

La otra guerra. Chiapas, sus protagonistas y la teleaudiencia¹

Guillermo Orozco Gómez

Programa Institucional de Investigación
en Comunicación y Prácticas Sociales
Universidad Iberoamericana-Santa Fe

CHIAPIAS HA sido escenario de dos guerras simultáneas, una con fusil y otra con información. La primera ha tenido lugar entre dos ejércitos: el Mexicano y el Zapatista de Liberación Nacional (EZLN). La otra se ha realizado a través de los medios de comunicación, entre varios protagonistas, y en particular desde la televisión mexicana frente a sus audiencias, quienes han sido “bombardeadas” con diversas representaciones.

El objeto del presente análisis es precisamente dar cuenta de las estrategias de información instrumentadas por algunos de los principales protagonistas de esta guerra informativa: la televisión, los periodistas, el gobierno, el EZLN y la sociedad civil. Con base en este análisis, en la última sección se esboza una estrategia para la educación televisiva de las audiencias. El análisis se concentra en los primeros seis meses del conflicto, enero/junio de 1994.²

De los distintos aspectos que pueden resaltarse de la guerra informativa en Chiapas, considero que son precisamente las *estrategias comunicativas* de los

1 Una versión anterior de este texto fue presentada como ponencia en el Tercer Congreso Internacional de Pedagogía de la Imagen: “La Realidad Inventada”. La Coruña, Galicia, España, Julio 1994. Esa versión se publicó en la revista *Voces y Cultura*, Núm. 9. Barcelona, España, Verano 1995. Quiero agradecer la valiosa colaboración de Luis Fernando Menéndez Medina a lo largo de la elaboración de este texto.

2 La mayoría de la información fue obtenida de noticias televisivas y de la prensa escrita. También se tomaron como referentes los videos realizados por Epigmenio Ibarra para la cadena Multivisión, el del “Canal 6 de Julio”, y los 5 videos elaborados por la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión.

protagonistas involucrados, las que, por una parte, definen su papel, en este caso en la generación, circulación y recepción informativas, y permiten observar la racionalidad de las representaciones en juego y, por otra parte, son las que conllevan mayores posibilidades pedagógicas para el diseño, a su vez, de *estrategias alternativas de recepción* con los diversos segmentos de la audiencia (Orozco, 1993). Por esto, a lo largo del texto, las estrategias de los protagonistas son asumidas como el eje del análisis.

Los protagonistas

Por lo menos cinco protagonistas emergieron el primero de enero de 1994. El EZLN cobró vida pública como movimiento político armado irrumpiendo en el escenario nacional e internacional como un sujeto emisor de múltiples y certeros mensajes. La sociedad civil emergió en repetidas ocasiones para reclamar públicamente su derecho a estar bien informada y recuperar su papel activo en la comunicación. La prensa escrita, por lo menos un amplio sector de periodistas, se levantó como el contingente de información más aguerrido e independiente en la cobertura, debate y difusión de los sucesos de Chiapas; tanto, que mereció el calificativo de “tercer ejército”.

De esta manera, tres entes sociales colectivos, EZLN, sociedad civil y prensa escrita se instauraron como protagonistas activos en la conformación de la representación del conflicto de Chiapas ante la opinión pública, antes esencialmente estimulada por los intereses privados de los dueños de los medios electrónicos y por el gobierno mexicano. Dos protagonistas éstos, que sin embargo, siguieron estando presentes en la contienda informativa, constituyendo el flanco “contrainsurgente”. Estos dos protagonistas atrincherados en la oficialidad y el poder, frecuentemente impune, lucharon por mantener el control de las imágenes, las palabras y los mensajes, pugnando así por lograr el control de los protagonistas emergentes, en una guerra de representaciones sin tregua y sin diálogo.

Las estrategias comunicativas en juego

Tanto el EZLN, como la sociedad civil, como los mismos periodistas instrumentaron estrategias distintivas a través de las cuales se fueron constituyendo a sí mismos como sujetos activos y creativos del intercambio informativo.

La estrategia “zapatista”

El EZLN optó por una estrategia de comunicados cada vez más diferenciados y especializados, según los segmentos de audiencia a los cuales quería llegar y según el momento de su proceso de lucha. Su meta original parece haber sido el lograr presencia masiva, y su objetivo general, alcanzar una creciente credibilidad entre la audiencia, pero sobre todo, ganarse su simpatía. Tuvieron la sabiduría de considerar que si la credibilidad se finca en razones, en principios y valores y se gana con honestidad, la aceptación de su existencia y sus metas por parte de una audiencia masiva que ha visto mucha televisión, más bien se sustenta en emociones.

En una primera etapa, al comienzo del estallido del conflicto, miembros del EZLN comenzaron dejándose entrevistar y fotografiar por reporteros y turistas. La gravedad de su primer comunicado de declaración de guerra contra el Ejército Mexicano convocó a los diversos medios masivos de información nacionales y extranjeros. Como lo dijo “Marcos” a la cadena mexicana Multivisión: “no salimos a que nos mataran, sino a hacernos escuchar” (Ibarra, 1994), que parece sintetizar su estrategia permanente de comunicación.

