

# Chiapas: Los nuevos protagonistas y sus estrategias comunicativas

Guillermo Orozco Gómez\*

*De la diversidad de consecuencias derivadas del levantamiento insurgente en el Estado de Chiapas, hay una de particular significado tanto para la sociedad en su lucha por disfrutar del derecho a la información como para estudiantes y profesionales de la comunicación: qué y cómo se ha dado cuenta de los acontecimientos de significación nacional.*

*En este artículo, el doctor Orozco Gómez, al analizar el manejo de la información al respecto, concluye que hemos recibido —como universidad— el desafío académico de instrumentar un aprendizaje social frente a los medios de información masiva.*



El comienzo de este año marca el inicio del conflicto armado en Chiapas, y junto con él, también el del surgimiento de nuevos protagonistas de la comunicación masiva. El Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) cobra vida pública como movimiento político armado e irrumpe en el escenario nacional e internacional como un sujeto emisor de múltiples y certeros mensajes. La sociedad civil emerge en repetidas ocasiones para reclamar públicamente su derecho a estar bien informada y recuperar su papel histórico en la comunicación. La prensa escrita, por lo menos un amplio sector de periodistas, se levanta como el medio de información más aguerrido e independiente en la cobertura, debate y difusión de los sucesos de Chiapas; tanto, que se le ha denominado ya el «tercer ejército».

De esta manera, tres entes sociales colectivos, EZLN, sociedad civil y prensa escrita se instauran como protagonistas activos en la conformación de la opinión pública, antes esencialmente estimulada por los intereses privados de los dueños de los medios electrónicos y por el Estado. Dos protagonistas, éstos, que sin embargo siguen estando presentes como el flanco de la «contrainsurgencia» informativa, desde donde luchan por mantener el control de las imágenes, las palabras y los mensajes. Tanto los viejos como los nuevos protagonistas de la comunicación libran una guerra de sentidos y significados, sin tregua y sin diálogo.



Tanto el EZLN, la sociedad civil como los mismos periodistas han instrumentado estrategias distintivas por medio de las cuales se han ido constituyendo en sujetos activos y creativos del intercambio informativo.

El EZLN ha optado por emitir comunicados cada vez más diferenciados y especializados, según los segmentos de audiencia a los cuales quiere llegar y según el momento de su proceso de lucha. Su meta original parece haber sido lograr una presencia masiva y, su objetivo general, alcanzar una credibilidad creciente ante la audiencia, pero sobre todo, ganarse su simpatía. Ha tenido 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 mensaje por 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. Lo dicho por Marcos a Multivisión: «no salimos a que nos mataran, sino a hacernos escuchar» parece sintetizar su estrategia permanente de comunicación. En una segunda etapa, los comunicados del Ejército Zapatista conllevaron ampliaciones y matices

de su posición y sus demandas de justicia y democracia; con ello redondearon para la gran audiencia su posición política, filosófica y cultural. Sobresalen en esta etapa los discursos de Marcos sobre el perdón y sus comunicados dirigidos a interlocutores específicos: grupos e individuos que directamente los interpelaron, diarios y semanarios regionales, nacionales e internacionales. En una tercera etapa, a partir del inicio del «diálogo», lo que parece conllevar su estrategia es la emisión de comunicados más puntuales sobre el proceso de negociación, vía conferencias de prensa, y a la vez mensajes cuya finalidad es mover y conmover a la audiencia, como el comunicado del 24 de febrero a propósito de la bandera, con el objeto de buscar apoyo: «no nos dejen solos», como lo dijo Marcos.

La sociedad civil ha desarrollado una estrategia también variada. Por una parte, con el reclamo directo por la manipulación informativa en contra de aquellos que la han perpetrado, como Televisa. De aquí se ha ido gestando una resistencia más sistemática a los mensajes oficiales y una mayor desconfianza a las tradicionales fuentes y agencias informativas. Por otra parte, la sociedad ha buscado adquirir una presencia física, directa, de testigo presencial y de juez de los hechos en el terreno del conflicto, especialmente por medio de las organizaciones no gubernamentales (ONG) y de distintas asociaciones nacionales e internacionales de

defensa de los derechos humanos. La sociedad civil se ha instaurado como emisora de su propia información, con algunas ONG productoras de mensajes como el Canal 6 de Julio. Se trata de una información que busca dar cuenta de mucho de lo que estuvo oculto o se quiso ocultar por otros agentes privados y gubernamentales. De aquí se han generado productos de medio específicos, videos y fotografías en particular, y junto con la información generada, también algo casi inédito en estos tiempos electrónicos de libre comercio: redes informativas, discusiones informales y formales, como foros de reflexión sobre los acontecimientos.

Lo que en este proceso caracteriza en términos comunicativos a la sociedad civil es 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 sancionadora de la información producida por otros medios. Esto —hay que enfatizarlo— es un cambio singular y muy esperanzador en la relación medios masivos de información-audiencia, ya que implica un cambio de actitud tanto frente a la recepción de mensajes como frente a su producción y su intercambio.

