

65



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

" LA CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD INFORMATIVA .
EXAMEN DEL ESTATUS SOCIAL Y CARACTERÍSTICAS DEL
PROCESO INFORMATIVO ACTUAL "

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A :
BERTHA HERNÁNDEZ GONZALEZ

ASESOR : MTRO. SERGIO MONTERO OLIVARES



CIUDAD UNIVERSITARIA ,2002



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS Y AJUSTE DE CUENTAS:

Justo es reconocer la benéfica y definitiva influencia que algunos brillantes habitantes de la UNAM ejercieron en mi formación profesional. También es obligado mencionar a quienes, en otra parte de la vida, en los fragores del ejercicio periodístico, entre los *cracks* bursátiles, los asesinatos políticos y las puntadas de los reporteros, me mostraron, con su ejemplo, los recovecos, deberes, alegrías y pesares del mejor oficio del mundo.

A todos ellos el recuerdo y la deuda perenne, por haberme confirmado, cada día que he vivido con ellos, en el amor al conocimiento, a la precisión y al discurso riguroso, que no solemne.

De todos los aquí nombrados aprendí la alegría de la construcción del saber propio, de la argumentación más sólida, de la pasión por la información, por tener la mejor nota. Con algunos de ellos entendi que la academia puede ser profunda y seria, al mismo tiempo que sonríe y tiene sentido del humor. Con otros, en ciertas redacciones, descubrí que en nuestra profesión no hay verdades para siempre y que nada iguala a la adrenalina de la noticia, al orgullo del descubrimiento feliz y cotidiano.

Mención, pues, Gracias, y abrazos de colegas, donde ande, y en estricto orden alfabético, aunque si bien es difícil separar cariños, algunos saben bien su lugar:

Alberto Bailey

Walter Beller

Fernando Benitez (+)

Lysis Fajardo

Gerardo de la Fuente

José Fonseca

Fedro Guillén (+)

Alejandro Herrera-Ibáñez

Joaquín López-Dóriga

Sergio Montero

Carlos Pereyra (+)

Hugo Padilla

Jorge E. Rodríguez (-)

Juan José Saldaña

Samuel Schmidt

Héctor Subirats

José de Villa

Benjamin Wong

Y a la memoria de Thomas Sebeok (1920-2001), cuyas ideas acerca de una semiótica gozosa y eficaz inspiraron algunas de las reflexiones de este trabajo.

ÍNDICE

Introducción: Hubo una vez un elefante. De cómo ver con los ojos del comunicólogo.	4
I. Mar de historias: sobre el quehacer informativo.	13
I.1. Yo digo que esto es la Realidad. El concepto de información ejercido por los Medios Masivos	
I.2. La transformación de la actividad informativa: una nueva descripción del mundo. (O ya no un rino, sino un Elefante.	28
II. Mar de monstruos: verdades, objetividades y otras bestias.	37
II.1. El Snark y sus parentes: A la caza de absolutos conceptuales	
II.2. Verdad, objetividad, conocimiento. El sueño de lo inalcanzable	43
II.3. Bestias asociadas: los mitos de la práctica periodística	64
III. Mar de supuestos: donde resulta que la Ciencia y el Periodismo se parecen.	71
III.1. Nosotros decimos la verdad: La constitución de la autoridad enunciativa de los medios masivos	
III.2. Una vieja y bella historia: el status de la Ciencia y su eterna persecución de La Verdad	89
III.3. El discurso de la Ciencia y el discurso de Periodismo: de la validación a la valoración automática	104
IV. Mar de signos y palabras: La construcción de la Realidad Informativa.	124
IV.1. Un Monstruo invitado: La Realidad y otras ilusiones racionales	
IV.2. ¿Signos, dijo? La construcción de una semiótica para la comunicación.	135
IV.3. El retrato del elefante: la constitución del Conjunto Significo Periodístico	160
IV.4. Un discurso de doble dimensión para los medios.	170