En una segunda etapa, los comunicados del EZLN conllevaron ampliaciones y matices de su posición y sus demandas de justicia y democracia, redondeando así para la gran audiencia su posición política, filosófica y cultural. Sobresalen en esta etapa el discurso de “Marcos” sobre el perdón del 18 de enero de 1994 y sus comunicados dirigidos a interlocutores específicos que directamente los interpellaron, como el CEU, organizaciones indígenas y campesinas, partidos políticos y medios de comunicación regionales, nacionales y extranjeros.³

En una tercera etapa, a partir del inicio del “diálogo” concertado con el enviado presidencial Camacho Solís, su estrategia fue la emisión de comunicados más puntuales sobre el proceso de negociación, vía conferencias de prensa, y a la vez, mensajes cuya finalidad fue “mover y conmover” a la audiencia, para que no los “dejaran solos”, como lo dijo el propio “Marcos” en el comunicado sobre la bandera mexicana en su día conmemorativo (24 de febrero).

³ La carta que el subcomandante “Marcos” dirigió al periódico *El Sur-Periodismo Siglo XXI*, de Oaxaca, el 11 de febrero es importante, porque en ella deja claros los criterios subyacentes a la política de medios utilizada por el EZLN, al explicar las “razones y sinrazones de por qué unos medios sí” para difundir sus comunicados.

Un hecho que merece destacarse fue el veto que el EZLN ejerció contra Televisa y Televisión Azteca para transmitir las negociaciones. Televisión Azteca se disculpó por algunos atropellos e intentos de soborno para conseguir la información ejercidos contra miembros del EZLN, por lo que posteriormente el EZLN levantó su veto a esta cadena televisiva. No así contra Televisa, que optó por robar la señal del satélite de la cadena Multivisión (RMC, 1994)

La estrategia de la sociedad civil

La sociedad civil, por lo menos en sus sectores más progresistas, desarrolló una estrategia también variada. Por una parte, a través del reclamo directo de la manipulación informativa en contra de aquellos que la perpetraron. Este fue el caso de la manifestación frente a las oficinas de Televisa/Chapultepec en la ciudad de México en los primeros días de iniciado el conflicto.

Paulatinamente se fue gestando una resistencia social más sistemática a los mensajes oficiales y una mayor desconfianza a las tradicionales fuentes y agencias informantes, en especial a Televisa y Televisión Azteca.

Por otra parte, un importante sector de la sociedad buscó adquirir una presencia física, directa, de testigo presencial y de juez de los hechos en el terreno del conflicto, especialmente a través de las *organizaciones no gubernamentales* (ONGs) y de distintas asociaciones nacionales e internacionales de defensa de los derechos humanos. Específicamente a través de ONGs productoras de mensajes, como el Canal 6 de Julio, la sociedad civil se instauró como “emisora” de su propia información. Información que buscó dar cuenta de mucho de lo que estuvo oculto o se quiso ocultar por otros agentes privados y gubernamentales. De aquí se generaron productos de medios específicos, videos y fotografías en particular, así como información alternativa variada, pero también se generó algo casi inédito en estos tiempos electrónicos de “libre” mercado: redes informativas, discusiones informales, foros de reflexión.

Lo que parece haber caracterizado en términos comunicativos a la sociedad civil en ese proceso fue el abandono de una recepción pasiva de los mensajes y una incursión creciente en la esfera pública como gestora de su propia información, a la vez que una actitud sancionadora de la información gestada por otros medios.

Todo esto, aun desigual en calidad y oportunidad —hay que reconocerlo— evidenció un cambio singular y muy esperanzador en la relación medios masivos

de información-audiencia, ya que precisamente implicó un cambio de actitud, tanto frente a la recepción de mensajes, como frente a su producción y su intercambio. Pero, sobre todo, implicó una transformación en su propia concepción de audiencia, en sus posibilidades de actuación organizada y en sus posibilidades para la resistencia y contrataque informativos.

El “despertar” de la sociedad civil mexicana frente al caso Chiapas, puede ser tomado como correlativo a un deseo generalizado por una participación ciudadana a la existente. Pero también puede interpretarse como una reacción de rechazo ante la manipulación ejercida por las principales cadenas televisivas y otros agentes y agencias informativos mexicanos.

La estrategia de la prensa escrita

La prensa escrita, constituida por un amplio contingente de periodistas de varios diarios y semanarios, aunque en especial de algunos como *Proceso* y *La Jornada*, se dio a la tarea de cubrir con detalle y oportunidad, en ocasiones hasta con heroísmo, las distintas facetas del conflicto. A veces —como fue el caso de los reporteros de *La Jornada* Hermann Belinghaussen y Blanche Pietrich, que se internaron en la Selva Lacandona para entrevistar a la dirigencia del EZLN— hasta desligando a sus propios periódicos de toda responsabilidad por lo que pudiera pasarles a ellos en lo personal.

