



Luego del referendo

## Boicot a grandes medios de comunicación está en marcha



Vinicio Chacón  
redactor

*Iniciativa obedece a un descontento con el manejo informativo durante la consulta del 7 de octubre, mientras crece el apoyo a medios alternativos..*



"Los límites de la democracia quedaron crudamente expuestos: el gobierno y la mayoría de los medios de comunicación se olvidaron de todo el decoro, del respeto a las reglas del juego y la decencia. Rompieron la tregua, mintieron, metieron miedo, en fin, jugaron sucio con todo su poder y su plata".

Así reza uno de los mensajes de correo electrónico en que parte de la ciudadanía convoca a boicotear a algunos medios de comunicación cuestionados por el manejo de la información que tuvieron ante el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, República Dominicana y Estados Unidos (TLC) y el referendo que a propósito se realizó el 7 de octubre.

El Grupo Nación S.A. y Repretel son las empresas mediáticas más fuertemente criticadas y hacia las cuales se dirige esa iniciativa, amparada por los Comités Patrióticos y otras agrupaciones sociales.

Se han dado adhesiones públicas a esta iniciativa en los últimos días. Por ejemplo, el pasado 2 de noviembre varias personas con "responsabilidades de representación laboral" en la Asociación Nacional de Empleados Públicos y Privados (ANEP), se presentaron en las oficinas del Grupo Nación para cancelar sus suscripciones, principalmente al matutino La Nación.

En una carta entregada por esa representación sindical, que el medio publicó, la ANEP consideró que el enfoque noticioso de ese periódico sobre el TLC y el referendo, "careció del necesario equilibrio y equidad informativa que presupone una transparente participación democrática para un sistema republicano de convivencia institucional, en



el cual la ciudadanía puede ejercer, sin presiones y sin coacciones, el sagrado derecho del voto".

También señala que "no podemos contribuir a las ganancias" de esa empresa, pues "nuestra organización es vilipendiada, atacada, descalificada y satanizada desde sus infames páginas". Al mismo tiempo, denuncia que ese matutino "llegó al extremo de inventar la presencia de nuestra máxima dirigencia en eventos en los que no ha estado y, peor aún, inventando declaraciones periodísticas que jamás se dieron".

"No es ese el tipo de periodismo que necesita la democracia", sentencia la misiva de ANEP.

## **CUESTIONAMIENTOS**

Las críticas a Repretel y La Nación arreciaron luego del manejo de la información que se dio durante el fin de semana del 5 al 7 de octubre, del referendo.

En la edición del 11 de octubre de UNIVERSIDAD, el académico y exdirector del Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART) Oscar Aguilar Bulgarelli, no dudó en calificar el resultado del proceso electoral como producto de un "fraude, dictadura o manipulación mediática".

Aguilar destacó "noticias permanentes en que sólo la gente del "Sí" habló" y que el Ministro de la Presidencia Rodrigo Arias "se convirtió en el best-séller de la televisión".

Por otra parte, el Magistrado Presidente del Tribunal Supremo de Elecciones, Luis Antonio Sobrado, reconoció en entrevista publicada en la edición del 18 de octubre de UNIVERSIDAD, que 95% de las denuncias que éste recibió durante el día de la elección se debieron al manejo de la información.

Mientras tanto, los Comités Patrióticos han manifestado posiciones coincidentes en sus críticas a las empresas mediáticas.

Un documento titulado Declaración de los Comités Patrióticos de Guanacaste, denuncia que la tendencia del "Sí" contó "con la ayuda de los medios de comunicación". Agrega que "Irrespetando las reglas del juego durante la tregua, reprodujeron propaganda generada por los medios de comunicación estadounidense, disfrazada de información".

Otro caso es el del Comité Patriótico de Curridabat, que en un manifiesto posterior al referendo, denunció "la presión de la Casa Blanca durante la tregua propagandística, pues envió un mensaje de extorsión y manipulación a los ciudadanos costarricenses".

