, la dirección del comportamiento es hacia el crecimiento. El decrecimiento para el 2010, se explica por una reducción en la capacidad de pago de los ingresos de dicho año (un aumento del Índice de Precios del sector de Información y Comunicación con el cual se deflactaron las cifras). Obsérvese que en el 2009 los ingresos de GN reportan la disminución más importante para el período 2006-2012. En el año 2009, tal como muestra el gráfico 2, la economía nacional muestra su peor signo, decrece. Lo anterior implica que GN vivió los embates del inicio de una ola de menores crecimientos en la economía nacional.

También, es importante señalar en esta primera tendencia cómo los ingresos inician con un monto de 38.482 millones de colones y finalizan siendo de 70.550 millones, monto este último 1,8 veces mayor que el inicial. Si se calcula una tasa de variación promedio anual sobre los ingresos, se obtiene un crecimiento promedio de 0,41%, lo que confirma una tendencia constante al alza. Además, obsérvese que los crecimientos en esta tendencia son cada vez menores a partir del año 2008, no alcanzan magnitudes cercanas a los dos dígitos, como en el año 2006 y 2007. Los ingresos crecen, pero cada vez a un ritmo menor.

La segunda tendencia se marca a partir del año 2013, donde los ingresos de GN tienden a disminuir cada año. Del año 2013 al 2016, los ingresos disminuyen a una tasa variación promedio anual de 10,54%, siendo el año 2013 y el año 2015 los años que reportan mayores decrecimientos, alrededor de 13%. Si en el 2012, GN tuvo ingresos por 70.550 millones, el año 2016 termina con un ingreso de 50.616 mil millones, 1,39 veces menor. También, nótese que los decrecimientos son de dos dígitos, lo cual indica un proceso de decrecimiento acelerado. Incluso, si se observan los crecimientos del año 2006 al 2012, únicamente en el año 2007 la variación positiva es de dos cifras. Es decir, en el período de análisis, la reducción de sus ingresos tiene un ritmo mayor al de sus crecimientos.

Entonces, los datos sugieren al menos dos tendencias: un crecimiento cada vez menor de los ingresos y una tendencia decreciente de los mismos. En este contexto, es importante observar la composición de los ingresos de GN (fuentes o rubros) y los componentes o rubros que aportan al decrecimiento, es decir, realizar un análisis vertical sobre los ingresos. Como sugiere el cuadro 7, el 77,51% de los ingresos del medio provienen de la venta de publicidad y de la circulación de sus impresos (venta). Este 77,51% representa 39.234 millones de colones. Al ser la mayoría de sus ingresos, es posible confirmar que GN se ha instalado en un modelo de negocios tradicional: venta de impresos y de espacio publicitario a través de ellos.

Cuadro 7. Ingresos de Grupo Nación (en millones de colones y porcentajes)

Rubros	2015	2016	Proporción	Tasa de variación*	Aporte*
Publicidad	33.364	29.011	57,31	-14,74	-8,45
Circulación	11.264	10.223	20,20	-11,01	-2,22
Servicios de impresión	2.670	2.591	5,12	-4,85	-0,25
Venta de papeles y cartulinas	1.473	1.450	2,86	-3,48	-0,10
Promociones	791	460	0,91	-42,98	-0,39
Medios digitales	1.822	1.939	3,83	4,35	0,17
Otros	3.113	4.943	9,77	55,69	5,33
Ingresos totales	54.497	50.616	100	-8,93	-9,62

Fuente: Elaboración propia con datos de los informes financieros de Grupo Nación.

*Variación y aporte con cifras deflactadas.

El resto de los componentes de sus ingresos conforman apenas el 22,49% del total. Durante el año 2016, los ingresos totales se redujeron un 8,93%, siendo la cuenta de publicidad y circulación los que más aportaron a la disminución, un 8,45% y un 2,22%, respectivamente. Por tanto, son los que explican la disminución total de los ingresos. Nótese que de los siete componentes o rubros que producen los ingresos totales, cinco de ellos disminuyen. El rubro de promociones es el que más lo hace y tres de estos rubros disminuyen más que los ingresos totales: circulación, publicidad y promociones; donde destaca publicidad y circulación. Los rubros que crecen, medios digitales y otros – donde está Parque Viva, centro de eventos de GN – representan una proporción pequeña de los ingresos totales, 3,83% y 9,77%, respectivamente, por lo cual no logran revertir la tendencia total de los ingresos.

Ahora se realizará un análisis de las utilidades netas de la empresa a partir de lo que se puede observar en el gráfico 5. Al igual que las dos tendencias de los ingresos expresadas en el gráfico 4, las utilidades netas expresan dos tendencias, la primera va del año 2005 al 2012 y la segunda del año 2013 al 2016. En la primera tendencia, el año 2006 marca un crecimiento importante, donde las utilidades crecen casi 500%, para situarse en los miles de millones. Durante este período las utilidades promedian 3.628 millones de colones y la mayoría de los años, excepto el año 2010, se encuentran por arriba del promedio. En los mejores años, 2008 y 2009, las utilidades son 1,42 y 1,27 veces mayores al promedio, respectivamente. Lo anterior sugiere una magnitud importante y una tendencia al crecimiento por parte de las utilidades.

Gráfico 5. Utilidades netas por año para Grupo Nación, 2005-2016 (en millones de colones)



Fuente: elaboración propia con datos del Informe Financiero GN

La segunda tendencia inicia con un decrecimiento en las utilidades netas. Para el año 2013, las utilidades son 3,35 veces menores a las del año 2012. Obsérvese que GN reporta para el año 2014 y 2015 dos pérdidas consecutivas en sus utilidades netas, la empresa pierde 1.501 y 1.983 millones de colones, respectivamente. Luego, en el año 2016 se observa una recuperación significativa, pues, para salir de pérdidas, la empresa tuvo que producir alrededor de 3.628 millones en utilidades netas contra el año anterior. Es decir, produjo lo suficiente para reponer las pérdidas y obtener beneficios. Si bien hay recuperación, en esta segunda tendencia, las utilidades promedian un monto 3 veces menor al de la primera, 1.212 millones

Finalmente, en la primera tendencia, los gráficos 4 y 5 señalan, para el año 2006 y 2007, un crecimiento significativo de los ingresos y las utilidades netas, el cual se mencionó en párrafos anteriores. Si bien no se cuenta con información de tallada sobre este acontecimiento, Muñoz (2003) analiza los estados financieros de GN para el período comprendido entre el año 1998 y 2002 y permite, preliminarmente, contextualizar estos crecimientos en el marco de la ampliación de las actividades productivas de GN en Centroamérica. Según Muñoz (2003), dichas actividades amplían los rendimientos en los ingresos y utilidades, las cuales, vale decir, cierran alrededor del año 2009 (*La Nación S. A. y Subsidiarias*, 2010).

Para la segunda tendencia, los datos anteriores sugieren que el correlato de la disminución en los ingresos de GN, es el decrecimiento de sus utilidades netas, al punto de producir pérdidas dos años consecutivos. Nótese que las disminuciones son más significativas en dichas utilidades, pues los ingresos cierran con un monto 1,39 veces menor al inicial, en cambio, las utilidades con un monto 3 veces menor. Si bien las utilidades muestran una recuperación para el año 2016, los ingresos para ese año cumplen cuatro años consecutivos de disminución, lo cual plantea la interrogante de si el aumento de sus utilidades es sostenible a largo plazo.

3.5. Análisis con razones financieras

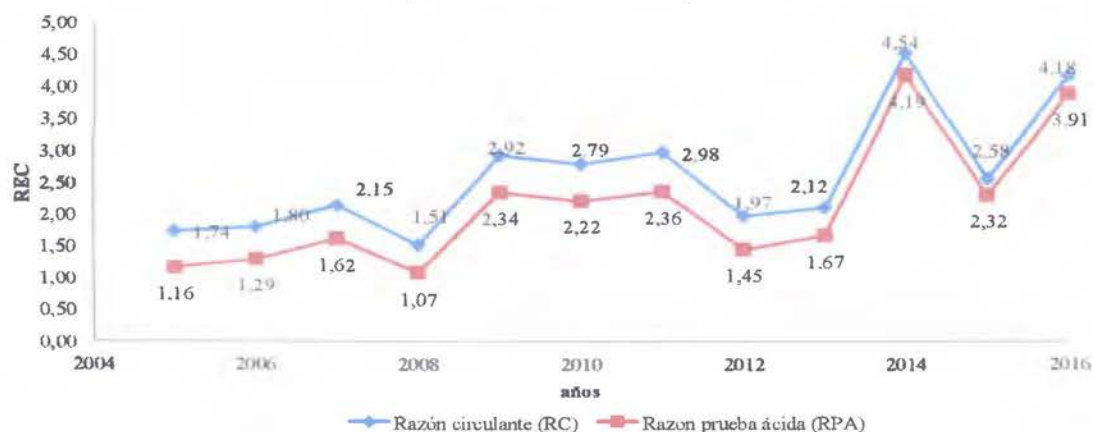
En esta sección se realizará el análisis sobre el balance general y los estados de resultados de GN a través de razones financieras, el cual se hará en el corto y largo plazo. Para el análisis del corto plazo se utilizarán las razones de liquidez RC y RPA, y la razón de deuda REC. Para el largo plazo se utilizará la razón de actividad RI y la RI en días, la razón de deuda RET y la RPP; y, además, las razones de rentabilidad MUN, RAT y RSI².

3.5.1. Análisis en el corto plazo: Liquidez y endeudamiento

La liquidez o solvencia para GN se ilustra en el gráfico 6. Como es posible observar de este, en cuanto a la RC, pocas veces la empresa se encuentra por arriba del parámetro idóneo de 2,5 veces. Sin embargo, es posible apreciar una liquidez solvente, pues la razón siempre se encuentra por arriba de 1, lo cual indica la capacidad de la empresa de pagar sus deudas con recursos propios. Si se valora su RC más bajo, en el año 2008, se puede observar que cubre sus pasivos sin problemas. En dicho año, por cada colón de deuda, GN tiene 1,51 colones de activos o, lo que es lo mismo, los activos cubren 1,51 veces a los pasivos. Si la empresa ese año pagara sus deudas de corto plazo con sus recursos del mismo plazo, tendría un colchón de liquidez de 0,51 colones por cada colón adeudado.

² Para facilitar la comprensión de este capítulo se agregará de nuevo lo que significa cada abreviatura. Razones de liquidez: RC = razón circulante y RPA = razón prueba ácida; razones de endeudamiento: REC = la razón endeudamiento corriente, RET = razón endeudamiento total y RPP = razón pasivo-patrimonio; las razones de rendimiento o rentabilidad: MUN = margen de utilidad neta, RAT = rotación de activos totales; y RSI = rendimiento sobre la inversión.

Gráfico 6. Razón circulante y prueba ácida por año para Grupo Nación, 2005-2016 (en número de veces)



Fuente: Elaboración propia con datos del Informe Financiero GN.

Si se observa la RPA, las diferencias con la RC no son muy grandes. También se encuentra por arriba de uno. Además, dicha razón se encuentra muy cercana o por arriba del parámetro idóneo de 1,5 veces. Nótese que tanto la RC y la RPA tienen una tendencia a aumentar y, por tanto, a mostrar cada vez más solvencia o liquidez. Destaca el año 2014, donde, de acuerdo con la RC, GN tiene 4,54 colones por cada colón de deuda y, de acuerdo con la RPA, por cada colón de deuda tiene 4,19 colones en activos. Es decir, sus activos cubren en más de 4 veces sus pasivos. Incluso, los años en los cuales pierde utilidades, 2014 y 2015, GN muestra un margen positivo en cuanto a su liquidez en el corto plazo.

Además, se puede observar en el gráfico 6 como ambas razones de liquidez aumentan de manera significativa a partir del año 2014. Esto se explica porque los activos corrientes crecen un 78,46%, mientras los pasivos corrientes disminuyen un 16,78%. El aumento significativo en la magnitud de los activos corrientes se debe a dos inversiones realizadas por GN durante el año 2013 y 2014. Las cuales responden, por una parte, a la producción de un espacio físico (un edificio) para la integración de las salas de redacción de sus medios de comunicación colectiva y, por otra, a la compra del Autódromo La Guácima para convertirlo en un centro de eventos (Carazo, 2015), conocido ahora como Parque Viva. Entonces, el aumento de la liquidez en el corto plazo se debe a estas inversiones de largo plazo.

El nivel de endeudamiento en el corto plazo se presenta en el gráfico 7. Para el período 2005-2008, se observa que las deudas representan una cuarta parte de los activos totales, para luego mostrar una tendencia a la reducción, finalizando el año 2016 con un margen de deuda de tan solo 1 dígito, lo cual implica una reducción significativa de las deudas. Al igual que las razones de liquidez, las inversiones de GN tienen implicaciones para su nivel de deudas. Recuérdese que la razón de endeudamiento corriente se calcula entre el pasivo corriente y el activo total o de largo plazo. Para el año 2014, los activos totales crecieron 12,91%, mientras los pasivos de corto plazo disminuyeron 16,78%, como se anotó anteriormente. Cabe destacar que esta inversión en activos es la más importante en los 12 años en análisis. Por lo tanto, la reducción en el nivel de deudas a partir del año 2014 se explica por las inversiones antes mencionadas (hacen crecer el activo total, denominador de la REC) y la reducción del pasivo de corto plazo o corriente (numerador de la REC).

Gráfico 7. Razón endeudamiento corriente por año para Grupo Nación, 2005-2016 (en porcentajes)



Fuente: Elaboración propia con datos del Informe Financiero GN.

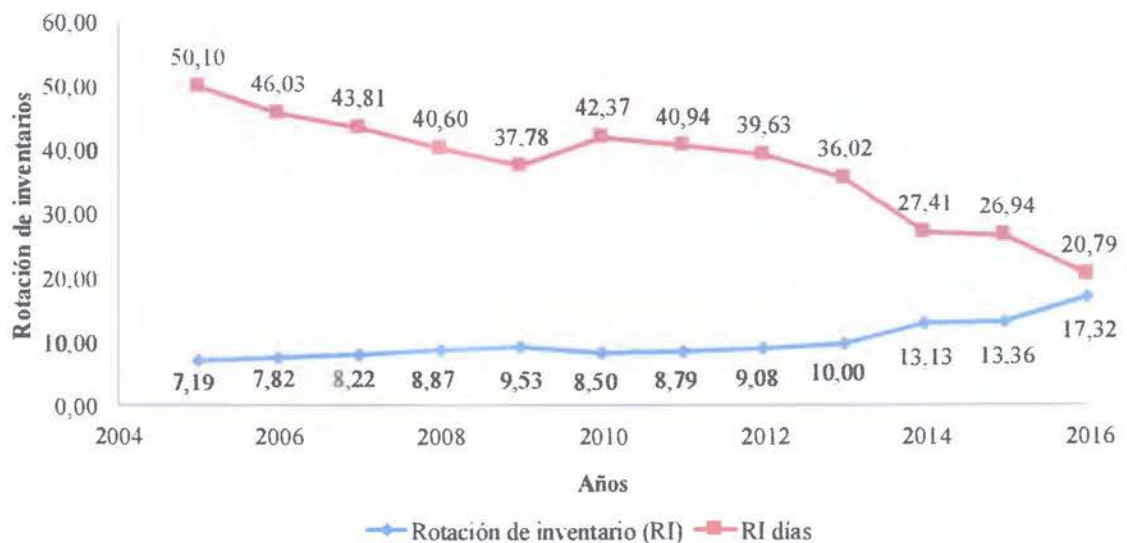
Por último, para el corto plazo, en los 12 años en análisis, los datos expresados en los gráficos 6 y 7 muestran una posición positiva de la liquidez y el endeudamiento para GN. Las razones de liquidez siempre se encuentran por arriba de uno (sus recursos propios pueden cubrir sus deudas) y los activos financiados con deuda tienen una tendencia a la disminución. Sin embargo, debe tomarse en cuenta el papel de las inversiones en activos

totales, con implicaciones significativas para los activos corrientes, en tal posición positiva y evaluar su significado para el largo plazo. Lo cual, para el caso de las deudas, se evaluará en el siguiente apartado.

3.5.2. Análisis en el largo plazo: Actividad, endeudamiento y rentabilidad

Como se señaló anteriormente, las RI y la RI en días expresan la eficiencia de la empresa en su actividad productiva (comprar, vender y generar ingresos y utilidades), al indicar la velocidad con la cual rota su inventario, y, por tanto, la velocidad de las ventas (generación de recursos). Ahora bien, con el gráfico 8 se realizará el análisis de ambas razones para GN.

Gráfico 8. Rotación de inventario por años para Grupo Nación, 2005-2016 (en número de veces y de días)



Fuente: Elaboración propia con datos del Informe Financiero GN.

Del gráfico anterior es posible percibir una tendencia al incremento de la RI y una disminución de la RI en días, lo cual sugiere eficiencia en el uso de recursos por parte de GN, pues cada vez que compra, vende y genera ingresos en un tiempo menor, su inventario rota cada vez más rápido. Como la rotación de inventario se calcula con los costos de ventas y estos están ligados con los ingresos (producir ingresos tiene costos), es necesario analizar dicha eficiencia en el marco de las dos tendencias detectadas en los ingresos.

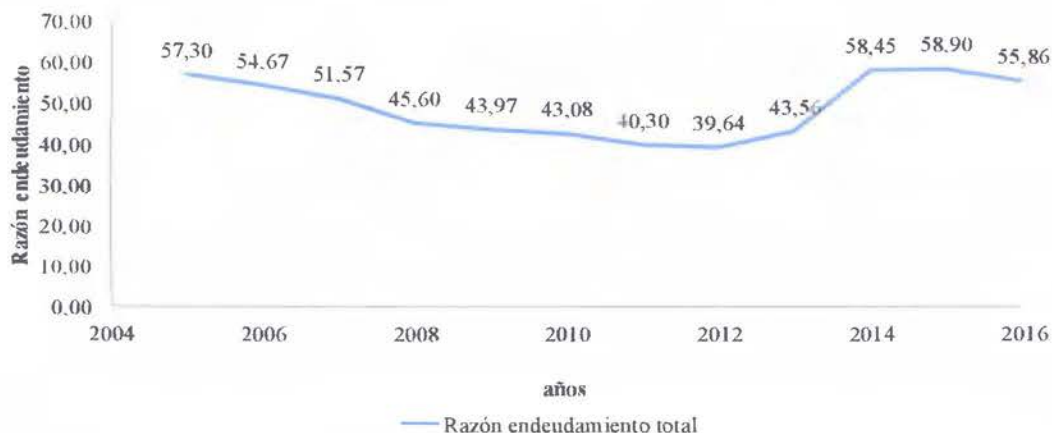
La primera tendencia en los ingresos comprende los años del 2005 al 2012 y registra un aumento cada vez menor de los mismos. En este intervalo, obsérvese que la RI aumenta y la RI en días disminuye. De acuerdo con la RI, en el año 2005, GN genera recursos 7,19 veces al año, en promedio cada 50 días (ver RI días). Para el año 2012, la RI aumenta a 9,08 veces, lo cual indica una mayor rotación del inventario al año y, por lo tanto, un período cada vez menor en el cual se producen recursos, en promedio cada 39 días (ver RI en días). Lo anterior, en un contexto de crecimiento de ingresos, aunque sean cada vez menores, se estima positivo, pues se observan aumentos en los ingresos y un período más corto en el cual se producen.

La segunda tendencia en los ingresos comprende los años del 2013 al 2016 y registra una disminución de los ingresos para cada año. En este intervalo, se intensifica el aumento de la RI y, por tanto, la disminución promedio de los días en los cuales GN rota su inventario, lo cual implica una generación cada vez más rápida de recursos. En un contexto de bajos ingresos, es necesario valorar la magnitud del inventario, denominador de la RI. Para el período 2005-2012, el inventario promedio ronda los 5.157 millones de colones, en cambio, para el período 2013-2016 promedia 3.378 millones de colones, 1,5 veces menos. Siendo el año 2016 el que reporta el menor inventario, con un monto 1.981 millones de colones.

Los datos anteriores sugieren que, para los años comprendidos entre el año 2013 y 2016, si bien GN tiende a mejorar su eficiencia en ventas, pues genera recursos en un tiempo cada vez menor, dada la reducción del inventario, es posible señalar que cada vez vende menos, lo cual, en el contexto de la segunda tendencia de sus ingresos (reducción), se estima negativo.

Con el objetivo de analizar el endeudamiento de GN en el largo plazo, el gráfico 9 reúne su porcentaje de activos financiados con deuda, es decir, la RET. Recuérdese que para este caso existen parámetros sobre el nivel de deudas, estipulados en el cuadro 3. De acuerdo con dicho gráfico, los primeros 3 años del período expresan un exceso de deudas. Luego, para los años comprendidos entre el 2008 y el 2013, GN se establece en un margen de endeudamiento sostenible. Para después aumentar su nivel de deuda a partir del año 2014. Como se comentará a continuación.

Gráfico 9. Razón endeudamiento total por año para GN, 2005-2016 (en porcentajes)



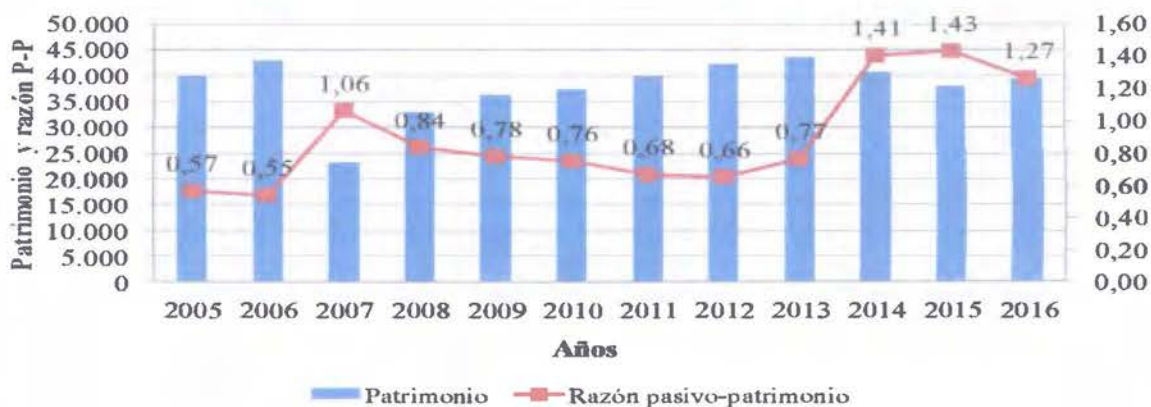
Fuente: Elaboración propia con datos del Informe Financiero GN

Como se advierte del gráfico 9, para el año 2014, el porcentaje de activos financiado con deuda crece prácticamente en un 15%, el cual representa el aumento más significativo en los 12 años en análisis. Obsérvese que este aumento en las deudas inicia en el año 2013, cuando las deudas aumentan alrededor de un 5%. Este es el aumento más importante en el intervalo de años en los cuales las deudas de GN se encuentran en un estado sostenible. Así, con el ascenso de las deudas, los últimos 3 años expresan una RET en estado excesivo.

Como se mencionó anteriormente, en los años 2013 y 2014, GN realiza dos inversiones, la producción de un edificio y la compra de un centro de eventos, que aumentan los activos totales, pero no los pasivos corrientes. En el largo plazo, estas inversiones tienen otro resultado para los pasivos. Mientras los activos totales crecen un 12,09%, los pasivos totales lo hacen un 51,58%. Lo anterior sugiere que las inversiones realizadas por GN se asientan en las deudas de largo plazo. Y son las que explican el margen en el exceso de deudas para los años 2014, 2015 y 2016.

Ahora, un aspecto a analizar en el endeudamiento es la relación entre el patrimonio y la deuda, para observar si GN tiene un margen de protección proporcionado por sus propietarios o accionistas. Para realizar dicho análisis, el gráfico 10 contiene la RPP. Recuérdese que cuanto más baja la razón, mayor capacidad de la empresa para pagar sus deudas con su patrimonio.

Gráfico 10. Patrimonio y razón pasivo-patrimonio por año para Grupo Nación (en millones de colones y en número de veces)



Fuente: Elaboración propia con datos del Informe Financiero GN

Como se desprende del gráfico 10, del año 2005 al 2012, con excepción del año 2007, GN tiene posibilidades de pagar sus deudas con su patrimonio, pues siempre se encuentra por debajo de 1³. Además, en este intervalo de tiempo, con la salvedad del año 2007, el patrimonio tiene una tendencia a aumentar, con la cual se refuerza dicho margen de protección sobre las deudas.

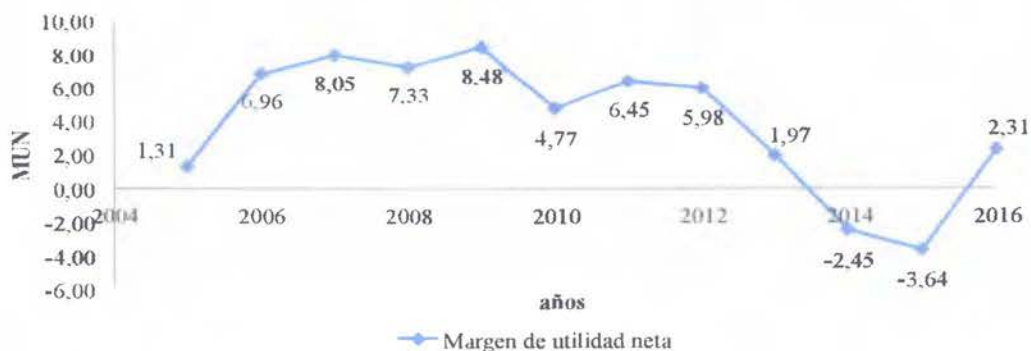
En cambio, para los años siguientes, del año 2014 en adelante, el margen de protección de la empresa desaparece y el patrimonio tiende a disminuir. Para dicho año, la RPP indica que, por cada colón de patrimonio, la empresa tiene 1,41 colones de deuda; es decir, los pasivos cubren 1,41 veces al patrimonio. Esto significa que si GN cerrara operaciones ese año, no podría pagar sus deudas con su patrimonio. Estos datos sugieren que GN se encuentra con un nivel de deudas que excede los recursos aportados por sus accionistas. Además, mientras sus deudas aumentan, su patrimonio disminuye, lo anterior podría sugerir que la empresa está utilizando su patrimonio para actividades de operación.

Es el momento de evaluar el resultado de la liquidez, la administración de los activos y las deudas, lo cual se realizará por medio de las razones de rentabilidad. Se iniciará el análisis con el MUN, el cual muestra el nivel de ingresos que se apropia la empresa después

³ Tómese como ejemplo el año 2005 para la interpretación de la RPP. En dicho año, por cada colón de patrimonio, GN tiene 0,57 colones de deuda. Si se resta el colón de patrimonio con los 0,57 colones de deuda, la empresa tiene un margen de protección de 0,43 colones otorgado por sus accionistas; es decir, el patrimonio es más grande que los pasivos.

de deducir costos, gastos, intereses e impuestos. Luego se realizará la razón RAT y, por último, la razón RSI.

Gráfico 11. Margen de utilidad neta por año para Grupo Nación, 2015-2016 (en porcentaje)

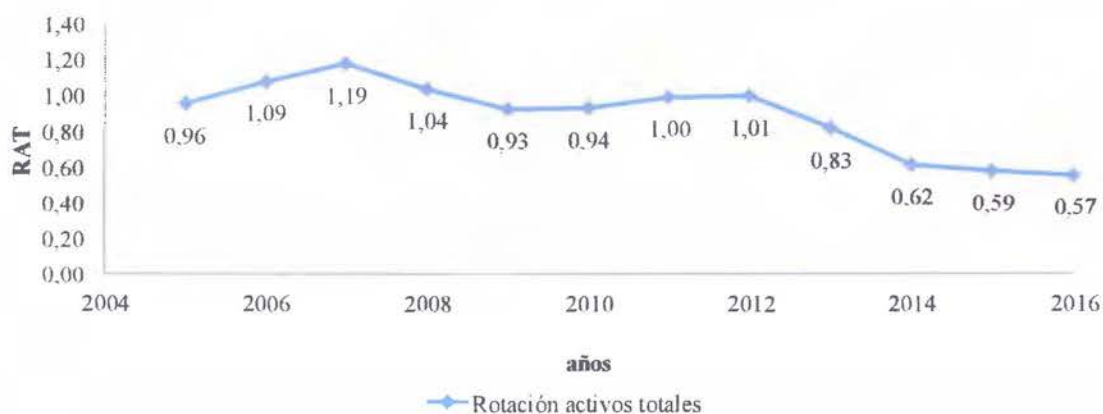


Fuente: elaboración propia con datos del Informe Financiero GN.

Los datos expuestos en el gráfico anterior deben interpretarse a partir de los parámetros presentados en el cuadro 4. Con base en ello, para el año 2005, puede observarse que GN inicia el período de análisis con un MUN de 1,31%, siendo este margen de rentabilidad baja. El año siguiente se recupera en prácticamente un 6%, estableciendo un margen de rentabilidad estable para los años comprendidos entre el año 2006 y el 2012. En el mismo intervalo de tiempo que la segunda tendencia de los ingresos, el período 2013-2016, el MUN expresa rentabilidades bajas e incluso negativas. Esto se debe a la tendencia en la reducción de los ingresos y de las utilidades netas.

En el apartado de análisis de endeudamiento, se observó un incremento en los activos totales y los pasivos totales, dadas las inversiones en infraestructura y la adquisición de un centro de eventos. La RAT mostrará los colones de ingresos que producen dicha inversión y los activos totales en general.

Gráfico 12. Rotación activos totales por año para Grupo Nación, 2005-2016 (en número de veces)



Fuente: Elaboración propia con datos del Informe Financiero GN.

Como se observa del gráfico 12, durante los primeros 8 años del período de análisis, prácticamente cada colón de activo produjo un colón de ingresos; el año 2007 es el período más productivo de los activos de GN, pues por cada colón de activos, se produjeron 1,19 colones de ingresos. Sin embargo, la tendencia cambia para el periodo comprendido entre el año 2013 y el año 2016, los ingresos producidos por los activos tienden a disminuir.

En el año 2014 se produjo el crecimiento más importante de los activos totales, en el período de análisis, como se ha mencionado anteriormente. Sin embargo, como se desprende del gráfico 12, los activos reportados a ese año generan menos recursos que el año anterior. Incluso, para el año 2016, se muestra el peor rendimiento de los activos en todo el periodo. Por cada colón de activos, se producen 0,57 colones de ingresos. En un contexto de reducción de ingresos y utilidades netas, los datos anteriores sugieren que las inversiones realizadas por GN no mejoran los ingresos producidos en un margen que compense la tendencia a la disminución de sus ingresos.

Finalmente, se realizará la razón RSI y se comparará con el promedio en años de la tasa básica pasiva calculada por el Banco Central de Costa Rica. Se considera que el costo de oportunidad que permite dicha tasa puede valorarse conjuntamente con las utilidades netas, para saber si es mejor tener el dinero invertido por GN en activos o en un banco generando intereses, al menos desde un punto de vista económico, pues los productos de GN, como se ha señalado en este artículo, también le permiten a la empresa hacer política.

Gráfico 13. Rendimiento sobre la inversión por año para Grupo Nación y tasa básica pasiva, 2005-2016 (en porcentajes)



Fuente: Elaboración propia con datos del Informe Financiero GN.

El gráfico 13 muestra que los activos de GN producen márgenes de rendimiento inferiores a la tasa básica pasiva para casi todos los años en estudio, sin embargo, la diferencia no es muy alta. Para el periodo 2005-2012, los rendimientos de la empresa son similares a los de tener sus activos en un banco. Si se considera el comportamiento de los ingresos y las utilidades, cuyo comportamiento es creciente, se estiman márgenes de rendimiento positivos. Por ejemplo, para el año 2010, donde se expresa la menor RSI, GN se apropia del 4,47% de sus activos, el equivalente 2.942 millones de colones en utilidades netas.

Sin embargo, a partir del año 2013, se observa una tendencia a la disminución por parte de la RSI, la cual la aleja considerablemente de la tasa básica, pese a que esta también disminuye. Lo anterior sugiere que los activos de GN generan cada vez menos utilidades. Si en el año 2012, el 6,03% de los activos se convertía en utilidades netas, para el año 2016, tan solo el 1,31% se produce como utilidades. En todo esto se puede observar que las inversiones realizadas por la empresa a partir del año 2013 y 2014, donde los activos totales tienen el mayor crecimiento del periodo en estudio, generan rendimientos cada vez menores. Por último, si se considera que las utilidades netas son negativas en los años 2014 y 2015, a partir del 2013, GN generaría mayores rendimientos si sus activos totales estuvieran en un banco generando intereses.

3.6. Balance final del capítulo 3

Los datos expuestos en este capítulo muestran de manera preliminar, para la industria de medios de comunicación impresos de Costa Rica, un deterioro inicial en el comportamiento de los ingresos por venta de espacio publicitario y una reducción de la audiencia de periódicos, mientras el consumo de Internet aumenta, lo cual podría sugerir una situación crítica para el modelo de negocios de la industria. En este contexto, de los informes financieros de GN se constata una reducción en sus rendimientos financieros. Los ingresos de la empresa disminuyen cada año a partir del 2013. Incluso, esta disminución se tradujo en pérdidas en sus utilidades netas en los años 2014 y 2015, 1.501 millones de colones y 1.983 millones, respectivamente. Aunado a lo anterior, la situación económica del país muestra sus peores indicadores. El PIB y el desempleo no logran alcanzar sus niveles anteriores a la crisis económica del año 2009, se viven o sufren aproximadamente 10 años de recesión económica, lo cual es desfavorable para GN y el resto de industrias instaladas en Costa Rica.

Sobre la situación financiera de GN, es posible percibir dos tendencias en su situación financiera: una que abarca los años comprendidos entre el 2005 y 2012, en la cual los ingresos de la empresa tienen una tendencia a crecer cada vez menos. Una segunda que cubre el período entre el año 2013 y el 2016, en el cual la disminución de sus ingresos marca la tendencia. Bajo estas tendencias, el corto plazo muestra indicadores favorables para la empresa: la solvencia o liquidez económica muestra que por cada colón de pasivos existen aproximadamente cuatro colones de activos. Por otro parte, las deudas pasan de dos dígitos a un dígito, lo que sugiere una disminución de sus activos comprometidos a corto plazo.