La creciente asunción de la labor informativa por periodistas, independientemente de sus medios informativos, ha sido otro hecho insólito que prefiguró una nueva relación entre profesionales de la información y las agencias e instituciones informativas y aumenta la dificultad actual de contener el ejercicio profesional con cualquier tipo de censura. Esta prensa escrita, o mejor dicho, los periodistas, como lo dijo el propio “Marcos”, fue “la que ha permitido que los miembros del EZLN sigamos vivos”.

La censura y el contrataque informativo

En contraparte, la censura oficial se ha manifestado abiertamente, primero a través de un memorándum enviado por la Secretaría de Gobernación a los radiodifusores, y reproducido por el periódico *Reforma* el 12 de enero, en el que se les “aconsejaba”

referirse a los integrantes del EZLN sólo como “alzados”.⁴ Posteriormente también a través de “recomendaciones” para no transmitir en vivo el diálogo entre el Comisionado para la Paz y la Reconciliación en Chiapas, Manuel Camacho Solís, y el EZLN.

El 22 de enero los canales de Televisa y Televisión Azteca iniciaron la transmisión de un programa especial sobre el conflicto chiapaneco preparado por la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CNIRT): “Testimonios de la frontera sur”. Este programa, con una producción técnicamente impecable y con efectos de dramatización bastante enfáticos, pretendió minar la imagen favorable que el EZLN había logrado en las primeras tres semanas de su aparición pública. En la primera parte (22 de enero) difundieron el testimonio de un supuesto zapatista que se había acogido a la Ley de amnistía ofrecida por el presidente Salinas. Uniformado —con todo y pasamontañas— sosteniendo un rifle de corto alcance durante la grabación y con indudable acento indígena, el supuesto desertor relataba los sucesos de los primeros días en San Cristóbal, Rancho Nuevo, Ocosingo y Occhuc. Ocupaban también un lugar importante en el video las imágenes de “zapatistas” destruyendo la fachada del palacio municipal de una de las cabeceras municipales tomadas, los destrozos ocasionados en el Palacio Municipal de San Cristóbal e imágenes de la cárcel asaltada por los rebeldes para liberar a presos “altamente peligrosos que cumplían sentencias por HOMICIDIO, VIOLACIÓN, ROBO, NARCOTRÁFICO...” (la música, claro, muy *ad hoc* para el momento).

Posteriormente, como parte de la estrategia oficialista se anunció la instrumentalización de una red para detectar emisoras clandestinas, denominada Red Nacional de Radiomonitoreo (Rnrm) (Orozco, 1994). Según el periódico *La Jornada* en su edición del 29 de abril de 1994, la Rnrm cumpliría la función de coadyuvar en acciones sobre narcotráfico, pero, explícitamente también, acciones relacionadas con el ejército zapatista y las ONGs.

4 El periódico *Reforma* tiene una circulación nacional y salió a la calle en noviembre de 1993. En parte por su juventud como medio de información y en parte por su perspectiva, que tiende a ser pluralista, en sus páginas se han venido publicando algunas notas, como los boletines oficiales, que no publicaron otros diarios, aún considerados críticos.

La estrategia gubernamental

La estrategia comunicativa oficial fue evolucionando sobre la marcha. Primero se enfocó en desconocer la dimensión del conflicto y, sobre todo, la auténtica dimensión de los protagonistas y sus demandas. Luego repetidamente se optó por el descrédito, tratando de vincularlos con grupos extranjeros, arribistas o “profesionales de la violencia”, como lo muestran los comunicados oficiales a través de la entonces subsecretaría de Gobernación, Socorro Díaz (5 de enero de 1994). Finalmente ante la contundencia de los hechos y la presencia masiva y simpatía lograda por el EZLN durante los primeros meses del conflicto, y en particular por el subcomandante “Marcos”, parece que la consigna oficial pasó a ser la de restarle oportunidad de imagen en los medios, con la intención, seguramente, de que los “zapatistas” no siguieran protagonizando los acontecimientos.

Pero la estrategia oficial no sólo se dirigió a contrarrestar la actividad comunicativa de los “zapatistas” o a confundir a la audiencia. También se instrumentó en contra de los mismos periodistas. Los obstáculos puestos a la labor informativa de los corresponsales por parte de autoridades y Ejército Mexicano se sospecha que incluyeron hasta atentados contra periodistas, como el sufrido por los reporteros de *La Jornada* y de *El Financiero* en los primeros días del conflicto y que nunca fue aclarado.

No obstante, fue haciéndose cada vez más evidente, que aparte de intentos aislados por “dar línea” en momentos concretos, y bloqueos a la prensa cuando se pudo, el gobierno no tuvo en el comienzo una política informativa consistente, más allá de irle quitando prioridad a las noticias de Chiapas, pretendiendo que con reducir la información al mínimo y posponer las noticias sobre Chiapas al máximo posible en las transmisiones televisivas, se disminuiría el conflicto real. Esto se hizo especialmente visible en los noticieros de Canal 11, donde paulatinamente las noticias sobre Chiapas se fueron “desvaneciendo”.