V. Mar de elefantes: donde la Realidad Informativa entra en acción (O el Elefante se puso un pasamontañas).	174
V.1 En algún lugar de la Selva Lacandona El elefante parecía gns y además llevaba pasamontañas. Cuando el individuo consume las premisas de la verdad.	
V.2 Al día siguiente todos lo dijeron. Tenia ojos azules y hablaba cuatro idiomas. Donde las construcciones signicas operan.	200
V.3 Y luego le dio por enviar comunicados y conceder entrevistas (Y todos a su manera, oyeron al nuevo elefante) Como resultado, una información real reconstruida.	223
V.4 Y claro está, el elefante con pasamontañas se volvió un mito (De libros, plumas, camisetas y poemas). Al cabo, La Realidad Informativa consumida, se ejerce y adquiere materialidad.	237
VI. Mar de dudas: donde la Realidad Real (junto con los alternativos) contraataca.	250
VI.1 La Realidad Real le ganó otra vez la carrera a la Teoría. La crisis de credibilidad.	
VI.2 ¿Por qué creemos lo que consumimos? Un descanso en el Mar de las Creencias.	255
VI.3 Atrapados en la práctica ideológica, consumimos aunque no lo creamos.	259
VII. Conclusiones: Mar de bestias mayores: donde los medios juegan a las carreras entre sí.	262
Epilogo: Como veia que resistia, fue a llamar otro elefante. ¿De qué sirve mirar con los ojos del comunicólogo?	270
Bibliografía	273

Ilustraciones de Alejandro Hernández

Introducción: Hubo una vez un elefante. De cómo ver con los ojos del comunicólogo.

En efecto, hubo una vez un elefante, que se parecía sospechosamente a esa entidad amorfa que solemos llamar realidad. Quizá más práctica cotidiana que sesudo razonamiento epistemológico, la historia del elefante es de origen hindú y es referida deliciosamente por Maunce Duverger y, años más tarde, por Juan Luis Cebrián¹.

Cuéntase que a tres ciegos les fue acercado el elefante famoso, y se pidió a los sujetos que identificaran el objeto que tenían delante suyo. Uno, al tocar el cuerpo del paquidermo, aseguró estar frente a una montaña; el segundo tocó una pata y creyó tocar un tronco de palmera. El tercero tomó la trompa elefantina y afirmó que era una liana lo que tenía entre manos. Así procedemos sistemáticamente en lo que se refiere a la constitución de nuestro conocimiento sobre el mundo y sobre aquello que resulta de nuestro interés.

Pero de esta práctica digamos elemental, a las actuales explicaciones acerca de los procesos cognoscitivos, han ocurrido muchas cosas. Hoy día, más que nunca antes, nosotros, los seres sociales, obtenemos la mayor parte de nuestro conocimiento del mundo a través de los medios masivos. La práctica socializante de la célula familiar primigenia se ha visto eficazmente reforzada por los brazos bienhechores de la Modernidad y de la Alta Tecnologización, de

¹ Cebrián, Juan Luis: *El tamaño del Elefante*, Alianza Editorial, Madrid, 1987, p.7.

manera mucho más profunda de lo que alguna vez pudo haber soñado el buen Marshall McLuhan.

De repente, el mundo, la vida de las sociedades humanas, cambió radicalmente. El Universo de los hombres se volvió infinito, y a la vez tan manejable como un televisor portátil. Diversas opciones tecnológicas: la transmisión vía satélite, la red de microondas, la maquinaria de impresión de alto poder y capacidad fueron determinantes en la transformación de las lecturas de la vida social. La acelerada y compleja tecnologización logró para sus usuarios lo que no pudieron ninguno de los tres ciegos de nuestro cuento: ver al elefante completo.

O por lo menos, pudo verse, desde entonces, lo que nos dijeron que era el elefante. Después de la globalización comunicativa actual, jamás volveremos a saber del mundo si no es a través de las producciones informativas de los medios.

Elo ha ocasionado el surgimiento de un concepto distinto del conocimiento: casi todo se ha visto por televisión, se ha escuchado por radio, leído en un periódico o en una revista. Todo ocurre y es narrado a través de una producción informativa. El cine, pobre olvidado, ha dejado atrás su condición de medio informativo para especializarse en cristalizar los sueños de algunos.

Así las cosas, ocurre que ya no sabemos de lo que acontece a nuestro alrededor -no importa si se trata del polvoriento DF, de la Selva Lacandona o de la Plaza Roja de Moscú-, sino por gracia de la omnipresencia de los medios; en términos técnicos y tecnológicos, no existe, prácticamente, obstáculo alguno que

nos impida presenciar el concierto de rock más grandioso de la historia en el momento mismo de llevarse a cabo, aunque el escenario fuera una llanura de Australia. Digamos que a estas alturas, todo puede decirse a todo el mundo, sobre cualquier cosa, en cualquier momento.

Este es el discurso general de los medios masivos. Esta es la premisa principal del argumento que habrá de asegurarle audiencia y respetabilidad colectiva. Después, no resultará extraño ver un promocional del canal de televisión que oferte llevar hasta la sala de la casa el conflicto armado más reciente; algún noticiero radiofónico hablará de La Realidad Tal Cual, y algún periódico dirá lo que otros callan, o se autonostrará el periódico de la vida nacional.