Sin embargo, el largo plazo no es favorable para la empresa. La razón de actividad rotación de inventario, la magnitud del inventario y la disminución de los ingresos de la empresa muestran que GN genera ingresos en menos tiempo, porque vende cada vez menos periódicos y recibe menos ingresos por publicidad. Además, sus deudas en largo plazo son excesivas. El año 2016 cierra con el 55,86% de sus activos comprometidos. Las inversiones realizadas por GN durante los años 2013 y 2014, un edificio y la adquisición de un centro de eventos, explican este exceso de deudas.

Pese a esta inversión, los indicadores de rentabilidad señalan un rendimiento a la baja. El margen de utilidad neta muestra que GN se apropia de un margen cada vez más pequeño de los ingresos que produce. Si en el año 2006 se apropiaba del 6,96% de sus ingresos, 10 años más tarde se apropia únicamente del 2,31%. La rotación de activos totales, que permite evaluar los ingresos producidos por los activos, muestra que las inversiones realizadas por GN no lograron mejorar sus rendimientos: durante la mayor parte del período de análisis, cada colón invertido en activos produjo un colón de ingresos, situación que cambia a partir del año 2013, donde se establece una tendencia en la cual cada colón invertido en activos produce ahora menos de un colón. Es decir, los activos producen menos ingresos. El rendimiento sobre la inversión, cantidad de activos que se transforman en utilidades netas, expresa esa misma tendencia, los activos producen cada vez menos utilidades: en el año 2006 produjeron 7,57%; en cambio, 10 años después, tan solo 1,31%.

En síntesis, según los estados financieros de GN, sus ingresos y utilidades netas tienen una tendencia a la disminución, su inventario es cada vez menor, su estado de deudas es excesivo y sus rendimientos sobre los activos y los ingresos muestra un rendimiento bajo. Además, el exceso de deudas y la baja rentabilidad han comprometido el patrimonio de la empresa, a tal punto que ha disminuido y parece que no está en la capacidad de cubrir los compromisos financieros de la empresa. Todo lo anterior sugiere una situación crítica en el modelo de negocios de GN y, por lo tanto, condiciones de producción negativas para el periódico *La Teja*. En este contexto, cabe preguntarse cómo hará GN para mantener su hegemonía económica y política.

Capítulo 4. Análisis estructural, referencial y enunciativo

En este capítulo se realiza el análisis de los discursos del periódico *La Teja* en las coyunturas políticas sobre el referendo del TLC y la concesión de los Puertos de Moín-Limón. Como se advirtió en el capítulo 2, para determinar lo que dicen las noticias de *La Teja* y cómo están elaboradas, se realizará el análisis estructural (analiza las secciones del medio), referencial (responde al qué dice) y enunciativo (responde al cómo dice). Esta investigación se preocupa por las maneras en las cuales se producen ausencias en la realidad, como ya se ha advertido. Para explorar las posibles ausencias de temáticas de interés público, o la ausencia de referencias al poder, en los discursos de *La Teja*, se expondrán referencias específicas sobre ambas coyunturas políticas y algunas representaciones elaboradas por *La Nación* en dichas coyunturas con el objetivo de contrastar informaciones y, a través de ello, resaltar lo que no dice *La Teja*. Recuérdese que el análisis estructural se realiza sobre todas las noticias expuestas por el periódico en estudio y el análisis referencial y enunciativo sobre las clasificadas como políticas. Algunas de las noticias analizadas pueden observarse en el Anexo 6.

El capítulo se organizó en cinco apartados. El primero contiene el análisis estructural, el segundo expresa el análisis referencial y el tercero el análisis enunciativo. Dado que se exploran dos coyunturas políticas, cada dimensión de análisis se realiza en dos ocasiones: dos veces el estructural, dos veces el referencial y dos veces el enunciativo. Por ello, para no repetir interpretaciones, los primeros tres apartados de este capítulo son, de manera fundamental, pero no exclusiva, descriptivos. El cuarto apartado contiene un análisis más interpretativo acerca de los resultados del análisis estructural, referencial y enunciativo, y las referencias específicas a la coyuntura sobre el TLC y la concesión portuaria, así como la posición de *La Nación* ante determinadas coyunturas. El quinto apartado concluye con un balance del capítulo. Recuérdese, como sugiere el apartado metodológico en el capítulo 2, que para realizar el análisis del discurso se realizan categorías propias, se categorizan tanto las secciones de *La Teja*, como los temas e ítems contenidos en sus noticias.

4.1. Análisis de estructural: Frecuencia en el tratamiento de noticias políticas

A partir del procedimiento explicado en la sección 2.2.2.1, se identificó la manera en la cual *La Teja* ordena sus noticias a partir de una clasificación o categorización de las secciones del medio (ver cuadro 1). Dicha clasificación a partir de las secciones se encuentra contenida en el cuadro 8, el cual se evaluará a continuación.

Cuadro 8. Análisis estructural del periódico *La Teja* en dos coyunturas políticas. En valores absolutos y porcentajes

	TLC - 2007		Concesión portuaria - 2014		Tasa de variación
	Noticias	Porcentaje	Noticias	Porcentaje	
Nacionales	86	7,01	123	10,93	43,02
Sucesos	133	10,84	129	11,47	-3,01
Internacionales	39	3,18	40	3,56	2,56
Entretenimiento	359	29,26	297	26,40	-17,27
Deportes	239	19,46	227	20,18	-5,02
Publicidad	240	19,54	229	20,36	-4,58
Política	88	7,17	14	1,24	-84,27
Editorial	12	0,98	12	1,07	0,00
Otros	31	2,53	54	4,80	74,19
Total	1.227	100	1.125	100	-8,39

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 1 al 14 de octubre del año 2007 y del 15 al 29 de octubre del año 2014.

Como se desprende del cuadro 8, para las coyunturas políticas del año 2007 y 2014, el “entretenimiento” es la sección que contiene más noticias en el periódico, con un 29,23% y 26,40%, respectivamente. Si se descarta la “publicidad”, la segunda y tercera sección que contiene más noticias, para ambos años, son los “deportes” y los “sucesos”. Al sumar el “entretenimiento”, los “sucesos” y los “deportes”, se obtiene la clasificación de noticias predominante del medio, la cual para el año 2007 es de un 59,35% y para el año 2014 es un 58,04%. Lo anterior sugiere que en coyunturas políticas que convocan un mayor interés público la representación del acontecer no varía en lo fundamental. El “entretenimiento”, los “deportes” y los “sucesos” continúan siendo las secciones que contienen más noticias. En ambos períodos, la publicidad constituye entre el cuarto y tercer lugar más importante

del total. Tal predominancia sugiere un papel significativo en la generación de ingresos por parte de *La Teja* para GN.

Tanto para el año 2007 como el año 2014, se observa que las noticias clasificadas como “política” representan un porcentaje reducido del total de la oferta expuesta por el medio, un 7,25% y un 1,24%, respectivamente. Los datos anteriores sugieren poco interés de *La Teja* por representar ambas coyunturas políticas. Con el cuadro 9 se puede observar cuántas de estas noticias clasificadas como políticas contienen temas de interés público. Para la coyuntura del TLC, únicamente el 14,77%, mientras que para la coyuntura por la concesión de los puertos en Limón, un 21,43%. Si se relacionan las noticias de interés público con el total de noticias ofertadas por secciones en dichos períodos, se observa que durante el año 2007 alcanzan el 1,06% y, para el año 2014, no alcanzan ni un 1%. En los próximos apartados se expone de qué tratan dichas noticias de interés público, así como el resto de noticias clasificadas como políticas.

Cuadro 9. Composición de las noticias políticas durante las coyunturas del año 2007-2014 y relación con las noticias totales (en valores absolutos y porcentajes)

	TLC - 2007		Concesión portuaria - 2014	
	Noticias	Porcentaje	Noticias	Porcentaje
Sin interés público	76	85,23	11	78,57
De interés público	13	14,77	3	21,43
Total	88	100	14	100
Interés público	13	1,06	11	0,97
Total	1227	100	1125	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 1 al 14 de octubre del año 2007 y del 15 al 29 de octubre del año 2014.

Si se observan los cuadros 8 y 9, puede verificarse que la oferta de noticias por secciones no presenta grandes cambios entre los 7 años que distancian ambas coyunturas. La cantidad de noticias es casi la misma y en ambos períodos permanece una escasa oferta de noticias vinculadas con ambas coyunturas. Sin embargo, destaca la reducción de noticias clasificadas como políticas en un 84,24%. Lo cual sugiere menos interés del medio en ofertar la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón.

La sección de “otros” sí presenta un aumento considerable, debido a la incorporación de diversos columnistas en temas como nutrición y sexualidad, entre otros. Además, las noticias “nacionales” crecen, lo cual se explica porque durante el año 2007 se produjeron más noticias “políticas” que durante el año 2014, lo que llevó a clasificar algunas noticias sobre el país en la categoría de “política” y no en “nacionales” (ver cuadro 1). Finalmente, los “sucesos”, “deportes” y “entrenamiento” disminuyen, pero guardan la misma proporción sobre el total en cada período.

4.2. Análisis referencial: lo que dicen las noticias políticas

Ahora que se ha determinado la cantidad de noticias ofertas por *La Teja* a través de una clasificación de sus secciones (análisis estructural), se dará paso al análisis referencial para el caso de las noticias clasificadas como políticas en el cuadro 8. Primero se expondrá el análisis de la coyuntura sobre el referendo del TLC y luego la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón. El análisis referencial inicia con la clasificación de los temas. Luego se exponen las ideas principales encontradas en cada tema, las cuales fueron clasificadas en categorías. Después se presenta el ámbito, la temporalidad y las fuentes. Por último, se exponen los actores y sus atributos.

4.2.1. Análisis de la coyuntura sobre el referendo del TLC: Temas

El cuadro 10 reúne la categorización establecida para los temas expuestos por *La Teja* en la coyuntura explorada. Como se observa en dicho cuadro, de las 88 noticias sobre política expuestas en la coyuntura sobre el TLC (ver cuadro 8), el 30,68% tematizó la política desde el “entretenimiento”. Siendo el referendo sobre el TLC un punto de inflexión en el contexto político de aquella época, llama la atención que únicamente 12 noticias tematizaran propiamente asuntos relacionados con el tratado, véase la categoría “TLC”. Esto equivale al 0,97% del total de noticias ofrecidas por el medio (ver cuadro 8) y al 13,64% de los temas planteados. Siendo el TLC un tratado con los EE.UU, nótese que dicho país se tematizó tan solo en un 2,27%.

Cuadro 10. Temas de las noticias sobre política en la coyuntura sobre el TLC (en valores absolutos y porcentajes)

Temas	Noticias	Proporción
Ejecución voto	9	10,23
Movilizaciones	4	4,55
Entretenimiento	27	30,68
Votantes	16	18,18
El No	7	7,95
El Sí	5	5,68
Religión	4	4,55
Debate	2	2,27
EE.UU	2	2,27
TLC	12	13,64
Total	88	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 1 al 14 de octubre del año 2007.

En el cuadro 9 se clasificaron 13 noticias en la categoría de interés público. Estas noticias contemplan las clasificadas como “ejecución voto” y “movilizaciones”, presentadas en el cuadro 10. Ambos temas corresponden al 14,78% del total, tan solo su sexta parte. Dichos temas, en términos de la cantidad de noticias ofrecidas al público durante dicha coyuntura, representan el 1,05% y el 0,32% del total, respectivamente. Las ideas principales de dichos temas se comentarán más adelante.

En la coyuntura sobre el TLC estuvieron en conflicto quienes adversaban o apoyaban la aprobación del tratado comercial, categorizados como “El No” y “El Sí” en el cuadro 10, respectivamente. El cuadro 10 muestra la tematización de los sectores en conflicto, ambos abarcaron un 13,64% de los temas, 12 de las 88 noticias sobre política. Siendo el grupo que promovió el rechazo al tratado el que más se tematizó, con un 7,95%. Además, en una coyuntura electoral llama la atención la escasa tematización de los debates, con un 2,27%. Al ser los debates un espacio de información del electorado, su ausencia es significativa.

4.2.1.1. Ítems para el tema ejecución voto

A continuación, se exponen las ideas principales o ítems del tema ejecución voto, los cuales fueron reunidos en cinco categorías. El cuadro 11 muestra una categorización de dichos ítems, los cuales se desarrollan a continuación.

Cuadro 11. Categorización de ítems del tema ejecución voto (en valores absolutos y porcentajes)

Categorías	Ítems	Proporción
Procedimiento	3	21,43
Mesas de votación	4	28,57
Transporte	2	14,29
El Sí	1	7,14
Referendo	4	28,57
Total	14	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 1 al 14 de octubre del año 2007.

Como se desprende del cuadro 11, el tema “ejecución voto” tuvo 14 ítems, clasificados en cinco categorías. Dos de ellas son las principales categorías, mesas de votación y referendo, cada una con un 28,57%, juntas representan el 57,14% del total de ítems. En cuanto a “mesas de votación”, los ítems giraron en torno a señalar la cantidad de fiscales de mesa asignados por las agrupaciones que adversaban o apoyan el TLC y detalles sobre los observadores, como su cantidad y el personal que los instruyó para vigilar las mesas de votación. En cuanto a la categoría referendo, se hizo referencia a que la elección del 7 de octubre del año 2007 fue el primer referendo en la historia nacional, que se definía el futuro del TLC con EE.UU y que los costarricenses serán “diputados” por un día en dicha elección. Cabe señalar que estas ideas no expresaron el significado de la abreviatura TLC ni mencionaron la palabra tratado.

La segunda categoría más importante es “procedimiento”, con un 21,43%, una cuarta parte del total, la cual refirió a ideas relacionadas a los horarios de votación y al tiempo de duración del voto. La votación no podía durar más de 4 minutos, se acotó. Otras categorías fueron “El Sí” y “transporte”, la primera de ellas manifiesta que la agrupación a favor del

tratado les ganaba a sus adversarios. La segunda indico que un “ferry” puede llevar votantes y la cantidad de transporte a utilizar el día de la votación por parte de las agrupaciones del Sí y el No al TLC, como también se les nombró a los grupos a favor y en contra de dicho tratado, respectivamente.

4.2.1.2. Ítems para el tema movilizaciones

Las ideas categorizadas en el tema “movilizaciones” se expresan en el cuadro 12. Como se observa, contienen 16 ítems clasificados en cuatro categorías, las cuales se desarrollan a continuación.

Cuadro 12. Categorización de ítems del tema movilizaciones (en valores absolutos y porcentajes)

Categorías	Ítems	Proporción
Magnitud	4	25,00
Consignas	5	31,25
Actividades	6	37,50
Manifestantes	1	6,25
Total	16	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 1 al 14 de octubre del año 2007.

Como es posible observar del cuadro 12, la categoría más importante es la de “actividades”, con un 37,50%, la cual trata sobre acciones realizadas en movilizaciones, tales como repartir propaganda, la participación de un “dominador del balón”, quien hace series y acrobacias con un balón de fútbol. Además, señala que, con movilizaciones, los grupos a favor del tratado comercial “reaccionan” a quienes están en contra y que en las movilizaciones en contra del TLC se crítica a Oscar Arias, presidente de la República de entonces.

La categoría “consignas” es la segunda más importante, con un 31,25% del total, en esta se registraron proposiciones a favor y en contra del TLC, a través de personas entrevistadas por el medio. Con respecto a las afirmaciones a favor del TLC, se asoció con “progreso” y generación de empleo, así como con un aumento en apoyo; en relación con las afirmaciones

en contra, se dijo que el TLC no mejora las condiciones de vida de las personas y que debía iniciar un tratado comercial para los “pobres”. Sumadas ambas categorías, representan el 68,75% del total de ideas expuestas en dicho tema. En términos de cantidad de noticias, representan dos noticias, el 0,16% del total de la oferta de *La Teja*.

Finalmente, las categorías que tienen menor participación son “magnitud” y “manifestantes”, ambas representan el 31,25% del total. La categoría “magnitud” refirió a la cantidad de personas presentes en las manifestaciones y la categoría “manifestantes” señala a trabajadores del servicio de transporte público, conocidos como “porteadores”, a favor del TLC.

4.2.1.3. Ítems para el tema entretenimiento

El tema entretenimiento es el más importante de toda la tematización de las noticias sobre política ofertadas por *La Teja*, prácticamente la tercera parte del total. El cuadro 13 muestra la categorización de los ítems de dicho tema. Como se observa, contiene 76 ítems clasificados en seis categorías.

Cuadro 13. Categorización de ítems del tema entretenimiento (en valores absolutos y porcentajes)

Ítems	Categorías	Proporción
Fútbol	17	22,37
Voto famosos	8	10,53
Voto presos	11	14,47
Voto modelos	8	10,53
Papeletas	4	5,26
Espectacularización	28	36,84
Total	76	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 1 al 14 de octubre del año 2007.

Como se desprende del cuadro 13, la categoría principal es la “espectacularización”, con un 36,85%. Las ideas en esta categoría versan sobre la votación de una mujer trans, la relación del cuento popular “el domingo 7” con el día del referendo, se indicó que quien perdiera la elección, viviría un domingo 7 en alusión a vivir un mal día. Además, se indicó

que el día del referendo pocas personas fueron a visitar moteles (hotel para la realización de relaciones sexuales); se señaló la realización de una “broma” a Oscar Arias y Rodrigo Arias (Ministro de la Presidencia), la cual se trató de una llamada al teléfono de Oscar Arias para intentar comprarle una casa o un automóvil; también se indicó la venta, durante la jornada electoral, de bebidas alcohólicas, y, finalmente, se expresó que la venta de camisetas, pines, entre otros productos alusivos a las agrupaciones que adversaron el TLC, generó ganancias para algunos comerciantes.

La segunda categoría más importante es la de “fútbol”, con un 22,37%, la cual mezcló el contexto del TLC con las jornadas del fútbol costarricense. En este sentido, las ideas giraron en torno al apoyo por parte de la barra de aficionados del equipo Deportivo Saprissa al TLC, y, fundamentalmente, a la asociación de las opiniones de futbolistas y técnicos con criterios asociados a la aprobación o rechazo del TLC. Por ejemplo, el sí al TLC se asocia con ganar y puntuar, y el no al TLC con evitar desconcentrarse, cometer errores y perder. La tercera categoría más importante es la de “voto presos”, la cual refiere al “clamor” de los privados de libertad por asistir a votar, la cantidad de privados de libertad en las cárceles, la descripción de los centros penitenciarios el día del referendo y que Mainor Calvo, sacerdote encarcelado, no asistió a las urnas.

El resto de categorías constituyen el 26,32%, la cuarta parte del total. El “voto famoso” y el “voto de modelos” indicaron la participación en las urnas de personajes del fútbol nacional, la farándula y el modelaje. Las ideas de dichas categorías giraron en torno a la presencia en las urnas de personajes como Rolando Fonseca, el máximo goleador de la selección costarricense de fútbol; Alonso Solís, entonces futbolista del Deportivo Saprissa, entre otros. Por último, la categoría con menor proporción, “papeletas”, con un 5,26%, refiere a ítems tales como la escritura de improperios, o cartas dirigidas a criminales, en las papeletas.

4.2.1.4. Ítems para el tema votantes

Cuadro 14. Categorización de ítems del tema votantes (en valores absolutos y porcentajes)

Categorías	Ítems	Proporción
Del Sí y No	8	36,36
Niñas y niños	2	9,09
Discapacitados	4	18,18
Adulto mayor	2	9,09
Por zona	2	9,09
General	3	13,64
Ropa	1	4,55
Total	22	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 1 al 14 de octubre del año 2007.

Como se desprende del cuadro 14, se registraron 22 ítems, clasificados en siete categorías, para el tema “votantes”. La principal de ellas es la categoría del “Sí y el No”, con un 36,36%, la cual refiere a la acción de votar por parte de los dirigentes que adversan o apoyan el TLC; en apoyo al TLC destacan Oscar Arias y Alfredo Volio; en contra del tratado comercial destacan Eugenio Trejos y Ottón Solís. La segunda categoría más relevante es la de “discapacitados” con un 9,09%, la cual contiene ideas sobre la acción de votar por parte de la población discapacitada visual, sus acompañantes, las mesas de votación con planilla braille y, además, se aludió a que dicha población podría “volcar” la votación para alguno de los grupos en disputa.

El resto de categorías contemplan el 45,45% del total de ítems. La categoría “adulto mayor” expresa que los adultos mayores votaron y quién les acompañó. La categoría “niñas y niños” expresa la realización de una votación infantil el día del referendo y que una niña utilizó un sombrero “llamativo” en dicha votación. La categoría “por zona” indica que en Siquirres y Limón acudieron a las urnas. La categoría “general” refiere a que un indígena, una familia damnificada y una persona joven ejercieron el voto. Finalmente, la categoría “ropa” expresa a un votante con ropa “interesante”.

4.2.1.5. Ítems para los temas El No y El Sí

Los temas “El No” y “El Sí” son utilizados para representar a los grupos sociales que adversan o están a favor del TLC, respectivamente, como se señaló en el apartado 4.2.1. El cuadro 15 reúne los ítems o ideas principales de ambos temas, los cuales se desarrollan a continuación.

Cuadro 15. Categorización de ítems de los temas El No y El Sí (en valores absolutos y porcentajes)

Categorías	El No		El Sí		
	Ítems	Proporción	Categorías	Ítems	Proporción
Acciones del NO	3	30,00	Triunfo	6	60,00
Actor EE.UU	1	10,00	El No	1	10,00
Descredito	6	60,00	TLC	1	10,00
Total	10	100	Propaganda	2	20,00
			Total	10	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 1 al 14 de octubre del año 2007.

Como se desprende del cuadro 15, en cuanto a la categoría “El No”, es posible observar que la mayor cantidad de ítems contenidos en este tema se reúnen en la categoría “descredito”, en la cual se expresa que el grupo adverso al TLC trato de desligarse de su vínculo con los sindicatos por “temor” a ser asociados a la presunta mala imagen de los sindicatos; también se llama a uno de los dirigentes del TLC, Ottón Solís, un “tonto útil” para los demócratas (tendencia política de EE.UU). Cabe resaltar que la expresión “demócratas” no se vincula ni con EE.UU ni con política.

La segunda categoría más importante es la de “acciones del No”, con un 30%, donde se manifiestan ideas como la recomendación, por parte del grupo adverso al TLC, de una película contra TLCAN, protagonizada por Jennifer López, y el mostrar un vídeo de un senador demócrata aduciendo que Costa Rica no pierde beneficios comerciales con EU.UU si no se aprueba el TLC. La categoría “actor EE.UU” refiere a un ciudadano estadounidense que se pronuncia en contra del tratado comercial porque presuntamente solo beneficia a los costarricenses.

En cuanto al tema “El Sí”, la categoría más importante es la de “triumfo”, en la cual se hace referencia a una serie de razones por las cuales el sí al TLC ganó el referendo. Las razones expuestas son: el Sí ganó porque una encuesta estableció que el No iba ganando, lo anterior “picó” o motivó a los del Sí y, por ello, se movilizaron a votar; porque la Ministra de Comercio de EE.UU declaró que el TLC no se podía renegociar, el Sí tenía más recursos y organización que el No y porque un sacerdote afirmó que votar a favor del TLC no era “pecado”. Además, se indicó que el Sí ganó por fidelidad de la marca y, finalmente, porque Canal 7 trasmitió una entrevista en la cual un experto de CNN (cadena de noticias internacional) manifestó que de no aprobarse el TLC, Costa Rica se perdería del “progreso” social.

Finalmente, la categoría “propaganda”, con un 20% del total, contiene acciones de difusión de información por parte de la agrupación a favor del TLC. Por ejemplo, se ilustró que un cantante nacional cantó en favor del TLC con una tumba cocos en una manifestación. La categoría “El No” refiere a una denuncia interpuesta por el Partido Liberación Nacional contra el Instituto de Costarricense de Electricidad, por presuntamente utilizar automóviles de la institución para promover el rechazo al TLC. Por último, la categoría “TLC” indica que las exportaciones ticas se beneficiaran con el tratado.

4.2.1.6. Ítems para el tema religión

Cuadro 16. Categorización de ítems del tema religión (en valores absolutos y porcentajes)

Categorías	Ítems	Proporción
TLC	2	22,22
Oración	5	55,56
Rosario	2	22,22
Total	9	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 1 al 14 de octubre del año 2007.

Como puede observarse del cuadro 16, la categoría más importante del tema “religión” es la de “oración” con un 55,56%. Dicha categoría indica la realización de una serie de

rezos tanto en iglesias como en la Asamblea Legislativa para “pedir” que la jornada del referendo se desarrollara de manera “tranquila” y “pacífica”. La categoría “TLC” indica que varios sacerdotes se manifestaron contra el TLC y el señalamiento de un grupo de ciudadanos según el cual votar por el Sí no es “pecado”. Finalmente, la categoría “rosario” indica que el día del referendo coincide con la Jornada Mundial del Rosario, la cual es una celebración católica.

4.2.1.7. Ítems para los temas debate y EE.UU

Cuadro 17. Categorización de ítems de los temas debate y EE.UU (en valores absolutos y porcentajes)

Categorías	Debate		Categorías	EE.UU	
	Ítems	Proporción		Ítems	Proporción
Influencia	4	57,14	Medios	2	33,33
Descripción.	3	42,86	TLC	3	50,00
Total	7	100	Comunismo	1	16,67
			Total	6	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 1 al 14 de octubre del año 2007

Como se desprende del cuadro anterior, la categoría más importante del tema “debate” es la “influencia”, en la cual se destaca a través de preguntas a expertos la “poca capacidad” de los debates para influir en el voto de los electores. La categoría “descripción” refiere a las características de algunos debates, tales como cantidad de expositores, lugar en el cual se realizó y quién los organizó. En estas ideas principales destaca la ausencia de posiciones a favor o en contra del tratado comercial, así como los actores de los debates.

En cuanto al tema “EE.UU”, la categoría más importante es “TLC”, la cual contiene la idea de que expandir las relaciones comerciales entre EE.UU y Costa Rica es un beneficio para Costa Rica y que el grupo a favor del TLC habría ganado con un margen mayor de no ser por el “memorando del miedo”. Cabe destacar que dicho memorando, el cual, como se mencionará más adelante, contiene una estrategia basada en el miedo para aprobar el TLC, es mencionado sin citar su contenido y sus autores. La categoría “medios” indica que varios periódicos de EE.UU manifestaron “satisfacción” por el resultado del referendo. Por

último, la categoría con menos peso, “comunismo”, con un 16,67%, establece que periódicos estadounidenses señalan al gane del Sí en Costa Rica como una “derrota” para Hugo Chávez y Fidel Castro.

4.2.1.8. Ítems para el tema TLC

El tema “TLC” es el tercero en importancia, con un 13,64%, como se indicó en el apartado 4.2.1. Dado que la coyuntura explorada tiene como conflicto dicho tema, el tratado comercial, resulta de interés conocer el contenido de sus ideas principales. Como se puede observar del cuadro 18, este contiene 48 ideas principales agrupadas en siete categorías, las cuales se exponen a continuación.

Cuadro 18. Categorización de ítems del tema TLC (en valores absolutos y porcentajes)

Categorías	Ítems	Proporción
Imposibilidad	4	8,33
Referendo	12	25,00
El No	11	22,92
El Sí	6	12,50
Agenda complementaria	7	14,58
TSE	3	6,25
Pos-referendo	5	10,42
Total	48	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 1 al 14 de octubre del año 2007.

Como se desprende del cuadro anterior, la categoría más importante es la denominada “referendo” con un 25%, la cual contiene ideas tales como: el referendo lo gana el Sí al TLC, el resultado del referendo es obligatorio, el día del referendo transcurrió con orden, la jornada de votación fue “pacífica” y “justa”, y que el día del referendo existieron distintivos a favor y en contra del TLC en las calles. Además, se expresó que el TLC duro cuatro años negociándose y no tuvo ninguna resolución favorable.

La segunda categoría con más peso es “el No”, la cual reúne aspectos sobre los grupos adversos al tratado. Los ítems que contiene expresan lo siguiente: el grupo adverso al TLC

ha “mentido” sobre la posibilidad de renegociar el tratado, no aceptan el resultado del referendo, consideran que hubo fraude, que están “dividiendo” a Costa Rica y que entre los del No están divididos. También menciona algunos resultados de encuestas, los cuales refieren a ideas como: el No va ganando, en las provincias de Alajuela y Guanacaste ganó el No al TLC, quienes votaron por el No eran jóvenes de nivel socioeconómico alto de zona rural y, por último, que algunas personas leyeron o escucharon algo sobre un “polémico” memorando escrito por el vicepresidente Kevin Casas y el diputado Fernando Sánchez. En el período de análisis, esta es la segunda y última mención de dicho memorando. Destaca la ausencia de una explicación sobre él en las noticias. En este caso, a diferencia de la primera mención, se nombra a los autores del memorando.

Además, como se observa del cuadro 18, la tercera categoría en importancia es “agenda complementaria” con un 14,58%. En dicha categoría los ítems giraron en torno a la aprobación de 13 leyes, llamadas de “complementación” o “implementación” por el medio, necesarias para la puesta en práctica del tratado. Los ítems son los siguientes: el Partido Acción Ciudadana seguirá “obstruyendo” las leyes de implementación, este no votará la agenda complementaria, la Asamblea Legislativa tiene que aprobar 13 leyes para que el TLC entre en vigencia, las 13 leyes complementarias son una condición para que se apruebe el TLC, los primeros proyectos que se aprueben de la agenda complementaria estarán vinculados con el tema de seguros y compra de semillas y, finalmente, una diputada independiente “condiciona” su vota para que se aprueben las leyes complementarias (no destacan en la noticia las condiciones). Destaca que la mayor parte de estas ideas fueron expuestas a través de fuentes.

La siguiente categoría con más peso es “el Sí” con un 12,50%, la cual contiene ítems tales como los grupos favorables al TLC “tergiversan” la información alrededor de la posible renegociación del tratado, el Sí ganó en San José, este tuvo más fondos que la agrupación del No y expresa que, según Oscar Arias, “si el TLC no funciona, se puede salir de él en 6 meses” (*La Teja*, 2/10/07). Destaca, al igual que la categoría “agenda complementaria”, que la mayor cantidad de estas ideas son expuestas a través de fuentes.

El resto de categorías se expresan a continuación. La categoría “pos-referendo” contiene ideas tales como los costarricenses están “divididos” y “frustrados” después del referendo

debido a lo que falta para su aprobación (no se indica qué falta y cuánto tiempo duraría); que existe un clima de “malestar” e “insatisfacción” en la población y que el Partido Acción Ciudadana le solicita al gobierno recibir a los voceros de los comités patrióticos (grupo organizado contra el TLC). La categoría “imposibilidad” contienen ideas tales como la imposibilidad de la renegociación del tratado y que el TLC no asegura beneficios para las exportaciones en el país. Finalmente, la categoría de menos peso es la nombrada como “TSE”, la cual expresa que el Tribunal Supremo de Elecciones recibió denuncias poco “trascendentes”, cuestiona la fecha de inicio del conteo de votos y pregunta cuáles serán las resoluciones de dicho tribunal sobre “quejas” y “anomalías”.

4.2.1.9. Ámbitos, temporalidad y fuentes en la coyuntura sobre el referendo del TLC

Después de analizar los temas e ítems sobre las noticias clasificadas como políticas, es momento de revisar las nociones contextuales o espaciales (el ámbito) y temporales que contienen, así como la utilización de las fuentes, es decir, el material con el cual se producen las noticias. En este sentido, el cuadro 19 expresa el ámbito principal y relacionado de todas las noticias categorizadas como políticas (ver cuadro 10) sin distinción de tema o idea principal, es decir, la información es global o general. Sin embargo, en algunas ocasiones se relaciona el ámbito espacial con un tema, o idea, en específico. Del cuadro 19 se puede observar como el contexto espacial dominante expuesto al público por *La Teja* en la coyuntura sobre el referendo del TLC, tanto para ámbito principal como para el relacionado, es el indeterminado, es decir, no hubo contexto espacial o ámbito; esto muestra ausencia de contexto para lo tematizado y sus ideas principales por parte de la oferta comunicativa de *La Teja*.

Cuadro 19. **Ámbito principal y relacionado de los ítems en la coyuntura sobre el referendo del TLC (en valores absolutos y porcentajes)**

	Ámbito Principal	Proporción	Ámbito Relacionado	Proporción
Local	44	20,18	1	0
Nacional	30	13,76	2	1
internacional	7	3,21	8	3,67
Indeterminado	123	56,42	207	94,95
Provincial	14	6,42	0	0
Total	218	100	218	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 1 al 14 de octubre del año 2007.

Ahora se destacará la relación entre algunos temas (ver cuadro 10) y su ámbito espacial. Dentro del ámbito que si cuenta con referencia espacial en las noticias sobre el referendo, se quiere destacar el correspondiente al tema “TLC”, el tercero con mayor peso del total, 13,54% (ver cuadro 10), dado que sobre la aprobación o rechazo del tratado comercial giró el referendo. La exploración de las noticias expresan que el tema “TLC” tiene como ámbitos dominantes los indeterminados; para el caso del ámbito principal, el 60,42% corresponde a indeterminado y, en cuanto al ámbito relacionado, el 95,83% es indeterminado. En cuanto a los ámbitos con referencia espacial de este mismo tema, destaca las menciones a EU.UU. Al ser el TLC un tratado con EU.UU, llama la atención que únicamente se mencionó a dicho país en dos ocasiones en este tema, una vinculada a la imposibilidad de renegociar el Tratado y la otra al cuestionar el beneficio a las exportaciones costarricenses con el Tratado.

Otro tema del cual se quiere destacar su relación con el ámbito o espacio es el “entretenimiento”, el cual es aproximadamente la tercera parte del total de temas (ver cuadro 10), con un 30,68%. Según la exploración de los datos, la tendencia es la dominante (preeminencia de los ámbitos indeterminados), el porcentaje de ámbito indeterminado para el principal y relacionado es de 64,46% y 98,68%, respectivamente. El contenido de este tema que contiene referencias espaciales o contextuales representa lo local y nacional, lo cual hace referencia al ítem o idea principal categorizado como “voto famoso”. En este se

nombran lugares donde figuras públicas asistieron a las urnas, tales como Zapote, Pérez Zeledón, Montes de Oca y Pavas.

En lo que respecta al análisis global o general del ámbito expuesto en el cuadro 19, dicho cuadro muestra al ámbito local como el segundo contexto espacial más importante para el ámbito principal. Los lugares que mayoritariamente se mencionaron fueron Pavas, Tibás, Paseo Colón y Zapote. Siempre en el ámbito principal, el tercer contexto espacial más importante es el nacional con un 13,76%, seguido por el provincial con un 6,42%, ubicado principalmente en San José y con una mención para Heredia, Alajuela, Guanacaste, Puntarenas y Limón. Provincias que se tematizaron para indicar el resultado de la votación del referendo en cada una.