Posteriormente, la política en todo caso parece haber sido la de minimizar las condiciones del conflicto, al tiempo que se procedió a difundir las declaraciones oficiales, por ejemplo sobre la *Ley de amnistía* propuesta por el presidente Salinas el 16 de enero de 1994. Hubo y ha habido a lo largo del conflicto, una propaganda expresa del gobierno frente a la opinión pública en relación a su papel en Chiapas y en relación al papel de “los otros” involucrados en el conflicto.

Mientras que el gobierno centró su esfuerzo informativo en acciones fundamentalmente propagandísticas de sus propias acciones, (minimizando la importancia de su intervención a la vez que resaltando los aspectos “negativos” de los “zapatistas”), al mismo tiempo también “permittió” o toleró la cobertura en términos generales, lo cual provocó una especie de “hiperinformación”. La aparente sobre-oferta informativa respecto al conflicto chiapaneco captaría a los millares de ciudadanos que buscando estar informados no conseguirían otra cosa que “empararse” y saturarse con la repetición de las mismas impactantes versiones oficializadas (Trejo, 1994).

A diferencia de la estrategia informativa gubernamental, más bien defensiva, Televisa, Televisión Azteca y otras instancias convertidas de súbito en agencias informativas, como la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CNIRT) implementaron una estrategia más agresiva con la que la televisión mexicana y los grupos privados que la sustentan, mostraron que conocían mejor que el gobierno que la imagen es más contundente que muchos discursos y censuras y que la manipulación cuando se hace “ante los mismos ojos del televíidente” cuesta más trabajo que sea descubierta o descifrada.

La estrategia de la televisión

La estrategia concreta de la televisión comercial en México para la cobertura del caso Chiapas en los primeros seis meses se basó en la emisión de múltiples noticias, testimonios de personas que estuvieron directamente involucradas en el conflicto y de personalidades que supuestamente podían evaluar los acontecimientos desde fuera, para la teleaudiencia.

La televisión mexicana hizo su propia “invención” de Chiapas con noticias descontextualizadas, algunas abiertamente tendenciosas, así como a través de la hiperinformación de diferentes aspectos del conflicto, y la consiguiente falta de ponderación de los hechos y los informantes. Un recurso usado reiteradamente por la televisión fue la desacreditación de los “zapatistas”, su movimiento y sus demandas, paralelamente a una constante apología de las instituciones gubernamentales: presidente, gobierno en general y en especial, del Ejército Mexicano.

La permanencia “zapatista” en los medios

Durante marzo, abril y mayo de 1994 el asunto chiapaneco, en general, perdió cierta vigencia en la prensa nacional e internacional. El asesinato del candidato presidencial del PRI, Luis Donaldo Colosio, el 23 de marzo de ese año, los secuestros de empresarios mexicanos y los “dimes y diretes” de los candidatos presidenciales encarrerados en la recta final, le robaron tribuna a los “zapatistas”. Aunado a lo anterior, el pacto logrado por el comisionado gubernamental según el cual el EZLN esperaría a que se realizaran los comicios del 21 de agosto, pospuso el estallido de nuevos enfrentamientos armados en suelo chiapaneco.

Los “zapatistas” se retiraron por un tiempo a la selva a realizar una consulta entre los miembros de sus comunidades. No obstante, nunca abandonaron su presencia en los medios masivos de información. De vez en cuando aparecieron nuevos comunicados del subcomandante “Marcos” publicados en diversos medios informativos o entrevistas radiofónicas, como la concedida a Radio UNAM, que por su extensión fue dividida en cuatro programas para su transmisión a fines de marzo de 1994. Durante el mes de junio, los “zapatistas” reasumieron un papel central en los medios de comunicación, especialmente en la prensa escrita, con una serie de advertencias sobre la falta de condiciones democráticas en el país y el inminente levantamiento de muchos grupos disidentes, de no lograrse una serie de concertaciones para una transición democrática, antes de las elecciones de agosto del 94.

Los comunicados y declaraciones de la Selva Lacandona dirigidos a toda la sociedad, enfatizaron la necesidad de articular la resistencia y una estrategia de convergencia democrática entre distintos sectores sociales y partidos políticos.

Por su parte, el comisionado para la Paz y la Reconciliación en Chiapas, Manuel Camacho Solís, renunció a mediados de junio a su encomienda y anunció públicamente su retiro de la vida política, por lo menos hasta el día de las elecciones presidenciales, el 21 de agosto de 1994. Sus motivos, según lo informó a los medios, fueron fundamentalmente la falta de condiciones políticas dentro de la línea ganadora del PRI, encabezada por el candidato Zedillo, para garantizar acuerdos dignos con los del EZLN.

Cabe señalar, que a la representación oficial televisión-gobierno –versión oficialista– se enfrentaron otras versiones más independientes, como las de la

sociedad civil-ONGs, a través del video del Canal 6 de Julio –versión crítica– y la de Multivisión –versión independiente.