Pero ojo, se trata de una estrategia cuidadosa, pues desde los cimientos de la actividad informativa, es decir, el aprendizaje de la práctica periodística, se establecen los Grandes Supuestos del oficio (la información ha de ser veraz, objetiva, confiable, etcétera, etcétera, etcétera); y en el ejercicio informativo cotidiano subyace una estructura argumentativa que justifica las diversidades entre una y otra producción informativa, asegura los candados de la credibilidad para la información difundida y más aún: convierte a los medios masivos, hoy por hoy, en artifices, poseedores, y circuladores del conocimiento actual.

Este proceso no es sino la construcción de una Realidad Virtual a partir de la ampliación de nuestro universo. Jamás volveremos a ver al elefante completo ni podremos adquirir toda la información que precisemos si no es a través de una compleja red tecnológica: se consultan bancos de datos automatizados, se

realizan tres enlaces diferentes para saber qué ocurre en el Oriente Medio, se escucharán tres distintas versiones radiofónicas de los hechos y se consultarán diariamente cuatro rotativos diversos.

Eso sí, cada uno de estos medios argumentará a partir de sus propias características y condiciones para autoproclamarse los poseedores de información veraz, precisa, comprobable, objetiva y creíble. En este proceso, la oferta informativa de los medios alcanza, con los mismos argumentos, el estatus social que la ciencia ha disfrutado por mucho tiempo, como el factor propiciatorio de la consolidación de su valor.

Así, la realidad virtual de los medios es una Realidad Informativa. Reforzada, sí, por una estructura argumentativo-discursiva, una constitución signica definida y un amplio aparato tecnológico. Se trata de una Realidad justificada hacia sus consumidores y autolegitimada para sus artífices. Esta Realidad Informativa es el indicador más rotundo de la transición absoluta de los ámbitos de la comunicación limitada de las comunidades reducidas a la lectura colectiva, reconstruida del mundo.

No obstante, y a pesar de que el proceso se recicla una y otra vez, la realidad real transcurre sin que importen en absoluto las digresiones de quienes la estudian. Así, la justificación discursiva de los medios sufre con frecuencia, la descalificación, la incredulidad y el cuestionamiento de quienes favorecen o ejecutan otra realidad virtual, circulada por otros productos informativos.

El mecanismo es infinito y circular. Si bien es cierto que la generación de una realidad informativa implica una práctica ideológica concreta, no es menos cierto que la expansión material y funcional de los medios rebasa ya esta práctica ideológica para inmiscuirse más que nunca en una carrera utilitaria y particular. Ante ello, el frecuente cuestionamiento competitivo o popular obliga a la realidad informativa a rearticularse una y otra vez, con probada eficacia.

Así pues, este trabajo, que toma la forma y las intenciones del ensayo, busca describir el mecanismo bajo el cual los medios masivos generan su credibilidad informativa y examinar los supuestos fundamentales que validan y justifican socialmente la información periodística, además de mostrar su semejanza con los que basamentan el conocimiento científico.

A partir de este análisis, se explicará la composición y articulación de los conjuntos signícos y argumentativos que dan lugar a la Realidad Informativa.

Por añadidura, se expondrá un modelo de análisis para la información de los medios masivos a partir de las estructuras significantes presentes en un corpus informativo impreso, acompañado de una reflexión crítica acerca de las funciones y alcances que los medios masivos ejercen sobre el conocimiento colectivo y las estructuras sociales.

La constitución de la Realidad Informativa puede definirse como el procedimiento a partir del cual los medios de comunicación masiva ejercen la posesión y la circulación de la información generada a partir de una relectura de los acontecimientos.

Esta Realidad Informativa opera a partir de un conjunto sónico particular y de una estructura argumentativa de doble dimensión: dirigida por un lado a los potenciales receptores-usuarios de la información, y por otro hacia la consolidación del estatus de credibilidad social que permite a un medio ser creíble socialmente y económicamente competitivo con sus similares.

