

México, D.F. a 10 de julio de 2009.

ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.
COMUNICACIÓN Y ESTUDIO DE MEDIOS.
CONGRESO INTERNACIONAL “DERECHOS HUMANOS Y COMUNICACIÓN”

SECCIÓN: COMUNICACIÓN MEDIADA, OPINIÓN PÚBLICA Y SOCIEDAD

SUSANA GONZÁLEZ REYNA

RESUMEN PONENCIA:

“EL PERIÓDICO COMO ACTOR POLÍTICO QUE MEDIA ENTRE LOS
ACONTECIMIENTOS DE LA REALIDAD SOCIAL Y EL PÚBLICO LECTOR.”

En el contexto mundial, hoy día, vivimos en un ambiente que John B. Thompson ha llamado de “massmediación” generalizada de la cultura moderna. Se explica como un proceso que implica que la transmisión de los mensajes culturalmente contruidos están, cada vez más, mediados por “los aparatos técnicos e institucionales de las industrias de los medios” de la comunicación masiva.

En este contexto, pretendemos enfatizar la importancia que cobra la construcción y reconstrucción de los significados que transmite el discurso periodístico, en virtud de que éste es una de las principales fuentes de conocimiento sobre el acontecer mundial.

Particularmente, nos interesa analizar, las estrategias discursivas que en el periódico se utilizan para lograr presentar una información verosímil sobre esos acontecimientos.

PONENCIA:

Para esta ponencia nos basamos en mi trabajo de tesis doctoral llevado a cabo en 1995 y en investigaciones más recientes sobre el análisis del discurso periodístico. La perspectiva que ha guiado estos trabajos es interdisciplinaria, toda vez que hace dialogar a la teoría de la comunicación, con la lingüística, la lógica y la sociología. El propósito aquí, y desde esta perspectiva, es explicar y fundamentar el papel mediador que llevan a cabo los periódicos al informar y difundir masivamente los acontecimientos sociales. Particularmente, nos referiremos a la construcción e intencionalidad de lo que hemos llamado “propuesta discursiva basada en los acontecimientos sociales”.

También nos referiremos a la actuación política que realizan los periódicos con su propuesta discursiva. Para nosotros, decir es hacer, de ahí que el discurso periodístico no se agote en la referencia. Además, como explicaremos más adelante, las mismas rutinas del quehacer periodístico, implican una valoración de los acontecimientos que también puede calificarse como actuación política.

Para lograr este propósito, primero haremos una breve referencia al contexto social en el cual, en el mundo contemporáneo, se desenvuelven los medios masivos. La referencia se basa en el trabajo que John B. Thompson desarrolla en su libro *Ideology and modern culture. Critical social theory in the era of mass Communication*.

EL CONTEXTO SOCIAL.

El nacimiento de la circulación masiva de los periódicos en el siglo diecinueve y el surgimiento de la difusión audiovisual en el siglo veinte, han tenido un profundo impacto en las formas de experiencia de las personas y en los patrones de interacción característicos de las sociedades modernas. Para la mayoría de la gente ahora, el conocimiento que se tiene de los sucesos que ocurren más allá del medio social inmediato es un conocimiento que depende, en gran medida, del discurso que para tal efecto elaboran los medios masivos de comunicación. John B. Thompson lo llama “mediación masiva generalizada” y al respecto señala que es un proceso de transmisión informativa propio de la cultura de masas y que como tal, adopta nuevas formas de transmisión cultural y de difusión informativa.

Los medios masivos de comunicación funcionan como empresas informativas cuyo propósito es informar con base en rutinas de trabajo que incluyen un trabajo serio de

indagación. La información que difunden los medios masivos es el resultado de un trabajo en equipo que va desde la observación de la realidad social, del uso de las técnicas adecuadas para el registro de los datos, hasta las decisiones editoriales para la inclusión y exclusión de la información , su jerarquización y, finalmente, su difusión.

EL PERIÓDICO COMO MEDIADOR

El discurso periodístico es producto de un conjunto de operaciones institucionales que lo colocan en una posición de mediación entre los acontecimientos y los lectores. La mediación tiene lugar en virtud de que la información y las opiniones que “transmite” son el resultado del trabajo de una extracción selectiva del contenido de los mensajes cotidianos, así como de la producción y difusión, que implica una extensión creativa de esos mensajes.

Con esto queremos decir que la mediación del periódico entre el acontecimiento y su difusión para que éste sea conocido no se realiza como una “transmisión” de mensajes entre el medio y los lectores. El periódico, “construye” un discurso para referir los acontecimientos. Esto nos lleva a señalar que no estamos ante un sencillo proceso informativo y menos ante un proceso de comunicación en el cual “se pasa la información” sin más, de un emisor hacia un receptor. Veamos esto con más cuidado.

Primero hemos de explicar lo que es un acontecimiento para después ocuparnos de su paso como hecho que ocurre en la sociedad a hecho referido en el discurso periodístico. Para ello, nos basamos en la cita que hace Rodrigo Alsina (1989a: 27) de Edgar Morin quien define al acontecimiento como aquella información que irrumpe en el sistema social. Este acontecimiento significa imprevisibilidad porque no está escrito en la regularidad cotidiana. Rodrigo Alsina (1989a:93) añade que “todo hecho social es potencialmente acontecimiento para los mass media y toda noticia es potencialmente un acontecimiento para la sociedad”. De acuerdo con esto, el acontecimiento pasa a ser noticia cuando el medio masivo lo recoge y lo refiere al construir su discurso. Enfatizamos, entonces, que el acontecimiento no es lo mismo que la noticia. El acontecimiento es la información que recibe el medio masivo y la noticia es el mensaje que éste construye y difunde.