La relevancia del caso Chiapas para la *educación para la recepción* estriba, sobre todo, en dos aspectos. Primero, en que en momentos y situaciones de conflicto social que amenazan al orden establecido, a la autoridad y al poder, es cuando con mayor claridad la cobertura televisiva deja ver sus mecanismos de manipulación. Y segundo, en que es en este tipo de situaciones donde se aprecia el juego de fuerzas involucradas en la representación mediática de los acontecimientos. Esto permite contextualizar las imágenes y discursos específicos dentro de la racionabilidad mayor del conflicto por el poder, la búsqueda de legitimidad gubernamental frente a la audiencia y la competencia por ganar la legitimación de los referentes mediáticos.

La invención televisiva del conflicto en Chiapas

Los mecanismos usados para la representación sobre la guerra de Chiapas realizada por la televisión comercial mexicana han sido muchos y en varios ámbitos. A continuación subrayo los que me parecen más importantes.

La “acreditación” televisiva de la cobertura informativa

Televisa en particular buscó explícitamente ganarse la legitimidad de su audiencia. Entre otras medidas, lo hizo a través de la actuación de su director de noticieros en el espacio del programa *24 horas* del 23 de enero de 1994. En este noticiero, Jacobo Zabludovsky resumió hasta ese día las diversas gestiones y acciones realizadas por Televisa para cubrir los acontecimientos de Chiapas. Comenzó por recalcar que las cámaras de Televisa fueron las primeras en situarse en el terreno de los acontecimientos. Esto es, hizo una “apelación de oportunidad” de la cobertura, donde ser los primeros en llegar y transmitir, ganándole a otras cadenas televisivas, es considerado valioso. Enseguida mostró al equipo de reporteros que fueron enviados y apostados en la zona del conflicto, comentando que cubrieron permanentemente los hechos a pesar del peligro por la situación de violencia imperante. Esto constituye una “apelación al profesionalismo” propio de los reporteros. Luego se refirió a las distintas agencias de información e instituciones de telecomunicaciones que desde el extranjero pidieron a Televisa información,

para que ellas la trasmitieran a sus respectivas audiencias. Zabludovsky enlistó una serie de instituciones y cadenas televisivas – televisión chilena, italiana, televisión española, varias cadenas de Alemania, Argentina, etcétera – a las cuales Televisa sirvió como fuente de la noticia – “apelación al reconocimiento extranjero”.

Posteriormente, el conductor de televisión hizo un resumen de noticias “producidas” por Televisa, donde se aprecia una doble segmentación, tanto en la selección mostrada como resumen de las primeras tres semanas, como en el mismo tipo de “ingredientes y combinaciones” de las noticias.

La desacreditación constante de los nuevos protagonistas

La desacreditación del “enemigo” fue otro de los principales mecanismos usados por Televisa. Desde el comienzo hubo un intento por lograr una desacreditación creciente de los miembros del EZLN y en particular del subcomandante “Marcos”. Esta desacreditación se inició con la negativa a reconocerlos como grupo beligerante. En un principio, y antes de las recomendaciones de la Secretaría de Gobernación que sugerían a los medios masivos de información tratar a los “zapatistas” solamente como “alzados, rebeldes, o sublevados”, Televisa ya les había dado esa denominación. Abundaron otros calificativos como guerrilleros, inconformes, desestabilizadores del régimen político, oportunistas, asesinos, etcétera.

Posteriormente la desacreditación se instrumentó al vincular a los “zapatistas” con guerrilleros centroamericanos y con grupos desacreditados ante la opinión pública y presentados como “radicales”. En las noticias de los primeros días del conflicto, no quedaba claro quiénes eran realmente los “zapatistas”. Unos decían que eran indígenas rebeldes. Otros consideraban que se había utilizado a algunos indígenas como carne de cañón para satisfacer las demandas de grupos extremistas de izquierda que no querían revelar su identidad. Hubo noticias que negaron que se tratara de mexicanos, enfatizando que la dirigencia del EZLN obedecía a intereses extranjeros y que se trataba fundamentalmente de grupos de refugiados guatemaltecos que extendían la lucha de su país a territorio mexicano; otras notas, como la generada por el periódico *Summa*, que aseguró haber descubierto la verdadera identidad del subcomandante “Marcos” diciendo que se trataba de un sacerdote jesuita, pretendieron involucrar directamente a la Iglesia Católica, y en especial a los sectores simpatizantes con la Teología de la Liberación, afirmando que se

trataba de un movimiento armado encabezado por catequistas, diáconos, curas y ex-curas simpatizantes de la Teología de la Liberación. En general, en las primeras semanas del conflicto se le negó al EZLN reconocimiento como grupo organizado, integrado fundamentalmente por indígenas nacionales, y se les vinculó con otros grupos ya desacreditados ante la sociedad mexicana.