La prensa escrita, constituida por un amplio contingente de periodistas de muchos diarios y semanarios, aunque en especial de algunos como *Proceso* y *La Jornada*, se ha dado 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* que se internaron en la selva Lacandona para entrevistar a los miembros directivos del Ejército Zapatista, hasta desligando a sus propios periódicos de toda responsabilidad por lo que pudiera pasarles. La creciente asunción de la labor informativa por periodistas, independientemente de sus medios informativos, ha sido otro hecho insólito que prefigura una nueva relación entre profesionales de la información y las agencias e instituciones informativas y la dificultad de contener el ejercicio profe-

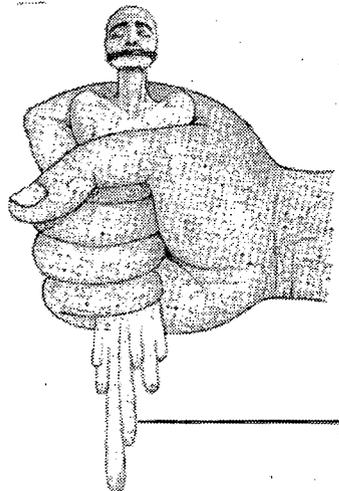
sional con cualquier tipo de censura. Esta prensa escrita o, mejor dicho, los periodistas, como lo dijo el propio Marcos: «es la que ha permitido que los miembros del EZLN sigamos vivos». Ha impedido que se les masacre, con una labor que a la vez trasciende una estricta función informativa.

En contraparte, la censura oficial se ha manifestado abiertamente. Primero con un memorándum (publicado en el periódico *Reforma*), la Secretaría de Gobernación les «aconsejaba» a los radiodifusores referirse a los miembros del Ejército Zapatista sólo como alzados. Posteriormente también expresó «recomendaciones» para no transmitir en vivo el diálogo entre el comisionado Manuel Camacho y el grupo del EZLN (nota publicada también en el periódico *Reforma*).

La estrategia comunicativa oficial ha ido evolucionando sobre la marcha. Primero se enfocó en desconocer la dimensión del conflicto y, principalmente, la auténtica dimensión de los protagonistas y sus demandas. Luego, de manera repetida optó por el descrédito, tratando de vincular a éstos con grupos extranjeros, arribistas o «prófugos» de la teología de la liberación. Finalmente, ante la contundencia de los hechos, la presencia masiva y la simpatía lograda por el EZLN y en particular por el «subcom» ante la audiencia, la consigna oficial parece ser la de restarle oportunidad de imagen en los medios, para que no siga «haciendo de las suyas».

Pero dicha estrategia no sólo se ha dirigido a contrarrestar la actividad comunicativa del EZLN o a confundir a la audiencia. También se ha instrumentado en contra de los periodistas mismos. Los obstáculos puestos a la labor informativa de los corresponsales, por parte de autoridades y ejército, han sido muchos, desde troncos puestos en los caminos para impedir el acceso de los vehículos, hasta disparos directos a periodistas, como el atentado sufrido por los reporteros de *La Jornada* y *El financiero* en los primeros días del conflicto.

Nos va quedando claro, a los



miembros de la audiencia, que aparte de intentos aislados por «dar línea» en momentos concretos y por bloqueos a la prensa cuando se ha podido, no ha habido una política informativa del Estado, más allá de irle quitando prioridad a las noticias acerca de Chiapas, pretendiendo que con reducir la información al mínimo y posponer las noticias sobre el caso al máximo posible, por ejemplo en los noticiarios del Canal 11, se disminuye el conflicto real.

Sin embargo, mientras que el Estado ha centrado su esfuerzo informativo en acciones fundamentalmente defensivas, minimizando la importancia, censurando, impidiendo la cobertura, etcétera, Televisa y otras instancias convertidas en agencias informativas como la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión se han dado a la tarea de instrumentar el contrataque informativo, produciendo y difundiendo mensajes opuestos a los emitidos por el Ejército Zapatista y por algunos periodistas, con lo que agreden a la audiencia de los medios de información masiva. Este contrataque se ha apoyado en la producción y transmisión, vía canales de televisión nacionales, de una serie de videos con información incompleta y sesgada. No obstante la distorsión de esta información, se ve que los intereses privados detrás de los grandes medios electrónicos conocen mejor que el Estado que la imagen es más contundente que muchos discursos y censuras y que la manipulación,

cuando se hace ante los mismos ojos del televidente, cuesta más trabajo ser descubierta o descifrada.

La serie de videos que se ha estado transmitiendo en las «redes» de Televisa constituye un mensaje contrainsurgente, técnicamente bien realizado, que probablemente pueda lograr sus efectos deseados en algunos segmentos de la audiencia. No es gratuito que los estrategias de la comunicación del EZLN hayan vetado a este consorcio para la cobertura de las negociaciones, no es extraño o sorprendente que la falta de ética y honestidad de Televisa, ante el veto zapatista, haga que estén «pirateando» la señal del satélite, como lo denunció Marcos.

Para lograr mayor justicia y democracia desde el escenario de los medios de información masiva y la comunicación social, más que nunca se percibe la importancia de la educación de la audiencia para una recepción más crítica de los mensajes, la cual le permita entender precisamente los mecanismos más sutiles de la manipulación electrónica, a la vez que potenciar sus competencias comunicativas. La posición crítica está dada por la alternativa de sociedad y relaciones humanas y valores planteada por el EZLN. A las universidades, y en particular a las facultades o escuelas de comunicación, les debe interpelar directamente el desafío académico de instrumentar este aprendizaje social frente a los medios de información masiva.

\*Tomado de la *Revista Umbral XXI*, N° 14. Primavera 1994. México.