En otras palabras, el acontecimiento es un fenómeno que se da en la realidad y que es percibido por los mecanismos que para tal efecto tiene el medio masivo; la noticia, en

cambio, es la referencia del acontecimiento y que deviene en la construcción de un discurso que se ofrece al público como información noticiosa.

Por lo que se refiere al periódico, como medio masivo de comunicación, y, con base en lo antes señalado, éste construye su discurso al hacer la referencia de los acontecimientos sociales. La elaboración de este discurso se basa en las rutinas del quehacer periodístico que implican al proceso de conocimiento de los sucesos, a su selección (inclusión y exclusión), a su jerarquización y a la confección de las páginas del periódico, mismas que incluyen diseños tipográficos como recurso para enfatizar alguna información. Todo este proceso de construcción discursiva es, a nuestro entender, un proceso de mediación y también un proceso de valoración de los acontecimientos que lleva a cabo el periódico entre los acontecimientos sociales y la construcción de su discurso informativo. En consecuencia, si la mediación es también valoración, lo que en realidad está haciendo el periódico es “construir” un discurso basado en los acontecimientos y que implica también, una construcción de la realidad social, aquélla que el periódico “decide” difundir.

Lo que a nosotros nos interesa resaltar en esta ponencia es que el proceso de mediación no se agota en un interés del periódico por transmitir la información, función esencial del mismo como medio masivo, sino que es una mediación que conforma un discurso desde una posición política y social específica, con una finalidad que rebasa el propósito informativo y que construye el discurso basado en las representaciones sociales que tiene de los lectores para proponerles una determinada visión del mundo, misma que se apoya en la verosimilitud de la información. Y los lectores, por su parte, también acceden al significado del discurso, desde una posición política y social determinada, con la finalidad de enterarse y comprender el significado de los acontecimientos, incorporando en este proceso sus propias representaciones sociales de sí mismos, de los otros y del medio, en este caso, el periódico.

Para sustentar lo antes dicho nos basamos en tres modelos de la comunicación que desde un enfoque interdisciplinario, incorporan a la lingüística, a la sociología y a la lógica natural del lenguaje para explicar este proceso. En estos modelos se diluye el acento puesto en lograr una mayor transmisión de información a un público más numeroso y sus efectos, y se resalta el concepto de la comunión de sentido en la interlocución.

El primer modelo del cual nos ocuparemos es el de Miquel Rodrigo Alsina (1989b:82) quien incorpora al proceso comunicativo el enfoque semiótico y enfatiza el papel del

contexto social en la interlocución. Con este modelo socio-semiótico “se subraya que los efectos y las funciones sociales de los media no pueden prescindir de la forma en la que se articula –en la relación comunicativa- el mecanismo de reconocimiento y de atribución de sentido, que es parte esencial de dicha relación”.

En este modelo todos los conceptos están interrelacionados; no se trata de un modelo unidireccional que va del Emisor al Receptor sino que se produce una interacción entre las fases de producción (creación del discurso), circulación (entrada del discurso al mercado competitivo de los media) y consumo (utilización del discurso por parte de los usuarios) del proceso de la comunicación. Según esto, cualquier modificación en las formas de circulación de los mensajes, incidirá en las formas de producción y de consumo. Por ejemplo, la aparición de la televisión, primero, y la Internet, después, provocó un cambio en la producción y en el consumo del discurso periodístico escrito.

Para este autor, y nosotros así lo entendemos, los medios masivos funcionan como industrias comunicativas que producen discursos a partir de complejas operaciones sociosemióticas. Son industrias que establecen una relación mercantil entre la producción y el consumo de los discursos y, además, se manejan como estructuras empresariales de poder.

Rodrigo Alsina define al discurso como un producto comunicativo que necesariamente sufre una intervención tecnológica: el acontecimiento social se convierte en noticia al interior del medio y es difundida masivamente por él. Este discurso, al ser difundido entra en relación con todos los otros discursos que se dan en el medio social, en el político y junto con los discursos de los demás medios masivos. Se crea lo que Rodrigo Alsina (1989b:101) llama, un ecosistema comunicativo en el cual el discurso de los medios masivos no puede concebirse como un mensaje aislado que va del medio al receptor.

Finalmente, al respecto de la recepción de los discursos de los medios masivos señala que su consumo no puede entenderse en forma descontextualizada y explica que “cada sociedad tiene sus propias características diferenciales, que son determinantes en la conceptualización de la realidad social que llevan a cabo los individuos. Por ello no se pueden olvidar los universos simbólicos existentes a partir de los cuales se producirá e interpretará el discurso de los mass media” (1989b:105). En este mismo sentido, añade que “en nuestra vida hay una serie de reglas tácitas que rigen nuestro comportamiento más elemental. Desde esta perspectiva la realidad no se establece por la estructura objetiva de las cosas, sino por el sentido que éstas tienen para las personas. Estamos

ante un mundo construido intersubjetivamente. Como apunta el interaccionismo simbólico, las personas interiorizan las actitudes de los demás actores con respecto a ellas. Así, cada individuo construye el mundo de acuerdo con el sentido común compartido en su contexto social” (1989b:105)

El segundo modelo en el cual nos basamos para explicar el proceso de la producción o construcción del discurso periodístico y su consumo o reconstrucción es el de los “efectos de sentido” de Michel Pêcheux (1969) quien, con base en la sociología marxista y la lingüística de Roman Jakobson propone un modelo de comunicación en el cual desempeñan un papel central tanto las condiciones de producción del proceso comunicativo, como los efectos de sentido que se logran. Según Pêcheux, un destinador (A), envía un mensaje a un destinatario (B), dentro de un contexto, utilizando un código común, a través de un canal y estableciendo el contacto necesario entre los interlocutores.