Pero la desacreditación no sólo se realizó sobre la *identidad* de los insurgentes, sino en el cuestionamiento de la legitimidad de sus *métodos* y sus *fines*. Se condenó el hecho de que tuvieran armas, cuestionando además su procedencia. Esto intentó poner a los “zapatistas” como delincuentes frente a la audiencia. Una vez que se condenó la posesión “ilegítima” de armas, se criticó que las hubieran usado en contra de las instituciones nacionales y de la población. Para ello se exageraron las imágenes del saqueo del archivo municipal de San Cristóbal de las Casas y se exageraron también los testimonios de personas del pueblo aterrorizadas y confundidas que no sabían de qué se trataba.⁵ Se redondeó esta desacreditación con la transmisión de un programa especial con la postura oficial del gobierno, en el que se afirmaba categóricamente que los “así autodenominados ‘zapatistas’” eran un grupo rebelde, espontáneo, manipulado por extranjeros y terroristas que buscaban dañar la imagen de México y todo lo conseguido por el pueblo mexicano. En este programa se mostraron imágenes violentas relacionadas con el terrorismo urbano, al tiempo que se decía que en otros países latinoamericanos grupos radicalizados ideológicamente y políticamente han intentado instaurar formas de gobierno que con el tiempo han demostrado resultar equivocadas o inviables. Todo este discurso audiovisual se contrasta con la apelación que inmediatamente se hace al progreso, a la tradición, a los logros de México y a la paz del país.

Otro aspecto que se atacó para reforzar la desacreditación del EZLN fue el referente al enmascaramiento de los rebeldes. Se criticó el que sus miembros usaran pasamontañas y no “revelaran” su identidad. Se arguyó que no se podía concertar nada con “encapuchados” y que mientras no se quitaran el pasamontañas no habría ningún intento por conocer más a fondo sus demandas, y que el mismo hecho de

5 En la primera parte del programa hecho por la CNIRT, “Testimonios de la Frontera Sur” (22 de enero), se aprecia claramente cómo los productores toman mano de estos recursos para dramatizar y “tocar” en el plano emotivo a la audiencia.

estar “tapados” significaba lo oscuro de sus propósitos y su falta de legitimidad, etcétera.⁶

Todo lo anterior, por supuesto, fue muy discutido posteriormente entre la audiencia y sobre todo a través de la prensa escrita. Se tomaba partido, por ejemplo, sobre la procedencia indígena del EZLN, o sobre la legitimidad de sus demandas, o sobre el hecho de que usaran pasamontañas y no revelaran su identidad física, y, sobre todo, sobre el uso de las armas y la supuesta violencia empleada por ellos.

La descontextualización de los acontecimientos

Un tercer mecanismo para deslegitimar a los “zapatistas” fue la permanente descontextualización del conflicto en general y de acontecimientos específicos en particular. Por una parte, se quiso minimizar la gravedad de los acontecimientos a través de intentar focalizar el conflicto a un grupo pequeño, en cuatro municipios dentro de un estado de la “gran” República Mexicana. El conflicto de Chiapas, entonces, se divulgó como una amenaza local de unos “rebeldes asesinos”, sublevados y manipulados. Nunca se reconoció que el conflicto de Chiapas tuviera una repercusión más allá de los cuatro municipios originalmente ocupados por el EZLN. Se negó ante los distintos sectores nacionales y extranjeros que Chiapas fuera la punta del iceberg de un descontento social mayor de los mexicanos.

La descontextualización de las noticias sobre Chiapas se concretó en acontecimientos televisivos donde, por ejemplo, se divulgaron imágenes de cuerpos asesinados, sin informar cómo fueron muertos, pero implícitamente haciendo creer que lo fueron por miembros de EZLN, o con la difusión de opiniones editadas de entrevistados, que fueron seleccionadas por favorecer la versión oficial o para reforzar la desacreditación de los “zapatistas”. Por ejemplo, se mutilaron opiniones de los obispos, transmitiendo sólo aquellas partes donde los obispos condenaban la violencia, y eliminando aquellas que mencionaban las condiciones de marginación en la que viven los habitantes de Chiapas. Asimismo, se magnificaron los testimonios y opiniones de gente común y corriente a la que sin especificar criterios

⁶ Cabe recordar la posición manifestada por el presidente del Partido Acción Nacional (PAN), Carlos Castillo Peraza, al ser solicitada su opinión por los medios de difusión respecto a la posición de su partido con relación a las condiciones previas para la celebración del diálogo entre el comisionado Camacho y el EZLN. Castillo Peraza puso especial énfasis en el desenmascaramiento de los “zapatistas” como previa y necesaria condición para la celebración del diálogo.

para su selección como informantes se les tomó su versión individual y sobre todo emotiva de los acontecimientos, como representativa de muchos.

La falta de contextualización de los hechos reportados, aunada a la falta de ponderación de las opiniones y de los informantes, produjo repetidas confusiones en la audiencia sobre lo que realmente estaba pasando.

La generación de un aparente debate paralelo como marco de deslegitimación externa del EZLN

Otra táctica empleada por los noticieros de la televisión fue la transmisión indiscriminada de opiniones de representantes de diversos sectores sociales como el político, el intelectual y el eclesiástico; opiniones que tangencialmente tocaron el conflicto en Chiapas, ya que se dieron en torno a la violencia, sin matices ni distinciones. Se repitió insistenteamente el carácter violento de las acciones llevadas a cabo por los “zapatistas”. Primero se condenó como algo injustificable la afrenta al Ejército Mexicano hecha en la *Declaración de la selva Lacandona*. Se aludió al nacionalismo y a la cohesión histórica de la sociedad mexicana.