En cuanto el ámbito internacional, tanto para el principal y el relacionado, llama la atención que al ser el TLC un tratado de libre comercio con EE.UU, este se mencionó solo en diez ocasiones, dos de esas menciones ocurrieron en el tema “TLC”. Las restantes siete veces se ubican en el tema “EE.UU”. La mayor parte de las menciones se realiza sobre la base de las opiniones de algunos medios de comunicación de EE.UU alrededor de la victoria del TLC en las urnas, y en dos ocasiones se menciona dicho país para indicar la imposibilidad de renegociar el tratado comercial.

En lo que respecta a la temporalidad, de acuerdo con el cuadro 20, se registraron 87 marcas “temporales” y 139 “intemporales”. Esto es, la mayoría de discursos del periódico *La Teja* vinculados al TLC carecen de temporalidad. De las marcas temporales, 98,85% son “presentistas” y solo una de ellas es una marca “retrospectiva”. La marca retrospectiva señala lo siguiente: “4 años duró el TLC negociándose y no llegó a nada” (*La Teja*, 8/10/07). Las marcas “presentistas” representan momentos en los cuales ocurrió alguna manifestación a favor o en contra del TLC, cuando alguna figura de la farándula asistió a las urnas e indicaciones acerca de que el referendo concluyó.

Cuadro 20. Temporalidad en la coyuntura sobre el referendo del TLC (en valores absolutos y porcentajes)

Tiempo	Cantidad	Proporción	Historicidad	Cantidad	Proporción
Temporal	87	39,73	Presentista	86	98,85
Intemporal	132	60,27	Retrospectiva	1	1,15
Total	219	100	Prospectiva	0	0
			Diacrónica	0	0
			Total	87	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 1 al 14 de octubre del año 2007.

Los datos anteriores sugieren una ausencia significativa de ámbito y temporalidad en las noticias ofrecidas por *La Teja* en la coyuntura sobre el TLC. Lo dominante es la indeterminación espacial y la atemporalidad. Cuando hay determinación, se reduce a lo local y al presente, lo cual implica serias dificultades para ubicar temas e ítems en la historia.

Ahora se explorará el material utilizado por *La Teja* para construir sus noticias en la coyuntura política analizada, es decir, se explorarán las fuentes. Según el cuadro 21, en el período de análisis se encontraron 219 fuentes, de las cuales el 54,34% son “implícitas”. Esto significa que la mayor parte de las fuentes utilizadas por dicho medio no están sujetas a verificación, son indeterminadas.

Cuadro 21. Fuentes utilizadas por *La Teja* durante la coyuntura del TLC (en valores absolutos y porcentajes)

	Modos de aparición		Tipo de Fuente		
	Cantidad	Proporción		Cantidad	Proporción
Explícita	100	45,66	Periodísticas	7	7,00
- Directa	69	69,00	Institucionales	48	48,00
- Cita	31	31,00	Personales	45	45,00
Implícita	119	54,34	Totales	100	100
Total	219	100			

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 1 al 14 de octubre del año 2007

En cuanto a las fuentes “explícitas”, las cuales tienen determinación (posibilidad de verificación), contenidas en el cuadro anterior, estas representan el 45,66% del total, el 69% de ellas son “directas” y el 31% restante son “citas”. De las fuentes “explícitas”, el 48% son “institucionales”, siendo el 57% de ellas organismos del Estado, tales como presidencias de instituciones públicas, ministerios o la presidencia de la República. Los datos anteriores sugieren que la producción enunciativa y discursiva del medio legítima, prioritariamente, las instituciones del Estado y que la manera de mencionarlas es literal y entre comillas (modo de aparición “directo”). Las fuentes “personales”, que representan el 45%, están constituidas por futbolistas, directores técnicos de fútbol, modelos y ciudadanos de diverso tipo, como amas de casa y familias. Las fuentes “periodísticas” refieren a *La Nación* y diversos medios estadounidenses. Finalmente, cabe destacar que la mayor parte de las fuentes institucionales se emplearon para representar el tema “TLC” y que las fuentes “personales” prioritariamente se utilizaron para el tema “entretenimiento”.

4.2.1.10. Actores y atributos

En cuando a los actores y sus atributos nombrados por el periódico *La Teja* en la coyuntura política analizada, destaca su carácter estático y poco elaborado. Fundamentalmente, aparecen en la noticia alrededor de un relato en el cual su papel es elaborar un enunciado o un discurso, a solicitud del periodista, es decir, los actores aparecen principalmente como una fuente. En este sentido, de acuerdo con las categorías de

Mata y Scarafía (1993), los actores no se pueden categorizar como sujeto de estado ni como sujeto de hacer. En cambio, podría decirse, que son sujetos de estática, sin movimiento, tanto de las acciones que reciben, como de las que realizan. El siguiente cuadro contiene una categorización de los actores registrados, los cuales se evalúan a continuación.

Cuadro 22. Categorización de actores en la coyuntura sobre el TLC (en valores absolutos y porcentajes)

Sectores populares	10	8,85
Grupos de poder	0	0,00
Entretenimiento	46	40,71
A favor TLC	6	5,31
En contra TLC	9	7,96
Político	29	25,66
Individuos	11	9,73
Medios	2	1,77
Total	113	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 1 al 14 de octubre del año 2007.

Del cuadro anterior es posible observar que se registraron 113 actores y que se clasificaron en siete categorías. De estos actores destaca la ausencia de grupos de poder. Son, sin duda, una ausencia significativa en un contexto político en el cual estuvo en juego la organización de la economía nacional y su relación con EU.UU, lo que es necesario para grupos vinculados al sector exportador y financiero, por ejemplo. Además, porque los promotores y líderes del grupo a favor del tratado comercial se constituyeron a partir de diversos grupos de poder, como sugiere Molina (2017).

Además, obsérvese que los actores más mencionados se vinculan a la categoría “entretenimiento”, con un 40,71%, tales como futbolistas, modelos y personajes de la televisión nacional. El segundo más importante, con un 25,66%, son “políticos”. El tercer grupo de actores más importante es la categoría de “individuos” con un 9,73%, los cuales son niños, niñas, una mujer jugadora de lotería, entre otros. Los actores categorizados como “a favor del TLC” o “en contra del TLC” son personas identificadas con alguna u otra tendencia en alguna movilización o en el acto de votación. Finalmente, la categoría

“medios” sitúa dos periódicos estadounidenses que se pronuncian a favor de la aprobación del TLC.

Para los objetivos de esta investigación interesa observar con detalle la categoría de actores “sectores populares” y “políticos”. El cuadro 23 contiene los tipos de actores para cada categoría.

Cuadro 23. Tipos de actores para las categorías sectores populares y políticos (en valores absolutos y porcentajes)

	Cantidad	Proporción		Cantidad	Proporción
Sectores populares			Políticos		
Trabajadores	5	50,00	Institucionales	10	34,48
Organizaciones sociales	3	30,00	Partidos	3	10,34
Sindicatos	2	20,00	Ex ministros	2	6,90
Total	10	100	Organismos internacionales	2	6,90
			Políticos	7	24,14
			Instituciones	5	17,24
			Total	29	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 1 al 14 de octubre del año 2007.

Como se observa del cuadro 23, en cuanto a la categoría “sectores populares”, es posible observar que la mayor cantidad de actores son “trabajadores”, el 50%, los cuales representan trabajadores de un motel y de bares. El segundo actor más relevante son las “organizaciones sociales”, llama la atención la mención del Movimiento Patriótico de No al TLC, dado que es la organización que impulsó el movimiento contra el TLC. Este se mencionó en una única ocasión en toda la muestra, se vinculó al tema movilizaciones, se ubicó localmente y de manera intemporal. La idea con la cual se representó al Movimiento Patriótico es la “imaginación” utilizada en sus concentraciones. El actor “sindicatos” se nombró en dos ocasiones, en ambas se ligó con aspectos negativos, como presuntos privilegios que no tienen ningún otro trabajador en el país.

En cuanto a la categoría de actores “políticos”, cabe destacar que la mayor cantidad registrada son “institucionales”, con un 34,48%, esta refiere a presidentes de instituciones

públicas o miembros del Poder Ejecutivo. El segundo en importancia son las “instituciones”, que representan el 17,24% del total, entre los cuales están el Tribunal Supremo de Elecciones o la Iglesia Católica. Entre los actores políticos destaca la ausencia del grupo organizado que defendió e impulsó el tratado, llamado Por Costa Rica, constituido por los negociadores del tratado.

En síntesis, los actores políticos priorizados por *La Teja* son institucionales, carecen de estatus de sujeto de estado o de hacer, lo cual sugiere la ausencia de acciones dentro de las notas periodísticas del medio, además de una noción limitada de actor político. En cuanto a los sectores populares, carecen de los mismos estatutos, no aparecen realizando acciones ni recibéndolas. Por tanto, carecen de un papel en la coyuntura del TLC, más allá de ejecutar una manifestación creativa.

El cuadro 24 contiene los atributos de los actores explorados en el cuadro 22. Como se observa del cuadro 24, el 47,73% de los atributos corresponde a “presencia individual”. Cabe destacar que ninguno de los actores son representados como organizados o no organizados, pese a que la “presencia colectiva” es nombrada en un 6,82%. Lo que reafirma la ausencia de acciones por parte de los actores en esta coyuntura.

Cuadro 24. Atributos de los actores en la coyuntura sobre el TLC (en valores absolutos y porcentajes)

Atributos	Cantidad	Proporción
Presencia individual	105	47,73
Presencia colectiva	15	6,82
No está organizado	0	0,00
Esta organizado	0	0,00
Hombre	74	33,64
Mujer	16	7,27
Institucional	10	4,55
Total	220	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 1 al 14 de octubre del año 2007.

Otro señalamiento que puede realizarse sobre los atributos de los actores es que existe una legitimidad hacia los hombres, pues dicho atributo representa la tercera parte del total,

mientras que el atributo “mujer” apenas es nombrado un 7,27%, fundamentalmente ligado con las modelos. Además, el atributo “institucional” es recurrente, en este caso, de los 220 atributos, 20 corresponde a la institucionalidad, tanto de instituciones como miembros del gobierno.

4.2.2. Análisis de la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón: Temas e ítems

El cuadro 25 contiene los temas registrados en la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón, como se observa contiene trece noticias agrupadas en seis temáticas. El tema con mayor peso del total es “huelga” con un 30,77%. El segundo de mayor relevancia es el tema de “entretenimiento” con un 23,08%. Ambos representan más del 50% de lo tematizado por el medio en dicha coyuntura.

Cuadro 25. Temas en la coyuntura sobre la concesión de los puertos de Moín-Limón (en valores absolutos y porcentajes)

Temas	Noticias	Porcentaje
Huelga	4	30,77
Entretenimiento	3	23,08
Negociación	2	15,38
Control policial	1	7,69
Vandalismo	1	7,69
Protesta	2	15,38
Total	13	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 15 al 29 de octubre del año 2014.

Como se desprende del cuadro anterior, el resto de temas tiene una proporción baja en relación con el total, los cuatro juntos suman un 46,15%, donde destaca el tema de “negociación” y “protesta”, con un 15,38% para cada una. “Control policial” y “vandalismo” son los temas con menor proporción, una noticia cada uno.

Ahora se procederá a analizar los ítems o ideas principales contenidos en cada tema. En este sentido, se dará inicio con el tema “huelga”. El cuadro 26 contiene categorías sobre los ítems o ideas principales expresadas en este tema. Como se observa en dicho cuadro, es

posible advertir que la idea predominante es “efectos huelga” con un 45%, la cual expresa efectos negativos de la acción sindical para los “breteadores”, para la población de Limón en general y el “sector productivo” en particular (se realiza una asociación entre la empresa APM Terminals y la “creación de oportunidades”). Además se expresa un pronunciamiento de la “unión de cámaras” contra la huelga y se describe brevemente el vuelo de un helicóptero de la Fuerza Pública sobre los Puertos de Limón-Moín.

Cuadro 26. Categorización de Ítems del tema huelga (en valores absolutos y porcentajes)

Categorías	Ítems	Proporción
Posibilidad de huelga	2	10,00
Motivo huelga	6	30,00
Efectos huelga	9	45,00
Respuesta al Gobierno	3	15,00
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 15 al 29 de octubre del año 2014.

Como se desprende del cuadro anterior, el segundo ítem más relevante es el “motivo huelga” con 30%, prácticamente la tercera parte del total, la cual indica las razones para ejecutarla, donde destaca el contrato firmado con la APM Terminals para operar un puerto en Limón, el “apoyo” del gobierno a dicho contrato y la “insatisfacción” por parte del SINTRAJAP del resultado de las reuniones con el gobierno. La tercera categoría en importancia es “respuesta al Gobierno” con un 15%, donde se indica que el “presi”, manera en la cual el medio en análisis nombra al presidente de la República, no permitirá la interrupción del funcionamiento de los muelles, no negociará y que desea negociar la convención colectiva, la cual contiene presuntos privilegios del sindicato. La categoría con menos peso es “posibilidad de huelga”, donde se indican dos ocasiones en las cuales SINTRAJAP menciona la posibilidad de ir a huelga.

El segundo tema a explorar es “entretenimiento” (ver cuadro 25). El cuadro 27 contiene una categorización de sus ideas principales. Entre ellas destaca la categoría “la olla del bochinche” con la mitad de los 14 ítems, la cual contiene ideas relacionadas con una olla para cocinar que decomisó la Fuerza Pública a un grupo de “vecinos”. Dichas ideas sobre la

olla son: la compraron todos los vecinos y en ella se cocina “bien rico”; la olla la decomisó la Fuerza Pública y que el decomiso de la olla generó “bochinche” (manera de decir “malestar” y “enojo”) en el barrio; además, la existencia de una comida conocida como bochinche, el motivo por el cual la Fuerza Pública de comiso la olla: “tenía piedras que se utilizaron para agredir a oficiales” (*La Teja*, 27/10/14), los vecinos negando que tuviera piedras y, finalmente, la “olla tenía sopa cuando se la llevaron los oficiales” (*La Teja*, 27/10/14).

Cuadro 27. Categorización de ítems del tema entretenimiento (en valores absolutos y porcentajes)

Categorías	Ítems	Proporción
La olla del bochinche	7	50,00
Acción fuerza pública	3	21,43
La foto de la discordia	4	28,57
Total	14	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 15 al 29 de octubre del año 2014.

Como se desprende del cuadro 27, la segunda categoría más importante es “la foto de la discordia” con un 28,57%, donde se expresan ideas relacionados a la quema de una foto en la cual se retrata al presidente de la República, el ministro de la presidencia y el ministro de seguridad de entonces, el “enojo” del Gobierno al respecto, las “disculpas” del sindicato y se menciona que la foto se tomó en el marco de una campaña contra la agresión familiar, por lo que el sindicato “violentó” una imagen contra la violencia. Finalmente, la categoría “acción fuerza pública” contiene ideas referidas al accionar de la policía para aplacar las manifestaciones en Limón: decomiso de “granadas caseras” y armas de fuego, el impedir que unos “delincuentes atacaran” un furgón y la detención de siete personas, llamadas “sospechosos” por el medio, por cerrar vías.

Ahora se evaluarán los ítems del tema “negociación” y “protesta”, los cuales se reúnen en el cuadro 28.

Cuadro 28. Categorización de ítems del tema negociación y protesta (en valores absolutos y porcentajes)

Negociación			Protesta		
Categorías	Ítems	Proporción	Categorías	Ítems	Proporción
Acción Gobierno	3	37,5	Actores	2	100
Acción sindical	2	25			
APM Terminals	1	12,5			
Aliado sindical	1	12,5			
Reunión	1	12,5			
Total	8	100	Total	2	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 15 al 29 de octubre del año 2014.

Como es posible observar del cuadro 28, en cuanto al tema “negociación”, la categoría más importante es “acción Gobierno” con un 37,5%. Esta categoría versa sobre la negativa del Gobierno de entonces de renegociar el contrato con la empresa AMP Terminals y el ofrecimiento de un plan, por parte del Gobierno, para “fortalecer” JAPDEVA. La siguiente categoría en importancia es la “acción sindical”, la cual trata sobre el tiempo en el cual SINTRAJAP responderá la propuesta elabora por el Gobierno. Además, esta categoría expresa la idea de que el sindicato realizará manifestaciones sin “bochinchas” (expresión utilizada por el medio, en esta ocasión, como sinónimo de “problema”).

La categoría “AMP Terminals”, que junto a los demás contiene solamente un ítem, establece que la empresa cuenta con el “visto bueno” para operar por parte de diversas instituciones públicas. “Aliado sindical” manifiesta que otros sindicatos se unieron a la huelga, cabe destacar que la abreviatura de los sindicatos mencionados en la noticia se escribió de manera incorrecta. Y la categoría “reunión” indica un encuentro entre el Gobierno de turno y SINTRAJAP para reanudar las operaciones del puerto en Limón. Por último, el tema “protesta” contiene únicamente una categoría con dos ideas principales o ítems, las cuales indican que las manifestaciones realizadas por SINTRAJAP tienen poca asistencia.

Finalmente, el cuadro 29 muestra los ítems registrados en los temas “control policial” y “vandalismo”, los cuales, como muestra el cuadro 25, representan los temas menos tratados

por *La Teja* durante la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón, una noticia cada uno.

Cuadro 29. Categorización de los ítems de los temas control policial y vandalismo (en valores absolutos y porcentajes)

Control policial			Vandalismo		
Categorías	Ítems	Proporción	Categorías	Ítems	Proporción
Accionar Fuerza Pública	4	50	Acciones vandálicas	6	54,55
No renegociación	1	12,5	Huelga	2	18,18
Situación JAPDEVA	3	37,5	Accionar Fuerza Pública	3	27,27
Total	8	100	Total	11	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 15 al 29 de octubre del año 2014.

Como es posible inferir del cuadro anterior, en relación al tema “control social”, las ideas predominantes están vinculadas con la categoría “accionar Fuerza Pública”, la cual expresa las acciones de la policía para “acabar” con la huelga, tales como la llegada de antimotines y patrullas a Limón, y el arresto de 48 trabajadores de JAPDEVA. La segunda categoría más importante es “situación JAPDEVA” con un 37,5%, donde se indica la detención de algunos de sus trabajadores y que estos vivirán una competencia “muy fuerte” con la instauración de la empresa APM Terminals en Limón, por lo que JAPDEVA podría “quebrar”. La última categoría “no renegociación” indica la negativa por parte del Gobierno de entonces de renegociar el contrato firmado con dicha empresa.

Por último, el tema “vandalismo” cuenta con tres categorías, de las cuales “acciones vandálicas” representa el 54,55% del total, donde se manifiestan las actividades “vandálicas” realizadas por unos “bochincheros”, acciones negativas que se intentan adjudicar a SINTRAJAP, tales como quema de basura, llantas y “voladera” de piedras. La categoría “accionar Fuerza Pública”, con una representación del 27,27%, expresa ideas sobre el “control” de la Fuerza Pública en relación con los hechos nombrados como vandálicos por el periódico: la presencia de 150 policías en Limón y la detención de 8 personas en “bloqueos”. La categoría con menos peso, la categoría “huelga” con un 18,18%, expresa que la huelga es “indefinida” y tiene apoyo nacional e internacional.

4.2.2.1. Ámbitos, temporalidad y fuentes en la coyuntura por la concesión de los puertos de Moín-Limón

Una vez señalados los temas e ítems, es momento de analizar el contexto o espacio, la temporalidad y las fuentes utilizadas por *La Teja* en la coyuntura analizada. En este sentido, el cuadro 30 expresa los contextos en los cuales se desarrollan los temas expuestos en el apartado anterior. Como es posible advertir de este, el espacio principal en el cual se desarrollan los temas en el ámbito principal y relacionado es el “indeterminado”, con un 46,30% y un 98%, respectivamente. Por tanto, es posible sugerir la ausencia de contexto en las noticias en las cuales se tematizó la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón.

Cuadro 30. Ámbito principal y relacionado en la coyuntura sobre la concesión de los puertos de Moín-Limón (en valores absolutos y porcentajes)

Ámbitos	Ámbito principal	Proporción	Ámbito relacionado	Proporción
Local	9	16,67	0	0
Nacional	1	1,85	0	0
internacional	0	0,00	1	2
Indeterminado	25	46,30	47	98
Provincial	19	35,19	0	0
Total	54	100	48	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 15 al 29 de octubre del año 2014.

Del cuadro 30 se puede observar que, dentro del ámbito principal, el contexto espacial “provincia” es el segundo con mayor peso dentro del total, con un 35,19%, en la cual Limón es la única provincia mencionada. El tercero en importancia es el contexto “local” con un 16,67%, del cual se nombró a Moín, Cieneguita, La Loma, Barrio San Juan, Pacuare, Corrales y barrio Quinto, todas localidades de Limón. En el ámbito relacionado se destaca que solo hubo una mención “internacional”, la cual es Miami, relacionada al turismo que visita Limón. Como se advirtió en la introducción de esta investigación, al ser los Puertos de Moín-Limón por los cuales se desarrolla la mayor parte de la relación comercial del país, lo cual implica la relación económica de Costa Rica con el resto del mundo, llama la atención la ausencia de algún contexto internacional más allá de Miami, referencia que no estuvo ligada con la exportación o importación de productos.

Por otro lado, el cuadro 31 representa la temporalidad durante la coyuntura analizada. Como puede observarse, el 75% de las nociones temporales representa “intemporalidad”, las cuales están vinculadas con todos los temas presentados en el cuadro 25. En cambio, tan solo el 25% de las marcas temporales representa “temporalidad”, la cual es “presentista” en todos los casos. Las noticiones temporales “presentistas” están ligadas con el inicio de las acciones políticas realizadas por SINTRAJAP, huelgas y reuniones con el Gobierno de entonces, y las acciones de la Fuerza Pública para reducir o limitar las acciones de dicho sindicato.

Cuadro 31. Temporalidad en la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón (en valores absolutos y porcentajes)

Tiempo	Cantidad	Proporción	Historicidad	Cantidad	Proporción
Temporal	16	25,00	Presentista	16	100,00
Intemporal	48	75,00	Retrospectiva	0	0,00
Total	64	100,00	Prospectiva	0	0,00
			Diacrónica	0	0,00
			Total	16	100,00

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 15 al 29 de octubre del año 2014.

Del cuadro 31 destaca la ausencia de nociones temporales tales como “retrospectiva”, “prospectiva” y “diacrónica” en los discursos de *La Teja* para esta coyuntura. Si se considera que el conflicto por la concesión inicia en la segunda administración de Oscar Arias Sánchez (período 2006-2010) y augura conflictos futuros para la provincia de Limón, la carencia de nociones en las cuales se relacione el pasado, presente y futuro resulta significativa, como se desarrollará más adelante.

Finalmente, el cuadro 32 muestra el modo de aparición y tipo de fuentes utilizadas por *La Teja*, el cual se desarrollará a continuación.

Cuadro 32. Temporalidad en la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón (en valores absolutos y porcentajes)

	Modos de aparición		Tipo de fuente	
	cantidad	Proporción	Cantidad	Proporción
Explicita	23	38,33	Periodísticas	0
- Directa	14	60,87	Institucionales	19
- Cita	9	39,13	Personales	4
Implícita	37	61,67	Total	23
Total	60	100		100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 15 al 29 de octubre del año 2014.

Como se desprende del cuadro 32, la mayor forma de aparición de las fuentes es “implícita” con un 61,67%, es decir, la mayoría de las fuentes no son verificables. En cambio, la forma “explícita” representa el restante 38,33%. Sobre este, el 60,87% presenta fuentes “directas” y el restante 39,13% son “citas”. Siempre en las fuentes “explícitas”, el tipo de fuente predominante es “institucional”, con un 82,61%, donde destacan las menciones al secretario general de SINTRAJAP, el presidente de la República, el ministro de seguridad y una única mención al ministro de trabajo. El tipo de fuente “personales” expresa la consulta a vecinos, por el tema de la olla decomisada por la Fuerza Pública. De lo anterior se puede observar que *La Teja* para construir sus noticias legitima exclusivamente al sector institucional, pero, lo más llamativo, es que la mayoría de sus fuentes carecen de posibilidad de verificación, son “implícitas”.

4.2.2.2. Actores y atributos en la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón.

Una vez explorados los temas, ideas principales, ámbitos, temporalidad y fuentes, corresponde valorar los actores y sus atributos en esta coyuntura. El cuadro 33 muestra una categorización de los actores. Como se observa, existen 36 actores clasificados en siete categorías, los cuales se desarrollan a continuación.

Cuadro 33. Categorización de actores en la coyuntura por la concesión de los Puertos de Limón-Moín (en valores absolutos y porcentajes)

	Cantidad	Proporción
Sectores populares	15	41,67
Grupos de poder	3	8,33
Entretenimiento	3	8,33
Políticos	6	16,67
Individuo	2	5,56
Fuerza Pública	6	16,67
APM Terminals	1	2,78
Total	36	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 15 al 29 de octubre del año 2014.

Como es posible desprender del cuadro 33, la mayor cantidad de actores representados son los “sectores populares” con el 41,67% del total, los cuales se describirán más adelante. Los otros actores con mayor preponderancia son “políticos” y “Fuerza Pública”, cada uno con 16,67%. En los “políticos”, todos los actores son institucionales, como una diputada, el presidente de la República y diversos ministros. La categoría “policías” contiene exclusivamente miembros de la Fuerza Pública.

Los “grupos de poder” son nombrados en tres ocasiones, donde destacan cámaras que concentran a diversos tipos de empresario, las nombradas por el medio son “la unión costarricense de cámaras y asociaciones, la cámara alimentaria y la cámara de industrias” (sic) (*La Teja*, 25/10/14). Cabe destacar que dos de las tres cámaras se nombraron de manera incorrecta, pues dos de ellas se mencionaron de manera incompleta, como es el caso de la Unión Costarricense de Cámaras y Asociaciones del Sector Empresarial Privado y la Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria.

Los actores contenidos en la categoría de “entretenimiento” son tres, quienes son vecinos y una olla para cocinar. Luego aparece la categoría “individuos”, la cual contiene actores al dueño de una frutería y su cliente. Cabe destacar que la empresa APM Terminals participó como actor solamente una vez, en la cual se le nombra como un agente productor

de “oportunidades”, al ser esta la empresa concesionaria del puerto en Limón, epicentro del conflicto, llama la atención su única mención como actor.

El cuadro 34 permitirá desarrollar el papel de los actores mencionados anteriormente. Como se desprende de este, los actores carecen de cualquier noción que remita a la capacidad organizativa, ni están organizados ni carecen de ese atributo. Esto pese a que existan como “presencia colectiva”. El mayor atributo de los actores es la “presencia individual” con un 41,37%, seguido de los atributos “hombre” e “institucional”, con un 25,86% y un 18,96%, respectivamente.

Cuadro 34. Atributos de los actores en la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón (en valores absolutos y porcentajes)

Atributos	Cantidad	Proporción
Presencia individual	24	41,37
Presencia colectiva	5	8,62
No está organizado	0	0
Esta organizado	0	0
Hombre	15	25,86
Mujer	3	5,17
Institucional	11	18,96
Total	58	100

Fuente: Elaboración propia con información del periódico *La Teja* del 15 al 29 de octubre del año 2014.

Ahora se destacarán algunos atributos de los actores expuestos en el cuadro 33. Los “sectores populares” y los “grupos de poder” están ligados con el tema “huelga” por participar en ella, oponerse o verse afectado. Los “sectores populares” – los cuales son sindicatos, trabajadores y manifestantes – tienen un papel de sujeto de estado, reciben las acciones de la “Fuerza Pública”, el cual, a su vez, es sujeto de hacer. La interacción entre ambos gira en torno a la encarcelación o retiro de los muelles de los manifestantes. Además, los trabajadores aparecieron una vez al personificar a un taxista y un vendedor de frutas, quienes aparecen como personas “afectadas” por la huelga. Los “grupos de poder” son nombrados en una única ocasión, en un recuadro fuera del texto de la noticia, para

indicar su oposición a la huelga. Sin embargo, no realizan acciones ni reciben, tampoco se citan directamente, solo se nombran de manera superficial.

En relación al cuadro 34, los actores que representan los rasgos de “presencia colectiva” están clasificados en la categoría de “Fuerza Pública” y uno de ellos en la categoría de “entretenimiento”, el cual se alude a los “vecinos” que perdieron su instrumento de cocina. Sin embargo, la mayoría de los actores comparten la característica de “presencia individual”. El rasgo “institucional”, el cuarto de mayor peso, lo personifican los actores “políticos” y los “sectores populares” a través de los sindicatos. El rasgo “hombre” es el tercero en importancia y lo personifican casi todos los actores. La característica “mujer” es utilizada en el tema “entretenimiento” para aludir a vecinas que cocinan en “la olla del bochinche” decomisada por la Fuerza Pública.

Finalmente, el cuadro 30 y 31 sugieren la ausencia de noticiones temporales y referencias contextuales o espaciales en la coyuntura analizada. Los actores no están al margen de esta carencia, por el contrario, es una de sus características dominantes. Se pueden exceptuar escasas referencias a la Fuerza Pública y SINTRAJAP, quienes fueron situados en la provincia de Limón y con una referencia hacia el presente al momento de nombrar acciones de protesta.

4.3. Análisis enunciativo: El cómo dicen las noticias políticas

Ahora se realizará el análisis enunciativo. Primero se inicia con la coyuntura sobre el referendo del TLC y luego con la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón. Para realizar este análisis se eligieron las noticias con mayor elaboración expuestas al público por *La Teja*, por lo que algunas utilizadas para realizar el análisis referencial se excluyeron, en especial las más pequeñas. Esto disminuye la cantidad de noticias a explorar en este apartado. Por último, la exposición del análisis se realizará de acuerdo a los temas presentados en los cuadros 10 y 25. Dada la reducción en la cantidad de noticias, existen temas que contienen una sola noticia. La exposición del análisis enunciativo se inicia con el modo directo de enunciación y finaliza con el modo indirecto.

4.3.1. Análisis de la coyuntura del referendo sobre el TLC: Tema ejecución voto

En esta temática, de la cual se escogió una sola noticia para el análisis, en lo que compete a los modos directos, se denota la utilización de “lenguaje subjetivo” y “lenguaje popular”. Por ejemplo, en cuanto al lenguaje subjetivo, se utiliza el pronombre personal “nosotros” para mencionar que en cinco días se realizarán las elecciones, se califica a la elección del referendo como “popular” y se utiliza la expresión “soplados” para designar la proximidad de la fecha de la elección.

En cuanto a las maneras indirectas, la estrategia de posicionamiento empleada permite observar que el enunciador utiliza la mediación simbólica, es decir, a través de las fuentes se construye el relato. El modo de presentación no se realiza a través de la denuncia, la propuesta o incluso la descripción, más bien, la noticia se presenta como una serie de enunciados inconexos. Por ejemplo, se inicia así: en la elección se decide el futuro del TLC con EE.UU, luego, se cita una fuente (ama de casa) para indicar que el TLC es “complicado” y, finalmente, se cita una encuesta de Unimer para *La Nación*, en la cual se sugiere un aumento de las personas dispuestas a votar a favor del TLC. Como se observa, las ideas expuestas en la nota tienen poca relación entre sí.

La noticia tiene poco texto y seis imágenes que abarcan un espacio muy importante en ella, cuatro de periodistas y una de las afueras del Tribunal Supremo de Elecciones. Las imágenes carecen de pie de página. El titular expresa “Soplados hacia el referendo.

Infórmese antes de votar”, en su relación con las imágenes invita a considerar que los periodistas tienen un papel importante a la hora de informar sobre el TLC. Finalmente, no existe estrategia para convencer al lector (persuasivas) ni para hacerse creíble la noticia (legitimación y verosimilitud).

4.3.1.1. Tema movilizaciones

Para esta temática se escogió analizar tres noticias. En cuanto a los modos directos de enunciación, es posible advertir que se utilizó “lenguaje subjetivo” y “lenguaje popular” en todas ellas. El lenguaje subjetivo es utilizado para calificar las movilizaciones, las del grupo opositor al TLC se nombraron con expresiones tales como fuerza, fiesta e imaginación. Una movilización a favor del tratado mencionó que los grupos a favor del TLC aprovecharon una actividad futbolística para realizar una manifestación. El lenguaje popular se empleó, por ejemplo, para decir que en las manifestaciones opuestas al tratado hubo de “todo”, “taquearon” las calles y, en el caso del grupo a favor, se dijo que respondieron a las manifestaciones del No al TLC.

En el modo directo, en la estrategia de posicionamiento, predomina la mediación simbólica –dejar hablar a las fuentes– y el modo de presentación es descriptivo con un carácter fantástico, por así decirlo. Se toma un aspecto de la realidad y a partir de allí se produce un relato que gravita alrededor de la exageración de dicho aspecto. Por ejemplo, una noticia alrededor de una movilización del grupo opositor al TLC toma un perro vestido con una camiseta del No al TLC y disfraces de los diversos manifestantes, y a partir de esos elementos se produce el relato periodístico.

Ninguna de las tres noticias utilizó estrategias persuasivas más allá de la relación de titulares e imágenes. En una de las noticias, el titular y las imágenes apelaron al fútbol, se tituló “El Sí aprovecha el clásico” y en la foto más grande se presentó a un animador realizando series con un balón de fútbol. Otra noticia apeló a la fiesta, título “En la fiesta del No hubo de todo” y acompañó la noticia con nueve imágenes en las que se destacan los disfraces, máscaras y sancos utilizados por las personas en la movilización, y un perro con una camisa del No al TLC. La noticia que nombro la movilización del Sí título “Mañana taquean la Capital”, donde la imagen muestra diversos automóviles en las calles. La relación entre titular e imágenes sugiere la idea de que en las movilizaciones se va a divertir, a

festejar. Por último, las noticias sobre esta temática carecieron de estrategia de legitimación y verosimilización, salvo una de ellas, la que apelo a un sentido de fiesta en la movilización opositora al TLC, utilizó la estrategia de validación de fuentes (para hacer creíble la noticia), la cual es protagonista y representatividad institucional, al usar de fuente a un participante en la movilización y a un rector de una universidad pública.

4.3.1.2. Tema entretenimiento

Este tema, el más importante del total ofertado por *La Teja* en la coyuntura explorada, con un 30,68% (ver cuadro 10), aportó la mayor cantidad de noticias para realizar el análisis enunciativo, quince noticias, debido a que son las de mayor extensión y elaboración. En lo que respecta a los modos directos, todas las noticias utilizaron lenguaje “subjetivo” y “popular”. En lo que respecta al modo indirecto, la estrategia de posicionamiento mezcló la mediación simbólica y la directa (la narración tendió a la directa), es decir, en la construcción de la noticia participó tanto el enunciador como las fuentes, priorizándose el enunciador; además, en la estrategia de posicionamiento no destaca lo descriptivo, la denuncia o la propuesta. Más bien, tiene un formato fantástico, propio de la literatura, donde diversos aspectos de la realidad se exageran o se inventan.