Es preciso explicar que para Pêcheux, (1969: 18-19) los elementos A y B del modelo no designan la presencia física de organismos humanos individuales, sino lugares determinados en la estructura de una formación social. Estos lugares están representados en el proceso discursivo del cual forman parte, pero se transforman en formaciones imaginarias que caracterizan esos lugares. Es decir, lo que funciona en el proceso discursivo es una serie de formaciones imaginarias que designan el lugar que A y B se atribuyen a sí mismos y al otro, esto es, la imagen que se hacen de su propio lugar y del lugar del otro. Si esto es así, existen reglas de proyección en los mecanismos de toda formación social que establecen las relaciones entre las situaciones objetivamente definibles y las posiciones que representan estas situaciones.

En el modelo de Pêcheux (1969:16-18) se rebasa la teoría de la información que habla del mensaje como transmisión y se prefiere el concepto de discurso mismo que implica efectos de sentidos entre A y B. El autor añade que a un estado de condiciones de producción corresponde una estructura definida del proceso de producción del discurso a partir de la lengua. Esto supone que es imposible analizar un discurso como un texto aislado y cerrado, es decir, como una secuencia lingüística disociada de sus condiciones de producción.

El tercer modelo corresponde al lógico suizo Jean-Blaise Grize (1990) de la Escuela de Neuchâtel en Ginebra para quien la comunicación es un hecho social y cultural en el

cual se maneja tanto la dimensión simbólica como la participación activa de los sujetos. La comunicación, dice Grize, es una relación de tres términos: un sujeto le comunica algo a otro sujeto. Esta comunicación significa “estar en relación con”, se basa en la naturaleza dialógica del lenguaje porque el sujeto se expresa siempre en función del interlocutor.

Grize explica su modelo de comunicación y dice que un orador A, construye una representación discursiva llamada “esquemmatización”, en una situación de interlocución, ante un auditorio B, quien reconstruye la esquematización. El autor aclara, con base en Pêcheux, que A y B no son sujetos concretos, sino lugares que pueden ocupar alternativamente los interlocutores. Quien habla o escribe siempre está en A y quien escucha o lee siempre está en B. La comunicación es dialógica; se construye con base en una lógica natural (operaciones de pensamiento) y se expresa utilizando un lenguaje también natural, el de la vida cotidiana (operaciones lingüísticas) y en el cual, las palabras tienen igual sentido para los interlocutores en una situación específica de comunicación.

El discurso se llama esquematización porque “representa” aquello de lo que se habla, está en su lugar. Es una construcción simbólica, y por tanto, una acción semiótica. Grize añade que la esquematización, como acto de interlocución entre sujetos que ocupan la posición de A o de B se construye con base en las finalidades de los sujetos, en las representaciones que tienen de sí mismos y del interlocutor y utilizando preconstruidos culturales.

La esquematización es un proceso en el cual se llevan a cabo operaciones de pensamiento, y un resultado, como la expresión lingüística de esos pensamientos. Es la propuesta discursiva que el sujeto situado en A construye ante el interlocutor, situado en B. En esta ponencia sólo nos referiremos a la esquematización como resultado y la aplicaremos a la propuesta discursiva del periódico. Expliquemos ahora, como funciona en la construcción de este discurso.

Las finalidades, en el modelo, se refieren al propósito informativo del medio y al interés de los lectores por conocer lo que sucede en su mundo mediato e inmediato. Por lo que se refiere a las representaciones, este autor explica que en la construcción de cualquier discurso, el sujeto colocado en A (el periódico) se hace una idea del sujeto colocado en B (el público lector), y del tema, que, en este caso, es la referencia del acontecimiento. Cabe aclarar, con Grize, que es imposible tener acceso cabal a las representaciones del

otro, de ahí que uno construya el discurso con base en las representaciones que A se hace de B.

La recepción, en este caso, de los lectores situados en el lugar de B, es la reconstrucción del discurso; se basa en la interpretación que se hace de lo dicho. La esquematización, dice Grize, tiene sus propias marcas para guiar la reconstrucción a fin de que B, lugar en el que nosotros ubicamos a los lectores, interpreten la información con el mismo significado que le dio A, lugar que, de acuerdo con nuestro planteamiento, lo ocupa el periódico.

Los preconstruidos culturales a los que alude Grize en su modelo, se refieren al conjunto de creencias y valores compartidos por el grupo social. El lenguaje que se utiliza en la interlocución tiene un sentido social con validez sólo para la situación de comunicación específica en la cual ocurre. Esto es muy claro en el discurso periodístico que basa su construcción en los conocimientos recientes compartidos por el grupo social. Más adelante ilustraremos esto con la presentación de los titulares publicados por algunos periódicos.

En estos tres modelos encontramos elementos muy interesantes para explicar el proceso de mediación del periódico ante los acontecimientos sociales y con los cuales construye el discurso que difunde masivamente. Primeramente, cabe señalar que en los tres modelos se explica al proceso de la comunicación desde la lingüística. Ello significa que estamos ante una acción semiótica por parte del periódico y de los lectores que da lugar a que se le otorgue un significado al acontecimiento. El significado lo propone el periódico y lo comparte o rechaza parcial o totalmente el lector. Es un significado cifrado en un código compartido. En esta acción semiótica el uso y selección de las palabras, así como la construcción de los enunciados juegan un papel relevante.

En segundo lugar, cabe destacar que en los tres modelos se habla de un proceso de interlocución. Ello rompe con la tradición que explica a la información periodística como un proceso en el cual se separa la información de la opinión y se asume que la primera “es la verdad del hecho” mientras que la segunda es la explicación del mismo. Si aceptamos que las rutinas del trabajo periodístico implican la valoración de los hechos, desde su registro hasta su difusión, entonces es preciso replantear la explicación del proceso de información y difusión de los acontecimientos sociales.