Se ha definido este trabajo como un ensayo. Siguiendo a José Luis Martínez Albertos, que define a este género como "un tratado condensado", el texto busca no sólo revisar y discutir algunos de los conceptos fundamentales de la operación periodística cotidiana, sino también generar nuevos caminos de interpretación: "El ensayo refleja siempre conclusiones de trabajo elaboradas por el autor: ideas, hallazgos e hipótesis... es algo verdaderamente opuesto a la noticia."²

Esta apreciación es apoyada por una de las fuentes de consulta clásicas del aprendizaje de periodista: Gonzalo Martín Vivaldi asegura que "el ensayo, como indica su nombre (?) es un trabajo científico-literario que podría ser considerado como el bosquejo de un libro, de un tratado"³

Explicitado el género de exposición del trabajo, que a ratos también recurrirá al lenguaje periodístico, puede hablarse de la estructura del contenido: es así que la tesis se compone de seis capítulos, donde se desarrollan las fases de la construcción de la Realidad Informativa.

² Martínez Albertos, José Luis: *Redacción periodística. Los estilos y géneros en la prensa escrita*, ATE, Barcelona, 1974, p. 152.

³ Martín Vivaldi, Gonzalo: *Géneros periodísticos*, Paraninfo, México, s/f., p. 207.

La primera parte examina las características de los manejos informativos cotidianos de los medios masivos y el concepto de Información que sustentan; este examen lleva a la nueva descripción del mundo a partir de estos mismos medios.

El segundo capítulo se refiere a los Grandes Conceptos en los que se basa y legitima el saber científico. La búsqueda de La Verdad, La Objetividad, el Conocimiento, se constituyen en trampas racionales que suelen ser traducidas a imperativos cotidianos, y que en el caso del ejercicio periodístico, se enuncian como mitos del aprendizaje de la profesión.

El tercer capítulo examina la construcción argumentativa que valida el discurso científico y sus semejanzas con los discursos autolegitimantes de la información periodística que difunden los medios masivos; en la cuarta parte se analiza la constitución de la Realidad Informativa, a través de un Conjunto Signico Periodístico, que se sustenta en la idea de una Semiótica (teoría general de los signos) de origen epistemológico y fundamentada en los trabajos de Charles S. Peirce, Umberto Eco, Thomas Sebeok y la moderna antropología filosófica francesa.

El quinto capítulo se refiere a la operativización del mecanismo de la Realidad Informativa: el proceso social de consumo y su consecuente valoración y validación; la generación de conjuntos signicos definidos, en conjunción con las estructuras argumentativas dan paso a una información, a una realidad reconstruida. Funciona como ejemplo del modelo, el análisis de los Conjuntos

Sígnicos Periodísticos empleados en torno a la figura del Subcomandante Marcos, en diferentes momentos.

La sexta parte se refiere a la crisis de credibilidad suscitada frente a la reiterada reconstrucción de los hechos, aunado al proceso donde, aun cuando no se ejerza la credibilidad hacia una producción informativa específica, se sigue consumiendo.

Las conclusiones esbozan el panorama actual, donde la existencia de amplias cadenas de comunicación practican un sistema competitivo-empresarial que rebasa los manejos puramente ideológicos y la tradición de la competencia periodística.

La construcción del elefante es, por lo tanto, más compleja que un relativamente sencillo consumo de medios; la construcción de imágenes, lenguajes, información soterrada que apela a la presunta racionalidad de los auditorios y a una validación automática que sólo es posible a partir del concepto de creencia.

Juan Luis Cebrián sugiere: La única forma de ver completo al elefante es salir a la calle⁴ y tal habría de ser el trabajo del periodista y en un nivel de mayor abstracción, del comunicólogo.

El desarrollo de una lectura semiótica, y la capacidad de detectar las formaciones discursivas de los medios, responde a la necesidad pragmática de

⁴ Cebrián, op.cit., p 10.

comprender y ser capaces de dar forma a los procesos informativos de los mismos. Los ojos del comunicólogo o del periodista están obligados a ser diez veces más racionales que los del consumidor promedio de información. A la larga, sería deseable la capacidad de comprender esta nueva forma de constitución del saber público y poder entrar y salir de él. El primer paso consiste en romper absolutos, matar bestias abstractas. Las mejores verdades, bien dice William de Baskerville, son instrumentos que luego hay que tirar.

Abril de 1995.

Capítulo I. Mar de Historias: Sobre el Quehacer Informativo.

I.1. Yo digo que esto es la Realidad. El concepto de información ejercido por los medios masivos. (Paréntesis para tres sueños absolutamente reales)

UNO. El sueño de los medios.

El 25 de junio de 1967 todos los televisores de occidente se sintonizaron al unísono para ver-escuchar el debut comercial del satélite Pájaro Madrugador. Ni más ni menos, la primera transmisión mundial por televisión vía satélite.