En todas estas noticias sobre el tema “entretenimiento”, solo dos noticias emplean la estrategia persuasiva, más allá de la mezcla titular e imágenes, y, en relación con la estrategia de legitimación y verosimilización, únicamente dos noticias emplean el procedimiento veredictorio, el cual es la validación de fuentes. Además, un detalle importante en estas noticias es la carencia de categorías para el análisis enunciativo. Estas noticias difícilmente contienen las categorías propuestas por Mata y Scarafia (1993), destaca la ausencia de procedimiento veredictorio, el cual expresa las argumentaciones empleadas en las noticias. Por ello, a continuación se hace una revisión de lo sugerido por las noticias a partir, fundamentalmente, pero no de manera exclusiva, del lenguaje utilizado y la mezcla entre titular e imágenes.

Las noticias cuyos ítems refieren a “fútbol” y al “voto famoso” utilizan expresiones como “llenazo”, “las gradas”, “enorme presa”, “locura en las urnas”, “carro” y “causo locura”, entre otros. Una de estas noticias tituló “El referendo ayer volvió a la cancha. Lo mejor estuvo en las gradas” y acompañó la nota de tres imágenes, donde aparecen

aficionados al equipo de fútbol del Deportivo Saprissa con cervezas en la mano, un presunto aficionado de la Ultra Morada (barra brava que apoya al Saprissa) con una camiseta del Sí al TLC y una aficionada, desde la gradería, alentando a su equipo con una camiseta que muestra su abdomen.

Otras de estas noticias titularon “Por el No, Rolando, por el No” y “Mariachi causó locura en Zapote”, ambas se acompañaron de fotos de ex futbolistas ejerciendo su voto. Los titulares y las imágenes, tanto como el lenguaje empleado, sugieren una mezcla entre el fútbol y el TLC en la cual predomina el deporte. Por último, las noticias de “voto famoso” utilizaron el procedimiento veredictorio (hacer creíble el relato), el cual es protagonista al entrevistar a los ex futbolistas.

Las noticias clasificadas en el ítem de “espectacularización”, el ítem más importante dentro del tema de “entretenimiento” con un 36,84% (ver Cuadro 13), utilizaron expresiones subjetivas y populares como “machota”, “chiflidos”, “rico papi”, “agitación en las votaciones”, entre otros. Estas noticias son en las que más se utiliza el recurso de exageración antes mencionado. Una noticia tituló cosas como “Ticos saldrán con domingo 7” y se acompañó de una imagen del dibujo de una bruja, para hacer alusión a que en el día del referendo alguien pierde o gana, quien pierde sale con el domingo 7 (con algo negativo). Esta noticia es la única que utiliza estrategias persuasivas y de verosimilitud, y lo hace al momento de explicar qué es y de dónde viene la historia del domingo 7. Para convencer al lector de lo dicho, se utilizó el criterio de autoridad, la consulta a un experto, un folclorista e historiador, y para la validación se utilizó el saber o conocimiento acreditado de las fuentes.

Otra noticia tituló “Fue su primera vez” y acompañó la noticia con imágenes de modelos entre los 18 y 20 años en traje de baño. En el relato, se insiste con la edad de las modelos; esto, aunado a la mezcla de titular e imágenes, puede sugerir un vínculo entre ejercer el voto por primera vez y practicar relaciones sexuales, también, por primera vez. Para este caso la validación de fuentes es protagonista, al consultar a las modelos por cuál de las alternativas votó.

Siempre en las noticias cuyo ítem principal es la espectacularización, otro caso similar al anterior tituló “Pocos gritaron sí, sí, sí” y utilizó la foto de la entrada de un motel. La

validación de fuente es protagonista, al preguntar al encargado de un motel si el día del referendo tuvo los mismos clientes que un día sin votaciones. En un caso similar a este, una noticia tituló “Agitación en Motencillos de Alajuela. La machota que engaño (sic) a la mesa”, acompañada de seis imágenes en las cuales se percibe a una persona trans camino a las urnas y a ejercer el voto. Lo anterior sugiere como situación anómala el voto de una persona trans. Las expresiones la “machota” y “rico papi”, mencionada más arriba, entre otras, se utilizaron para nombrar a la persona transexual. La validación de fuentes es protagonista, al consultarle al votante qué sintió al ir a votar vestida de mujer e incorporar al relato personas que le gritaron a dicha persona “rico papi”, entre otros comentarios.

Otro caso es el de la noticia que tituló “El licor motivo (sic) las urnas” y acompañó la nota con tres fotos de bares. La validación de fuentes (estrategia de legitimación y verosimilización) es protagonista, al consultarles a encargados de los bares cómo estuvo la clientela el día del referendo, en el contexto de la realización de la primera votación sin restricción para consumir bebidas alcohólicas, como fue el referendo. Una noticia título “Locura por el 08 y 07” y se acompañó de una imagen en la cual se ilustraba a una chancera (persona que vende lotería) trabajando. La validación de fuentes es protagonista porque se le consultó a la chancera si se vendieron los números 08 y 07, dado que son los números que coinciden con la fecha del referendo. Los titulares y las imágenes de las noticias comentadas invitan a pensar que las relaciones sexuales y la lotería tienen mayor relevancia que la votación del TLC.

Las noticias que nombraron el voto en la cárcel, fundamentalmente, versaron sobre una descripción de la votación en las cárceles, en las cuales la estrategia para hacer creíble el relato utilizó la representatividad institucional: entrevistas a personeros de algunos centros carcelarios para consultar el “movimiento” en las votaciones.

Finalmente, una noticia tituló “A Arias lo inundaron de llamadas para comprarle carro. Teléfono de presidente en baratitos” y se acompañó de una imagen del rostro de Oscar Arias, Presidente de entonces. Para convencer al lector se utilizó el criterio de autoridad, se le consultó a Rodrigo Arias, entonces ministro de la presidencia. Por tanto, la validación de fuentes es institucional, al consultar a un ministro. La noticia indicó que el número telefónico de Oscar estuvo en los apartados de promociones del diario *La Nación*

anunciando la venta de un automóvil y vivienda a buen precio. El modo de presentación del relato, como en todo este apartado, es la mezcla entre fuente y enunciador, donde el relato toma tintes de exageración.

4.3.1.3. Tema votantes

En este tema se exploran dos noticias. En cuanto al modo directo, en ambas se utiliza lenguaje “subjetivo” y “popular”, entre ellas las expresiones: “contentos”, “gratificante”, “alboroto”, “ciegos” y “mar de gente”. En el modo directo, la estrategia de posicionamiento modo de expresión utilizó la mediación simbólica en una de ellas y en otra una mezcla entre mediación simbólica y directa. La presentación del relato tendió a la exageración, con una dosis importante de descripción. Una de las dos noticias que optó por utilizar la mediación simbólica no aplicó la estrategia persuasiva y no tiene procedimiento veredictorio, solamente realizó la validación de fuentes, la cual es de protagonista. La nota se tituló “Alboroto por el voto de Arias” y se acompañó de dos imágenes, una de Oscar Arias camino a una urna, rodeado de muchas personas, y otra en la cual ejercía el voto. La otra noticia tiene las mismas características que la anterior, salvo que titula “Votaron con los ojos de otros” e ilustra tres fotografías de personas no videntes ejerciendo el voto.

4.3.1.4. Tema El No y El Sí

El tema “el No” y “el Sí” cuenta solo una noticia para cada una. En el caso del “No”, se utiliza lenguaje “subjetivo” y “popular”. El lenguaje subjetivo se utiliza para indicar que los “grandes ausentes” de la campaña que adversó el TLC son Albino Vargas y Fabio Chaves, ambos ligados con el sindicalismo, según la nota. El lenguaje popular se utilizó para indicar que los del No “escondieron” a ambos sindicalistas. La estrategia de posicionamiento es la mezcla entre el decir del enunciador (mediación directa) y de las fuentes (mediación simbólica), en la cual la posición del enunciador es de denuncia. La estrategia de persuasión es la de criterio de autoridad, al señalar la posición de diputados del PLN sobre la presunta ausencia de ambos sindicalistas en la campaña del NO.

En cuanto a la persuasión identificada entre la combinación de titular e imágenes, la noticia anterior, la del “No”, tituló “Los del sí dicen que es una estrategia. El No escondió a Albino y Fabio de la campaña” y acompañó la nota con una foto donde ambos sindicalistas

se ilustran. Es sugerente acotar que esta es la única noticia de toda la muestra donde se realiza un ataque al sector opositor al TLC y al sector sindical de manera directa. Además, también es la única donde el procedimiento veredictorio aparece como un contratos de posiciones, donde se intenta mostrar dos versiones de un mismo hecho, dado que se consultó a un encargado de comunicación del “No” sobre lo aseverado en la noticia. Se le preguntó si era cierto que habían ocultado a los sindicalistas.

La noticia que tematiza al sector a favor del TLC también cuenta con lenguaje “subjetivo” y “popular”, los cuales giraron en torno a la aprobación en el referendo del tratado comercial, tales como “volteó la tortilla”, el “Sí “despertó”, los del “Sí” están “picados”, entre otros. En el modo directo, la manera de presentar la información mezcló la voz del enunciador con la de las fuentes, precisamente, la estrategia persuasiva se basó en citar “expertos” que interpretaron por qué ganó el voto a favor del tratado, es decir, se usó el criterio de autoridad. La noticia tituló “¿Qué volteo (sic) la tortilla?” y mostró tres imágenes, una donde Oscar Arias está junto a un sacerdote, otra donde aparece el presidente de EE.UU y una donde hay personas en una calle con propaganda a favor del tratado. La estrategia de validación de fuentes es el conocimiento acreditado, dado el carácter de expertos de las fuentes consultadas.

4.3.1.5. Tema religión, debates y EE.UU

El tema “religión” cuenta con dos noticias para el análisis. Ambas utilizaron lenguaje “subjetivo” y “popular”; se utilizó “rezar”, el referendo también “jalo” a los “ticos” a las iglesias y diputados se “ponen” con Dios. Siempre sobre el modo directo, la estrategia de posicionamiento función mediadora es simbólica (el relato se construyó a partir de las fuentes), se utilizó la estrategia de persuasión criterio de autoridad y la validación de fuentes es representatividad institucional, esto al consultar a personeros de la Iglesia Católica y disputados. Una de estas noticias lleva por título “Diputados se ponen con Dios” y una foto en la cual personas rezan dentro de la capilla de la Asamblea Legislativa. La otra noticia tituló “La Virgen presente en el referendo” y la foto representa a una familia en una Iglesia católica. Ambas noticias sugieren una conexión entre referendo y un discurso oficial (la religión católica).

El tema “debates” cuenta con una noticia para el análisis, en la cual se utiliza lenguaje “subjetivo” y “popular”. En el modo indirecto, la estrategia de posicionamiento es descriptiva y la función mediadora es la simbólica. La estrategia persuasiva utilizada es criterio de autoridad, al consultar a expertos sobre la influencia en los votantes de los debates y las encuestas, lo que tiene como consecuencia una validación de fuentes de saber o conocimiento acreditado. La noticia se titula “¿Influirán en el voto los debates?” y se acompaña de una fotografía en la cual se retrata a uno de los analistas consultados.

Finalmente, el tema “EE.UU” también cuenta solo con una noticia para el análisis. Esta utiliza lenguaje “subjetivo” y “popular”, los cuales son utilizados para indicar que diarios “poderosos e influyentes” de EE.UU se encuentran “felices” con el resultado del referendo. La noticia cuenta con una estrategia de posicionamiento descriptiva y una función mediadora simbólica. La estrategia persuasiva es criterio de autoridad y su validación de fuentes (estrategia de legitimación y verosimilización) es de representatividad institucional. Su titular es “Gringos Felices” y tiene dos imágenes, una de ellas muestra un encabezado del editorial *The Washington Post* (periódico estadounidense) y la otra el encabezado del editorial *The Wall Street Journal* (periódico estadounidense), donde tematizan el resultado del referendo. El titular y las imágenes sugieren que EE.UU está de acuerdo con la aprobación del TLC.

4.3.1.6. Tema TLC

“TLC” es el tercer tema más importante dentro del total de la oferta comunicativa de *La Teja* con un 13,64% (ver cuadro 10), y es el segundo que aporta más noticias para el análisis enunciativo, nueve notas; cuatro de ellas tienen fecha anterior al referendo y cinco después de él. De las expuestas al público antes del referendo, tres utilizaron lenguaje “popular” y “subjetivo”, y una de ellas solo “subjetivo”. Una de estas noticias, en cuanto al modo directo, tiene una estrategia de posicionamiento que mezcla la función mediadora simbólica y la directa (el relato se produce con intervención del enunciador y la fuente). La estrategia persuasiva es criterio de autoridad y la validación de fuentes es el valor numérico y estadístico, dado que el principal referente de la noticia es la cita a una encuesta. El titular expresa “El No arriba con 55%, el Sí con 43% (sic) dice *La Nación*. Corazón del Sí apunto del infarto” y la imagen es un corazón partido a la mitad expresando la diferencia entre una

y otra tendencia. Titular e imagen invitan a considerar que las personas a favor del tratado deben recuperarse, pues un infarto puede acabar con ellos, es decir, pueden perder la elección.

En las otras dos noticias expuestas al público antes del TLC, se expresaron palabras como “mentira” y “advertencia”, la primera se utilizó para indicar que el TLC no podía renegociarse, como decían los opositores al tratado (se les nombro mentirosos); y la segunda para indicar que EE.UU advierte que el TLC no se puede renegociar. En cuanto al modo indirecto, la estrategia de posicionamiento es de denuncia y el modo de presentación mezcla la función simbólica con la directa. La estrategia persuasiva se basa en el criterio de autoridad y la validación de fuentes es el conocimiento acreditado y la representatividad institucional.

En cuanto a la persuasión vía combinación de titular e imágenes: una de ellas titula “E.E.UU dice que no renegociará el TLC. Corazón del Sí vuelve a latir” y la foto es de una mujer sonriendo disfrazada de corazón. La otra titula “Advertencia de EEUU. Los del No no se asustan” y carece de imagen. Si la noticia que utiliza la palabra infarto invita a la precaución por parte de los sectores que apoyan el tratado comercial, ante una eventual derrota electoral, en cambio, esta sugiere un posible aliciente para ellos (el corazón vuelve a latir), una ventaja. Además, estas noticias sugieren que los grupos a favor del tratado contestan al grupo adverso, pues parten de que el TLC no se puede renegociar, para exclamar dicha expresión, primero tuvo que afirmarse o expresarse la posibilidad de negociarlo.

La otra noticia, la que no utiliza lenguaje popular y se publica antes de la fecha del referendo, utiliza como palabra subjetiva “promesa”, al indicar que el expresidente Oscar Arias asegura que es posible salirse del TLC en seis meses de no funcionar. En cuanto al modo indirecto, la estrategia de posicionamiento es descriptiva y la función mediadora es simbólica, el enunciador deja hablar a la fuente. La estrategia persuasiva es el criterio de autoridad y la validación de fuentes es representatividad institucional, la fuente con la cual se construye el relato es el presidente Oscar Arias. El titular expresa “Presidente Oscar Arias «Si TLC no sirve, nos salimos»” (sic) y la foto es la imagen de Arias con un

sombrero. La combinación de titular e imagen resalta la figura de Arias como una de autoridad e invita a considerar que derogar un tratado comercial es algo sencillo.

Sobre las cinco noticias fechadas después del 7 de octubre, todas cuentan con lenguaje “subjetivo” y “popular”. Las expresiones utilizadas son “trabas”, “difícil”, “obstrucción”, estar “triste”, “ticos de goma” y TLC ha generado “división” y “tristeza”, entre otras, las cuales se utilizaron para indicar que los diputados de la Asamblea Legislativa están evitando aprobar las leyes necesarias para la puesta en marcha del TLC, lo cual genera división y tristeza entre los costarricenses. La estrategia de posicionamiento de estas noticias es la función mediadora simbólica y la narración tiende a la denuncia (se denuncia la obstrucción del TLC). La estrategia persuasiva es de criterio de autoridad y la validación de fuentes (estrategia de legitimación y verosimilización) es saber o conocimiento acreditado y representatividad institucional.

Algunos titulares sobre estas noticias son: “Al TLC le falta un empujón más”, “Ticos con goma”, “El PAC no se portará bien”, entre otros, acompañados de imágenes que muestran material electoral almacenado, personas celebrando con indumentaria a favor del TLC y una conferencia de prensa del Gobierno encabezada por el ministro de la presidencia, Rodrigo Arias. Tanto los titulares como las imágenes invitan a reforzar la idea de que el proceso del TLC no ha acabado y que un partido en particular lo evita, el Partido Acción Ciudadana.

4.3.2. Análisis de la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón

Del tema “huelga” se escogen tres noticias para analizar. En cuanto al modo indirecto, las tres presentan lenguaje “subjetivo” y “popular”, donde destacan expresiones como “chivas” con el Gobierno y APM, la huelga produce “penurias” y que gracias a ella la “gente” la “vea fea”. Además, en relación con los juicios y sentencias del enunciador, se denota una clara intención de indicar que las huelgas no son positivas y que el Gobierno no las tolerará. En el modo indirecto, la estrategia de posicionamiento establece a un enunciador que describe y denuncia lo nombrado, y en el uso de las fuentes utiliza la mediación simbólica y directa. Entonces, el relato de la noticia se produce describiendo y denunciando la huelga (trae penurias) y se utiliza tanto la posición del enunciador como las fuentes.

La estrategia persuasiva se basa en la utilización de criterio de autoridad y ejemplo probatorio, pues refiere al sindicato y al presidente de la República y los trabajadores que dicen verse afectados por la huelga. Una de estas noticias titula “SINTRAJAP chiva con APM TERMINALS. Sindicatos podrían ir a huelga en Limón”⁴ y se acompaña de una imagen que ilustra un barco atracando. Otro titular indica “Sindicato amenaza con huelga en los muelles. Presi saca pecho en Limón” y se acompaña de una foto en la cual se ilustra un barco atracando, tal como la noticia anterior. Por último, una noticia titula “COMERCIANTE Y TAXISTA APRETADOS CON EL BRETE. La huelga reparte penurias” e ilustra a una taxista y un vendedor de frutas. La mezcla de titular e imagen sugiere que la huelga es negativa y que el gobierno realiza acciones para detenerla.

Para convencer al lector, en cuanto al uso de la estrategia de legitimización y verosimilización, las noticias que tematizan la huelga no utilizan procedimiento veredictorio, es decir, no argumentan. Y como validación de fuentes utiliza en dos ocasiones la representatividad institucional (el sindicato y el Gobierno) y en una de ellas la condición de protagonista o testigo, los trabajadores consultados por el medio (la taxista y el vendedor de frutas).

En el caso del tema “entretenimiento”, se analizaron tres noticias. En lo que respecta al modo directo es posible identificar el uso de lenguaje “popular” y “subjetivo” en estas noticias. Destacaron algunas expresiones que aluden a una olla para cocinar que decomisó la Fuerza Pública, tales como se “alboroto el bochinche”, “barrio”, “broncas”, “riquísimo plato”, en alusión a la comida que presuntamente se prepara en la olla, y “pidió cacao”, para indicar que alguien se arrepintió. En el modo indirecto, la estrategia de posicionamiento es similar a la narración de la fantasía, donde se toma un tema y se desarrolla a partir de invenciones diversas. La narración en la noticia se realizó por medio de una mezcla entre la función simbólica y directa, con un predominio de la directa. Es decir, la narración partió fundamentalmente del enunciador con apoyo de fuentes.

En relación a la estrategia persuasiva, en dos ocasiones se utilizó el criterio de autoridad – la otra de las tres noticias careció de los criterios de dicha estrategia–, al consultar a miembros de la Fuerza Pública el decomiso de una olla. Una de estas noticias tituló

⁴ Los titulares ahora se escriben con mayúscula porque así fueron escritos por el medio en esta coyuntura.

“BARRIO EXIGE A POLICÍA QUE DEVUELVAN SIMBOLO (sic) DE UNIÓN Y DE SABROSA COMIDA. LA OLLA DEL BOCHINCHE” y acompañó la nota de tres imágenes que ilustraron una olla. Otro título indica “POLÍCIA Y VECINA DAN DIFERENTES VERSIONES SOBRE LA OLLA DE LA DISCORDIA. Se alboroto (sic) el bochinche” e ilustra a un oficial revisando una olla y una persona que quema una imagen del presidente de la República y dos ministros. En otra noticia el titular indica “SINTRAJAB PIDIO CACAO AL GOBIERNO. VIOLENTAN IMAGEN CONTRA LA VIOLENCIA” y repite la imagen de la noticia mencionada anteriormente, una persona quemando dicha imagen.

Los titulares e imágenes anteriores resaltan la figura, que se convierte en personaje, de una olla y una fotografía calcinada. Se constata, también, el uso de muchas fotografías en las notas, incluso, las noticias tienen las mismas imágenes, como en el caso de las dos últimas mencionadas en el párrafo anterior, lo único que cambió de una a otra es el pie de foto. Destaca que una de las noticias sobre entretenimiento trató de producir una imagen negativa acerca del sindicato (la fotografía calcinada). En lo que respecta a la estrategia de legitimación y verosimilización, en las tres notas, para hacer creíble el relato se aludió a una validación de fuentes de protagonista – la consulta a los vecinos dueños de la olla– y no se utilizó el procedimiento veredictorio, es decir, no se dieron razones o argumentaciones.

En cuanto al tema “negociación”, únicamente se analizó una noticia. El registro de la información muestra el empleo de lenguaje “subjetivo” y “popular”, donde destacan expresiones como “bochinchas” para calificar las acciones sindicales de huelga, se “quedó en puras ganas” para indicar que el sindicato no puede negociar con el Gobierno y el “presi se ancla” en no negociar. La estrategia de posicionamiento se presenta con un enunciador que denuncia y con una función mediadora que mezcla la simbólica y la directa: el relato parte del enunciador con el apoyo de fuentes.

Siempre en el tema “negociación”, la estrategia persuasiva es el criterio de autoridad, al consultar al presidente de la República. El titular de la noticia indica “HAY DIALOGO (sic) CON SINDICATOS EN LIMÓN, NADA MÁS. «Presi» se ancla en no negociar” y se acompaña de tres imágenes, las cuales ilustran un buque atracando, manifestantes con pancartas caminando en las calles y policías custodiando la entrada al Puerto. Este uso de

titular e imágenes sugiere una imagen de poder en el presidente, no negocia y utiliza a la policía, quien custodia los muelles para lograr su fin, lo cual refuerza el contenido de la noticia. Por último, en lo que respecta a la estrategia de legitimación y verosimilización, la nota utiliza la validación de fuentes representatividad institucional (consulta al presidente) y carece de procedimiento veredictorio.

Los últimos temas que se desarrollan a continuación son el “control policial” y el “vandalismo”, los cuales, para el análisis, aportan una noticia cada uno. Ambos temas utilizan el lenguaje “subjetivo” y “popular”. Las expresiones son autoridades se “socaron la faja”, “polis” se “socaron la faja”, “patrullas cargadas”, “voladera” de piedras, “alboroto”, “bochincheros”, entre otras. Para el modo indirecto, en cuanto a la estrategia de posicionamiento, en el caso de la nota que tematiza el “control policial”, el posicionamiento es descriptivo, en cambio, la que tematiza el “vandalismo” es de denuncia. La función mediadora para la nota de “control policial” es simbólica, se redacta a partir de las fuentes, y para la noticia agrupada en el tema “vandalismo” es simbólica y directa, con mayor preeminencia de la directa.

Además, la estrategia persuasiva para ambos casos es el criterio de autoridad, al citar al sector sindical y a miembros del Poder Ejecutivo. La noticia tematizada como “control policial” titula “AUTORIDADES SE SOCARON LA FAJA. Policía controla los muelles en Limón” e ilustra tres imágenes en las cuales la policía detiene a “huelguistas” y trabajadores de SINTRAJAP esperan afuera de JAPDEVA, la cual se encuentra con los portones cerrados. En este caso, el titular y las imágenes sugieren un ejercicio represivo por parte de Fuerza Pública hacia los manifestantes, lo que lleva a controlar la huelga. La noticia vinculada con el tema “vandalismo” titula “LUIS GUILLERMO SOLÍS CONFIA QUE VANDALISMO NO SEA PROVOCADO POR SINTRAJAP. Limonenses con los ojos abiertos” y también se acompaña de tres imágenes: una persona avivando el fuego en unas llantas sobre la calle, otra con dos motorizados de la Fuerza Pública y una con varias personas cerca del fuego. Esta mezcla de imágenes y titulares sugieren la idea de que SINTRAJAP produce disturbios.

Para finalizar, la estrategia de legitimación y verosimilización empleada por la nota de “control policial” utiliza como fuente de validación la representatividad institucional,

consultas a miembros del Ejecutivo y al sector sindical. La nota sobre “vandalismo” no utiliza ninguna de las fuentes de validación propuestas por Mata y Scarafia (1999), utiliza una referencia a la red social Facebook – la cual gira en torno a responsabilizar a SINTRAJAP de algunos disturbios producidos en Limón –, situación que destaca, pues es la primera vez en toda la muestra que aparece una mención a las redes sociales. Por último, ambas notas carecen de procedimiento veredictorio, es decir, no es posible encontrar justificación para lo nombrado en la noticia.

4.4. Análisis interpretativo

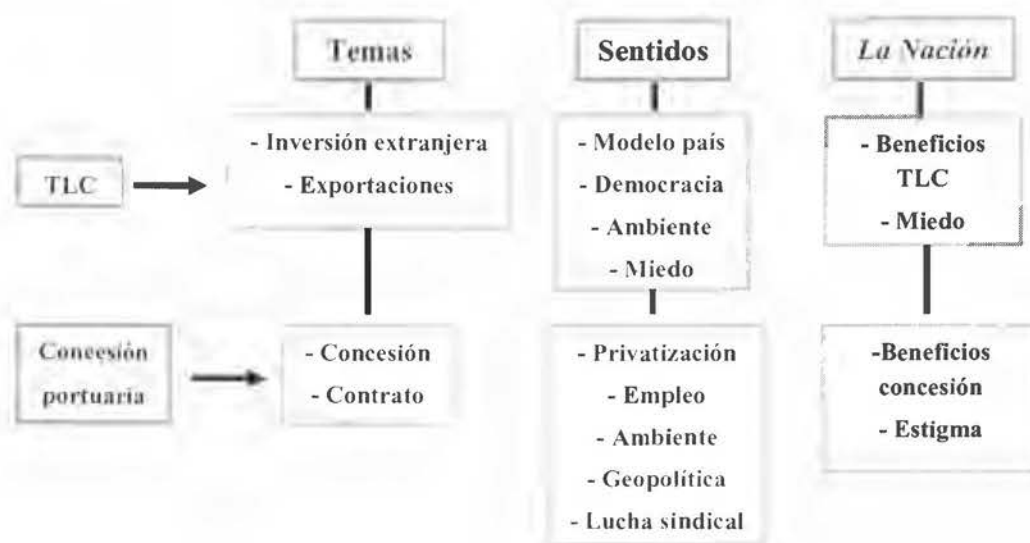
El análisis estructural permitió identificar las secciones que contienen una mayor cantidad de noticias en las coyunturas políticas analizadas: el “entretenimiento”, los “sucesos” y los “deportes” constituyen dicha mayoría tanto para el año 2007 como para el 2014. Para Martini (2000), las secciones de los medios, que son una manera de ordenar la información periodística, sugieren una determinada clasificación de las relaciones culturales. Serrano (1993) estima que esta clasificación es una mediación entre los medios y las audiencias, la cual, en determinados contextos, puede ser comprendida como relevante o irrelevante. En este sentido, en coyunturas políticas conflictivas, *La Teja* sugiere una clasificación de las relaciones culturales desprovista de contenido político o interés público. Desde el punto de vista de la mediación propuesto por Serrano (1993), lo que está entre el medio y la audiencia es irrelevante. Este primer acercamiento al medio permite observar una manera de producir ausencias políticas: la dificultad de clasificar determinadas relaciones culturales como políticas.

Para la coyuntura política del referendo sobre el TLC, así como para la coyuntura de concesión de los Puertos de Moín-Limón, el análisis referencial expuso que las noticias que nombraron dichas coyunturas carecieron, en su gran mayoría, de referencias espaciales y temporales. En el capítulo conceptual-metodológico se presentó una concepción del ser humano en la cual este produce su vida en relaciones históricas con determinadas coordenadas espaciales y temporales. En este sentido, como se advirtió en la introducción de esta investigación, la historia del TLC puede comprenderse a través de 5 períodos a lo largo de 5 años y, por su parte, la historia de la concesión portuaria en 3 períodos a lo largo

de 7 años. En las noticias exploradas no se hizo referencia a ninguno de estos períodos, así, tanto el tratado de libre comercio como la concesión de los puertos carecen de relaciones con otros acontecimientos, por lo que ambas coyunturas parecen producto de la generación espontánea. Este carácter de las noticias, como sugiere Sandoval (2002), dificulta rastrear los orígenes de los acontecimientos.

En síntesis, la carencia de historia en las noticias sugiere otra manera de producir ausencias: la carencia de relaciones espaciales y temporales, la ausencia de orígenes o comienzos en las relaciones culturales y la carencia de relaciones entre diversos acontecimientos. Para indagar otras características de la producción de ausencias, se contrastarán algunos resultados del análisis referencial y enunciativo con algunos temas, sentidos y elaboraciones periodísticas producidas durante la coyuntura del TLC y la concesión de los Puertos de Moín-Limón, los cuales se exponen en el esquema 2. Dicho esquema contiene una categorización de elaboración propia de temas y sentidos a partir de varias referencias bibliográficas (ver fuente del esquema).

Esquema 2. Temas y sentidos alrededor de la coyuntura sobre el referendo del TLC y la concesión de los Puertos de Moín-Limón



Fuente: Elaboración propia a partir de Martín (2005), Pacheco (2006), FECOU (2006), Fournier (2009), Alvarado (2015), Díaz (2015), Artiaga (2016), y Raventós (2018).

Como se desprende del esquema anterior, dado el carácter económico del TLC, los temas contenidos en el tratado son acerca de asuntos empresariales, tales como la

“inversión extranjera”, asentamiento de empresas de capital internacional o transnacional en el espacio geográfico nacional para la exportación, y las “exportaciones” de bienes nacionales a EE.UU, como el azúcar y el atún (Raventós, 2018). La “inversión extranjera” aseguró para las empresas internacionales o transnacionales darles un trato nacional (la prohibición de favorecer a las empresas nacionales sobre las extranjeras), la apertura de mercados estatales para su inversión (seguros y telecomunicaciones), el arbitraje internacional (la resolución de conflictos jurídicos en vías no nacionales) y la profundización de la propiedad intelectual (Raventós, 2018). La coyuntura por la concesión de los puertos, también con carácter económico, nombró al menos dos temas: la “concesión” de los muelles estatales y, una vez impedida la privatización de los puertos estatales, la construcción vía concesión de un complejo portuario, la TCM, por parte de una empresa transnacional, la APM Terminals, y el monopolio de la carga y descarga de contenedores estipulada en el “contrato” de concesión de la empresa transnacional (Alvarado, 2015; Artiaga, 2016).

También, del esquema 2 se desprenden algunos sentidos o explicaciones alrededor de ambas coyunturas políticas. Se estima que los sentidos producidos en la coyuntura sobre el referendo tienen un contexto caracterizado por una profunda polarización de la sociedad (división tajante) entre la posición favorable y adversa al TLC; los actores encontrados son grupos económicos de poder, el gobierno, la embajada de EE.UU y las diversas organizaciones que conformaron el llamado movimiento del NO (Raventós, 2008; Raventós, 2018). En este contexto de polarización, algunos sentidos destacados para esta coyuntura son “modelo de país” y “democracia”. “El modelo de país” tendió, del lado del grupo a favor del tratado, a producir discursos alrededor de la promoción de una Costa Rica moderna y globalizada; en cambio, la oposición al tratado elaboró discursos contra el TLC en torno a la protección del Estado benefactor, considerado en riesgo por el tratado comercial. Uno de los elementos que destacó en la divergencia sobre el “modelo de país”, se situó en las posibilidades y calidades laborales producto del TLC; quienes se agruparon a favor del tratado aseguraron la producción de muchos empleos sofisticados y quienes lo adversaron señalaron la mala calidad y poca cantidad de los mismos (Escalona, 2012).

El sentido “democracia” apeló a la consideración según la cual el TSE actuó de manera permisiva y parcializada a favor del TLC y cuestionó las posibilidades de financiamiento de

los grupos a favor del tratado, así como la participación del Gobierno en el referendo. El sentido “miedo” se instauró con fuerza en los discursos de la campaña cuando se filtró a la prensa un memorándum elaborado por un viceministro y un diputado oficialista, Kevin Casas y Fernando Sánchez, respectivamente, dirigido al presidente de entonces, Oscar Arias, en el cual se estableció una estrategia de campaña a favor del TLC a partir de la coacción y el miedo. A saber, la estrategia del miedo apeló a “estimular el miedo a la pérdida de empleo, al ataque a las instituciones democráticas, a la injerencia extranjera en el movimiento del No al TLC y al efecto del triunfo del No en el gobierno” (Raventós, 2018, p. 42). Por último, el sentido “ambiente” contiene señalamientos perjudiciales para la naturaleza producto del TLC, como perjuicios en la administración del recurso hídrico, la posibilidad de explotación minera, de gas, entre otros, por parte de empresas transnacionales, así como los problemas derivados de la propiedad intelectual sobre las semillas criollas (FECOU, 2006; Pacheco, 2006).

Los sentidos alrededor de la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón se produjeron en un contexto de conflicto entre varios gobiernos, grupos económicos de poder, SINTRAJAP y diversas agrupaciones principalmente establecidas en Limón (Alvarado, 2015; Artiaga, 2016). Los sentidos giraron en torno a la “privatización” de la actividad portuaria más importante de Costa Rica, como se ha indicado en la introducción de esta investigación, y a la “lucha sindical” que principalmente realizó SINTRAJAP para evitarla. También destacan las posiciones sobre el “empleo” en Limón, las posiciones enfrentadas arguyeron un aumento de empleo con la instalación de la transnacional; en cambio, quienes adversaron a la TCM manifestaron pérdida de empleo para Limón dado el debilitamiento de JAPDEVA producido por el monopolio. Particularmente, en esta coyuntura el sentido “ambiental” es relevante, pues para la construcción de la terminal se eliminó prácticamente el 80% de la playa de Moín, conocida por albergar una gran diversidad de flora y fauna, y ser el principal espacio de desove para las tortugas (Álvarez, 2013). Por último, un sentido poco explorado pero posible de elaborar en esta coyuntura es el carácter geopolítico del Puerto de Moín-Limón, pues, como sugiere Martner (1999), los puertos son espacios que permiten la conexión e interacción entre diversos países o espacios geográficos.