En tercer lugar, los modelos explican el proceso comunicativo como un proceso en el cual intervienen de manera fundamental las posiciones desde las cuales se informa y se recibe esa información, las finalidades que los llevan a comunicarse y el contexto social,

político y cultural en el cual se da la comunicación. Esta caracterización pone el acento en los sujetos, hecho que en el periodismo tradicional se explicaba de otra manera. Mientras más oculto estuviera el periodista, la información sería más veraz. Ahora, por fortuna, se rebasa esa concepción y se habla de periodistas presentes y calificados profesionalmente que le otorgan un significado a lo que se informa. Se habla de discursos verosímiles que refieren la realidad social pero que necesariamente comportan una ideología y una posición en la formación social.

EL PERIÓDICO COMO ACTOR POLÍTICO

Siguiendo con nuestra perspectiva lingüística basada en los actos de habla, reiteramos que decir es hacer y que por ello, el periódico es un actor político. Esta aseveración exige mayor explicación. Primero definiremos al discurso político para después referirlo al comportamiento político del periódico. El discurso político es aquél en el cual predomina la disputa por el poder y se expresa prioritaria aunque no exclusivamente en situaciones de conflicto.

Para Michel Foucault (1980:12) el discurso político expresa luchas sociales y de dominación. Gilberto Giménez (1989:126-128) por su parte, dice que el discurso político es el que expresa relaciones de poder en una sociedad, desde las instituciones en las que se sustenta el poder político. Es el discurso “producido dentro de la escena política, es decir dentro de los aparatos donde se desarrolla explícitamente el juego del poder”. Y añade que son discursos políticos, por ejemplo, “el discurso presidencial, ministerial o parlamentario; el discurso electoral y el de los partidos políticos; el discurso de la prensa política especializada y el discurso transmitido por los medios electrónicos de comunicación masiva, etcétera”. En consecuencia, en el discurso político, añade el autor, el emisor no se limita a informar o difundir su convicción, sino que expresa, mediante el acto discursivo, su posición y compromiso. Por ello, según Giménez, el discurso político es un discurso argumentado que tiene como propósito intervenir en el interlocutor.

De acuerdo con esto, decimos que el discurso del periódico es político porque se desenvuelve en el terreno de la dominación, maneja y promueve relaciones de poder y, finalmente maneja estrategias argumentativas para difundir la información con el propósito de influir en la opinión pública. El discurso del periódico es un discurso político, entonces, porque funciona como medio de acción y de intervención política.

En este sentido, podemos también definir al discurso periodístico como un discurso polifónico en virtud de que en él se expresan muchas voces de la sociedad, entre las que predominan las voces de los políticos. Pero esto no cancela la propia voz del periódico, ni tampoco su acción política.

En otras palabras, el periódico es el “escenario” en donde se expresan los diversos discursos y, entre ellos, el de los políticos. El discurso político de la prensa se expresa en la omisión o inclusión, y jerarquización de esos discursos, y en su propia voz en los artículos editoriales. Todo ello constituye lo que nosotros definimos como la estrategia argumentativa del discurso periodístico y en la cual descansa el propósito del periódico de influir en la opinión de los lectores.

Al respecto Héctor Borrat (1989:9) señala que “la concepción del periódico como medio de comunicación masiva da por supuesto que ese medio es un actor puesto en interacción con otros actores sociales. Explicar y desarrollar ese supuesto en el campo de la política puede ser, entonces, una manera diferente de perfilar el periódico, analizar su discurso público y hacer un uso reflexivo y crítico de sus relatos y comentarios sobre una actualidad que nos involucra a todos”.

EL ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO.

Con este marco teórico, realizamos un análisis del discurso periodístico referido a un momento de conflicto político en el país: el levantamiento armado del EZLN el 1° de enero de 1994.

Por razones que escapan al propósito de esta ponencia, no podemos explicar ni detallar todo el análisis que realizamos, quienes estén interesados pueden remitirse a la tesis doctoral indicada en la bibliografía. Sólo mencionaremos algunos puntos que consideramos son reveladores de la acción tanto mediadora como política de dos diarios de circulación en el D.F.: *El Nacional* (ya desaparecido) y *La Jornada*. La selección de estos periódicos obedeció al interés por ilustrar que no obstante el procedimiento igual en las rutinas periodísticas en cuanto al registro de la información (ambos periódicos cuentan con el servicio de casi las mismas agencias informativas; tienen corresponsales en varias ciudades del extranjero y cuentan con la posibilidad de mandar enviados especiales al lugar de los hechos), hay una marcada diferencia en la construcción discursiva (selección del temario y jerarquización de la información) y, en consecuencia de las estrategias argumentativas y de valoración ante el mismo acontecimiento. Lo que informan los periódicos, entonces, es diferente.

METODOLOGÍA. Para el análisis se tomaron en cuenta los siguientes elementos:

1. La situación de la enunciación: ¿Quién habla y a quién le habla?
2. La coyuntura. El contexto socio-político y el conflicto.
3. El acontecimiento.
4. Los temas
5. La argumentación (mecanismos de valoración)

La situación de enunciación:

¿QUIEN HABLA?

El Nacional. Se fundó en 1929 como órgano oficial del partido en el Gobierno (el PNR ahora PRI) con el nombre de *El Nacional Revolucionario*. Después cambió a *El Nacional*. Desapareció en 1998. Funcionó como Sociedad Anónima y lo financió la Secretaría de Gobernación. El director del diario era nombrado por el Presidente de la República. El director en el periodo de análisis (2-8 de enero de 1994) era Pablo Hiriart. Como órgano oficial del gobierno habló desde esa posición, a través de las distintas secretarías de estado. Su discurso estuvo formado por declaraciones y comunicados.

¿A QUIÉN LE HABLA?

Sus lectores pertenecían al sector gubernamental. Fue un discurso del Gobierno para el Gobierno. No tuvo impacto en la sociedad civil en general.