En segundo lugar se condenó la violencia en sí misma. Esta fue quizá, la manera indirecta de condenar al EZLN. Ya se había cuestionado el uso y posesión de las armas por parte de los “zapatistas”. Luego se argumentó que bajo ninguna circunstancia se podían permitir procedimientos violentos. Se habló de la violencia como recurso extemporáneo en el México actual, se magnificaron los actos de enfrentamiento con el Ejército Mexicano, para conceptualizarlos como una “agresión” a México por parte de los “zapatistas”. Se pretendió vincular otros actos violentos suscitados en otras regiones del país para sugerir que una vez que hay un brote de violencia, ésta se extiende y amenaza con extinguir a la sociedad en su conjunto. Se les atribuyó a los “zapatistas” la responsabilidad por actos violentos en zonas cercanas, perpetrados por otros grupos, pero que nunca fueron aclarados y explicados cabalmente. Se argumentó que el país había escogido el camino del diálogo y de la paz y que los sublevados, por el contrario, habían escogido el de la violencia.

Se hicieron disertaciones variadas sobre la violencia, apoyadas con imágenes, ciertamente violentas, del enfrentamiento, donde sin ninguna ética se mostraban en la pantalla los cuerpos y las caras de los muertos que habían quedado en la calle y que, después se supo, no fueron victimados por los “zapatistas”, sino por otros

grupos que aprovecharon la situación para cometer esos actos, y se sospecha, hasta por miembros del Ejército Mexicano.

Sin importar las redadas de población civil por parte del Ejército, el toque de queda impuesto a las poblaciones de la zona, la abolición de las garantías individuales, y la latente y sistemática intimidación no sólo a los "zapatistas", sino a las comunidades indígenas de la zona, el Ejército Mexicano emergió en la representación televisiva como la víctima.

Sin considerar tampoco que la población civil fue mucho más afectada por la intervención del Ejército Mexicano que por la llegada de los "zapatistas" y sin esclarecer una serie de asesinatos sumarios, cuyos cuerpos quedaron tirados en las calles de Ocosingo, el Ejército fue considerado héroe, salvador de la población, mientras se condenó a los "zapatistas", inculpándolos de acciones que no hicieron.

La televisión dio cámara y micrófono a intelectuales y a candidatos de los partidos políticos en la contienda presidencial de 1994 para que se pronunciaran en contra de la violencia, sin distingos ni matices, quizá con la pretensión de sugerir a la teleaudiencia que en tanto los "zapatistas" optaron por ella, quedaban automáticamente condenados y merecían la reprobación de la sociedad.

Merece destacarse dentro de este mecanismo de ubicar el problema específico de Chiapas y disolverlo dentro de una derrama de declaraciones sobre la violencia en abstracto, el hecho de haber condicionado la amnistía gubernamental a que los "zapatistas" pidieran perdón al país y sus instituciones por lo que habían hecho, se identificaran y depusieran las armas, entregándose al juicio político. Así, por varios días se quitó la atención en los acontecimientos de Chiapas para centrarlos en un contexto ideológico híbrido y formal sobre la violencia, pidiendo a personajes y representantes de instituciones mexicanas e internacionales su condena pública.

Reinventar la realidad: desafío permanente de la audiencia

Sin pretensiones de haber sido exhaustivo en el análisis, sino más bien indicativo de los principales aspectos que constituyeron la guerra televisiva de Chiapas, quiero concluir este trabajo enfatizando algunos de los mecanismos que pueden instrumentarse por los educadores críticos, dentro de un intento por aprovechar pedagógicamente el potencial comunicativo de la "Televisa-ción" del conflicto chiapaneco.

La estrategia pedagógica

La estrategia pedagógica que me parece más adecuada para aprovechar educativamente una representación televisiva, evitando caer en una reendoctrinación de la audiencia, tendría por lo menos los siguientes componentes. En primer lugar, un componente *emotivo*. Nadie puede negar que la televisión hace uso de lo afectivo entre la audiencia. Varios autores hemos coincidido en subrayar que es precisamente debido a este componente afectivo, que la televisión es tan reacia a ser usada como un medio racional. Lo cierto es que no podemos eliminar o soslayar la emotividad que las representaciones o las evocaciones televisivas ejercen en los distintos sectores de la teleaudiencia. Más bien, el desafío educativo es hacer explícitas esas emociones y sensaciones como punto de partida para cualquier análisis posterior más racional.

Un segundo componente es el *informativo*. Aquí hay que iniciar a la audiencia en el análisis informacional a partir del “sentido común”, no de otra técnica en particular. Incluso usar la tan criticada secuencia propuesta por Lasswell: *quién dice qué a quiénes...* Sólo después de un primer análisis basado en el sentido común, éste puede irse profundizando y afinando con el empleo de técnicas más sofisticadas de análisis de contenido, tanto cuantitativas como cualitativas.