Como se ha observado en este capítulo, las noticias elaboradas por *La Teja* que nombran ambas coyunturas políticas carecen de los temas y sentidos contenidos en el esquema 2. En el caso del TLC, por ejemplo, las expresiones “inversión extranjera” y “exportaciones” no aparecen en la muestra analizada, ni existe un debate sobre las posibilidades laborales en torno al tratado comercial, ni aparece la estrategia del miedo (el memorando es apenas mencionado y no se expresa su contenido), ni los grupos económicos de poder que impulsaron el tratado, ni la polarización social: no existe conflicto político. De la misma manera, para la coyuntura sobre la concesión portuaria existe una ausencia de expresiones como “privatización”, “ambiente” o “monopolio”, así como los grupos empresariales que apoyaron la concesión, entre otros. Nuevamente, no hay conflicto alrededor de la coyuntura. En lugar de expresiones con contenido político, *La Teja* mezcla las coyunturas políticas con temas de entretenimiento (infoentretenimiento). En este sentido, la modalidad discursiva infoentretenimiento se comprende como una manera de producir ausencias políticas. Pursehouse (1991), Langer (1998) y Sandoval (2007) sugieren que esta ausencia de contenido político puede ser interpretado como un acto político: la despolitización, deliberada o no, es una acción política con objetivos determinados.

En este sentido, Langer (1998) considera las ausencias políticas en los discursos desde la perspectiva de la interpelación de Althusser (2009): los discursos interpelan a los seres humanos convirtiéndolos en sujetos, o como se sugirió en el apartado conceptual de esta investigación: el lenguaje produce subjetividad. De acuerdo con Langer (1998), los discursos que producen ausencias fomentarían, en algún grado, sujetos con experiencias de vida muy reducidas, limitadas al ámbito del fatalismo o, visto desde el punto de vista del infoentretenimiento, limitados al espectáculo. Para Langer (1998) y Sandoval (2007), producir subjetividades limitadas, que dificulten la comprensión de lo que ocurre, en determinadas coyunturas políticas, puede contribuir a la producción de ideologías hegemónicas. Para ilustrar este punto obsérvese el esquema 3, *La Nación* manifestó su apoyo al TLC y a la concesión portuaria al representar sus “beneficios” para la población, como un aumento en la cantidad de trabajo, mejoras en la economía, entre otros. En cambio, en *La Teja* hay ausencia de posición política: no hay conflicto que obligue a tomar una posición. Una ideología puede convertirse en hegemónica porque se promueve o se

impone, como el caso que se ilustra con *La Nación*, o porque se dificulta, a través de su ausencia, su comprensión o sentido, como el caso que se ejemplifica con *La Teja*.

En síntesis, como se advirtió en la introducción de esta investigación, tanto la coyuntura del TLC como la concesión de los Puertos de Moín-Limón son estrategias neoliberales. Entonces, la promoción de este tratado de libre comercio y esta concesión son acciones que promueven el neoliberalismo. La hipótesis establecida en la introducción de esta investigación se confirma con los hallazgos de este capítulo: *La Teja* no tematizó posiciones en contra o a favor alrededor de ambas coyunturas, no nombró al neoliberalismo (no hay expresiones como libre comercio, privatización, entre otros), no formuló conflictos alrededor de los temas y sentidos más importantes; *La Teja* produce la ideología de la ausencia, como le llama Lefebvre (1993), y con ella ilustra una manera de hacer hegemonía. El TLC y la concesión portuaria, es decir, una de las manifestaciones del neoliberalismo, se promovió por ausencia, se promovió porque discursos como el de *La Teja* que tratan de dificultar las explicaciones y acciones sobre ellos.

4.5. Balance final del capítulo 4

En los enunciados y discursos analizados es posible determinar que, en coyunturas políticas conflictivas, la realidad es interpretada por *La Teja* a partir del entretenimiento, los deportes y los sucesos. *La Teja* oferta una cantidad muy reducida de noticias en las cuales se tematice la coyuntura sobre el referendo del TLC y la concesión de los Puertos de Moín-Limón. Si se considera que ambas coyunturas ocurren con una diferencia temporal de siete años, es posible sugerir que la programación de dicho medio se mantiene a lo largo de este período y en contextos políticos. Lo anterior sugiere una tendencia premeditada a tematizar en una medida muy reducida asuntos políticos, los cuales, a su vez, carecen de temáticas de interés público.

Como tendencia dominante, para ambas coyunturas, los temas e ideas principales expresados por las noticias en torno a la política giran alrededor de lo especular: fútbol, moteles, deseo sexual, modelos, ollas, fotos calcinas y personajes de la televisión. En este sentido, la ausencia de argumentos a favor o en contra del TLC y de la concesión portuaria, tanto de expresiones en las cuales se represente el comercio, la creación o pérdida de empleo o las implicaciones para la vida de los ciudadanos del Tratado y la concesión,

resultan significativas. Por último, estos temas e ítems se producen en relatos sin referencias temporales, espaciales y la posibilidad de verificar las fuentes (la noticia se produce fundamentalmente, pero no de manera exclusiva, con impresiones del periodista).

En este contexto, se representan actores estáticos, los cuales no realizan ni reciben acciones. En consecuencia, con temas e ítems, los actores son futbolistas, modelos, un hombre trans, ollas, oficiales, entre otros. Para ambas coyunturas, siendo los grupos de poder económico y los sectores populares quienes resolvían el conflicto político, destaca su ausencia en las noticias analizadas. Si se nombraron, como en la coyuntura de la concesión portuaria, aparecieron estáticos y nombrados de manera incorrecta. En este sentido, el actor dominante vinculado a la política es el institucional, representado principalmente a través del Poder Ejecutivo. Así mismo, el carácter dominante de los actores es la individualidad y ser hombre, en el cual destaca la ausencia de capacidad de organización tanto como su negación (no estar organizados).

Así mismo, las noticias que giran alrededor de la política se producen con lenguaje popular y subjetivo. Además, en estas noticias no hay estrategias para convencer con razones o argumentos (estrategia persuasiva), para dar veracidad a la noticia (estrategia de legitimación y verosimilización) y la ausencia de un modo de expresión (estrategia de posicionamiento) que tienda a la descripción, denuncia o propuesta de lo tematizado en las noticias exploradas. Por tanto, estas noticias carecen de justificaciones y argumentaciones. La producción de estas noticias combina la utilización de fuentes y la perspectiva del enunciador o periodista para producir sus relatos (combinación mediación simbólica y directa). La noticia toma elementos que el periodista observa y el criterio de las fuentes para producir su relato. Como las fuentes tienen un papel importante en las noticias, no es de extrañar que la validación de fuentes sea el único criterio utilizado para hacer creíbles (estrategia de legitimación y verosimilización) los relatos. La validación más utilizada es la protagonista y representatividad institucional.

Las noticias producidas por *La Teja* mezclan, de manera fundamental, pero no exclusiva, la coyuntura política del TLC con fútbol, moteles, modelos, personajes de la televisión, venta de alcohol y lotería, entre otros. También ocurre esto con la coyuntura por la concesión portuaria, la cual se mezcla con una olla para cocinar y una imagen carbonizada.

Esta combinación tiene como resultado la disolución del conflicto político que origina dichas coyunturas políticas, el cual no es posible percibir. Así, por ejemplo, las modelos, las ollas, el deseo sexual, entre otros, son más importantes que el Estado de derecho, las relaciones comerciales, el referendo, las exportaciones, el trabajo, el contrato de concesión, los cuales ni aparecen en las noticias.

En síntesis, lo visto en este capítulo sugiera tres maneras para presentar como ausentes contenidos políticos en coyunturas en las cuales se dirime un conflicto político. A saber: ausencia de una clasificación política sobre la realidad, combinación de temas políticos con espectaculares (temas banales, sexuales y morbosos) en detrimento de los asuntos de interés público, carencia de historia y por lo tanto de referencias espaciales y temporales, ausencia del origen de los acontecimientos, así como de la relación entre diferentes hechos. Así mismo, se carece de estrategias para persuadir, convencer y verificar las noticias. Se estima que esta manera de producir ausencias en los discursos de *La Teja*, la ideología de la ausencia, puede ser comprendida como una manera de producir una ideología como hegemónica, en la cual no se requiere la promoción o imposición de una ideología para consolidarla como dominante, sino más bien tratar generar dificultades para explicar y actuar en determinadas coyunturas políticas en las que se promueve una ideología.

Capítulo 5. Análisis del proceso de recepción

La principal conclusión del capítulo anterior es la ausencia de temas políticos en las noticias de *La Teja*. En este capítulo se explora la interpretación de esta ausencia por parte de tres sectores populares a través del método de grupos focales o grupos de discusión. A saber, un sindicato, una asociación de desarrollo comunal y un grupo de taxistas. Con estos sectores se trabajó con cuatro noticias, una que mezcla TLC y fútbol, dos que combinaron TLC y sexo, y una que mezcla el conflicto de la concesión portuaria con una olla para cocinar. El punto de partida del análisis de recepción son las experiencias de cada sector, las mediaciones, que los constituyen como comunidades interpretativas. Los dos primeros sectores tienen experiencia de organización política y el último carece de ella. A diferencia de lo establecido en la propuesta metodológica, en el trabajo con los grupos de discusión no se realizaron materiales escritos debido al tiempo con el que se contó o en el espacio en el que se realizó el grupo de discusión (con los taxistas se trabajó en la calle). Todas las intervenciones de los participantes se realizaron y se registraron de manera oral. Además, con cada grupo hubo una única reunión de trabajo. Algunas de las noticias analizadas pueden observarse en el Anexo 6.

Este capítulo se organiza en cinco apartados. Los tres primeros apartados se refieren a las modalidades de lectura por parte de personas que forman el sindicato, la asociación de desarrollo comunal y un grupo de taxistas, respectivamente. El cuarto apartado explora el modo en que estas personas reflexionan sobre la representación de sindicatos, asociaciones de desarrollo y taxistas por parte de los medios de comunicación colectiva. Finalmente, el quinto apartado concluye un balance del capítulo.

5.1. Grupo focal con integrantes de un sindicato

En lo que respecta al sector sindical, se trabajó con seis miembros de la junta directiva de un sindicato del sector público, cuatro hombres y dos mujeres, todos de zona urbana, excepto uno de los varones. Dos de ellos adultos mayores. Los varones mencionaron tener amplia experiencia en el mundo sindical. En cambio, las mujeres comentaron tener poca experiencia. Se les consultó a los participantes de este grupo focal sobre su hábito de lectura de medios de comunicación escritos, de los cuales tres de ellos indicaron leer el periódico en estudio, el sindicalista de zona rural y ambos adultos mayores. Las dos mujeres del grupo mencionaron carecer de hábito de lectura de medios escritos. Además, los cuatro varones indicaron consultar *La Nación*, *Diario Extra*, *La República* y diversos medios digitales, tales como *BBC mundo* y *Crhoy.com*. Los sindicalistas adultos mayores leen periódicos todos los días, el resto “la mayoría de días de la semana”.

Sobre las noticias proporcionadas, el sindicalista 1 (en adelante S1), de zona rural y lector de *La Teja*, acotó:

La noticia de la machota la ponen como en el centro de la noticia para ver las reacciones de los presentes y los lectores. Luego, piden unas opiniones a los que están por ahí cerca. Hay tres entrevistas y ellos opinan más que todo a favor de ella, por lo que distraen el centro elemental, que digamos, son las votaciones por el Sí o por el No.

El comentario anterior es sobre la noticia del hombre trans que acudió a votar en el referendo sobre el TLC. Del comentario de S1 es posible percibir una lectura negociada o mixtura de voces con respecto al sentido propuesto por la noticia, el cual tienden a la oposición. Existe apropiación del sentido propuesto por *La Teja* porque S1 nombra al votante al igual que el medio, “la machota”, en lugar de nombrarle de cualquier otra forma. La oposición, que es la que se presenta en mayor grado, tiende a identificar una “distracción” por parte de la noticia sobre el “centro elemental”, que es el referendo. La indicación sobre el uso de la persona trans como un distractor alude al señalamiento de que algo falta en la noticia. Por ello, se sugiere que esta lectura negociada logra identificar la ausencia de la política, no hay información sobre las votaciones, “el elemento central”.

Además, S1 añadió:

La otra es la olla del bochinche. Es una olla donde, cuando la policía en ese momento hace redadas, se lleva la olla, también. La comunidad se molesta por el tema de que es una olla que la compraron entre todos en 109 mil colones, aproximadamente, y se molestan porque la policía se la lleva y no aparece en ninguna parte. Igual, dentro del tema de lo que la policía andaba haciendo por los problemas que estaba generando la huelga en aquel tiempo en los puertos, la noticia más importante parece ser la olla.

En esta acotación, con la nota que versa sobre el conflicto en Limón, S1 realiza una lectura de oposición en la cual hace presente, nuevamente, el carácter de ausencia de la política en *La Teja*. El sindicalista expresa: ocurre un problema en “los puertos” por una “huelga”, pero la noticia no tematiza lo anterior, más bien, se basa en una olla comprada “entre todos” que se perdió, a raíz de ciertos operativos realizados por la policía. En su lectura identifica lo que aparece y no aparece en la noticia: aparece una olla, pero no el conflicto. Además acotó:

La otra es sobre las modelos, algunas eran la primera vez que votaban. Vi que el tema era ofrecer a las modelos con su foto respectiva, verdá, y habla de que unas votaron por el Sí y otras por el No, una fue parte de la capacitación del No. Una dijo que no le gustaba porque dejaba mucha gente fuera del beneficio. Un poquito más centrada, pero con la foto como elementos distractor, para aquellos que vemos esas cosas (sic).

En su lectura, S1 continua percibiendo la ausencia de temáticas sobre el TLC y el componente “distractor” sobre dicha temática. Aunque ubica un mayor grado de tematización política, por el hecho de encontrar preguntas del qué y por qué votaron las modelos. Fundamentalmente, la lectura es negociada o mixtura de voces, que unas veces tiende a la oposición y otras a la incorporación, porque el sentido sugerido por el medio no

es rechazado totalmente, el comentario “para aquellos que vemos esas cosas” sugiere afinidad con el sentido propuesto por el medio: las modelos en traje de baño.

Por otra parte, una de las sindicalistas (en adelante S2) mencionó lo siguiente sobre las noticias:

En realidad, lo que habla de la jornada del Sí y el No, supuestamente están o van a hablar del referéndum, pero al final de cuentas lo que hay es una entrevista de fútbol, ahí entonces la gente opina sobre eso. En lo personal, no es así como que me agrada mucho que me digan que hay una cosa y en realidad hay otra. De hecho, me confundí, de qué estoy leyendo: ¿referendo o fútbol?

El anterior comentario de S2 dio paso a una discusión:

S1: las noticias no tienen un enfoque objetivo, son muy subjetivas. Unas atraen con el título, pero en el fondo mencionan otra cosa. El caso de la jornada del Sí y el No, que está en mayúscula, uno piensa en el tema de las votaciones sobre el TLC, pero al final de cuentas terminan hablando sobre fútbol y así sucesivamente. No están marcadas de una manera objetiva, sino que tienden a sacarle una cosa que para ellos sea relevante, como la muchacha modelo o el tema del travesti que llega ahí. El centro de atención de la noticia no es la noticia como tal, sino algún elemento dentro de la noticia.

S2: la mayoría de temas noticias se tergiversan, títulos de un tema y fondo de otro. En lugar de hablar seriamente de un tema, se utilizan personas populares – de fútbol, modelos, etcétera – simplemente para vender. La comunicación es engaño.

Inicialmente, es posible observar que S2 plantea una discrepancia entre el título de una noticia y su contenido. Lo anterior le desagradó a S2, porque esperaba una noticia sobre el

referendo, pero la noticia contiene temas futbolísticos. S2 expresa una lectura de oposición ante un sentido sugerido por el texto de *La Teja*, el cual sería mezclar temas de referendo y fútbol. Luego, S1 interviene para destacar en las noticias exploradas el uso de un título que no tiene relación con el contenido de la nota. Con ello expresa con mayor claridad la identificación de la ausencia de asuntos políticos dentro de las noticias exploradas, la frase con la que lo expresa es sugerente: “el centro de atención de la noticia no es la noticia como tal, sino algún elemento dentro de la noticia”. La frase sugiere: la noticia tiene una presencia que opaca los asuntos políticos. Lo anterior invita a considerar presencias y ausencias en los discursos y enunciados de *La Teja*, los cuales pueden llevar a desaparecer la política de sus relatos.

Además, nótese que después del comentario de S1, S2 señala con contundencia lo que significa la discrepancia entre titular y contenido de la noticia. Lo que antes se expresó como una “confusión” generada por el medio, ahora se expresa como una falta. La mezcla de temas en la noticia, referendo y fútbol, ahora se menciona como una ausencia: lo serio no está, en su lugar hay “personas populares”. Es interesante observar como luego del comentario de S1, S2 manifiesta la ausencia de temas políticos – su primer comentario no es claro sobre ello –, la discusión produjo claridad acerca de las ausencias. Además, S2 menciona que el objetivo de esta mezcla es vender, es decir, generar ingresos. Es sugerente como la ausencia de temas políticos en el periódico se traduce como un objetivo económico, pero no político. Al menos en estas intervenciones. En una organización de carácter político como lo es un sindicato, no identificar un posible objetivo político de los medios, o de este caso en particular, es un aspecto llamativo. Esto último puede explicarse, por un lado, por una despolitización de la sociedad (Sunkel, 2002; Imbert, 2003), como es el caso para Costa Rica, según se advirtió en el capítulo introductorio; por otro lado, puede explicarse porque noticias despolitizadas, como las de *La Teja*, fomentan interpretaciones de la realidad carentes de contenido político (Pursehouse, 1991).

Luego de estos comentarios, uno de los sindicalistas de mayor experiencia (en adelante S3) acotó lo siguiente:

La noticia sobre la jornada del Sí y el NO es una forma de burlarse de la gente, es una falta de respeto. Es una forma de burlarse de lo que era el proceso (el referendo). Yo insisto,

este medio fue uno de los medios que más apoyo el Sí. Y ahí se nota con esta cuestión. La otra noticia por supuesto que es lo mismo. Es una misma forma de hacer las cosas. Todo el asunto es de cómo llegó esta persona a votar (una persona transgénero), pero la forma también es de minimizar el tema de lo que se estaba jugando ahí, hay que levantar lo que es el tema del homosexualismo y de la situación de un travesti, pero no el tema de que queríamos tomar una decisión importantísima para el país. Toda una página para esto, qué falta de respeto.

Acerca de la noticia que mezcla referendo y fútbol (la “jornada del Sí y el No”), S3 manifiesta su oposición al sentido sugerido por la noticia, al igual que la noticia que versa sobre la votación de una persona transgénero. Además de la oposición, se indica que este tipo de temas no se enfocan en la “decisión importantísima” que significó el referendo. Por lo tanto, su lectura de oposición ubica la ausencia de temas políticos. Es interesante que S3 mencione que, dadas las noticias que comenta, *La Teja* fue uno de los medios que estuvo a favor de la aprobación del TLC. El sindicalista no anota que la ausencia de temas políticos es una manera de apoyar el tratado. Por lo tanto, lo anterior sugiere que su razón para expresar el apoyo de dicho medio al TLC es otro.

En el momento en el que cada participante se presentó, con las noticias en mano, S3 mencionó a *La Teja* como un periódico de GN, que vivió la “lucha contra el TLC” en “carne propia” y denunció a los medios de comunicación por posicionarse a favor del tratado comercial. Dado lo anterior, se sugiere que el señalamiento de S3 sobre el apoyo de *La Teja* al tratado comercial se debe a varios aspectos no relacionados con el contenido de sus noticias: la experiencia de S3 en el contexto del TLC, en la cual los medios se decantaron por una posición a favor del tratado (Sandoval, 2007; Fournier, 2009), porque *La Nación* se posicionó a favor del tratado y es un producto de GN, como sugiere Sandoval (2002), la sola presencia de los medios de comunicación en la sociedad participa en los modos de leerlos. Por ser *La Teja* un producto de GN, porque un producto de esta empresa estuvo a favor del tratado, entonces S3 puede sugerir que *La Teja* también estuvo a favor del TLC.

Pese a que S3 se mostró opuesto al sentido sugerido por las noticias mencionadas anteriormente, cuando comentó la noticia sobre una olla decomisada por la Fuerza Pública, en el contexto de una huelga en Limón, mostró una mixtura de voces con tendencia a la lectura dominante. Por un lado mostró oposición porque expresó molestia por la desaparición de la olla, a la vez que mostró apropiación porque asumió el sentido sugerido por la noticia según el cual la olla simboliza la unión del barrio. Entonces, muestra oposición motivado por el sentido sugerido por el texto. Y también apropiación porque le dio un papel preponderante a la olla y no mencionó los motivos de la huelga o su contexto, la instauración de una empresa transnacional en la administración de los Puertos de Moín-Limón. Lo anterior sugiere que una oposición al texto mediático por parte de una persona con experiencia política puede fundamentarse en su apropiación. Se opone al texto a partir del sentido sugerido por la noticia. Quizá esto ocurre porque el medio es un producto de GN y el sindicalista parece adversarle. La presencia institucional de GN puede participar en esta lectura.

Entre otros comentarios, S3 acotó que la noticia sobre el “transexual” – el cual retratan ejerciendo el voto – motiva la “aversión” y el “desprecio” hacía el “homosexualismo” en un contexto en el cual la sociedad rechaza a los homosexuales. Según S3, el voto de la persona transgénero se presentó como algo “anormal”. Además, señaló que la noticia sobre las modelos muestra a las mujeres como “bonitas”, pero “idiotas”, porque, según comentó, al cuestionarles su voto por el Sí o el No, las modelos no pudieron responder de manera precisa. Este último comentario suscitó la intervención de la segunda mujer en el grupo de discusión, sindicalista 4 (en adelante S4), la cual indicó que le parecía lamentable la utilización de la figura de la mujer, que tiene que salir casi sin ropa, para vender o para llamar la atención. También fustigó el hecho de usar la sexualidad para llamar la atención, en el caso de la noticia que tematizó a la persona transgénero. “Siempre se utiliza lo que más jala, como el fútbol, como para minimizar los problemas a nivel país que realmente son importantes”, acotó. El comentario de S4 puede interpretarse desde la óptica de Holland (2008), quien indica, entre otras cosas, que la sexualización de las noticias es una manera de despolitizar coyunturas políticas determinadas.

Luego de las intervenciones de S3 y S4, S2 comentó que “esto muestra la clase de comunicación que hacen los periodistas en Costa Rica, no puedes hablar de un tema y

tergiversar con la minifalda, o porque es gay, o porque es el otro, porque no educan, no comunican, no informan”. De los comentarios anteriores es posible advertir una lectura con tendencia a la oposición, sobre todo por el hecho de utilizar la sexualidad para vender. La lectura de oposición da paso a una crítica sobre el papel de los medios de comunicación, que más adelante se comentará. De momento, es interesante acotar que la lectura de oposición no siempre viene acompañada de un señalamiento de la ausencia. Y cuando esta se menciona, suele ser nombrada con precisión por quienes tienen más experiencia de organización política. En este sentido, llama la atención el señalamiento de S3 (el sindicalista de mayor experiencia):

Todas estas noticias, por mi formación y porque leo todos estos periódicos, digo que están dirigidas al bienestar del capital, nunca al bienestar social, por eso usted ve que en estas noticias son totalmente ausentes las organizaciones sociales, solamente aparecen cuando hay algo malo, sobre todo si es sindical. Es un medio que va dirigido, supuestamente de forma popular, dirigido a que el capital se fortalezca y los pobres trabajadores viendo estas cosas, que solo le traen beneficios a quienes más tienen. Esto quienes lo leen son, lamentablemente, quienes menos tienen.

Es sugerente la mención de S3 según la cual las organizaciones sociales como actor político no son mencionadas en las noticias. Si estuvieran, agrega, estarían estigmatizados. Como se exploró en el capítulo anterior, y como intuye S3, de ciento trece actores, tres son organizaciones sociales, las cuales están vinculadas con el vacío – no participan activamente en la noticia, carecen de referencial temporal y espacial – o lo negativo, tal como sucedió cuando se nombraron los sindicatos. También, llama la atención que no se menciona la ausencia de grupos de poder económicos en las noticias de *La Teja*, pese a señalar la de otro sector. Si se identifica en estas noticias la ausencia de un actor que puede producir relaciones e interacciones opuestas o antagónicas con otros –las organizaciones sociales pueden producir antagonismo con el “capital” (grupos de poder) –, entonces cabe preguntarse por qué se distinguen algunas ausencias de actores y otras no. Pareciera

prevalecer una interpretación estática sobre la realidad, sin relaciones e interacciones más allá de las instrumentales.

Más adelante en su alocución, S3 precisa que el medio es dirigido a los sectores populares, pero no les beneficia ellos. A quién beneficia el medio es a los intereses del “capital”, no a los “pobres trabajadores”, “quienes más lo leen”. Para S3, *La Teja* puede colaborar en la imposibilidad de formar “conciencia social”, dado su contenido. A propósito de los contenidos de un medio de comunicación, es interesante como S3 destaca la interacción entre sectores sociales o culturales que pueden oponerse o ser antagonistas, tal como el “capital” y los “trabajadores”. Esto hace alusión a una interpretación politizada de los medios, los cuales formulan objetivos políticos: el “capital” busca sus beneficios a través de los medios y la clase trabajadora es responsable por consultarlos, pues en Costa Rica, tal como arguye S3, “no tenemos una cultura de leer o de meternos de lleno” y la clase trabajadora tiene poco tiempo para leer. Finalmente, es interesante como S3 apela a su experiencia política, su formación, y a la lectura de noticias, a la cual menciona estar habituado, para establecer su criterio.

5.2. Grupo focal con integrantes de una asociación de desarrollo comunal

El grupo focal con algunos miembros de la junta directiva de la asociación de desarrollo está compuesto por siete participantes, tres hombres y cuatro mujeres. Tres de las mujeres son adultas mayores, una cuenta con una profesión universitaria, la única del grupo, quien es la presidenta de la asociación. Una de las otras participantes es una adulta joven, la otra es una mujer de mediana edad. De los hombres, uno es un adulto mayor, el otro un adulto joven y el último es de mediana edad. De este grupo focal, cuatro dijeron leer diarios, dos de ellos con constancia, la profesional y el adulto joven. Los diarios consultados por estos últimos son *Semanario Universidad*, *Diario Extra*, *crhoy.com*, *CNN* (por medio de aplicación digital o la red social Facebook) y “algunas veces” *La Nación*. *La Teja* solo es leída por una de las participantes, la mujer de mediana edad, quien se presentó como nueva en la asociación. El resto decía leer poco o casi nunca diarios. Por último, las personas de mayor edad adujeron tener experiencia en la asociación, en cambio, los de menor edad adujeron poca experiencia.

Sobre las noticias, la participante de la asociación adulta mayor y con una profesión (en delante A1) acotó:

Casi todas están relacionadas con el voto que se hizo con respecto al referendo del TLC. El enfoque, el enfoque es vulgar, poco profundo, escaso contenido, lo que exploran más es el morbo de los costarricenses, un tema tan importante como ese pudieron darlo a conocer desde los dos puntos de vista, desde el No y el Sí, pero realmente lo que les interesaba era decir por quién voto y no dar la motivación del porqué voto así. Entonces, deja de tener importancia, al menos para mí.

La intervención de A1 es de las más sugerentes de este grupo focal, en el comentario se aprecia la contextualización al referendo sobre el TLC, la cual estuvo ausente en la mayoría de los participantes. También, cabe señalar que A1 expresa que las noticias analizadas tienen poco “contenido” o “importancia”. En lugar de lo “importante”, como puede ser esgrimir argumentos a favor o en contra del TLC, tal como señala A1, está el morbo. Por lo anterior, se considera que la lectura es de oposición, además de que identifica la presencia de una ausencia de la política, porque señala la carencia, no está lo importante, y lo que pudo estar, la posición a favor o en contra del tratado. En cambio, se hace presente el morbo.

Además, A1 comenta que no le gusta el periódico *La Teja* por el lenguaje que utiliza: “no me gusta leer cuando se utilizan frases despectivas, muy arras del suelo, vulgar, *La Teja* se caracteriza por utilizar un lenguaje muy vulgar, por vulgar quiero decir corriente, común”. Una interpretación sencilla sobre el comentario anterior podría traducirse en un desagrado por el lenguaje popular. Sin embargo, si dicho medio utiliza un lenguaje que no ha producido, si la asociación de vecinos es de un barrio popular (el cual produce y usa lenguaje popular), entonces, otra interpretación podría sugerir que el comentario de A1 indica un uso inapropiado del lenguaje popular por parte de *La Teja*. Una cosa puede ser hablar con lenguaje popular y otro hablar con lenguaje popular para hacer “frases despectivas”.

Hubo un leve intercambio de palabras entre dos participantes, después de que uno de ellos, adulto mayor (en adelante A2), señaló lo siguiente: “la mayoría de lo que leí era sobre el Sí y el No, que se hizo como una charanga, una charanga del asunto... como se hizo una charanga incluso salió ahí los técnicos deportivos, un sí o un no, pero ellos de lo que hablaban era de las estrategias, también las modelos y la famosa olla que se perdió en Limón”. Ante esto, el miembro de la asociación que ronda los 50 años (en adelante A3), quien además señaló que no suele leer las noticias completas, sino solo párrafos sueltos, acotó: “como dice A2, *La Teja* hace charanga. Con esto del TLC hizo charanga... esto no tiene beneficio... lo que más se revisa de *La Teja* son las modelos”. A esto último, A2 respondió con signos afirmativos. De lo anterior es posible percibir el reconocimiento de una mezcla de temas entre el TLC y otros como el fútbol o las modelos. Esto es categorizado como una “charanga”, adjetivación que parece negativa, tanto por ser mencionada con tono despectivo como por asociarse a la frase “esto no genera beneficio”.

Esto puede indicar una mixtura de voces en la lectura de las noticias que expresa una tensión entre la lectura dominante y de oposición. En estos casos no hubo una crítica más elaborada sobre los contenidos del medio, como en el caso sindical o el comentario de A1. También, no se señaló la ausencia de política, como puntos a favor o en contra del TLC o el conflicto en Limón. Si bien A2 y A3 indican oposición al sentido sugerido por *La Teja*, sugieren que no genera beneficios, no se identifica la ausencia de temas políticos. Por tanto, se visualiza como una mixtura de voces con mayor grado de apropiación o lectura dominante. De momento, tomando en cuenta a los participantes del grupo focal con el sindicato, es posible percibir que las personas con mayor grado de experiencia en organizaciones dudan un poco más del discurso de *La Teja* y que, sin embargo, la duda no asegura detectar todas las ausencias políticas en sus noticias.

Sobre las noticias leídas, otro miembro de la asociación (en adelante A4), el joven adulto, quien mencionó informarse por la red social Facebook y medios digitales (el único de la muestra), acotó:

[Esto habla] acerca del Sí y el No, muchas opiniones, como muchas comparaciones de personas que han podido votar otras que no, o sea, no dan mucha relevancia como para decir yo: me interesa, verdad, que una modelo que acaba de

cumplir 19 o 18 años no pudo votar. Yo así como qué estoy viendo la modelo o lo que está diciendo (risas)... la noticia esa de Limón de los lugares conflictivos y la olla que se llevó la Fuerza Pública. Yo así como "ok". Hasta la olla se fue, salió en el paquete. Son cosas de la comunidad que se dieron. A lo mejor no tienen tanta relevancia. Si la noticia es para la delincuencia que está en el lugar, hasta la olla y sacar como más cosas no me interesa.

A4 expresa no tener interés en los contenidos de *La Teja*, pese a ello, señala que su atención se dirige a las modelos. No destaca el contexto del referendo sobre el TLC, su comentario orbita alrededor de las modelos. A la vez que se aleja de la propuesta de sentido, se acerca a ella. Dado lo anterior, se infiere una mixtura de voces en su lectura, en la cual domina la apropiación: no parece interesarle las noticias acerca de las modelos y sus posibilidades de voto y a la vez le interesa "ver" a las modelos. Mientras mencionó su interés por ver a las modelos, varios participantes intervinieron levemente señalando dicho aspecto. Hubo varios comentarios entre risas del tipo "eso es lo que estás viendo". Como se indica, las intervenciones de otros participantes giraron en torno al sentido sugerido por el medio. Este tipo de lectura de apropiación, el cual es alrededor de los contenidos sexuales propuestos por *La Teja*, puede sugerir, como se mencionó anteriormente, que la sexualización de las noticias puede motivar la despolitización.

Otro aspecto a destacar del comentario de A4 radica en que no aludió a la situación política en los Puertos de Limón, pese a que la noticia nombró la pérdida de la olla como parte de los decomisos por la huelga producida por SINTRAJAP. Dicho participante se concentró en la olla y posiblemente en su percepción negativa sobre Limón para hacer sus comentarios (mencionó que la noticia versa sobre la delincuencia en Limón). Lo mencionado anteriormente y el no sugerir información que el medio pudo tematizar en la coyuntura sobre el TLC y el conflicto por la concesión de los Puertos de Moín-Limón, en lugar de las modelos o la olla, sugiere cierta imposibilidad por parte de A4 para detectar la ausencia de las temáticas políticas en *La Teja*, pese a que rechaza sus contenidos: oponerse al discurso de *La Teja* no parece una condición para descubrir las ausencias políticas.

Otro comentario sugerente es el elaborado por la vocal interina de la asociación (en adelante A5), quien es una adulta mayor, habitualmente lee *La Nación*, sobre todo la parte cultural, según mencionó. A5 acotó:

Las noticias que aquí se ven, por ejemplo, como esta del Sí o el No, nada que ver. Sin sentido, como dijo A1, diay, lo importante era como saber algo sobre el Sí o el No, pero no, no, ahí lo que importa es mostrar a las muchachas de una forma, eso es la gran noticia, exponerlas... después estee... lo del traviste, cómo se le llamaría a esto. Travesti verdá. También, es decir... Este yo de acuerdo o no esté de acuerdo. ¿Qué es lo relevante de que fue a votar? No le encuentro absolutamente nada. Lo de la olla menos, tampoco, porque los problemas reales que habían en la comunidad, diay, ninguno se tocó. Fue la olla que se llevó el policía y nada más. Completamente me parece tremendo.