De acuerdo con esa agrupación, ese mensaje fue enviado en coordinación con medios informativos internacionales, "como la CNN", y medios nacionales, "como el periódico La Nación y Canal 6".

Ese manifiesto menciona también en ese esfuerzo coordinado "a algunas corporaciones internacionales y empresas "nacionales" que amenazaron mediáticamente a los costarricenses con tácticas de terrorismo económico, como es habitual en las dictaduras y regímenes autoritarios con un profundo desprecio por la opinión pública, la ética y el espíritu humano".

## **ACCIÓN CONCRETA**

Para el fotógrafo y profesor universitario Jorge Albán, quien forma parte del Comité Patriótico del Barrio El Carmen en San José, lo principal es que las instituciones "se deben defender desde donde sea, a veces desde adentro, a veces desde afuera; la historia nos enseña que con frecuencia en Costa Rica la institucionalidad se ha tenido que defender desde afuera".

Desde esa perspectiva, señaló que herramientas como el boicot, las manifestaciones y los bloqueos "son válidas y legítimas, sobre todo en un país que tiene una tradición centenaria de resistencia civil no violenta".

Opinó que en el contexto actual, el boicot es "absolutamente un mecanismo de defensa de la institucionalidad", pues desde su óptica el gran perdedor del referendo no fue el movimiento del "No", "que continuará de una forma u otra", sino la institucionalidad del país, "pues se legitimó la impunidad y yo no quiero vivir en un país así".

Sobre la efectividad del boicot, Albán apuntó que si la población se informa por el mismo medio que pretende boicotear comercialmente, "podemos caer en una contradicción y círculo vicioso informativo".

El fotógrafo, quien mantiene el blog Ayer estaba aquí ([ayerestabaqui.blogspot.com](http://ayerestabaqui.blogspot.com)), opinó que La Nación no informará sobre los efectos del boicot, "así que no basta con decir 'no compro La Nación' sino aprender a informarnos por otros medios".

"No se trata de boicotear dos semanas y que después pidan perdón, tiene que ser un compromiso de largo plazo que no va a funcionar si nos informamos por los mismos medios que boicoteamos", insistió.

En ese sentido, destacó el potencial de los comités patrióticos para generar medios locales, "sean boletines o radios piratas". Añadió que "hay que romper la centralización de la información que se da a través de las oficinas de propaganda en que se han convertido los grandes medios".

David Rojas, del Movimiento Estudiantil Alternativo (MEA) expresó que uno de los ejes fundamentales del trabajo de esa organización es "la denuncia de que el llamado cuarto poder está en manos de los grupos financieramente poderosos y la lucha contra ello".

El MEA ha organizado varios actos de protesta en apoyo de la iniciativa del boicot, como lo han sido sendas caravanas de automóviles que han pasado por las oficinas de La Nación, Repretel y la casa de habitación del presidente Arias en Rohrmoser.

Así, Rojas destacó la importancia de organizar protestas "muy puntuales para visibilizar el descontento de la población", al igual que fortalecer los medios alternativos a través de la formación de cadenas informativas y que esos mismos medios comuniquen sobre la existencia de otras opciones.

También recalcó la necesidad de difundir en la población información sobre la propiedad de los grandes medios de comunicación, por ejemplo, "que el empresario mexicano Ángel Remigio González es el verdadero dueño de Repretel".

González es un mexicano que monopolizó todos los canales de televisión abierta de Guatemala, tal y como lo consignó el matutino La Prensa Libre de ese país, en su edición del pasado 18 de enero.

"Es importante hacer un trabajo desde los Comités Patrióticos, para que toquen puertas e incluyan este tema", añadió.

Subrayó que el boicot es un arma efectiva, pues dijo tener informes de que ha bajado la circulación de La Nación.

"Es una forma válida desde los movimientos sociales para contrarrestar el monopolio informativo de los grandes medios de comunicación", agregó.