La Jornada. Periódico crítico, de tendencia liberal y democrática. Nace como Sociedad Anónima, DEMOS (Desarrollo de Medios S.A de C.V.) en 1984. Desde su nacimiento a la fecha tiene una posición liberal y democrática. Como vocero de la sociedad civil habla en defensa de los intereses sociales en general y cuestiona día a día las acciones del gobierno que considera adversas al interés social. El director en el periodo de análisis fue Carlos Payán Vélver.

¿A QUIÉN LE HABLA?

El perfil de lectores de este periódico corresponde a la clase media y media baja. Su discurso tiene mucho impacto en la población intelectual con tendencias de izquierda.

LA COYUNTURA.

Al finalizar el año de 1993 e iniciarse el año 1994, México vive un momento muy especial porque el 1º de enero se inicia el Tratado de Libre Comercio entre México,

Estados Unidos y Canadá lo que significaba, en voz del Presidente de la República, Carlos Salinas de Gortari, la entrada del país a la modernidad y a la competencia económica con los países desarrollados. Era la gran oportunidad de México para salir del subdesarrollo. También, en ese mismo año, serían las elecciones presidenciales, ya se habían destapado los candidatos de los distintos partidos.

Por lo que se refiere al contexto social del lugar en donde se originó el problema, hemos de señalar que Chiapas es un estado de la federación, situado en el sureste del país. Vive de la agricultura y la ganadería. A pesar de ser uno de los estados más ricos en recursos naturales, hay mucha miseria y conflictos religiosos entre la población indígena. Es el estado con el índice más alto de analfabetismo en el país.

En cuanto al perfil del grupo armado que originó el conflicto político, cabe señalar que el EZLN tiene como antecedente al movimiento campesino que se inicia en Chiapas en la década de los setenta. Está formado por indígenas campesinos de diferentes etnias mayas que no hablan español. Su dirigente, estratega y portavoz es el subcomandante Marcos quien tiene una formación universitaria y facilidad de palabra. Su discurso es fresco y novedoso. Introduce la poesía, el drama y el humorismo en su discurso político lo que le da un efecto de simpatía, autoridad moral y credibilidad.

LOS HECHOS: EL LEVANTAMIENTO ARMADO.

En la madrugada del 1º de enero de 1994, varios centenares de indígenas autodenominados Ejército Zapatita de Liberación Nacional, procedentes de la Selva Lacandona tomaron por asalto la ciudad de San Cristóbal de las Casas y las cabeceras municipales de Ocosingo, Altamirano y Las Margaritas. Le declararon la guerra al ejército mexicano y anunciaron que avanzarán hacia el D.F. para destituir al Presidente Carlos Salinas de Gortari.

Se trató de un acontecimiento sorpresivo en todos los sentidos que ocupó las primeras planas de los periódicos y de todos los medios masivos nacionales y extranjeros, durante varias semanas.

EL DISCURSO PERIODÍSTICO: LOS TEMAS.

Lo importante a destacar como resultado del análisis tópico, expresado en los titulares, fue como sigue:

El acontecimiento ocupó casi la totalidad de la primera plana de ambos periódicos durante la semana del análisis. Asimismo, casi todos los días, el titular principal

también se refirió al tema aunque aquí vale hacer algunos señalamientos que distinguen los discursos de los periódicos.

La Jornada, en el primer día, dedicó el titular principal a señalar el acontecimiento inicial: el levantamiento al cual se refirió con el siguiente enunciado: “Sublevación en Chiapas”, y los otros días, señalados cronológicamente, se refirió a los acontecimientos subsecuentes: “Chocan alzados y militares”, “Combaten a 16 km. De Tuxtla”, “Bombardeo al sur de San Cristóbal”, “Bombardeos, pánico, éxodo”, “Derriban rebeldes 2 torres de la CFE”. El sábado 8, último día del análisis, el titular principal no se refiere al levantamiento sino a otro acontecimiento: “Estalla aquí un coche-bomba” (se refiere al D.F.).

El Nacional, en cambio, tuvo un comportamiento discursivo diferente. Más que la referencia al hecho, al acontecimiento, informó sobre las declaraciones oficiales, la noticia no fue el acontecimiento, sino lo que el Gobierno dijo respecto de los acontecimientos. Los titulares, en orden cronológico, fueron como sigue: “Rechazan sociedad, iglesia y gobierno uso de violencia”, “Diálogo político para cesar violencia, insiste gobierno”, “Sólo con diálogo tendrá solución todo reclamo: CSG”, el miércoles 5 se rompe con esta tendencia discursiva y se alude a un hecho: “Abandonó el EZLN las 4 ciudades ocupadas” (aunque la referencia es un hecho, la intención es muy clara: resaltar la acción del Gobierno quien va ganando la batalla y pronto todo estará bajo control. Al siguiente día retoma su estrategia discursiva y vuelve a las declaraciones: “Imperativo el diálogo y deponer armas: gobierno”, “CSG: perdón a indígenas desesperados y engañados”, el titular del último día también da un giro discursivo y se refiere a un hecho: “Evita el ejército nuevo sabotaje de 400 armados”. Nuevamente lo interpretamos como la información de una acción acertada del gobierno.