La lectura de A5 se interpreta de oposición, quizá lo particular de su señalamiento es que se apoyó en el comentario inicial de A1, para justificar su oposición a las noticias, quien fue la participante que se animó a hablar de primera. Esto puede sugerir que una parte de su punto de vista se produjo en el grupo focal. Esta lectura de oposición cuestiona el sentido sugerido por *La Teja* en ambas coyunturas políticas, cuestiona la modelo y la olla, en su lugar, le gustaría información sobre las posturas a favor en contra del tratado o sobre los problemas en la comunidad de Limón. Si propone lo que le falta a las noticias, es posible clasificar esta lectura como de oposición. Además, como una lectura en la cual se detecta la ausencia de la política en los relatos del medio. Durante la intervención de A5, varias participantes cuestionaron la “exposición” de las modelos en las noticias analizadas. Las modelos son utilizadas para vender a través de su cuerpo, acotaron con disgusto. En la recepción, para decirlo en los términos que plantea Jacks (2007), la identidad cultural constituye una mediación fundamental: las participantes mujeres de los grupos focales con el sindicato y la asociación de desarrollo se mostraron, en todo momento, contra el morbo sexual propuesto por *La Teja*.

Finalmente, la participante que dice leer *La Teja* (en adelante A6), “porque me entretiene lo que sacan”, acotó: “la olla esa del bochinche (risas)... eso es para poner... no sé. Es para decir uno: un policía más corrupto ahí llevándose una olla ahí. Aquí las opiniones de equipos casi ni lo leí, no me gusta. Y estas muchachas, yo dije mmm... sí, están bonitas, lástima que se presten para esto. Y la machota, diay, de viaje se ve, la machota, o sea, es tonto qué pensarán que es una mujer”. La lectura de la única lectora de *La Teja* se presenta como dominante, pues sus comentarios parten directamente de los sentidos sugeridos por dicho medio. Por ejemplo, nombró a la persona transgénero tal y como sugirió el periódico, como “la machota”, y su opinión sobre las modelos se basó en la estética. Aunque se notó un cierto disgusto sobre la manera en la que se exponen las mujeres en la noticia, “lástima que se presten para esto”, este no se traduce en una oposición directa a los contenidos del medio ni a señalar la ausencia de temas políticos.

5.3. Grupo focal con integrantes de un grupo de taxistas

Para este grupo focal se trabajó con un grupo de cuatro taxistas que no están reunidos en asociaciones de taxistas. Solo uno de los taxistas es dueño del taxi. Lo anterior implica que la mayor parte de los miembros del grupo focal carecen de medios de producción (vehículo), es decir, son trabajadores asalariados. Los cuatro participantes son hombres de edades entre los 40 y 55 años, no compran periódicos, pero cuando se los prestan leen *La Extra* y *La Teja*.

El primer comentario formulado por los taxistas es el siguiente:

Taxista dueño de taxi (en adelante T1): bueno, la primera que lei jue (sic) de gente de modelos que están contentas porque iban a votar por el referendon (sic) acerca del tratado del TLC y estaban emocionadas y contentas. La segunda jue (sic) una olla que se robaron en Limón, la olla del bochinche. Todo mundo emocionado y llegó la policía y la decomisó y ahí trajo serios problemas, pero yo no le vi que fuera problema tener una olla y que el pueblo estuvieran contentos...

El comentario anterior identifica la coyuntura del TLC, pero no formula una crítica a la relación TLC y modelos. Antes de finalizar su comentario fue interrumpido, el taxista 2 (en adelante T2) mencionó: la policía no es un problema. T1 acotó que la olla estaba alterando el orden público, por tanto, la policía intervino. Seguido, el taxista 3 (en adelante T3) expresó: el problema es que se robaron la olla, a lo cual T2 mencionó: “no se la robaron, la decomisaron”. Como se advierte, los comentarios anteriores giran en torno al sentido sugerido por *La Teja*, el accionar de la Fuerza Pública en relación con una olla. Entonces, es posible sugerir una lectura dominante por parte de los taxistas. Además, carece de comentarios que señalen la ausencia de temas políticos.

Otro comentario sobre las noticias lo realiza el taxista 4 (en adelante T4), el cual desemboca en una conversación, este acotó:

T4: Una linda y hermosa rubia supuestamente que llegó a las mesas de votación, verdá (sic), muchos pues cayeron, como dicen, cayeron en el engaño, ¡ah!, se fueron feos. Porque todo mundo se quedó admirado y todo, ¡ah!, pero diay, a la hora de llegada, cuando el hombre dio la cédula, nos dimos cuenta que era un hombre.

T3: no era ella, era él.

T1: era un masculino, sí.

T4: la mujer venía bien vestida y todo, pero al final nos embarcamos echándole piropos y todo. Imagínese lo que pasó por la mente de cada uno, pero al final nos llevamos un chasco, era un varón, era un compa.

El comentario de T4 contiene un acento y tono de voz sarcástico. Por ello, además de lo mencionado, se interpreta su acotación como una broma. Es posible observar que la construcción del chiste se basa en el sentido sugerido por *La Teja*, pues versa sobre la confusión realizada por el medio sobre el género del hombre trans que acudió a las urnas. Además, se percibe un aire a morbo en sus comentarios, tal y como también sugiere el medio. El comentario “llegó a las mesas de votación” indica la identificación del contexto electoral. Sin embargo, no menciona temas políticos presentes o ausentes en las noticias.

Todo lo anterior sugiere una lectura dominante por parte de T4. También, obsérvese que las intervenciones de T1 y T3 dan paso a la broma de T4 y no acusan al medio de morbosos, de nombrar temas irrelevantes o poco serios, como ocurrió con algunos participantes en los grupos focales con la asociación de desarrollo y el sindicato. Su lectura, al igual que la de T4, es dominante. T1, T3 y T4 tampoco elaboran comentarios sobre la ausencia de temas alrededor del referendo o el conflicto en Limón. Cuando se realiza una lectura dominante, parece difícil el señalamiento de ausencias. Esto mismo ocurrió con la participante del grupo focal de la asociación de desarrollo que realizó la lectura dominante. Lo común entre estos participantes es la carencia de experiencia de organización política. Así, quien carece de experiencia política expresa una lectura dominante y no detecta ausencias. Lo anterior sugiere que la experiencia política es una mediación fundamental entre la audiencia y el medio de comunicación. Si *La Teja* tiene un papel en la producción de hegemonía a través de la ausencia, como se propone en esta investigación, desde la recepción se puede sugerir que este tipo de producción de hegemonía opera de manera más activa en quienes carecen de experiencia de organización política. Esto no sugiere, de manera mecánica, que quienes tengan experiencia política detectan todas las formas de producción de ausencias. Por el contrario, en este trabajo se han mostrado participantes en los grupos focales con experiencia política que no señalan todas las formas de producción de ausencias detectadas en las noticias de *La Teja*. Esto se comentará en el capítulo final de esta investigación.

Al preguntarles a los participantes que otras noticias habían leído, T2 produjo un comentario que suscitó la siguiente conversación:

T2: una de fútbol, "man", el Sí y el No. ¡Qué cosa más terrible! Es que hay que aprovechar las jugadas para gol, "man", que no podemos desaprovecharlas... siempre es lo mismo. Siempre dicen que hay que meter el gol. Los entrenadores, no sé en qué país viven.

T4: el problema es que los jugadores siempre viven diciendo estamos trabajando para esto. Toda la vida viven trabajando. ¡diay, entonces! Trabajan y a la hora de llegada siempre se la pelan.

T3: *les pagan para trabajar en eso y no hacen las cosas bien.*

T4: *¡exacto!*

Los comentarios anteriores discuten un discurso elaborado por los futbolistas y entrenadores cuando son entrevistados por algún medio, en este discurso los deportistas insisten en “aprovechar” las opciones de gol frente al marco rival. El grupo de taxistas no está de acuerdo con este discurso, pues consideran que los futbolistas no tienen un rendimiento adecuado pese a que “les pagan para trabajar en eso”. Esta discusión invita a considerar que el grupo de taxistas realiza una lectura dominante sobre las noticias en análisis, las discusiones aquí señaladas, tanto como la anterior, tienen como base el sentido sugerido por *La Teja*. Las alusiones políticas sobre la coyuntura en la que se enmarcan las noticias son mínimas. Uno de esos casos es el comentario realizado por T4, quien acotó:

T4: hablando también sobre el asunto del TLC. Las muchachas ahí que ya tenían la mayor edad, ¡ah!, para poder votar, pues este... en parte fue bien para el país y en parte era no, porque, diay, sea como sea, este... el país se embarcó en algunas formas a la hora de votar por el TLC, por el Sí. Hoy vivimos eso, como el monopolio de Riteve y muchos monopolios que hay en el país, ah, eso nos llevó a todo... diay estamos feos realmente. Estamos mal por esa mala decisión.

T3: el país está mal y no lo queremos ver.

T4 asocia el TLC con un mal estado del país. Sin embargo, el discurso elaborado también vincula el TLC con monopolios. Es decir, el razonamiento que justifica la impresión de los efectos negativos sobre el TLC en el país no parece vinculado al papel de los tratados de libre comercio, pues dicho tratado propuso y abrió monopolios estatales. Es muy sugerente que el comentario de T4 parte de la mezcla entre TLC y las modelos, superando el tema de las jóvenes en traje de baño, para comentar su interpretación de las consecuencias de dicho tratado comercial. Tal vez, el comentario de T4 no indique una clara mención a la mezcla entre ambos temas, pero, al menos, indica una lectura más allá del sentido sugerido por el medio. Lo anterior puede ser interpretado como una lectura mixta, en la cual la oposición al sentido sugerido, al alejarse de él, se hace presente.

Otro comentario interesante es el elaborado por T3, el cual parte de su experiencia laboral, según T3, el Gobierno permite “la competencia desleal” porque “no hace nada” para que se cumplan las leyes, “como el ejemplo en Limón de la olla, habían unos vecinos que estaban cocinando y llegó la policía en una manifestación, levantó la olla, se desapareció, y al final nadie supo dónde estaba la olla. Hasta mandaron a la pobre gente hasta San José a buscar la pobre olla”. El comentario anterior parte de una experiencia política del taxista – el enfrentamiento con la competencia – para asociarla al relato de la noticia. Además, el comentario detecta una “manifestación” en Limón, se visualiza lo político, pero no se expresan las razones o motivos de ella, ni de lo que trata. No habla sobre ella, más allá de la palabra “manifestación”. Pese a que parte de una experiencia política personal, su referencia a la situación en Limón parece aislada del contexto político, es decir, se acerca a una lectura dominante. Cuando la política se vive desprovista de organización, de conciencia y se carece de tiempo para reflexionar, como puede ser el caso de los participantes de este grupo focal, es difícil concebir la consulta de medios de comunicación como un acto político.

Durante el grupo focal con los taxistas, los comentarios políticos se vincularon con su trabajo, la competencia con los “piratas” y las omisiones del Estado sobre la regulación del mercado de transporte público. Las temáticas sobre el TLC y el conflicto en Limón son una ausencia significativa en sus discursos y enunciados. Quizá para quienes la vida se las va trabajando, su situación económica es “mala” – como mencionaron –, y la política parece presentarse sin vínculos entre experiencias (desagregada), sea difícil producir relatos para reflexionar sobre el TLC y la concesión portuaria. Vivir la economía y la política y formular explicaciones acerca de ella, sin duda, no son lo mismo. Entonces, no es de extrañar que las formulaciones políticas elaboradas por los taxistas estén vinculadas a su situación de vida más inmediata: trabajar para poder reproducir su vida y la de su familia. Hubo otro comentario político de parte de los taxistas, pero ese se discutirá en la siguiente sección.

5.4. Representación en los medios de comunicación colectiva de los participantes en los grupos de focales

Otro aspecto a explorar es la manera en la cual las personas participantes perciben que sus afiliaciones – sindicato, asociación de desarrollo y taxistas – son representadas en los medios de comunicación colectiva. Para saber esto, se le consultó a cada participante de los grupos focales cómo consideran que son nombrados por los medios de comunicación. La posición sindical se sintetiza, con sus matices, en lo aseverado por tres de las integrantes del sindicato: “básicamente, yo siento que a nosotros nos ven como vagos... que, si sale uno a la huelga, es un vago. Que si se manifiesta o está en contra de algo o pelea sus derechos, es un vago. Todo lo tachan así. Si uno lucha por sus intereses, es un vago que quiere que le paguen todo” (S2 y S4); “yo pienso que lo que dicen es: tenemos muchos beneficios para lo que trabajamos, que somos unos chineados, que nos pagan mucho anualidades (sic). Para la gente o para el periódico somos vagos, prácticamente que somos personas que nos estamos robando el salario, los beneficios que tenemos” (Sindicalista 5, en adelante S5).

Las apreciaciones anteriores señalan una representación negativa de parte de los medios sobre el sector sindical, cualquier acción realizada es catalogada como vagancia, según acotaron. Llama la atención la sugerencia de S4 y S5: los medios indican que su salario es mayor al trabajo realizado. En teoría, la equidad entre el trabajo producido y la riqueza apropiada es un núcleo político para la clase trabajadora, que constituye un punto fundamental en la conciencia de clase. La cual puede, aunque en algunos casos no sea así, impulsar la lucha política sindical. Si esto es así, y dados los comentarios de los integrantes del sector sindical, sería interesante explorar el papel de los medios en la producción o negación de dicha conciencia. Para reflexionar sobre el punto anterior, obsérvese que S5 al conectar “medios” con “vagancia”, primero pronuncio la palabra “gente”, luego “periódicos”, como asumiendo que una representación elaborada por los medios ya es parte de la palabra interna de la población. Si S5 considera que la población piensa lo mismo que los medios y son los medios quienes asocian sindicato con vagancia, quizá sea posible sugerir una relación entre la producción o negación de conciencia y la palabra ajena de los medios de comunicación.

Otro de los sindicalistas de mayor experiencia (en adelante S6), adulto mayor “rayando los 40 años en la dirigencia sindical”, arguyó dos maneras en las cuales los medios “atacan” al sector sindical: la primera es la estigmatización. Antes el sindicalista era comunista, ahora es empleado público. La segunda es la invisibilización, los medio evitarían nombrar a los sindicatos más allá del estigma. Luego de los comentarios anteriores, produjo una crítica más amplia sobre los medios de comunicación con base a las noticias leídas durante el grupo focal. Mencionó: los medios desinforman, degradan la noticia, “sobre todo cuando uno ve en los periódicos mezclas de noticias de una cosa que no tiene nada que ver con la otra”. Esta mezcla la hacen adrede, concluyó. Esta consideración podría otorgarle un carácter político a la mezcla entre temas realizada por *La Teja*, bajo la premisa que sugiere S6: la desinformación es premeditada.

Durante la discusión sobre este tema, S3 y S6, lo sindicalistas de mayor experiencia, mencionaron que el “avance neoliberal” tiene como base el ataque al sindicalismo y que los medios de comunicación tienen su participación en ello. En este sentido, S1 acotó:

Los medios de comunicación hablan de los sindicatos según la parte que ellos representan, creo que el compañero lo ha dicho bien, están los patronos, están las cámaras de industria, está la UCCAEP, están los políticos, los empresarios políticos, están las transnacionales, y todos se dan cuenta de un punto muy importante. Y es el tema de que, en nuestro país, en el caso de Centroamérica, la única piedra en el zapato para todas las intenciones de estos grupos es el movimiento sindical, porque es la única herramienta que nos queda para defender nuestros derechos.

Es muy sugerente que el sindicato visualice la representación negativa realizada por los medios sobre ellos y ellas, como el producto de los intereses de determinados grupos, cuyo interés principal pasa por el neoliberalismo. El “movimiento sindical” sería quien impide la consecución del neoliberalismo (“la piedra en el zapato”) y, por ello, habría que estigmatizarlo e invisibilizarlo. Esto hablaría de medios de comunicación con objetivos específicos en la sociedad después de producir noticias, con alianzas sectoriales, y la ejecución de terminadas prácticas para cumplir sus objetivos. Además, se percibe una

disputa entre medios de comunicación y “movimiento sindical”. Entonces, es posible sugerir que, desde este punto de vista, el sindicato se concibe así mismo y a los medios como actores políticos. Cabe resaltar que esta interpretación solo es formulada por los participantes en el grupo focal con el sindicato. También, llama la atención lo siguiente: si bien los sindicatos tienen identificados diversos grupos de poder, no les extraña no encontrarlos en las noticias sobre política producidas por *La Teja*. No identifican su ausencia en los relatos.

En cuanto a los participantes de la asociación de desarrollo, la postura sobre cómo se representan en los medios es condensada por el comentario de A3: “las asociaciones no son mencionadas de los medios (sic)... por ningún medio... es que hacen lo mínimo. Nosotros pusimos un poco de banderas por una protesta. Eso fue lo único. Y le hicieron como que hicieron un poco así (sic). Dijeron que estaba de duelo el barrio”. Para A3, los medios tematizan de manera “mínima” su trabajo, a tal punto que les parece que no lo tematizan del todo, “somos invisibles para los medios”, se acotó. Incluso, menciona A1, que han invitado a los medios de comunicación a sus reuniones o sus actividades, pero no llegan. En este sentido, dos miembros de la asociación mencionaron: “fuera tan lindo que nos sorprendieran los periódicos, sinceramente, los medios, que estuviéramos en una reunión y, ¡pa!, se aparecieran en una reunión, como esos de «Que Buena Tarde», estamos aquí tocándoles la puerta” (A2); “yo hice un comentario un día: qué ganas de que algún periódico viniera a apoyar la asociación, a levantar aquí el barrio que se ha echado a perder tanto” (comentario de un miembro de la asociación, en adelante A7).

De los comentarios anteriores, es sugerente como la representación en los medios es requerida por los miembros de la asociación. Los calificativos empleados para apelar a ese querer refieren a la felicidad, “qué ganas” y “fuera tan lindo”. Su trabajo “voluntario”, como apelaron en varias ocasiones durante el grupo de discusión, no es nombrado por los medios y esa ausencia parece ser resentida. Un asunto singular es cómo esta exclusión por parte de los medios de comunicación es comprendida por los integrantes de la asociación, una de estas comprensiones pasa por la incapacidad de formularse explicaciones sobre ello, es decir, no hay comprensión, nadie se pregunta por qué de la ausencia o exclusión, el asunto se da por sentado; otra comprensión pasa por lanzar hipótesis aventuradas, en este sentido, A1 arguyó: “muy feo decirlo y algún día lo pensé yo: como que estuvieran pagados para no

hacer publicidad a un trabajo bien forzado que es por años, el de la asociación”, pero no dio alguna razón o ejemplo de lo anterior.

Lo anterior puede comprenderse desde el concepto de ciudadanía comunicativa elaborado por Mata (2006), el cual se entiende como “el reconocimiento de la capacidad de ser sujeto de derecho y demanda en el terreno de la comunicación pública, y el ejercicio de ese derecho” (p.13). Con esta perspectiva la autora indica la posibilidad y necesidad de que la población se visualice y actúe ante las maneras en las cuales los medios la nombran y los recursos con los cuales los medios producen sus discursos y enunciados. Se trata de tener incidencia en la esfera de la producción de los medios, ya sea participando en la elaboración de los discursos o incluso bajo la propiedad jurídica de los medios. Los comentarios de los participantes en el grupo focal con la asociación de desarrollo expresan una de las maneras en las cuales se imposibilita reconocerse con derecho frente a los medios: ser excluidos de los discursos y enunciados (Sandoval, 2010). La experiencia de los integrantes de la asociación no es tematizada, son excluidos, lo cual es reconocido por los participantes, pero este reconocimiento no se traduce en una demanda de derecho frente a los medios, más bien parecen esperar un favor de parte de los medios para ser incluidos en sus discursos.

Obsérvese que, para formular su intervención, A2 apeló a un ejemplo, mencionó un programa de televisión que presuntamente visita barrios o comunidades para conocer lo que hacen. También, A7 intuye que los medios de comunicación pueden “levantar al barrio”, sin mencionar un ejemplo de cómo podrían hacerlo. Quizá la imposibilidad de comprenderse como “sujeto de derecho frente a los medios” pase por carecer de referencias sobre medios que incluyan la diversidad cultural en su representación. A2 parece contar con un ejemplo de inclusión de la diversidad cultural y formular su inquietud a partir de él. Y, además, esta imposibilidad puede pasar por carecer de una explicación sobre lo que un medio de comunicación colectiva es, es decir, si no se sabe para qué es una cosa o qué es, se le puede atribuir un carácter místico. Comprender con un carácter místico a los medios, aleja cualquier posibilidad de entenderlos como parte de la producción humana y, por tanto, sujeta a su control o derecho. En el balance final de esta investigación continúa esta reflexión.

Al ser consultados sobre cómo son nombrados por los medios, uno de los integrantes del grupo focal con los taxistas acotó: “yo a nivel personal creo que cuando hay una noticia mala es cuando sale el taxista, pero por lo general, el pirata es el que comete un error y... el taxista. No aclaran” (T2). Las apreciaciones sobre este tema giran en torno a una representación negativa de los medios acerca de los taxistas, por ejemplo, T4 añadió: “desgraciadamente lo ponen a uno mal”. Cada vez que se comentaba sobre su representación en los medios, los taxistas formularon explicaciones sobre ello. Como se observa, T2 insinúa que los medios indican que cualquiera que preste servicio de transporte y cometa un “error” es representado como taxista, lo que aumentaría su representación negativa. En este sentido, T4 sugiere la existencia de taxistas “honrados y trabajadores que hacen el sacrificio por comprar unidades nuevas”, “[hay] algunos malos, pero pagan justos por pegadores”. Para T4, los “malos” taxistas operan por incumplimiento del “CTP” y el “MOPT”, o el propio Gobierno, que permite que algunos “le roben al usuario” y “hagan lo que les dé la gana”, dado que estas instancias, arguye, no regulan.

Es interesante como el grupo de taxistas estima que le atribuyen las acciones negativas de otros, es decir, la culpa es de otros y no propia. Cuando la responsabilidad se señala a los medios, existen intervenciones como las de T3: “Yo pienso que hay varios periódicos o noticieros que están vendidos, dígame *Crhoy*, este..., *La República*, *diay*, que este monopolio que ha entrado al país con su poder de dinero, este..., les pagan a ellos, para hacer la cosas... hay muchos que están vendidos, y *diay*, hay que controlar eso, pero el Gobierno no pone, no se pone de acuerdo, no regula tampoco”. Esta interpretación según la cual los medios están “vendidos” a “la competencia desleal”, “la empresa pirata” o “el monopolio con poder de dinero” – expresiones con las cuales nombran a la empresa transnacional de servicio de transporte Uber – son reiteradas en el grupo de taxistas. Es interesante como, al igual que un miembro de la asociación de desarrollo, se considera que los medios reciben dinero para hablar “mal” de un grupo o para “no mencionarlo”.

Es aún más sugerente la solución que propone T3 para evitar este tipo de “ventas”, la cual es “controlar” o “regular” los medios. La anterior apreciación no fue objeto de discusión por parte del grupo de taxistas. Sin embargo, la expresión se siguió de gestos de aprobación. Pese a que no se discutió, tampoco es posible percibirla como un enunciado aislado. Los participantes del grupo focal con los taxistas estiman que su situación

económica “está mal” y que “la prensa se encarga de que estemos peor”, por la representación negativa, según indicaron. Cualquier noticia, sugiere T1, por pequeña que sea, la hacen grande contra el taxista: “la hacen viral”. T2 indica que los medios se “ensañan”, pasan todo el día hablando de ello, lo cual es “cansino”. Entonces, los taxistas sugieren que los medios realizan acciones sobre ellos, las cuales les perjudican.

Además, los taxistas insisten con la idea según la cual el Gobierno, el CTP y el MOPT no regulan a la “competencia desleal”, “dejan que hagan lo que les dé la gana”. Que los taxistas se sientan interpelados por los medios indican que la manera en la cual los nombran los perjudican – y que su experiencia de trabajo implique acciones de regulación o su ausencia, puede llevar a explicar elaboraciones discursivas como la manifestada por T3, según la cual los medios tienen que ser regulados. Esto es un ejemplo de cómo las personas se conciben frente a los medios como sujetos de derecho: no se está de acuerdo con la representación mediática y por ello se propone una regulación en ese campo. La cual es la única elaboración de este tipo producida por los grupos de discusión o focales. Por último, recuérdese que existe un vínculo entre la situación económica desfavorable de los taxistas, la representación negativa elaborada por los medios y la demanda de derecho frente a ellos: los participantes arguyen una mala situación económica producto de la “competencia desleal” y la mala representación en los medios. Tal como sugiere Mata (2006), la ciudadanía comunicativa, es decir, la demanda de derechos frente a los medios, se encuentra entrelazada con las condiciones de vida desigual, tanto social como económicas, lo que implica pensar la comunicación desde y junto la totalidad de la experiencia humana.

5.5. Balance final del capítulo 5

La lectura realizada por los sectores populares expuesta en este capítulo sugiere que los participantes del sindicato realizaron una lectura mixta con mayor grado hacia la oposición. Los integrantes de la asociación de desarrollo comunal expresaron los tres tipos posibles de lectura, la dominante, la de oposición y la mixtura de voces. Los participantes del grupo de taxistas expresaron, fundamentalmente, una interpretación dominante. También, los comentarios de los tres sectores indican que la experiencia cuenta a la hora de interpretar las noticias expuestas por *La Teja*. Los comentarios más críticos los realizaron quienes tienen mayor experiencia de organización política y hábito de lectura de medios de comunicación colectiva. En cambio, la lectura dominante la realizaron quienes carecen de dicha experiencia y hábito. Tal como formulan Martín-Barbero (1992), Orozco (1997; 2001), Jacks (2007), entre otros, la experiencia de vida es mediación fundamental en la recepción mediática, es decir, los discursos y enunciados mediáticos se entiende desde lo vivido, la ideología y diversos discursos en dominancia (Sandoval, 2013). También, la lectura de oposición no siempre indicó oposición a los contenidos mediáticos, tal como han sugerido Campos y Tristán (2009), una lectura opositora del texto mediático no significa una oposición a la visión que el medio transmite. En el caso de este trabajo, la oposición no siempre se tradujo en un señalamiento o rechazo de las ausencias políticas.

El sector más crítico es el sindical. En su mixtura de voces, la lectura de oposición identificó una de las tres maneras de producir ausencia de temas políticos o de interés público en el periódico. Condenó la mezcla entre las coyunturas políticas del referendo sobre el TLC y la concesión de los Puertos de Moín-Limón con sexualidad, fútbol y modelos por “distraer” el “centro elemental” o “lo más importante” de la noticia. E interpretó al periódico *La Teja* como un producto económico y político. Los grados de apropiación presentados giraron en torno a nombrar aspectos de las noticias tal y como su sentido sugiere. La persona transgénero se nombró como “la machota”. La olla presentada en la coyuntura en Limón se llamó “olla del bochinche”. Y uno de los sindicalistas bromeo con la insinuación sexual sugerida por el medio a partir de las modelos. Este tipo de contenido es categóricamente impugnado por las sindicalistas, las cuales lo tildaron de

morboso. Sin embargo, no todos los participantes detectaron las ausencias, sobre todo los participantes de menor experiencia sindical y hábito de lectura de medios.

La lectura de oposición realizada por los integrantes de la asociación de desarrollo comunal se acerca a la elaborada por la sindical. En cuanto los participantes de mayor experiencia, estos señalaron una de las tres maneras de producir ausencia de la política en los discursos y enunciados de *La Teja* al considerar la mezcla entre las coyunturas políticas y otros temas como una manera de restar “contenido” a las noticias o “alejarlas” de los “problemas reales”. Además, la mayoría de los participantes, sobre todo las mujeres, rechazaron los contenidos “morbosos”. Su lectura mixta tiene un alto grado de apropiación. Se impugnó el contenido de *La Teja* por considerarse sin importancia (“charanga”), pero no se señaló la carencia de información política y sus comentarios giraron en torno a los sentidos sugeridos por el medio. En este caso, la lectura dominante versó sobre las modelos, la persona transgénero y sobre el fútbol. No se realizaron acotaciones que señalaran la ausencia de temas políticos o que señalaran las informaciones como irrelevantes.

En el caso de los participantes en el grupo de taxistas, además de su lectura dominante, en una ocasión se presentó una mixtura de voces, con alto grado de apropiación y con apenas un signo de oposición. En la lectura dominante, los taxistas se apropiaron del sentido sugerido por el medio, ya sea para hacer bromas sobre la confusión sugerida por el medio según la cual la persona transgénero era una mujer, para discutir sobre las declaraciones de varios técnicos de fútbol y futbolistas acerca de su desempeño en el deporte y para comentar el papel de la Fuerza Pública en el decomiso de una olla para cocinar en Limón. Esta apropiación de sentido no cuestionó la falta de información política en las noticias ni las considero irrelevantes. La lectura negociada surgió cuando un participante trascendió el sentido propuesto por dicho medio y elaboro una interpretación sobre los efectos del TLC en el país. Sin embargo, esta postura no identificó las ausencias. Ninguno de los participantes de este grupo focal señaló alguna de las tres maneras de producir ausencias.

Es sugerente cómo todos los sectores populares en investigación, la asociación de desarrollo comunal, el sindicato y los taxistas, piensan que los medios producen una

representación negativa acerca de sí mismos, por estigmatizarlos o excluirlos. Los participantes en el grupo sindical indicaron ser representados como “vagos”, los participantes de la asociación exclamaron ser excluidos de los medios y ser nombrados “solo cuando hay algo malo” y, por último, los miembros del grupo de taxistas señalaron que los medios “lo ponen a uno mal”. Es interesante que ante estas maneras de nombrar o no nombrar, únicamente el sector sindical formule una explicación política sobre ello, en la cual el neoliberalismo necesita estigmatizar a los grupos sociales con capacidad de oponérsele.

Con respecto a esto, es interesante cómo ningún sector criticó la legitimidad de los medios de comunicación colectiva en la sociedad. Por sus comentarios parecen estar en desacuerdo con los medios, pero no formulan reflexiones sobre qué papel juegan los medios en la sociedad y cuáles son las posibles acciones de la población en ese papel. Esto puede indicar la incapacidad de reconocerse con derecho frente a los medios. Solamente los participantes en el grupo focal con los taxistas, a través de su experiencia laboral-política (trabajar es un acto político) y el descontento por la manera en la que se les nombra, formularon una demanda de derecho frente a ellos: regular a los medios de comunicación colectiva. De los participantes con menor experiencia política y hábito de lectura de medios, se produjo la única demanda de derecho ante los medios, es decir, solo un taxista demandó regulación frente a los medios, se pensó con derecho frente a ellos.

Finalmente, en el capítulo 4 propone que *La Teja* es un ejemplo de una manera de producir una ideología como hegemónica a través de la ausencia misma de la ideología que quiere ser dominante. En el ámbito de la recepción, en la relación entre la ideología de la ausencia, como le llama Lefebvre (1983), y los seres humanos, este capítulo sugiere que esta manera de producir hegemonía se ancla con mayor fuerza en quienes carecen de experiencia de organización política y hábito de lectura de medios. Sin embargo, el funcionamiento de la ideología de la ausencia no opera de manera exclusiva en quienes carecen de estas experiencias. Se mencionarán dos aspectos sobre esto: por un lado, quienes han hecho una lectura de oposición del medio, pero no se oponen directamente a su contenido, porque se oponen más a los dueños del medio, o al medio mismo, que a los discursos y enunciados mediáticos, pese a su experiencia y hábito, pueden tener dificultades para detectar la ideología de la ausencia. Por otro lado, de las tres maneras de

producir ausencias detectadas en esta investigación, únicamente una de ellas es la identificada por los grupos más críticos, la cual es la mezcla de temas políticos con espectaculares; es decir: la ideología de la ausencia tiene diversos grados de operación o funcionamiento.

Capítulo 6. Balance final de investigación

El análisis de industria cultural permitió identificar que, en una coyuntura en la cual la penetración de Internet es profunda – el 95% de los hogares tiene acceso a esta tecnología y en promedio existen tantas líneas de Internet Móvil como personas en Costa Rica –, el mercado de medios impresos costarricense muestra signos críticos. Como se abordó en el capítulo 3, los ingresos por venta de espacio publicitario del mercado de medios impresos se deterioran, la audiencia de medios impresos disminuye o se estanca, al tiempo que la audiencia de Internet tiende a aumentar. Lo planteado anteriormente, una audiencia ligada más con Internet que con los periódicos impresos, sugiere, por un lado, nuevos hábitos de lectura sobre noticias por parte de la población a través de redes sociales y motores de búsqueda, tal como sugieren Carazo (2015) y Mena (2016), y, por otro lado, dada la menor audiencia en impresos y el aumento en la digital, un traslado de la pauta publicitaria a Internet. Tales signos críticos se han traducido en el traslado de versiones impresas de diversos medios a digitales – tal es el caso del *Tico Times*, el *Diario Oficial la Gaceta* y *La Prensa Libre* –, el cierre de una revista, un medio de comunicación y el despido de trabajadores (Carazo, 2015).

En el contexto de crisis del mercado de medios impresos, las condiciones de producción de GN también manifiestan signos críticos. Precisamente, el medio y la revista que dejan de circular pertenecen a GN, la revista SOHO (cerró durante el 2013) y el diario *Al Día* (dejo de circular en el 2015). Y es esta empresa quien más aporta al personal cesado, 156 trabajadores. También, la empresa registra disminuciones en cinco de sus siete fuentes de ingresos, donde destaca la caída en las fuentes que generan aproximadamente el 80% de sus ingresos totales, como la venta de espacio publicitario y la circulación (venta de los impresos). En un balance general de la situación financiera de GN (ver capítulo 3), se concluye que sus rendimientos financieros son negativos: disminución de ingresos, pérdidas en las utilidades netas, bajo rendimiento de los activos, crecimiento de deudas, entre otros. Un contexto con tantos signos negativos sugiere una serie de desafíos para GN en particular y para los medios de comunicación colectiva en general, recuérdese que la crisis también ocurre en otros medios como la televisión y la radio, entre otros.