"Cuando se traiga abajo a La Nación, eso será señal de que la opinión pública es muy crítica. Hay mucha gente convencida de que La Nación miente, potenciar eso es potenciar la criticidad. Es importante que la gente no tome como cierto algo por el simple hecho de que aparece en un periódico o en la tele".

Al respecto, Rojas detalló que hay dos formas por las cuales un medio de comunicación puede mentir:

tergiversando lo que ocurre y ocultando información, "como ocurrió con el tema de la Iniciativa de la Cuenca del Caribe".

Respecto de la iniciativa de boicot y sus efectos, se buscó el criterio del director de La Nación, Alejandro Urbina, así como de la directora de Noticias Repretel, Marcela Angulo, mas al cierre de edición ninguno contestó los correos electrónicos enviados.

## **UNA TENDENCIA PELIGROSA**

Carlos Sandoval, Director del Instituto de Investigaciones Sociales (IIS) de la UCR, no dudó en afirmar que la iniciativa de boicot o desafiliación debe ser pensada como parte "de los saldos abiertamente positivos de la coyuntura del TLC y el referendo", pues más allá de los resultados específicos de la elección, "se ha reactivado una mayor criticidad sobre el rumbo del país".

Al mismo tiempo, afirmó que también reactiva un tema que ha estado en segundo plano, cual es la rendición de cuentas por parte de los medios de comunicación.

"Es interesante que mientras la clase política había perdido legitimidad, los medios no, hasta ahora. Esto plantea interrogantes, pues estos últimos tendrán que rendir cuentas y construir su propia legitimidad, en particular Repretel y La Nación".

Sandoval, quien posee un Doctorado en Estudios Culturales de la Universidad de Birmingham, Inglaterra, calificó el caso de La Nación como "muy interesante", pues su público mayoritario son las clases medias, y buena parte de ellas se opusieron al TLC. "Esa empresa debe interrogarse hasta dónde ha perdido contacto con el sector que es su mayor público".

El analista consideró que desde su mismo nombre La Nación pretende ser "la nación", o sea, el conjunto de los habitantes y su gran reto es cómo serlo, "cómo convertir su título en una promesa autocumplida".

En ese sentido, Sandoval identifica como "gran estrategia" diversificar las publicaciones. Recordó que el último proyecto fue La Teja y que "se habla de un proyecto dirigido a la población joven, lo cual es interesante porque es un intento por llegarle a uno de los núcleos duros del "No".

El investigador apuntó que las críticas a La Nación confirman la necesidad de que haya alternativas, pues no existen en forma de un diario que llene ese vacío.

Sobre los medios televisivos, Sandoval consideró que el enojo es "más difuso" y enfatizó su análisis en el matutino La Nación, pues "se convirtió en articulador" del "Sí".

"Quien llevó la bandera del "Sí" fue una alianza de cúpulas con La Nación al frente; un síntoma de todo esto es el reencuentro de Oscar Arias con ese medio, luego de que hace 20 años estuvieran enfrentados", indicó.

Sobre la herramienta del boicot, Sandoval opinó que es una medida efectiva, pues ese periódico depende mucho de las suscripciones y el acto de cancelarlas tiene un efecto tanto económico como político.

Agregó que durante la campaña de cara al referendo, los periodistas de ese diario "editorializaron más que los columnistas y desde su propia perspectiva y la del país nada ganan con gente tan recalitrante en su conducción editorial".

Aparte de que La Nación ha perdido "la capacidad de hacer alianza con otros grupos con los que podría coincidir en algunos temas", Sandoval criticó el hecho de que al interior de la redacción "hay gente muy talentosa con

posiciones políticas más moderadas que es relegada a una periferia y con eso el mismo periódico pierde, por escribir con esa vehemencia recalcitrante del fundamentalismo del mercado".