En esta ponencia, sólo haremos una síntesis temática del discurso de los dos diarios en las cuales se aprecia, por la referencia a los sujetos (Gobierno, Ejército y EZLN) y sus acciones, la diferencia en el manejo de la información:

Para *La Jornada*, a partir de que informa, el día 2 de enero, sobre una sublevación en Chiapas, en los siguientes días informa que el grupo armado atacó al 31 campo militar, que se enfrenta al ejército en Ocosingo y que sale de Oxchuc y Abasolo. A partir del día 5 de enero, se ocupa en informar sobre el bombardeo del ejército en la región chiapaneca, bombardeo que alcanza a periodistas y que obliga a poblaciones enteras a buscar refugio. Paralelamente, informa sobre la posible ejecución de 5 rebeldes en Ocosingo y, también, que los pobladores capturaron a 11 sublevados en Oxchuc. En

otro orden de asuntos, y en coincidencia con la posición de *El Nacional*, destaca la invitación al diálogo del presidente en el mensaje que dirigió a la nación. Finalmente, y lo que marca otra diferencia con la información de *El Nacional*, es que le adjudica a los rebeldes las dos acciones reportadas: el derribo de dos torres de la CFE y el estallido del coche-bomba en el D.F.

El discurso de *El Nacional* es como sigue: el día 2 de enero informa que un grupo armado tomó cuatro alcaldías en Chiapas. Los demás días los dedica a informar sobre las acciones de los ejércitos enfrentados. Respecto del grupo armado dice que atacó la 31ª zona militar y la población de Ocosingo. Posteriormente informa que el EZLN abandonó las cuatro ciudades ocupadas ante la llegada del ejército. También informa que en Oxchuc, la población civil apresó a once integrantes del EZLN. El día 7 informa que el Presidente Carlos Salinas de Gortari, en su mensaje a la nación, reitera su oferta de diálogo y que perdona a los indígenas desesperados y engañados. Por lo que se refiere a las acciones del ejército, informa que repelió el ataque del grupo armado a la 31ª zona militar, que libera Las Margaritas y Ocosingo, que obliga al EZLN a retirarse de las poblaciones ocupadas y que realiza ataques aéreos contra los rebeldes. También informa, al igual que *La Jornada*, que el estallido del coche-bomba es un acto del EZLN y, en cambio, y a diferencia de lo informado en *La Jornada*, que la destrucción de las torres de alta tensión no es un acto imputable al EZLN.

Finalmente, haremos una breve referencia a la manera en como llama cada periódico al EZLN, pues la forma de nombrar también implica una apreciación distinta de los sujetos y ello impacta en el significado del discurso. Para *La Jornada*, El EZLN es igual a: alzados, sublevados, insurrectos, guerrilleros y rebeldes. Para *El Nacional*, el EZLN es igual a grupo armado, inconformes, agresores, rebeldes, insurgentes y grupo radical. Podemos inferir, de esta referencia, que no hay mucha diferencia en como lo nombra cada uno de los periódicos; coinciden en llamarlos rebeldes, insurgentes e insurrectos. Empero, política y culturalmente, hay una gran diferencia en llamarlos agresores, como lo hace *El Nacional*, a guerrilleros, como lo hace *La Jornada*. Con esta diferencia se manifiesta la posición política e ideológica desde la cual habla cada periódico. La referencia de nombre con la que se alude al Ejército Mexicano en uno y otro periódico no es relevante. Lo que sí es de llamar la atención son las predicaciones sobre las acciones que realiza: *La Jornada*, enfatiza que el ejército mexicano bombardeó la región, con lo cual atacó también a la población civil. *El Nacional*, en cambio, enfatiza

el que la acción del Ejército en la zona es sólo para ayudar y proteger a la población. La información, entonces, es diferente en cada periódico.

Como segunda parte del análisis tópico, ahora referido al comportamiento opinativo del periódico expresado en los titulares y en el tema central del artículo editorial, también vale la pena hacer algunas observaciones interesantes. El comportamiento de *La Jornada* fue de un rechazo diario a las medidas represivas del gobierno y en particular a las acciones del ejército que muchas veces fueron en contra de la población civil. Su posición fue de un constante reclamo al gobierno. El editorial del primer día rompe con esta posición y lo titula “No a los violentos”. Por inusual en la posición desde la cual habla este periódico, me referiré a algunas valoraciones que hace el diario en este editorial, más allá del titular. En el desarrollo de su argumentación, condena el acto violento, califica de irracional tratar de remover al Presidente, y después llama a los rebeldes, aventureros y profesionales de la muerte. Esta valoración de los rebeldes es única y no coincidente con el discurso de los otros días. A partir del segundo día, cambia totalmente el tono y la posición inicial. También es importante destacar que no todos los días los titulares se refieren al asunto de Chiapas y los días en que sí lo hacen, se expresan así: “Privilegiar el diálogo”, “Respetar la dignidad humana”, “Buscar la paz e investigar los hechos”, “Conservar la serenidad”.

El comportamiento editorial de *El Nacional* no ofrece particularidades discursivas interesantes pues la opinión, más que serlo, se concretó a parafrasear lo informado en la primera plana. Sólo cabe hacer alusión, por su desproporción, al editorial del primer día titulado “Un llamado a la cordura” en el cual a modo de conclusión se dice que el estado (se refiere a Chiapas) ha enfrentado varios problemas y no es justo añadir el que ahora aflora. Los editoriales de los siguientes días siguen en el mismo tono discursivo: “La paz en México, tarea de todos”, “A restablecer orden y legalidad en Chiapas”, “Chiapas, a resolver las carencias sociales”, “El diálogo, primordial para resolver problemas”, “Un grupo armado en contra de México”. El editorial del día 8 de enero no se refiere directamente al tema Chiapas.