Algunos de los desafíos podrían girar en torno al modelo de negocios de los medios de comunicación colectiva y alrededor de los medios y fines de la comunicación. A la brevedad, se mencionarán un par de cosas acerca de los dos puntos anteriores: por un lado, si el fin de los medios es acrecentar cada vez más la magnitud de su ganancia (el excesivo afán de lucro que mencionan Siles y Boczkowski, 2012), entonces, la crisis actual mermará sus objetivos, posiblemente los medios tendrán que ajustarse a una menor escala de ganancia y recortar en costos para evitar reducciones mayores en sus ingresos; posiblemente la calidad de la comunicación también se vea reducida, lo cual tendrá repercusiones ineludibles en el desarrollo cultural. Por otro lado, si el objetivo de los medios es crear vínculos entre los seres humanos, mejorar las posibilidades de vida del ser humano (ser es comunicarse, como se valoró en el capítulo 2), en un contexto de crisis, entonces, el dinero podría producirse de maneras alternativas a la venta de espacio publicitario⁵ y no priorizar su crecimiento excesivo (el dinero como medio). Desde la perspectiva de la creación de vínculos como objetivo de los medios, quizá en este contexto de crisis los medios podrían priorizar la inclusión de la diversidad cultural en sus informaciones y ser una manera de decir “el mundo también puede ser otro” (Caparrós, 2015, p. 55), tal como insiste el periodista Caparrós.

El análisis sobre la circulación de *La Teja* permitió valor sus discursos en coyunturas políticas, el referendo sobre el TLC, durante el año 2007, y la concesión de los Puertos de Moín-Limón, durante el año 2014. El análisis encontró (ver capítulo 4) una escasa tematización de la política, 7, 17% para el caso del TLC y un 1,24% para el conflicto en Limón, y un alto grado de tematización sobre espectáculos (entretenimiento, deportes y sucesos), que para ambas coyunturas llega a sumar aproximadamente el 60% de la oferta comunicativa. Si a este 60% dedicado al espectáculo se le suma el espacio que dedica *La Teja* a la venta de publicidad, entonces, en las coyunturas políticas analizadas aproximadamente el 80% de su oferta comunicativa no está relacionada con la política o los asuntos de interés público. En el periódico en estudio, este rasgo permite sugerir una

⁵ Un ejemplo de medidas alternativas de financiamiento lo presenta el periódico digital guatemalteco *Nomada.gt*: además de vender espacio publicitario, cuentan con donaciones de diverso tipo y afiliaciones, y, lo más sugerente, realizan eventos “académicos y lúdicos”, productos digitales como “diseño, vídeo y análisis político”, entre otras alternativas (<http://nomada.gt/>).

constante ausencia de temas políticos a lo largo del tiempo y una realidad, tanto la cultural como la política, comprendida a partir del entretenimiento, los deportes y los sucesos, lo cual se comentará a continuación.

El curso de esta investigación logró determinar tres maneras en las cuales *La Teja* produce como ausente las relaciones políticas en sus noticias: ausencia de clasificación de la realidad en política, la carencia de historia y la mezcla entre política y espectáculos. Se quiere destacar una de estas maneras de producir ausencias: la de posicionar la política alrededor del espectáculo, tanto en temas como en ítems, donde el referendo sobre el TLC y la concesión portuaria se mezclan con temas e ideas asociadas al entretenimiento, tales como moteles, futbolistas, personajes de la televisión, lotería, ollas para cocinar e imágenes carbonizadas, entre otras. En vez de nombrar una posición a favor o en contra del tratado comercial y la concesión, o nombrar el conflicto político producido por el disenso cultural alrededor de estas coyunturas, se trata de retratar una no-posición política por parte del medio a partir de dicha mezcla. La no-posición política puede explicar, en alguna medida, que estas noticias del medio carezcan, como el análisis enunciativo sugiere, de argumentaciones o razones para convencer (estrategia persuasiva), de veracidad (estrategia de legitimación y verosimilización) y la ausencia de un modo de expresión (estrategia de posicionamiento) que tendiera a la descripción, denuncia o propuesta alrededor de las coyunturas políticas, e incluso la posibilidad de verificar las fuentes.

Se estima que esta mezcla entre temas políticos y espectaculares invierte la realidad: las relaciones de poder aparecen como un espectáculo y el espectáculo se manifiesta como si fuera una relación política, una cosa se toma por otra, operación que recuerda el fetichismo marxista (Marx, 1980), con el cual la realidad se invierte; se sugiere que esta inversión tiene como finalidad ocultar la política, producirla como ausencia. Si el entretenimiento es el poder y el poder es espectáculo en las coyunturas políticas para *La Teja*, entonces una persona que consulte dicho periódico podría tomar el espectáculo como punto de referencia para entender y practicar la política. De acuerdo con lo explorado en el capítulo 5, este parece ser el caso de las personas con escasa experiencia de organización política y hábito de lectura de medios. En este sentido, el caso más emblemático en los grupos focales lo propiciaron todos los participantes del grupo de taxistas, algunos participantes del sindicato y de la asociación de desarrollo, quienes formularon sus comentarios y discusiones a partir

de los sentidos sugeridos por el medio, su lectura es dominante. En noticias sobre el TLC, el fútbol o la persona transgénero se tornaron en tema para comentar. En noticias sobre el conflicto en Limón, la olla o la Fuerza Pública se convirtieron en la base de opiniones. Para estos receptores la realidad se invierte, y con esta inversión se les facilita alejarse de la política y, por tanto, de la producción de sus vidas, de la capacidad de construir su propia realidad. Al ser sectores populares, no es este un detalle menor, el cual se comentará más adelante.

Otra característica de la producción de ausencias a destacar es la carencia de historia y, por tanto, de referencias espaciales y temporales en las noticias de *La Teja*. Esto último sugiere una interpretación de la realidad sin relaciones entre pasado, presente y futuro y espacio geográfico, es decir; carencia de relación entre diversos acontecimientos, así como la posibilidad de verificar el origen de los acontecimientos. Así, el referendo sobre el TLC y la concesión portuaria simplemente “aparecen” desprovistos de cualquier proceso cultural. En este sentido, no es posible advertir las fases del TLC, como la posición, negociación y firma del tratado por parte de representantes del Gobierno, su trámite legislativo, la convocatoria al referendo por parte de un grupo de ciudadanos en el 2007 (Molina, 2017; Raventós, 2018), entre otros. Tampoco es posible inferir los hechos que culminan en la coyuntura en Limón, tales como la aprobación en 1994 de la Ley de concesión de Obra Pública, la propuesta del Gobierno de privatizar el puerto entre los años 2006 y 2008, las luchas contra el contrato de concesión por parte del sindicato, la instauración de un monopolio privado transnacional en la carga y descarga de contenedores en detrimento de una institución pública (Alvarado, Álvarez y Mora, 2012; Alvarado, 2015; Artiaga; 2016), entre otros.

Si las relaciones culturales – incluidas las relaciones políticas – se producen a través de procesos y son situadas (contexto-espacio), si ser procesual, temporal y espacial hacen a la cultura y política hechos históricos, entonces, que *La Teja* produzca relatos con ausencia de procesos, tiempo y espacio significa que sus noticias carecen de historia. Así, por ejemplo, tanto el referendo sobre el TLC y la concesión portuaria están desprovistos del proceso histórico neoliberal según el cual el libre comercio, la competencia y la instauración de empresas transnacionales producen “bienestar” o “desarrollo” para el país; es decir, en *La Teja* no hay neoliberalismo. Cabe destacar que la ausencia de historia o de la historia

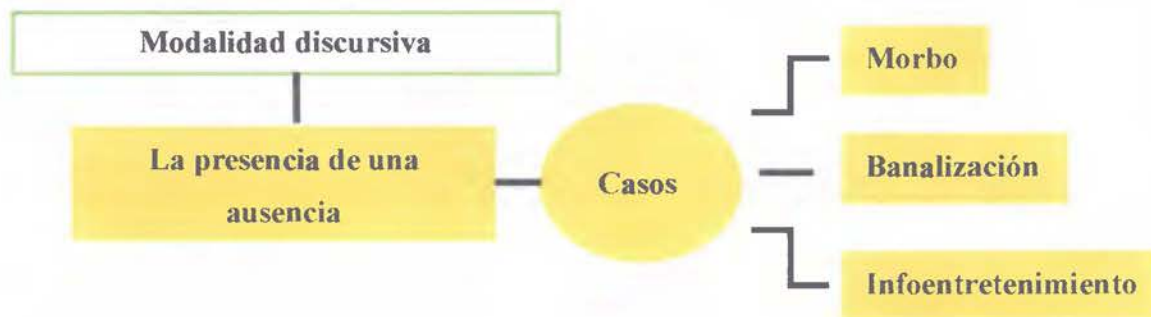
neoliberal en los relatos de dicho medio, no es percibida por ninguno de los participantes de los grupos focales.

En un contexto en el cual las noticias políticas se mezclan con el espectáculo, produciendo una inversión de la realidad, y carecen de historia, los actores nombrados por *La Teja* no realizan acciones ni las reciben. Lo anterior refuerza un sentido estático —no hay procesos culturales ni historia—, en el cual la producción humana nada más “aparece”, como el zacate en las calles. Si los temas e ideas vinculados al espectáculo son dominantes, no es de extrañar actores del mundo del fútbol, el modelaje y la televisión también como dominantes. Esto último, en concordancia con la ausencia de conflicto político, sugiere la ausencia de grupos de poder económico, o sectores hegemónicos, enfrentándose a los sectores populares en sus noticias, y con ello sus coincidencias y conflictos. Sunkel (2002) advirtió la ausencia de grupos de poder económico en el diario *La Cuarta* (diario chileno dirigido a los sectores populares), lo que lo llevó a plantear la inexistencia de relaciones deshumanizadas en sus relatos. Este mismo rasgo se percibe en *La Teja*: si no hay sectores dominantes y tampoco sectores subordinados, entonces no hay relación entre ellos. Si no hay relaciones entre ellos, entonces hay ausencia de relaciones deshumanizadas, como la explotación, la sujeción o el exterminio.

La crítica de la producción de ausencias en las noticias tiene su expresión más nítida en los integrantes de los grupos de discusión con mayor experiencia de organización política y hábitos de consulta de medios de comunicación colectiva, sin que esto signifique que en ellos y ellas no opera del todo la producción de ausencias, como ya se ha señalado. Algunos miembros del sindicato y la asociación de desarrollo comunal sugieren ausencias en las noticias leídas, no está “el centro elemental” o “los problemas reales”. En su lugar, advierten, está la presencia de morbo sexual y fútbol para vender. Además, sugieren que la mezcla entre la política y los aspectos anteriores vacía de “contenido” las noticias. Su interpretación sobre las noticias puede sintetizarse así: son la presencia de una ausencia. Lo que no está, la política — el referendo del TLC y la concesión portuaria—, se hace presente con espectáculos (deportes, entretenimiento y sucesos). Dada la producción de ausencias, la inversión que convierte el espectáculo en política y viceversa, y la percepción de los participantes en los grupos de discusión, se propone nombrar la modalidad discursiva de *La Teja* como la presencia de una ausencia.

Entonces, la política en los discursos de *La Teja* se hace presente por ausencia. Se sugiere que esta modalidad tiene, a su vez, otras modalidades relacionadas con la presencia (lo que está en las noticias). El esquema 3 ilustra estas modalidades detectadas en forma de casos.

Esquema 3. Casos de la modalidad discursiva de *La Teja*



Fuente: Elaboración propia.

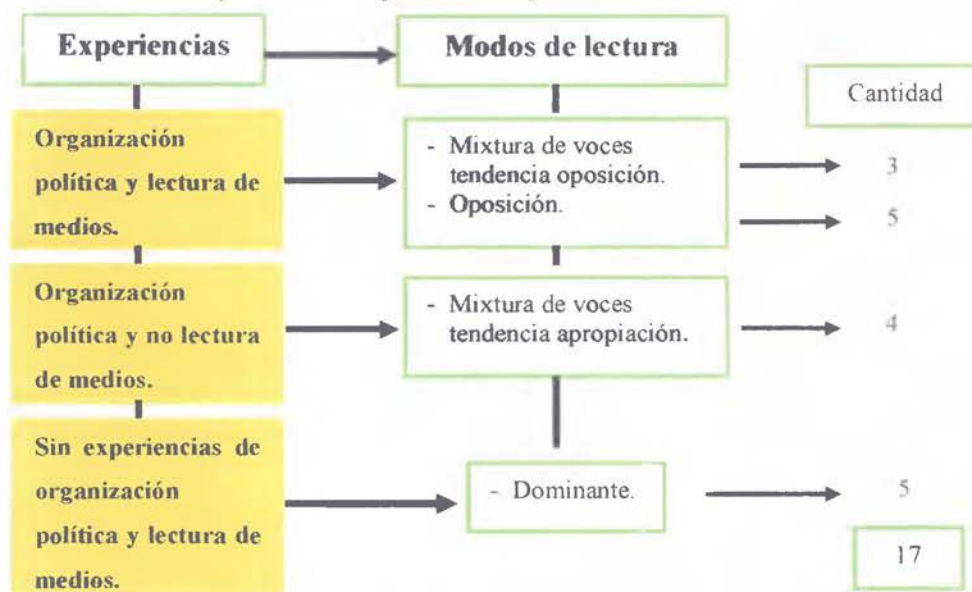
Fundamentalmente, pero no de manera exclusiva, la presencia de la ausencia se produce a partir de la mezcla de temas políticos con temas espectaculares. Esta combinación tiene como resultado una inversión: la política aparece como espectáculo y viceversa, lo cual oculta la política. Se estima que la presencia de una ausencia tiene tres modalidades vinculadas con la presencia (ver esquema 3). Una de ellas es el “morbo”, en el cual la latencia sexual envuelve el referendo sobre el TLC; modelos, moteles y un hombre trans se representan en las noticias. El otro es la “banalización”, en la cual la realidad política es interpretada a partir de aspectos sin relevancia. Así, el referendo se interpreta a partir de la venta de lotería, bromas al presidente de la República, entre otros, y la concesión portuaria se nombra a partir de un instrumento para la cocina, una olla, o una foto calcinada. Por último, el infoentretenimiento nombra la política desde un enfoque de entretenimiento. Así, el referendo se tematiza cuando hay futbolistas en escena o personajes de la televisión. Este hallazgo de las modalidades discursivas de la presencia de una ausencia lleva a modificar la interpretación aquí elaborada según la cual una manera de producir ausencia de la política es la mezcla entre política y espectáculo. Para ser más preciso: es la mezcla entre morbo, banalización y espectáculo con la política la que produce ausencias.

Cabe señalar que, en la actualidad, el infoentretenimiento es considerado una modalidad discursiva dominante en los relatos periodísticos (Berrocal, Redondo y Campos, 2012;

Tristán, 2015). Este carácter dominante, como sugieren Berrocal, Redondo y Campos (2012), tiene una explicación fundamentada en lo económico. El modelo de negocios basado en la venta de espacio publicitario para producir ingresos y en el aumento constante en la magnitud de ganancia, utiliza el infoentretenimiento para atraer audiencia y así vender cada vez más espacio publicitario y, por tanto, aumentar los niveles de ganancia. Tristán (2015) advierte que además del vínculo económico del infoentretenimiento, este cuenta con un papel en la formación de ideologías: dado que la mezcla de temas políticos o asuntos de interés público con espectáculo puede desinformar y que la desinformación rivaliza con la información crítica, el infoentretenimiento puede participar en la formación de consensos acerca de determinadas ideologías (p. 85). En este sentido, esta investigación sugiere agregar un elemento importante al papel del infoentretenimiento en la formación de ideologías: se produce consenso a partir del anticonsenso, esto a partir de la ausencia de información necesaria para que un sector de la población no participe en la formulación de determinados acuerdos sociales.

Sobre estas modalidades discursivas de la presencia de una ausencia respecto de la política en *La Teja* contenidas en el esquema 3, el proceso de recepción, elaborado a partir de los grupos focales o de discusión, permite valorar la participación de las experiencias de organización política de cada participante – mediaciones que constituyen a los participantes en comunidades interpretativas – al momento de consumir/leer el sentido sugerido por dicho medio. En este sentido, el esquema 4 ilustra los cruces entre experiencias y modos de lectura percibidos en el proceso de recepción.

Esquema 4. Experiencias y modos de lectura



Fuente: Elaboración propia.

El trabajo con los participantes del grupo focal con el sindicato, la asociación de desarrollo y los taxistas ofreció un elemento para analizar el proceso de recepción que antes no se consideró: el hábito de consultar medios de comunicación colectiva. Esta mediación se incluyó en el esquema 4. Como se observa en dicho esquema, el hábito de leer medios constituye un cambio en la manera en la cual se lee *La Teja*. Así, quienes cuentan con experiencia de organización política y hábito de lectura de medios muestran mayor grado de oposición al sentido sugerido por dicho medio, son los más críticos. De su palabra interna se interpreta una mixtura de voces con mayores grados de oposición. Si bien detectan y critican algunas maneras de producir ausencias, como la mezcla entre espectáculos, morbo, banalización y política, no manifiestan algunas otras, como la carencia de historia o de la historia del neoliberalismo en las noticias de *La Teja*.

Quienes realizaron este tipo de lectura de oposición representan la mayor cantidad de participantes, ocho personas, las cuales forman parte del sindicato y de la asociación de desarrollo, quienes, cabe resaltar, indicaron tener muchos años en sus organizaciones y consultar medios constantemente. La mixtura en esta lectura de oposición se presenta porque los hombres fueron proclives a apropiarse del morbo sexual, la manera más común es el chiste o comentarios “inconscientes” (llamar a los personajes tal y como propuso el

medio). En cambio, las mujeres fueron cuidadosas con ello, por lo que se consideró su interpretación de las noticias como opositora, siempre rechazaron el morbo. Sin embargo, de manera general estos participantes criticaron los modos morbo, banalización e infoentretenimiento. Y todas estas lecturas precisaron una de las tres maneras de producir ausencia de la política en los relatos informativos, la mezcla entre espectáculo, morbo y política, la cual presentaron como la presencia de una ausencia. Se puede sintetizar de la siguiente manera la presencia de una ausencia: la política no está en las noticias, en su lugar aparece el morbo, la banalización y el infoentretenimiento.

Obsérvese del esquema 4 que quienes tienen experiencia de organización, pero carecen de hábito de consulta de medios, son más proclives a apropiarse del sentido sugerido por *La Teja*. Su lectura es mixta, pero tiene mayores grados de lectura dominante. Su oposición parece basarse en una divergencia entre sus intereses y los contenidos del medio, para decirlo con sus palabras: el medio contiene “charanga, a mí eso no me atrae”. La parte de apropiación radica en llamar a los actores tal como sugiere el medio, reproducir el morbo y estigmatizar la provincia de Limón, entre otros. Esta lectura, mixtura con tendencia a la apropiación, no detectó la presencia de una ausencia. Las referencias al referendo son leves, casi imperceptibles, y poco elaboradas, por no decir nulas. Por ejemplo, la coyuntura por la concesión de los Puertos de Moín-Limón no se nombró. Esta lectura corresponde a cuatro de los diez y siete participantes en los grupos focales, la cual se realizó por miembros de la asociación de desarrollo.

Como se desprende del esquema 4, quienes carecen de experiencia de organización política y no están habituados a la consulta de medios tienen una mayor tendencia a apropiarse de los contenidos sugeridos por *La Teja*. Es el caso de los participantes del grupo de taxistas y de una integrante de la asociación de desarrollo comunal. Para estos participantes, tanto los comentarios como las discusiones tienen como fundamento los sentidos sugeridos por dicho medio. Las referencias a las coyunturas políticas son mínimas y sin elaboración. Prevalcieron alusiones al morbo, la banalización y el infoentretenimiento. Este tipo de lectura no identificó la presencia de una ausencia de temas políticos. Este último caso permite una conclusión importante: las experiencias cuentan a la hora de leer medios, tal como sugiere la teoría de las mediaciones. Sin experiencia de

organización política o hábito de lectura de medios, la lectura crítica de medios parece dificultarse.

En esta investigación se ha expresado una interpretación acerca de la producción humana, véase el capítulo 2, según la cual existen diversos grupos humanos que cooperan o se enfrentan entre sí, de maneras y con fines diversos. Para los fines de esta investigación, se destaca el enfrentamiento entre los grupos de poder económico y los sectores populares a través del lenguaje, para reconocer como legítima la experiencia de vida de uno u otro grupo. Si se considera que los grupos de poder tienen medios de producción económica y/o de sentido, entre otros, es posible inferir que es su punto de vista el que se posiciona en la disputa. Al término de estas pugnas uno de los puntos de vista se produce como hegemónico. Como se valoró en el capítulo en mención, un punto de vista sobre la experiencia vivida puede comprenderse como producción de sentido o ideología. Dado que *La Teja* es propiedad de un grupo de poder económico y está dirigido a los sectores populares, sería posible advertir entre ellos una pugna por lo sentidos elaborados por dicho medio de comunicación y las explicaciones que los sectores populares pueden elaborar a partir de ellos. Dicho medio de comunicación intenta que los sectores populares no puedan nombrar coyunturas políticas, la pugna se produciría por lo que se nombra y deja de nombrar.

Se estima que existen al menos dos maneras en las cuales un sentido puede producirse como hegemónico. Según la postura de Marx y Engels (1992), los grupos que tienen la propiedad de medios de producción económica y/o de sentido producen su punto de vista individual como el punto de vista común de la sociedad, se impone su experiencia de vida como legítima, con la cual otros grupos deben comprenderse a sí mismos y a los otros, en término medio. Otra manera la señalan Langer (1998), Morley (1999) y Sandoval (2002; 2007), en la cual se impide contar a la sociedad con un punto de vista o sentido sobre lo que ocurre, en este caso no se impone la ideología o sentido de los grupos de poder económico, más bien se carece de sentido o ideología. Ambas perspectivas pueden ocurrir al mismo tiempo, no son excluyentes.

Si se sigue la sugerencia de Martín-Barbero (2004), en el caso de los medios de comunicación colectiva, es posible determinar estas maneras de producción de una

ideología o sentido como hegemónico si se estudian los enunciados y discursos de los medios en coyunturas políticas atravesadas por conflictos. En dichas coyunturas, sugiere Martín-Barbero (2004), es posible visualizar la postura o posición de los medios, con lo cual sería posible aproximar su manera de producir hegemonía. Para el caso que concierne, en las coyunturas analizadas, GN, el cual es un grupo de poder económico, ha participado con *La Nación* y con *La Teja* en la producción de hegemonía. Con *La Nación* ofrece noticias a favor de la aprobación del TLC y la concesión portuaria a partir de temas alrededor de una modernización, creación de empleo, desarrollo, competitividad, relaciones comerciales, entre otras, con las cuales el país se beneficiaría o sería “mejor” (Martín, 2005; Sandoval, 2007; Fournier, 2009; Díaz, 2015; Artiaga, 2016). En este caso, GN parece participar en la producción de sentido hegemónico con la perspectiva según la cual se impone un punto de vista o sentido a los seres humanos.

Si en la modalidad discursiva de *La Teja* se ausentan posturas a favor o en contra del tratado comercial y la concesión de los puertos, no hay referencias espaciales, temporales, grupos de poder económico y sectores populares enfrentados por las coyunturas; se carece de argumentos, razones y verificaciones, entre otros elementos que se han expuesto; y además se mezcla la política con el espectáculo, la banalización y el morbo. Si lo anterior tiene como consecuencia una inversión de la realidad que oculta la política y, por tanto, oculta un punto de vista o sentido sobre las coyunturas mencionadas. Si los sectores populares que leen las noticias de dicho medio y carecen de experiencia de organización y hábito de lectura de medios se les dificulta producir sentido alrededor de las coyunturas políticas. Entonces es posible sugerir que GN a través de *La Teja* es un caso en el cual se produce una ideología como hegemónica a través de la presencia de una ausencia, en la cual se le trata de impedir a los seres humanos contar con un punto de vista sobre el acontecer, en este caso los conflictos políticos.

En esta ocasión no se utiliza la expresión “sentido”, como sí se hizo con el caso de *La Nación*. En su lugar se utiliza la expresión “ideología”, pues como se ha conceptualizado, la ideología produce propuestas de interpretación unilaterales y, por ello, limitadas sobre lo que ocurre. Entonces, se utiliza este concepto porque se considera que la presencia de una ausencia y las modalidades discursivas de *La Teja* (morbo, banalización e infoentretenimiento) son interpretaciones unilaterales y limitadas sobre la existencia, son

ideológicas. Según se desprende del esquema 4, aproximadamente la mitad de los participantes en los grupos focales se apropian en algún grado de estas modalidades. Para los sectores populares esto significa que la inversión de la realidad producida por dicho medio les aleja de la política y, si está es comprendida como la producción de vida, la capacidad de producir la propia realidad y la de los otros, entonces al alejarse de la política se alejan de la producción de vida: *La Teja* trata de enajenar a los sectores populares de la política. En este caso, la disputa en el lenguaje entre GN y los sectores populares se resuelve favorablemente para el grupo de poder económico a través de la enajenación. Es esa la clave para la producción de hegemonía a partir de la presencia de una ausencia.

Esto no se trata simplemente de desinformar, de la manera en la cual advierte Zeledón (1987) para el caso de los medios costarricenses en la coyuntura revolucionaria nicaragüense de los años 80 del siglo XX, en la cual las noticias presentan informaciones incompletas, datos falsos, rumores sin posible verificación, entre otros. Se trata de producir hegemonía a partir de la enajenación. De producir noticias que facilitan la constitución de seres humanos a los cuales se les dificulta la comprensión de los procesos culturales en los cuales se produce su vida y la de los otros. Para el caso de medios como *La Teja*, no se desinforma sobre la política o se facilita un sentido sobre ella de manera unilateral; lo que ocurre es que no se habla de ella, no se tematiza. Así, al momento de enfrentarse/relacionarse/vincularse a las relaciones políticas que producen, los sectores populares con carencias de organización política y hábito de lectura de medios podrían vivir dificultades para la producción de sus vidas, y la de los otros, porque no podrían comprender las relaciones políticas en las que viven y, por tanto, se les dificultaría actuar en ellas. Su vida se les presentaría como algo ajeno, de lo cual no tienen control; se les trataría de enajenar.

Sobre este tema falta mencionar un aspecto: es posible cuestionar el “interés” de los sectores populares sobre las relaciones políticas. Los propietarios de los medios de comunicación y sectores académicos pueden sugerir esta posibilidad. En este sentido y para el caso de los medios de comunicación, Imbert (2003) sugiere que la falta de interés sobre la política por parte de los seres humanos y la producción de modalidades discursivas especulares en las cuales no se tematiza la política, se pueden explicar por al menos dos consideraciones. Una radica en los formatos producidos para tematizar la política. Por

ejemplo, la entrevista especializada y el estilo telediario serían formatos que alejan a las personas de estos temas por “aburridos”. El otro aspecto radica en la producción de un deseo de presente, con el cual los seres humanos desean la proximidad, lo íntimo, conocer la vida cotidiana de los otros y otras, lo que a la larga implicaría un interés por temas centrados en el espectáculo.

En la introducción de esta investigación se planteó un contexto marcado por una menor participación en la democracia representativa y una carencia de referencias al poder por parte de los medios de comunicación, entre otros elementos, es decir, el contexto muestra algún grado de despolitización cultural. En este contexto, cabe cuestionar si la no política de *La Teja*, la ausencia de contenido político, tiene algún papel en la despolitización. Por ejemplo, en la coyuntura sobre el referendo del TLC “participó el 59,24% de los ciudadanos, se abstuvo el 40, 70%. A favor del TLC votaron 51,6% y un 48,4% en contra” (Raventós, 2018, p. 44). Es decir, más personas no participaron en el referendo que las que votaron a favor y en contra: la despolitización tuvo un lugar significativo en una coyuntura de polarización social. Esta despolitización no se le puede atribuir única y exclusivamente al periódico *La Teja*, pero si permite sugerir que dicho medio encaja en ella, es decir, puede tener un papel.

6.1. Nuevas preguntas de investigación.

Por último, en este apartado se expondrán, de manera breve, algunas interrogantes que podrían dar luz a otros procesos de investigación. Este trabajo de investigación valoró la manera en la cual los sectores populares estiman ser representados en los medios de comunicación. Los participantes del grupo focal con el sindicato, la asociación de desarrollo comunal y los taxistas revelaron una interpretación negativa acerca de cómo son nombrados por los medios: son estigmatizados o excluidos de las noticias. Para estos sectores populares, los medios son algo dado –algo natural, como los ríos o la flora silvestre– o incluso místico, carecen de intereses propios y de vínculos con otros sectores o instituciones. En este sentido, la interpretación de uno de los taxistas resulta sugerente. En un contexto en el cual los taxistas se sienten atacados por los medios al favorecer a una empresa “con poder de dinero” (una empresa transnacional), un taxista planeó la

posibilidad de regular a los medios de comunicación. Se estima –ver capítulo 5– que tal apreciación parte de su experiencia laboral, en la cual la regulación tiene un carácter determinante (en el país existen diversas instituciones que regulan el mercado de transporte remunerado de personas, las cuales mencionaron el grupo de taxistas).

Lo anterior plantea interrogantes acerca de la manera en la cual los sectores populares y la población en general se pueden reconocer con la capacidad de ser sujeto de derecho frente a los medios, tal como sugiere Mata (2006) y Sandoval (2010). Murdock (citado por Sandoval, 2010) estima que estos derechos son sobre la forma en la cual los diversos sectores culturales son nombrados por los medios y a las posibilidades de estos de incidir en ellos. Los sectores analizados valoran como negativa su representación en los medios, pero no se sienten/piensan con derecho frente a los medios o que estos tengan obligaciones o responsabilidades frente a ellos. Esto ocurrió con quienes tienen experiencia de organización política o carecen de ella y con los que están habituados o no a consultar medios. Varias consideraciones pueden ser importantes aquí.

En este sentido, el caso del participante del grupo de taxistas que elabora una demanda de derecho frente a los medios es muy sugerente, ¿qué motiva ese tránsito de la experiencia a la demanda de derechos, el sentirse interpelado por los medios (el taxista se siente atacado por estos)? Si la experiencia laboral es importante en esto, ¿cómo la experiencia del trabajo se vincula con la vivida con los medios? Si el trabajo es un ejercicio de poder y ser sujeto de derecho también, ¿qué falta para vincular uno y otro en una palabra interna, cómo ligarlas? Sandoval (2010) plantea algunas pistas sobre cómo vincular experiencia vivida con los medios y demanda frente a ellos. Una de ellas es volver explícito cómo diversos medios excluyen de sus enunciados y discursos a sectores sociales. ¿Quién o quienes tienen la tarea o el reto de hacer explícitas las ausencias o exclusiones, las universidades, los medios de comunicación públicos o privados, o acaso los mismos sectores excluidos? Quizá, en este sentido, la pista más sugerente radica en lo que el autor nombra como una “pedagogía comunicativa”. Si educación y política pueden ser la misma palabra, como sugiere Alvarado (2018), y se implican ambas para el caso de los medios de comunicación colectiva, quizá el tránsito de la impotencia frente a los medios pueda traducirse en demanda frente a ellos o, incluso, en la producción de diversos medios de comunicación con carácter popular. En síntesis: se piensa en una educación profundamente politizada.

Explorar las maneras y los fines de esta pedagogía comunicativa puede ser una veta de investigación.

La penetración de Internet en Costa Rica es profunda y ello tiene implicaciones para cada vez más personas. Este último punto, que Internet tenga una presencia importante en la sociedad, aunado a que el acceso a esta tecnología se realiza fundamentalmente, pero no exclusivamente, vía datos móviles de teléfonos celulares, plantea interrogantes sobre la relación/vínculo entre este aparato tecnológico y los seres humanos. La literatura ha planeado esta cuestión de la siguiente manera: la tecnología cambia la forma de estar juntos. Cuentos de autores como Dicent (2012) y Villoro (2015) plantean la consideración según la cual Internet permite acercar a personas que se encuentran a distancias lejanas, o simplemente distantes, y al mismo tiempo las separa. Esto porque cierto uso de la tecnología puede dificultar los vínculos entre los seres humanos, al sustituir el contacto cara a cara, como una caricia, por mensajes multimedia. O la simple socialización entre las personas cuando están en espacios públicos. Nadie se habla entre sí, pero todos usan celulares. De seguir esta hipótesis y si la comunicación posibilita el ser y el ser es con otros y otras, esto podría tener ondas implicaciones para la comunicación. Así, algunas preguntas podrían ser: ¿cuánto cambia Internet la manera de estar juntos? ¿Qué cambia y cómo ocurre el cambio? ¿Cuáles son los usos sobre los teléfonos celulares, cuánto tiempo se dedica al día a su uso? ¿El uso de celular acerca a las personas a la vez que las aleja?, entre otras.

Bibliografía.

- Adorno, T y Horkheimer, M. (1981). *La industria de la cultura: ilustración como engaño de las masas*. En Curran, J, M Guverick y J. Woollacot (eds.) *Sociedad y comunicación de masas*. México: Fondo de cultura económica, pp. 393 – 432.
- Althusser, L. (2008). *Ideología y aparatos ideológicos de Estado y práctica teórica y lucha ideológica* (Trad. por Luis Rutiaga). México, D.F.: Grupo Editorial Tomo, S.A. del C.V. (Obra originalmente publicada en 1970).
- Alvarado, H. (2018). *La profunda crisis en la que navegamos (“Que no se diga que no se dijo... ”)*. Manuscrito inédito.
- Alvarado, H. (2010). *Prólogo*. Por Rodríguez, A. (autor). *Sexuación y vínculo social: La diferencia según Freud*. Heredia, EUNA.
- Alvarado, H. (SF). *Maestría en Gestión de Grupos*. Manuscrito inédito.
- Alvarado, A. y Martínez, G. (2012). *En el tiempo del libre mercado: Conflictos y protesta social en Costa Rica durante el año 2012*. En OSAL (Buenos Aires: CLACSO) Año XIV, N° 33, mayo.
- Alvarado, A., Álvarez, M., y Mora, S. (2012). *Puertos, Autoridades y Resistencias: El Conflicto por la Concesión de los Puertos de Limón*. Rev. Reflexiones/Jornadas de Investigación: 211-222, ISSN: 1021-1209.
- Álvarez, M. (2013). Moín: megapuertos o tortugas. Recuperado de: <https://stud.lib.es/doc/8079060/mo%C3%ADn--megaproyectos-o-tortugas>.
- Alvarado, A. (2015). *Tocando a la puerta de Costa Rica: El conflicto por la concesión de los muelles de Limón*. En Vigésimoprimer Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humanos Sostenible. San José, Costa Rica.