"No sé si se dan cuenta de lo mucho que arriesgan y no han creado una generación de relevo para la conducción editorial", dijo. La Nación alienta algo que "es muy peligroso": la actitud del gobierno a "entronizarse", que consiste "en la poca presencia de diálogo y discusión de puntos de vista diferentes".

Añadió que "el margen estrecho con que ganó el "Sí" y con que triunfó Arias en las elecciones del 2006, debería llamarlo a hacer acuerdos, pero no lo ha hecho y más bien su propia debilidad electoral lo lleva a ser poco conciliador, lo cual es peligroso y también eso es responsabilidad de los medios de comunicación".

## Apoyo a UNIVERSIDAD

Varios funcionarios del Poder Judicial han decidido visibilizar su desencanto con el manejo informativo que se vivió durante el proceso de referendo y al mismo tiempo dar su apoyo a UNIVERSIDAD.

David Fallas, letrado del Poder Judicial, informó que alrededor de 40 personas, en su mayoría funcionarios, han optado por suscribirse a UNIVERSIDAD "por ser el medio que con mayor contundencia expuso una visión alternativa a la oficial durante el proceso de referendo".

"Fue el único medio que se preocupó por informar lo correspondiente a ambos grupos en pugna", señaló, "aparte de que sabemos que el Semanario y las universidades públicas estuvieron bajo ataque y consideramos importante solidarizarnos".

Fallas informó que varias personas iniciaron una recolección de firmas para "demostrar nuestro descontento con ciertos medios; algunos han cancelado suscripciones y otros sencillamente dejamos de comprarlo, en mi caso, dejé de buscar La Nación de los domingos".

"Tenemos la sensación de que estos medios asumieron un papel de parte interesada, más que de informador, lo cual no es sano", añadió.

Hugo Porter, quien es Juez Penal del Segundo Circuito de San José, también se adhirió a la idea. Recordó que en un momento determinado después del 7 de octubre, "varios funcionarios de la Corte coincidimos en la lectura de que ciertos medios manipularon la información para lograr un resultado".

"No es la primera vez que esto sucede, pero es una situación donde salta a la vista la manipulación para modificar la opinión pública".

Así, consideran que no sólo hay que cancelar el apoyo a esos medios, sino que hubo consenso en apoyar a UNIVERSIDAD.

"Es una medida de protesta entre otras que hemos analizado. Si bien no llega a ser boicot, es una toma de conciencia de que le damos el poder a los medios para que hagan lo que les dé la gana, porque somos nosotros quienes se lo damos al comprarlos día a día".

En ese sentido, Lilliana Madrigal, Coordinadora de la Sección de Circulación y Mercadeo de UNIVERSIDAD, destacó que cuando inició sus labores hace dos años y medio, "había que ir a buscar a la gente y hacerles ver la importancia del medio para vender suscripciones, ahora más bien llegan a buscarnos".

Madrigal subrayó que actualmente la línea telefónica para suscripciones se satura, pues "a mucha gente con sólo leer en ejemplar se le abrió una visión de la posibilidad diferente para informarse".

Al tiempo que indicó que varias ediciones de este medio se han agotado, que se ha "traspasado" el límite de la impresión y que "no podemos cubrir toda la demanda"; destacó que "recibimos felicitaciones por el único hecho de trabajar en el Semanario, al que identifica como único medio que ofrece una noticia real, clara y transparente".

Madrigal calificó como "impactante" el comportamiento del público antes y después del referendo, pues el mismo día que sale el periódico se satura la recepción con personas que quieren comprar varios ejemplares.

Informó que también se han acercado muchas personas interesadas en distribuirlo, "quieren ser semilla en sus propias comunidades, por ejemplo nos han llamado de Santa Cruz, San Carlos y Guápiles, nos ofrecen sus recursos y tiempo por convicción personal".

La funcionaria dijo estar "muy satisfecha" por el apoyo de las autoridades universitarias, aunque comunicó la necesidad de "una infraestructura mayor para cumplir con la demanda".