Como resumen del análisis temático de los editoriales, podemos destacar que la diferencia en el discurso de los dos periódicos que nos ocupan es como sigue: *La Jornada* expresa sus juicios respecto de los acontecimientos a través del análisis de los hechos presentados en la primera plana. La posición de este periódico queda de

manifiesto en su discurso mediante el cual se opone a la violencia como vía de solución a los conflictos, se pronuncia a favor de que se resuelvan los problemas de rezago socioeconómico de la región chiapaneca, pide que se respete la dignidad y los derechos humanos de las personas en la zona del conflicto y que en la ciudad de México se conserve la serenidad. Ante la caída de la bolsa mexicana de valores, señala que si bien el conflicto chiapaneco fue el precipitante para que ésta se desplomara, en realidad, cualquier conflicto podría haberlo hecho pues la bolsa estaba ficticiamente inflada. Finalmente, respecto del mensaje presidencial, al cual maneja como hecho, **destaca la importancia de buscar la paz.**

El periódico *El Nacional*, en cambio, más que interesarse por los hechos, al igual que en su discurso informativo, en su discurso editorial se interesa por las declaraciones del gobierno, especialmente, las presidenciales. En consecuencia, el tema de los editoriales se refiere a las declaraciones que en estos días hizo el presidente Carlos Salinas de Gortari. Cabe destacar que los editoriales están contruidos parafraseando las declaraciones oficiales, y la posición editorial se expresa en los argumentos de apoyo a tales declaraciones. El tema de los editoriales de este periódico se resume de la siguiente manera: el problema de Chiapas es difícil pues se trata de carencias y rezagos sociales de muchos años. Para solucionarlos se requiere de la unidad, la concordia y la paz social. El camino, entonces, es el diálogo, el apego a la ley, y el rechazo a la violencia. Buscar la paz es tarea y compromiso de todos los mexicanos. Del mensaje del presidente a la nación **destaca la declaración de que un grupo armado está contra México.** Nuevamente, enfatizamos la diferencia en los discursos de los editoriales: *La Jornada* se pronuncia por un rechazo a la violencia, porque se atiendan los reclamos sociales de Chiapas, porque se respete la dignidad humana, se busque la paz y porque se conserve la serenidad en el D.F.

El Nacional se pronuncia porque haya unidad, concordia y paz social en Chiapas, porque se atiendan las carencias y los rezagos, por el diálogo como el camino para resolver el conflicto y, por **apoyar la posición gubernamental de perdonar a los indígenas alzados en armas porque fueron engañados.**

LA ARGUMENTACIÓN (MECANISMOS DE VALORACIÓN).

Hemos dicho antes que el discurso periodístico es político porque además de desarrollarse en la escena política, es un discurso argumentado que busca influir en los lectores. En este sentido, nos hemos referido a la argumentación de este discurso

expresada en la tematización y la jerarquización de la información de los acontecimientos y de las opiniones correspondientes. Pero hemos de añadir que la argumentación también se expresa a través de diversos mecanismos de valoración.

La estrategia valorativa de *La Jornada* en la información presentada en la primera plana de los siete días que analizamos, está basada principalmente en el recurso a la autoridad: gobierno, iglesia, candidatos presidenciales y algunos intelectuales. La intención es fundamentar la posición del periódico de repudio a la violencia. Además, aunque el periódico reconoce que ha habido actos de violencia tanto del ejército como del EZLN, proporciona mucho más información sobre las acciones bélicas del ejército a las cuales califica de innecesarias. Cabe destacar, igualmente, que el discurso de *La Jornada* insiste en calificar negativamente las acciones del ejército. Al respecto, el día 4 de enero, en lugar preferencial y destacado de la primera plana, publica la fotografía de un reportero de *La Jornada*, herido por el ataque aéreo del ejército en la región del conflicto. Igualmente, podría considerarse como estrategia persuasiva el que las informaciones sobre los bombardeos del ejército mexicano provengan de enviados especiales del periódico.

Vale la pena destacar, también, que en el día en que es obligado el tema del mensaje presidencial por su fuerte vinculación con el momento político y social del país, el periódico insiste en enfatizar las acciones bélicas innecesarias del ejército. En el discurso periodístico de ese día el periódico escoge, del mensaje presidencial, el tema sobre la invitación al diálogo, pero este tópico queda, irónicamente contrastado con las acciones bélicas del ejército.

Finalmente, *La Jornada*, en congruencia con su posición de rechazar la violencia, le da especial relevancia a la información sobre el número de muertos en los enfrentamientos. Diariamente señala el saldo de muertos y enfatiza la información sobre personas muertas ajenas al conflicto armado. La intención valorativa es clara: “mueren inocentes”.

La estrategia valorativa de *El Nacional* en la información de la primera plana de los días analizados, está basada principalmente, en el recurso a la autoridad. El periódico enfatiza las declaraciones oficiales y, muy especialmente, las presidenciales y las de la Secretaría de Gobernación, para dejar claro que el Gobierno rechaza la violencia y que está dispuesto a dialogar con los inconformes.

Cabe destacar que el discurso informativo de *El Nacional* no es directo, sino que la información se obtiene vía las declaraciones oficiales y que éstas siempre son favorables

a las acciones gubernamentales y, por tanto, a las del ejército y, de censura, a las acciones del EZLN, al cual descalifica diciendo que es un grupo que está contra México.

El periódico reconoce, mediante las declaraciones oficiales, que existen motivos para la inconformidad del grupo armado, pero enfatiza su rechazo a la violencia y al uso de las armas y, cada día, en boca de distintos secretarios de Estado, hace una invitación al diálogo.

El día 7 de enero, el periódico no sólo en congruencia con el ejercicio periodístico de informar sobre los principales acontecimientos del día sino, con la intención de valorar positivamente, por el espacio y los titulares que le concede en la primera plana, prioriza el mensaje del Presidente Carlos Salinas de Gortari a la nación y del mensaje destaca, con clara intención de impactar emocionalmente al lector, que el Gobierno “perdona a los indígenas desesperados, que fueron engañados”.