- Arias, R. (2011). *El lenguaje popular y sus verdades*. Rev. Filosofía Univ. Costa Rica, L (127 – 128), mayo – diciembre 2011 / ISSN: 0034 – 8252.
- Artiaga, F. (2016). *La protesta en el discurso del periódico La Nación: El caso de la lucha contra la privatización de los muelles de JAPDEVA en Limón*. (Tesis inédita para optar por el grado de master). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.
- Banco Central de Costa Rica. Banco Central de Costa Rica. s.f. Recuperado de: <https://www.bccr.fi.cr/seccion-indicadores-economicos/indicadores-econ%C3%B3micos> [Consulta 2 abr. 2017]
- Barthes, R. (1997). *La aventura semiológica* (Seg. Ed., pp. 17 – 85). Barcelona: Ediciones Paidós.
- Benveniste, E. (1999). *Problemas de lingüística general I* (20th ed, pp. 179 – 188. Trad. por Juan Almela). México DF: Siglo XXI editores S.A. (Obra original publicada en 1966).
- Berrocal, S., Redondo, M., y Campos, E. (2012). *Una aproximación al estudio del infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras*. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, 2012, n°4 / ISSN 2174-0992
- Boczkowski, P. y Mitchelstein, E. (2015). *La brecha de las noticias. La divergencia entre las preferencias informativas de los medios y el público*. Buenos Aires: Manantial
- Bubnova, T. (2006). *Voz, sentido y diálogo en Bajtín*. En Acta Poetica 27 (1) PRIMAVERA.
- Campos, A., y Tristán, L. (2009). *Nicaragüenses en las noticias: textos, contextos y audiencias*. San José: Editorial Universidad de Costa Rica.
- Cáparros, M. (2015). *Lacrónica*. Madrid: Editorial Círculo de tiza.
- Carazo, C. (2015). *Periodistas y salas de redacción en Costa Rica frente a los retos del siglo XXI*. San José, Editorial de la Universidad de Costa Rica.

- Castro, F. (1964). *La historia me absolverá*. La Habana: Editorial Política.
- Castro, F. (2018). *Tendencias en la programación de la televisión: Costa Rica (1995 – 2014)*. (Tesis inédita para optar por el grado de master). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.
- Chamorro, C. (2002). *Estudio sobre el poder de la prensa: entre el mercado y el Estado*. Segundo Informe sobre Desarrollo Humano en Centroamérica y Panamá.
- Cordero, M. (13/11/18). *Greivin Villegas, presidente ejecutivo de Japdeva: Un puerto en la incertidumbre*. Semanario Universidad. Recuperado de <https://semanariouniversidad.com/pais/un-puerto-en-la-incertidumbre/>
- de Sousa, B. (2006). *La Sociología de las Ausencias y la Sociología de las Emergencias: para una ecología de saberes* (pp. 13-41). En: *Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social* (encuentros en Buenos Aires).
- Dicent, J. (2012). *Winterness*. San José, Costa Rica: Ediciones Lanzallamas.
- Díaz, J. (2015). *La prensa costarricense ante el conflicto: el caso del proceso de concesión de los puertos de JAPDEVA (2010-2011)*. Vol. 35, Nº.50, (1-19), EISSN: 22152997. Cierre al 30 de junio, 2015.
- Ducca, I. (2012). *Para pensar una pedagogía para la vida*. En “Carmen Lyra” la educadora (antología). San José, Costa Rica: Publicado por el ANDE.
- Duhar, D. (2006). *Exclusión, poder y relaciones sociales*. Revista Mad. No. 14. Mayo 2006. Departamento de antropología. Universidad de Chile.
- Dussel, E. (2006). *20 Tesis de Política*. México: Siglo XX editores S.A.
- Dussel, E. (2014). *16 tesis de economía política, interpretación filosófica*. México: Siglo XX editores S.A.

- Duncan, Q., Howlett, L., Jiménez, R., & Quirós, N. (1986). *Guía para la investigación*. San José: Editorial Nueva Década.
- Escalona, M. (2012). *De cuando los imaginarios emergen del conflicto: La Costa Rica imaginada durante la polarización ante el TLC*. Anuario de Estudios Centroamericanos, Universidad de Costa Rica, 38: 329-354, 2012 / ISSN: 0377-7316
- Fonseca, K. y Sandoval, C. (2006). *Medios de comunicación e (in)seguridad ciudadana en Costa Rica*. Cuadernos de Desarrollo Humano. 13(3), 7-37. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD): San José, Costa Rica.
- FECOUCO. (2006). *La nocividad ambiental del TLC*. Ambientico, ISSN 1409-214X N° 157 OCTUBRE; pp. 9 – 13.
- Ferris, J. (2012). *La triple crisis de los medios de comunicación*. Boletín de Estudios Económicos, Vol. LXVII – N° 207: 533 – 548.
- Fournier-Pereira, M. (2009). *Persuasión y discurso. Análisis comparativo en prensa nacional en torno a noticias sobre el Tratado de Libre Comercio*. (Tesis inédita para optar por el grado licenciatura). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.
- Foucault, M (1988). *El sujeto y el poder*. Revista Mexicana de Sociología, Vol. 50, No. 3, pp. 3-20
- Fuentes, R. (1999). *La Investigación de la Comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el Siglo XXI*. Comunicación Y Sociedad, número 36 (julio-diciembre), 105-132.
- Gallardo, H. (1984). *Teoría y Crisis en América Latina*. San José: Editorial Nueva Década.
- Gallardo, H. (1994). *Elementos de Investigación Académica*. San José: Universidad Estatal a Distancia.

- Gallardo, H. (2003). *Luchas revolucionarias e imaginario marxista de los movimientos sociales*. Manuscrito Inédito.
- Gallardo, H. (2004). *Antropología: enfoque interdisciplinario*. San José: Universidad Estatal a Distancia.
- Gallardo, H. (2015). *América Latina: Producir la Torre de Babel*. San José. Editorial Arlekin.
- Gallardo, H. (sf). *SOBRE LA PRÁCTICA DE UNA REVOLUCIÓN*. Heliogallardo-americalatina.info. Recuperado de http://www.heliogallardo-americalatina.info/index.php?option=com_content&view=article&id=212&catid=11:conversaciones&Itemid=106
- García, A y Alvarado, A. (2008). *Acciones colectivas y actores político-sociales en el año 2008. Informe final*. En Decimoquinto informe Estado de La Nación En Desarrollo Humano Sostenible. San José, Costa Rica.
- Gramsci, A. (1981). *Cuadernos de la cárcel*. Edición crítica del Instituto Gramsci. A cargo de Valentino Gerretana. (pp. 37-53, 167-177. Trad. por Ana María Palos. Revisada por José Luis González). México DF: Ediciones Era, S.A. de C.V. (Obra original publicada en 1975).
- Guevara, E. (1971). *Obra revolucionaria* (4ta. Ed.). México: Ediciones Era S.A.
- Hall, S. (1980). Codificar/decodificar (pp. 1-15. Trad. por Alejandra García Vargas). En: *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies*, 1972. Londres, Routledge & The CCCS University of Birmingham.
- Hall, S. (2010). *La Cultura, los medios de comunicación y el "efecto ideológico*. En: *Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales.*, 1st ed. Bogotá: Envión Editores, pp.221-255.
- Herrera, A y Cascante, R. (25/10/14). *AUTORIDADES SE SOCARON LA FAJA Y DETUVIERON A UNOS 69 HUELGUISTAS. Policía controla los muelles en Limón. La Teja*, versión impresa.

- Holland, P (2008). *The politics of the smile: "soft news" and sexualisation of the popular press*. En A. Biressi and H. Nunn (Eds), *The tabloid culture reader* (pp. 205 – 215). England: McGraw-Hill
- Hinkelammert, F. (1993). *El cautiverio de la utopía: Las utopías conservadoras del capitalismo actual*. Revista Pasos número 50, Noviembre-Diciembre, pp. 2-22.
- Imbert, G. (2003). *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular* (pp. 19-33, 57-105). Barcelona: Gedisa editorial.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos . Instituto Nacional de Estadísticas y Censos . s.f. <http://www.inec.go.cr/empleo> [Consulta 2 abr. 2017]
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. s.f. <http://www.inec.go.cr/otros-temas-ciencia-y-tecnologia/tecnologias-de-informacion-y-comunicacion-en-hogares> [Consulta 2 feb. 2017]
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. s.f. <http://www.inec.go.cr/economia/comercio-exterior-0> [Consulta 30 oct. 2018]
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. s.f. <http://www.inec.go.cr/pobreza-y-desigualdad/desigualdad> [Consulta 30 oct. 2018]
- Jacks, N. (2007). *Estudios sobre la televisión televisiva y la identidad cultural*. Comunicar, nº 30, v. XV, 2008, Revista Científica de Comunicación y Educación; ISSN: 1134-3478; páginas 61-65.
- Jiménez, O. (1993). *Cómo hacer análisis ideológico: propuesta metodológica de análisis ideológico de los discursos del Presidente Lic. Rafael Angel Calderón Fournier a la Asamblea Legislativa, mayo 1990-1992*. San José: Centro de Estudios y Publicaciones Alforja.
- Kosik, K. (1967). *Dialéctica de lo concreto* (Trad. por Adolfo Sánchez Vázquez). México, D.F.: Editorial Grijalbo. (Obra original publicada en 1963).

- Langer, J. (1998). *Tabloid television. Popular journalism and the "other news"*. London and New York: Routledge.
- La Nación S.A. y Subsidiarias. (2006). *Estados Financieros Consolidados 30 de septiembre del 2006 y 2005*. San José: Autor.
- La Nación S.A. y Subsidiarias. (2007). *Estados Financieros Consolidados 30 de septiembre del 2007 y 2006*. San José: Autor.
- La Nación S.A. y Subsidiarias. (2008). *Estados Financieros Consolidados 30 de septiembre del 2008 y 2007*. San José: Autor.
- La Nación S.A. y Subsidiarias. (2009). *Estados Financieros Consolidados 30 de septiembre del 2009 y 2008*. San José: Autor.
- La Nación S.A. y Subsidiarias. (2010). *Estados Financieros Consolidados 30 de septiembre del 2010 y 2009*. San José: Autor.
- La Nación S.A. y Subsidiarias. (2011). *Estados Financieros Consolidados 30 de septiembre del 2011 y 2010*. San José: Autor.
- La Nación S.A. y Subsidiarias. (2012). *Estados Financieros Consolidados 30 de septiembre del 2012 y 2011*. San José: Autor, 2012.
- La Nación S.A. y Subsidiarias. (2013). *Estados Financieros Consolidados 30 de septiembre del 2013 y 2012*. San José: Autor.
- La Nación S.A. y Subsidiarias. (2014). *Estados Financieros Consolidados 30 de septiembre del 2014 y 2013*. San José: Autor.
- La Nación S.A. y Subsidiarias. (2015). *Estados Financieros Consolidados 30 de septiembre del 2015 y 2014*. San José: Autor, 2015.
- La Nación S.A. y Subsidiarias. (2016). *Estados Financieros Consolidados 30 de septiembre del 2016 y 2015*. San José: Autor.
- Lechner, N. (1988). *Los patios interiores de la democracia* (pp. 45-67). Santiago de Chile: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Lefebvre, H. (1983). *La presencia y la ausencia. Contribución a la teoría de las representaciones* (Trad. por Oscar Barahona y Uxoá Doyhamboure). México, D.F.: Fondo de Cultura Económica. (Obra originalmente publicada en 1980).

- Livingstone, S. y Lunt, P. (1996). Rethinking the focus group in media and communications research. En *Journal of Communication*, Vol. 46: Issue: 2, pp. 79 – 104.
- Mata, M., y Scarafia, S. (1993). *Lo que dicen las Radios: una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. Quito: ALER.
- Mata, M. (2006). *Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico políticos de su articulación*. En *Revista Fronteiras- Estudos Mediáticos*, VIII (1): pp. 5-15.
- Manghi, P (2015). *La alegría se apaga en las redacciones brasileñas*. Media-tics: Información y Comunicación en la Era Digital, 02 Mar. 2015. Web. Recuperado de <https://www.media-tics.com/noticia/5368/e-latam/la-alegria-se-apaga-en-las-redacciones-brasilenas.html>
- Martner, C. (1999). *El puerto y la vinculación entre lo local y lo global*. *Revista eure* (Vol. XXV, N° 75), pp. 103-120, Santiago de Chile, septiembre 1999.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Martín-Barbero, J. (1992). *El proyecto: producción, composición y usos del melodrama televisivo*. En *Televisión y Melodrama* (1st ed, pp. 11– 37). Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Martín-Barbero, J. (2004). *Ideología: Los medios como discurso de poder* (3th ed, pp. 45 – 103). En *Oficio de cartógrafo: Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México: Siglo XXI editores S.A.
- Martín, K (2005). *La tiranía de los medios de comunicación: un análisis necesario*. En *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, vol. IV, núm. 106: 83-9.
- Martínez, M (2010). *La crisis de los grandes periódicos*. *Infoamerican Commucation*, 2: 139 – 148.

- Marx, K. (1968). *Manuscritos económicos-filosóficos de 1844* (Trad. por Wenceslao Roces). México, D.F.: Editorial Grijalbo. (Obra original publicada en 1932).
- Marx, K. (1980). *El Capital. Crítica de la economía política* (9th ed, pp.43 – 203. Trad. por Pedro Scaron). México: Siglo XXI editores S.A. (Obra original publicada en 1867).
- Marx, K., y Engels, F. (1992). *La Ideología Alemana*. En J.M. Bermudo (Ed), *La Cuestión Judía y Otros Escritos*. (1st ed., pp. 141-223). Barcelona: Editorial Planeta -De Agostini, S.A. (Obra publicada originalmente en 1932).
- Marx, K. (1999). *El Capital. Crítica de la economía política* (3rd ed. Trad. por Wenceslao Roces). México, D.F.: Fondo de Cultura Económica. (Obra originalmente publicada en 1867).
- Marx, K. (2003). *El 18 brumario de Luis Bonaparte*. Madrid, Fundación Federico Engels de Madris. Recuperado de www.engels.org.
- Mastrini, G (2017). *Economía Política de la Comunicación e Industrias Culturales: apuntes sobre su vigencia*. En *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 5: 139 – 148.
- Mastrini, G y Becerra, M (2009). *Los monopolios de la verdad: Descifrando la estructura y concentración de los medios en Centroamérica y República Dominicana*. Buenos Aires, Prometeo Libros.
- Mata, W. (27/10/14). BARRIO EXIGE A POLICÍA QUE DEVUELVAN SÍMBOLO DE UNIÓN Y DE SABROSA COCINA. LA OLLA DEL BOCHINCHE. *La Teja*, versión impresa.
- Mena, A. (2016). *TIC y medios de comunicación*. En informe *Hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento en Costa Rica*. Programa Sociedad de la Información y el Conocimiento. San José, C.R.: Prosic, Universidad de Costa Rica, 2016
- Meoño, M y Jara, D (2014). *Análisis financiero: corto, mediano y largo plazo. Tomo II*. Cartago, Editorial Tecnológica de Costa Rica.

- Molina, E. (2017). *Costa Rica y el proceso de producción del TLC: Estrategias de socialización profesional y nuevas élites estatales*. Anuario de Estudios Centroamericanos, Universidad de Costa Rica, 43: 189-223, 2017 / ISSN: 0377-7316
- Morley, D (1999). *Finding out about the word from television news: some difficulties*. En: *Television and common knowledge*, 1st ed. London: Routledge London and New York, pp.136-159.
- Muñoz, G (2003). *Análisis financiero de La Nación y subsidiarias y su relación con el comportamiento del precio de mercado de sus acciones comunes durante el período 1998-2002*. Tesis de Maestría. Universidad de Costa Rica.
- Orozco, G. (1997). *El Reto de conocer para transformar: Medios, audiencias y mediaciones*. En *Comunicar*, 9, pp.25-30.
- Orozco, G. (2010). *La investigación de las audiencias: viejas y nuevas*. En *Revista Latinoamericana de Comunicación*. Sao Paulo, Brasil: N° 13: 11-31.
- Pacheco, F. (2006). *TLC, agua y libre comercio*. *Ambientico*, ISSN 1409-214X N° 152 MAYO, pp. 6 – 8.
- Prior, M (2007). *From Choice to High Choice: The Impact of Cable television and Internet on News Exposure, Political Knowledge, and Turnout*. En *Post-broadcasting democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. New York: Cambridge University Press.
- Pursehouse, M (1991). *Looking at 'The Sun': into the nineties with a tabloid and its readers*. *Culture Studies from BIRMINGHAM*, (1), pp. 88 - 134.
- Raventós, C. (2008). *Balance del referendo sobre el TLC a la luz de la teoría de la democracia*. *Rev. Ciencias Sociales Universidad de Costa Rica*, 121: 13-29 / 2008 (III). (ISSN: 0482-5276)

- Raventós, C. (2018). *Mi corazón dice No. El movimiento de oposición al TLC en Costa Rica*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Ramírez, L. (2014). *¿Entonces qué mi rey? La Teja en Contexto electoral*. En Costa Rica: coyuntura electoral y medios de comunicación: elecciones 2014: memoria. San José: CICOM, 2014: 118-129.
- Rodríguez, A. (1997). *Prólogo*. Por Alvarado, H. (autor). Para descifrar el símbolo monetario y el fin del capital. Heredia, EUNA.
- Robles, F y Voorend, K (2011). *Los dueños de la palabra en Costa Rica en un contexto de reforma neoliberal*. Revista Rupturas 1 (2): 144-161.
- Robles, F. (2014). *Transformaciones y concentración en grupos de poder económico en Costa Rica (1980-2012)*. Revista Mexicana de Sociología, 76(1), pp.37-58.
- Robles, F (2017). *Élites en El Salvador: cambios y continuidades*. Anuario de Estudios Centroamericanos 43: 99-124.
- Rodrigo-Alsina, M. (2006). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Rovira, J. (2004). *El nuevo estilo nacional de desarrollo de Costa Rica y el TLC*. En Flórez Estrada, M. & Hernández, G. (Eds.), *TLC con Estados Unidos. Contribuciones para el debate. ¿Debe Costa Rica aprobarlo?* (pp.309-346) San José, Costa Rica: Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad de Costa Rica.
- Sandoval, C. (1996). *Sueños y sudores en la vida cotidiana*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Sandoval, C. (1998). *Comunicación: de la gran teoría a aproximaciones cualitativas*. En Comunicación y Cultura: una perspectiva interdisciplinaria (1st ed., pp. 89-100). San José: Editorial Departamento Ecuménico de Investigaciones.
- Sandoval, C. (2002). *Otros Amenazantes: Los nicaragüenses y la formación de identidades nacionales en Costa Rica* (pp. 3 - 102). San José: Editorial Universidad de Costa Rica.

- Sandoval, C. (2007). *Visperas del Referéndum: la posición de los medios*. En Revista Envío, UCA Nicaragua, Número 306.
- Sandoval, C. (2013). *Textos, audiencias y medios de comunicación. La persistencia de las preguntas*. Conferencia, "I Jornadas Centroamericanas de Estudios del Discurso: Discurso y Exclusión en Centroamérica", Universidad de Costa Rica.
- Sandí, S. (2/10/07). *Presidente Ocas Arias "SI TLC no sirve, nos salimos"*. La Teja, versión impresa.
- Sandí, S. (8/10/07). *APARTIR DE HOY DEBE PALPITAR UN SOLO CORAZON. LOS TICOS DIJERON SI*. La Teja, versión impresa.
- Segovia, A (2005). *La influencia de los grupos de poder económico en América Central*. En Integración real y grupos de poder económico en Centroamérica: implicaciones para el desarrollo y la democracia en la región. San José, Fundación Friedrich Ebert.
- Serrano, M. (1993). *La mediación de los medios de comunicación* (pp. 141 – 162). . En M. de Moragas (ed). *Sociología de la comunicación de masas I*. Escuelas y autores. México, Gili.
- Siles, I y Boczkowski, P.J (2012). *Making sense of the newspaper crisis: A critical assessment of existing research and an agenda for the future work*. En *New & Society*, Vol. 14, Issue 8, pp. 1375-1392.
- Superintendencia de Telecomunicaciones (2016). *Estadísticas del sector de telecomunicaciones. Costa Rica. 2015*. San José: Autor.
- Sunkel, G. (2002). *La prensa sensacionalista y los sectores populares*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Tribunal Supremo de Elecciones. Tribunal Supremo de Elecciones s.f. <<http://www.tse.go.cr/estadisticas.htm>>

- Tristán, L. (2015). *El barrio multicultural en el discurso periodístico informativo. Análisis del mensaje y su recepción por parte de un grupo de adolescentes del barrio de Raval de Barcelona*. (Tesis inédita para optar por el grado de doctorado). Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España.
- Thompson, J.B (2005). *La nueva visibilidad*. PAPERS Revista de sociología. Vol. 78, No. 840: 11-29.
- UNESCO. (1982). *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego* (pp. 7 – 25). México: Fondo de Cultura Económica.
- van Dijk, T.A. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. España: Paidós.
- van Dijk, T.A. (2009). *Discurso y poder* (1era ed., pp. 19 – 121, pp. 149 – 181). Barcelona: Editorial Gedisa S.A.
- Vargas, L. (2011). *La estrategia de liberalización económica (período 1980 – 2000)*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Vargas, L. (2016). *El proyecto Histórico Neoliberal en Costa Rica (1984 – 2015): Devenir histórico y crisis*. Rev. Rupturas 6(1), Costa Rica, Ene-Jun, 2016. ISSN 2215-2466 pp 147-162.
- Villamil, J. (2016). *Tarde y a la baja en publicidad y audiencias, Televisa pretende competir en el mercado de streaming*. En Semanario Proceso, 4 de marzo de 2016. Recuperado de <http://www.proceso.com.mx/432359/tarde-a-la-baja-en-publicidad-audiencias-televisa-pretende-competir-en-mercado-streaming>
- Villamil, J. (2017). *Televisa se desmorona y Azcárraga se repliega*. En Semanario Proceso, 28 de octubre de 2017. Recuperado de <http://www.proceso.com.mx/509111/televisa-se-desmorona-azcarraga-se-repliega>
- Villoro, J. (2015). *¿Hay vida en la tierra?*. México: Almadía Ediciones.

- Volóshinov, V (2009). *El marxismo y la filosofía del lenguaje* (Trad. por Tatiana Bubnova). Buenos Aires: Ediciones Godot. (Obra original publicada en 1930).
- Wong, R (s.f.). *Módulo de análisis financiero*. Manuscrito inédito.
- Williams, R. (2002). *Marxismo y literatura* (Trad. P. Di Masso, pp. 91 – 159). Barcelona: Ediciones Península s.a. (Obra publicada originalmente en 1977).
- Zallo, R. (2011). *Retos actuales de la economía crítica de la comunicación y la cultura*. (Albornoz, L. Comp. pp. 17-60.). En Poder, Medios, Cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación. Buenos Aires: Paidós.
- Zeledón, M. (1987). *Introducción*. En Zeledón, M (ed.), *La desinformación de la prensa en Costa Rica: un grave peligro para la paz*. Heredia, Costa Rica: Instituto Costarricense de Estudios Sociales.

Anexo 2 Ficha 2 Análisis referencial. Actores

Ficha 2. Análisis referencial. Actores.									
Noticia/titular/fecha	Item y tema		Actores	Características y atributos	Roles actanciales	Roles sociales = Actor.	Transformaciones	Conflictos y consensos	Sanciones
	Tema e ítem principal	Ítems relacionados							

Anexo 3 Ficha 3 Modos directos de aparición del enunciador

Ficha 3. Modos directos de aparición del enunciador.		
Noticia/titular/fecha	Léxico subjetivo	Juicios y sentencias.

Anexo 4 Ficha 4 Análisis enunciativo: estrategias de posicionamiento

Ficha 4. Análisis enunciativo: Estrategias de posicionamiento.													
Noticia/titular/fecha	Modos de presentación.				Función mediadora		Actitud del enunciador						Temas relevantes
	Denuncia		Propuesta				Conflictos			Consensos			
	Periodista	Fuente	Periodista	Fuente	SIMB.	PRAG.	APOY	COND	NO	APOY	COND	NO	

Anexo 6 Ficha 6. Análisis enunciativo: estrategias expres

Ficha 6. A													
Noticia/titular/fecha													

Anexo 5 Ficha 5. Análisis enunciativo: estrategia de persuasión, legitimación y verosimilización

Ficha 5. Análisis enunciativo: estrategia de persuasión, legitimación y verosimilización.				
Noticia/titular/fecha	Estrategias persuasivas: NP		Estrategias de legitimación y verosimilización	
	Titular	Imágenes	Validación de fuentes	Procedimientos veredictorios

Anexo 4 Ficha 4 Análisis enunciativo: estrategias de posicionamiento

Ficha 4. Análisis enunciativo: Estrategias de posicionamiento.													
Noticia/titular/fecha	Modos de presentación.				Función mediadora		Actitud del enunciador						Temas relevantes
	Denuncia		Propuesta				Conflictos			Consensos			
	Periodista	Fuente	Periodista	Fuente	SIMB.	PRAG.	APOY	COND	NO	APOY	COND	NO	

Anexo 5 Ficha 5. Análisis enunciativo: estrategia de persuasión, legitimación y verosimilización

Ficha 5. Análisis enunciativo: estrategia de persuasión, legitimación y verosimilización.				
Noticia/titular/fecha	Estrategias persuasivas: NP		Estrategias de legitimación y verosimilización	
	Titular	Imágenes	Validación de fuentes	Procedimientos veredictorios

Anexo 6 Ficha 6. Análisis enunciativo: estrategias expresivas

Ficha 6. Análisis enunciativo: estrategias expresivas.				
Noticia/titular/fecha	Estrategias expresivas.			
	Lenguaje popular	Lenguaje concreto	Emotividad	Atención receptor

nuestro tema

Pásenos el santo

Conténtenos su historia en los comentarios al 4107-8508 o al 4107-8501. escriba a: karen.fernandez@lateja.co.cr, ricardo.silesky@lateja.co.cr y a wendy.mata@lateja.co.cr



WENDY MATA
wendymata@lateja.co.cr

Probablemente hasta el riquísimo plato bochinche han cocinado en ella, pero en esta oportunidad, un bochinche más bueno se cocinó con una olla que pertenece a los vecinos del barrio La Loma Los Gemelos, en San Juan de Limón.

Resulta que los vecinos de esta comunidad están chivas con la Policía porque en medio de las broncas callejeras que se armaron estos días paralelas a la huelga en los puertos caribeños, los "polis" se "cargaron" el viernes la olla del barrio.

Por ese lugar pasan los bichos cuando son perseguidos por las autoridades y la Fuerza Pública trata de repelerlos lanzando gases lacrimógenos y decomisando artículos peligrosos.

Y en medio de los decomisos se fue la famosa olla.

Muy querida y necesaria. La cosa es que hace un año entre todos los vecinos compraron la bendita olla para cocinar las delicadas caribeñas que saborean en actividades especiales.

"Esa ollita nos costo \$109 mil y entre todos pusimos para comprarla. Aquí somos muy unidos, todos los días nos reunimos, algunos días cocinamos para todos y a veces hacemos carne asada", contó doña Jennifer Barilla, la mejor cocinera del barrio.

Nancy Hernández contó que también la usan para hacer olla de carne. Unos ponen verduritas, otros la "nécar" y otros llevan la leña y prenden el fuego.

Doña Jennifer aseguró que la olla estaba en agua, afuera de su-



Esta peli'jala con la olla con todo y costra. ¿Qué se hizo?



En barrio La Loma los vecinos están sufriendo por la olla con la que cocinaban rico.

sa, para que saltara la costra que había quedado de la sabrosa olla de carne que habían probado.

Pero todos quedaron con los ojos cuadrados cuando vieron a un poli que jalaba con la olla e incluso le tomaron fotos.

"Ya preguntamos a la comandancia de Limón, pero nos dicen que no saben nada, que vayamos a San José. No es solo la olla, es la tranquilidad que ya perdimos", agregó doña Jennifer.

En la olla también hacían el deliciosa rice and beans, rondon, frijolitos blancos y arrozillo con leche. Y por sí quedó picado, el bochinche se hace con pasta, bistec y queso.

Poniendo orden. El ministro de Seguridad, Celso Gamboa, dijo

que los oficiales están poniendo orden.

"No estoy enterado de que hayan decomisado una olla. Si estoy enterado de que estos vandálicos están causando daños y por eso es que intervienen los oficiales, para devolver el orden en barrio San Juan y las zonas de Limón donde están causando estos actos repudiables", aseguró Gamboa.

"Los vecinos deben poner la denuncia en el Ministerio Público. Lo que menos quisieramos es que la población limonense sufra", agregó el ministro.

Doña Jennifer dijo que harán una reunión con los vecinos para valorar si ponen la denuncia porque no creen que logren mucho con eso.

Finde estuvo feo. En el cantón central de Limón la Fuerza Pública impidió que presuntos delincuentes atacaran a furgoneros.

Según Nils Ching, subdirector de la Fuerza Pública, los objetos que tiraban son lo que conocen popularmente como "miguelitos".

Se trata de unos unos ganchos de fierro con puntas afiladas que al ser tirados sobre la calle, las puntas quedan hacia arriba y se clavan en las llantas de los carros.

En Patate, Cieneguilla y Corales detuvieron a siete sospechosos que estaban cerrando vías.

Entre los detenidos está un sujeto de apellido Arce, quien tiene orden de captura por violencia intrafamiliar.

Según el ministro de Seguridad,

CREO QUE...



JENNIFER BARILLA
AFECTADA

JOHAN DUBÓN

"Mujeres y niños quedamos atrinchados mientras el barrio se con virtió a un desorden"

el sábado Fuerza Pública decomisó una granada casera y armas de fuego. Gamboa dice que Limón ya volviendo a la calma y espera esta semana plinte tranquila.

76

DIPUTADOS POR UN DÍA

Las modelos más jóvenes se estrenaron con el referendo

Fue su primera vez



✦ **SERGIO CASTRO GLEZ**
sercastro@elja.com

Algunas se pusieron nerviosas, otras llegaron como si tuviera mucha experiencia, pero ir a votar por primera vez fue un momento inolvidable para las modelos más jóvenes del país.

Tatiana Chavarría, quien fue una de las finalistas en la París del Brno de Abasco, cumplió el miércoles 19 años. En las elecciones pasadas no votó, pero ayer desde muy temprano salió con su familia en Palmarco a buscar la mesa. "Estaba decidida a votar por el Sí desde hace tiempo", nos contó agradecida que fue una "forma de expresarse, sin nervios".

Jerly Esquivel también acudió por primera vez a una mesa de votación y ella votó por el Sí, pues piensa que el tratado beneficiará no sólo al país y a sus habitantes, "sino también a los tícos que nazcan en el futuro".

Mujeres de experiencia
Otras modelos ya vivieron lo que es la fiesta democrática y ayer no se quedaron sin votar.

Nadia Quenda tuvo la ventaja de que su papá le explicó detalles del TLC, pues estuvo brindando capacitaciones en este tema. "Yo pienso que el país tiene que surgir y desarrollarse, los hijos que vengan en el futuro requieren de buenos trabajos, hay que abrir fronteras", aseguró la modelo.

Jenny Ramírez, quien hace algunos meses regresó de México, también vivió la "fiesta".

Ella a las 7 de la tarde se fue a votar por el No, pues cree que hay más gente que no se beneficiará.

Sin embargo está consciente de



JERLY ESQUIVEL

"Primero pensaba no ir pero luego me explicaron bien, busqué información y me decidí".



FABIOLA GORDERU

"Al principio tanta información lo confunde a uno, luego tome la decisión de no ir a votar".



Nadia no sé tiempo en el trabajo para ir a votar.



Jenny Ramírez se votó para el No, pero cree que hay más gente que no se beneficiará.

CREO QUE...



STEVEN ZÚNIGA
18 AÑOS

"Me da igual, pero es una decisión de todos, que se tiene que hacer".



LUIS GAMBOA
19 AÑOS

"Es más importante que votar para presidente, es para el futuro de los que estamos jóvenes".

2

nuestro tema

Su tema...

AGITACIÓN EN VOTACIONES EN MONTECILLOS DE ALAJUELA

LA MACHOTA QUE ENGAÑÓ LA MESA

JEISON GRANADOS
@granados@laprensa.com

El día 14 de mayo se agitó el ambiente electoral en la escuela Maurilio Cortés, en Montecillos de Alajuela.

Entre gritos, chillidos y frases como: "¡riele papi!", "¡deme un besito guapa!", "¡cuidado se le suelta la lliga" y "¡macha buenota!", María Ponté, dio de que hablar mientras caminaba hacia la mesa donde debía votar.

Con un secado pantalón, unas altas botas de tacón, una pequeña blusa que dejaba su espalda descubierta y una colochuda peluca que se le movía para todo lado al ritmo de un sexy paso, Ponté engañó a los miembros de mesa.

Cuando llegó a la urna, presentó su cédula y el fiscal del Tribunal de Elecciones, Arturo Villalobos, dudó del nombre: Wagner González, se restregó los ojos para verla bien por que la machota resultó ser un hombre más bien un gay transformista.

"Nunca me había pasado algo así, por un momento dudé, pero el presento su cédula, confirmamos que fuera el mismo de la foto y le di mis felicitaciones", dijo Villalobos.

Ponté se levantó ayer a las 12 mediodía porque trabaja en el Bar "Puchos" y llegó a su casa a las 7 de la mañana.

En realidad fue una sorpresa, nunca había votado vestida de mujer, la gente de la mesa me trató bien, por lo menos se ve un poco más la aceptación, los piropos y frases no me afectan, estoy bien y medite mi voto, esperamos que sea la mejor decisión", dijo Ponté quien no reveló por quien votó.

David Curriera, el novio de María, no se le despegó ni un solo minuto. "Es una persona que habla por su vida, le aplaudo lo que hizo, es mi pareja y siempre la apoyaré".



ALVARO HERRERA / PANA LT

Al llegar a votar los fiscales de mesa dudaron, porque en la foto aparecía un hombre y al frente tenían una machota.



ALVARO HERRERA / PANA LT

María trabaja en "Puchos" desde hasta a Madama y a Vert.



María exhibió más que el pique entre los del SI y los del MO.



ALVARO HERRERA / PANA LT

Al entrar a la escuela Ponté estaba nerviosa de lo que pudiera pasar.



ALVARO HERRERA / PANA LT

Muchos se acercaron al voto luego.

CREO QUE...



DAVID CORDEIRO
MOVIE DE PAS
"Es una persona que itcha, se ve muy guapa, tiene un apuro emocional".

BRYAN OLIZMAN
VOTE DE MESA



"Estamos en un país lleno de libertades, tenemos democracia, respeto la decisión".



MARIJKE HERNANDEZ
VOTANTE
"Soy muy militar, se me da ningún problema que venga así a votar".



María ejerció su derecho a cumplir sus deberes.