Un tercer componente es el *axiológico*. Este tipo de análisis se basa en desentrañar primero los valores que una representación televisiva pone en juego entre lo reportado y la audiencia. El punto de partida de este tipo de análisis son precisamente los valores que la audiencia tiene con respecto al objeto de la representación; en este caso, con respecto a la guerra de Chiapas, distinguiendo las dos partes: la guerra y su reportaje televisivo.

El otro componente a considerar es el *práctico*. Es necesario también analizar los mecanismos de producción televisiva, pero sobre todo, desarrollar las destrezas y competencias comunicativas de la audiencia para la producción de su propia representación. El “saber cómo” es un ámbito cognoscitivo que muchos educadores han descuidado y que permite no sólo producir mensajes propios, sino reconocer los mecanismos involucrados, justamente a partir de su producción.

La racionalidad de los cuatro componentes se basa en la misma racionalidad del proceso de conocimiento. En este proceso se encuentran yuxtapuestos cuatro ámbitos cognoscitivos: el afectivo, el informativo, el axiológico y el práctico. Este último es identificado por algunos autores como “psicomotriz”. (Orozco, 1987).

Los mecanismos de instrumentación de la estrategia

No menos importante que la racionalidad de la estrategia son sus mecanismos de instrumentación. Es a través de ellos que puede concretarse la estrategia con segmentos específicos de la audiencia. Entre los mecanismos posibles, están los siguientes.

Un primer mecanismo es el de *acopio* de la información. Es importante recoger la mayor información posible sobre la representación analizada. Se deberán recopilar datos históricos, datos acerca de la fuente de representación – en este caso de Televisa y de Televisión Azteca, sobre todo – informaciones oficiales y no oficiales de otros medios informativos – radio, prensa escrita, otras cadenas televisivas. Información sobre los protagonistas y sobre sus estrategias comunicativas que permitan apreciar su actuación y sus intenciones.

Un segundo mecanismo es el de la *contrastación*. Esta se logra a partir de comparar información de diferentes medios, o dentro del mismo medio, entre diferentes programas o instituciones. En el caso de la “televisación” de Chiapas, la contrastación inicial que se percibe más importante es entre la televisión y la prensa escrita, en concreto con aquellos periódicos que trataron de informar con mayor independencia de la posición oficialista.

Estos mecanismos buscan aportar la materia prima para tomar distancia de los acontecimientos y sacar conclusiones preliminares. Para completar el análisis puede usarse, entonces, otro mecanismo, que es el *formal*; esto es, el de la construcción técnica de la imagen televisiva. Aquí lo importante es lograr una *televidencia* de la representación basada en la discusión de sus elementos video-tecnológicos, propios del lenguaje electrónico de la televisión. En cierta medida, este mecanismo conlleva una telealfabetización. Elementos tales como la correspondencia entre discurso e imagen, los énfasis visuales o sonoros en la producción de las noticias, los tiempos de transmisión, el orden de la presentación dentro de los noticieros, etcétera, son puntos de anclaje del debate con la audiencia y de su eventual aprendizaje televisivo.

Finalmente, es indispensable posibilitar que los miembros de la audiencia construyan su propia representación, *produzcan* su propia “televisación” del objeto analizado. Como dice Kaplún (1993) el proceso de aprendizaje no está completo sin el momento de la *expresión*. No basta con la asimilación y el análisis, sino que es necesario mostrar la apropiación hecha de los elementos empleados y analizados.

La expresión de la audiencia es entonces la meta educativa a alcanzar por parte de todos los involucrados en cualquier proceso de educación para la recepción. La guerra televisiva de Chiapas se presta no sólo para reflexionar sobre los poderes en juego, sino en concreto, para ir descifrando el poder televisivo en particular. Un poder que a partir de la representación o invención televisiva del conflicto chiapaneco, ha convertido, a la televisión en México en un protagonista muy importante en la construcción de la propia identidad de los televidentes. Protagonismo que cada vez más, corre el riesgo de ser un protagonismo impune, mientras la teleaudiencia, la sociedad toda, no demande y asuma su papel activo en su interacción con este medio de comunicación.

Referencias bibliográficas

- KAPLÚN Mario (1993): "Del Educando Oyente, al Educando Hablante". *Diá-logos* Núm. 37. Lima, Perú: Felafacs.
- OROZCO G. Guillermo (1987): "El impacto educativo de la televisión no educativa". *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos* Vol. 17, Núm. 3. México: CEE.
- (1993): "Dialéctica de la Mediación Televisiva". *Análisis* Núm. 15. España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- (1994): "La Red Nacional de Radiomonitorero. ¿Un nuevo desafío para la audiencia?". *Revista Mexicana de Comunicación* (Columna "Audiencias"), Núm. 34. México.
- VARIOS AUTORES (1994): *Revista Mexicana de Comunicación* (Dossier sobre "Chiapas y los medios de comunicación") Núm. 34. México.
- TREJO D. Raúl (1994): *Chiapas, La comunicación enmascarada. Los medios y el pasamontañas*. México: Diana.