Por lo que se refiere al manejo de cifras como estrategia argumentativa, *El Nacional* se apoya en este recurso para cumplir con varios propósitos. El primero de ellos es minimizar las dimensiones del conflicto: sólo se trata de cuatro alcaldías entre muchas de la región chiapaneca; otro, es ganar credibilidad en el manejo de la información: el periódico diariamente informa, vía el reporte de la Sedena, del número de muertos y heridos en los enfrentamientos; otro propósito más es resaltar que cinco candidatos presidenciales apoyan la propuesta de Colosio en relación con el levantamiento armado; otro, es calificar negativamente al EZLN al precisar que tiene 93 rehenes. Finalmente, otro propósito es calificar favorablemente la reacción del gobierno ante el levantamiento: manda 18 toneladas de víveres a las poblaciones afectadas por el conflicto.

Por lo que se refiere a la estrategia argumentativa de los periódicos expresada en sus editoriales, señalamos lo siguiente:

La Jornada inicialmente valoró positivamente las acciones del Gobierno y del Ejército Mexicano, y valoró negativamente al grupo de los alzados, al grado de llamarlos aventureros y profesionales de la muerte, Al paso de los días, el periódico modificó la valoración positiva y pasó a censurar las acciones del Ejército, en concreto, censura los bombardeos en la región a los cuales califica de innecesarios. También cuestiona las medidas gubernamentales como el camino indicado para resolver el conflicto.

Respecto de la intermediación que ofrecen los obispos chiapanecos, desde el inicio, y en todo momento, el periódico la califica como acertada. *La Jornada*, desde el principio

del conflicto armado, manifiesta preocupación por los indígenas. Se ocupa, particularmente, en referirse a los indígenas separadamente de los cabecillas rebeldes, de quienes dice, usan un lenguaje violento e irracional. La posición editorial de *La Jornada* es insistir en atender los problemas chiapanecos de rezago y marginación social.

La estrategia valorativa de *El Nacional* en los artículos editoriales es la siguiente: El periódico desde el inicio del conflicto y durante toda la semana del análisis, valoró positivamente todas las acciones institucionales del Gobierno, a través del presidente y de los distintos secretarios de estado involucrados, el ejército mexicano y la iglesia. Respecto del gobierno señala que éste ha respondido prudente y rápidamente a las demandas sociales de los chiapanecos. Enfatiza las varias acciones que ha hecho no sólo ahora, sino desde antes con el programa nacional de solidaridad para apoyar al desarrollo económico y social de los indígenas de la región.

Del ejército señala que su intervención ha sido mesurada, de apoyo y de defensa a los pobladores de la zona en conflicto. Enfatiza que sus acciones han sido en respuesta a la solicitud de las autoridades locales y de la misma población.

Por lo que se refiere a la propuesta de los obispos de fungir como intermediarios en el diálogo, el periódico no sólo se pronuncia favorablemente a dicha propuesta, sino que se ocupa en señalar reiteradamente la importancia que ello significa en el sentido de resolver el conflicto mediante el diálogo y el apego a la legalidad.

Con respecto al grupo armado, *El Nacional* lo valora negativamente. Durante todo el periodo del análisis sus comentarios son desfavorables hacia el levantamiento. El periódico es un eco del discurso oficial en cuanto su opinión coincide, al grado de la paráfrasis, con las declaraciones oficiales. En este sentido, su opinión siempre está dirigida a procurar deslindar al problema indígena del grupo armado y apoyar en todo momento las declaraciones gubernamentales de atender las demandas de los indígenas, a las que califica como legítimas.

Con todo lo antes dicho y como resultado del análisis del discurso periodístico construido por cada periódico, queda claro que en la referencia de los acontecimientos tanto en el nivel informativo, como en el opinativo se delata la posición desde la que habla el medio y su intención por dar a conocer “su versión” de los hechos. Además, en este proceso informativo hay una valoración inevitable de los acontecimientos.

A manera de conclusión de esta ponencia hemos de señalar dos cosas: 1) Si aceptamos que el discurso periodístico es una esquematización de la realidad social que el medio construye y el lector reconstruye, hemos de aceptar también que en el ejercicio profesional del periodismo no existe una trasmisión informativa, sino que el periódico le propone al lector un discurso verosímil de los acontecimientos y éste puede o no aceptarlo. Y 2) Que la teoría recogida en los tres modelos de comunicación que nos sirvieron de marco teórico y adecuados a la comunicación periodística, nos permite decir que no existe la tan mentada “objetividad periodística”. No existen referentes que no pasen por el tamiz de una ideología, de las finalidades de los interlocutores, de las representaciones sociales de ambas partes y del contexto político, social y cultural en el cual se realiza la comunicación.

BIBLIOGRAFIA GENERAL

- Borrat, Héctor (1989) *El periódico, actor político*. Barcelona. GUSTAVO GILI.
- Giménez, Gilberto (1983) *Poder, estado y discurso*. 2ª ed. México. UNAM.
- González Reyna, Susana (1995) *La construcción de la realidad en el discurso periodístico*. Tesis Doctoral. México. UNAM.
- Grize, Jean-Blaise (1990) *Logique et langage*. Genève-Paris. OPHRYS.
- Foucault, Michel. (1980) *El orden del discurso*. Barcelona. TUSQUETS EDITORES.
- Pêcheux, Michel (1969) *Analyse automatique du discours*. Paris. DUNOD.
- Rodrigo Alsina, Miquel (1989a) *La construcción de la noticia*. Barcelona. PAIDÓS.
- Rodrigo Alsina, Miquel (1989b) *Los modelos de la comunicación*. Madrid. TECNOS.
- Thompson, John B. (1990) *Ideology and modern culture. Critical social theory in the era of mass communication*. Great Britain. POLICY PRESS.

HEMEROGRAFÍA

- La Jornada*. México. 2-8 de enero de 1994. pág. 1 y Editorial pág. 2.
- El Nacional*. México. 2-8 de enero de 1994. pág. 1 y Editorial pág. 2