En un alarde de técnica y modernidad, el Pájaro Madrugador, suspendido en el espacio desde 1965, se dispuso a generar la primer imagen común para todo Occidente, pues a fin de cuentas sólo se trataba de un enlace Europa-América.

Sin embargo, se acercaba el verano, el verano más glorioso de la década; era el verano de 1967 y la transmisión del Pájaro Madrugador coincidiría con la llegada del solsticio; los diarios de la época denunciaban la trampa más reciente del perverso imperialismo cultural yanqui, y sus promotores aseguraban que no era sino un gran llamado a la paz mundial.

A veintiocho años de distancia, el recuerdo de la transmisión maravillosa se ha diluido en la bruma de la mala memoria.

Se sabe que el programa monumental y global se llamaba "Nuestro Mundo"; que diversos países del orbe aportaron un segmento del contenido, dirigido a mostrarle "al mundo" qué era ese mundo, atrapado en la pantalla del televisor.

Se sabe también que todos los participantes en la fiesta -porque era una fiesta electrónica- aportaron aquello que les pareció más representativo de su cultura, sentimientos o actualidad. Italia mostraba una escena del rodaje de "Romeo y Julieta" (1) de Franco Zeffirelli, México estaba esforzándose por mostrar su creciente desarrollo (Modernidad: ¡aquí vamos!), aunque treinta y cinco años después hay cuatro versiones diferentes del segmento orgullosamente aportado por nuestro país: desde el nacimiento de un bebé en el Hospital de La Raza, hasta una presentación del Ballet de Amalia Hernández.

Fuente de expectativas, ventana colectiva, la transmisión del Pájaro Madrugador prometía volverse una bella fiesta.

Así pues, era verano, y a través de los años, después de tantas cosas trágicas y tantos suicidios ideológicos, el último rastro de la maravilla, de la sorpresa, de repente se aparece en las pantallas televisivas. El fantasma del Pájaro Madrugador asoma cada vez que, nostalgia irremediable, los Beatles vuelven a cantar "All You Need is Love", entre globos y trompetas.

Entre la bruma de la memoria y los años, un eterno enamorado del rock, Víctor Roura -¿Quién podría contarlo mejor?- se regresa a la pubertad, y se sumerge en el primer gran sueño de los medios electrónicos:

"Tenía doce años... no recuerdo si ya había televisión a color en México, tan borroso es el recuerdo... yo lo vi en blanco y negro... no pude distinguir el colorido, pero sí me di cuenta de que era una fiesta..."

"Recuerdo que la idea que sugería, más que la grabación, la filmación de una canción, era más bien de una fiesta.

"Hoy puedo recordar que para la época, fue algo absolutamente contracultural. A pesar de la edad que uno pudiera haber tenido en aquel entonces, tenía la seguridad de que aquello no era algo normal... uno veía a los cantantes de *La Hora Nescafé*, tan serios, tan solemnes; y entonces uno veía a los Beatles, y entendía que la música podía ser una fiesta...

"Recuerdo que aparte de los Beatles había muchos otros cuates; Mick Jagger y un montón más, todos en una especie de relajo organizado, y era claro que el rock, entonces, podía ser organizado por sí mismo, hasta hacerse una fiesta...

"Guardo, más que la impresión de los rostros de los Beatles, la imagen de una colectividad cantando contra la represión. En el fondo, una cosa de este tipo mostraba que los jóvenes, a pesar de su apariencia, podían cantar y echar relajo de manera organizada.

"Todos (estaban) reunidos en un algo único en el mundo, en una composición de los Beatles... Eso era como un canto a la fiesta, y resultaba una verdadera contradicción, pues todos los otros países presentaron segmentos del tipo heroico, del tipo folklórico: "vean, la ciencia, nuestra ciencia que avanza, el gran país que somos", y entonces, la Gran Bretaña presentaban a unos que decían "¡no, no, no! ¡nosotros podemos cantar en orden, vestir como queramos y a pesar de ello, nos van a televisar!"

"Para nosotros, los que veíamos la televisión, fue un gran impacto visual... fue tan rápido; no hubo tiempo para más visión... yo supongo que después me fui por ahí a seguir jugando, pero fue como haberlos tenido en la casa, como haberlos invitado..."

"Me fui, pero ver eso me dejó contento; me dio la sensación de que el mundo estaba rodando bien... qué sabíamos entonces de lo que iba a ocurrir después..."⁵

Victor no se equivoca. A un cuarto de siglo de distancia, se calcula que la transmisión "mundial" de Nuestro Mundo (Our World), un programa de seis horas de duración, fue vista por 200 millones de personas. En él, Los Beatles tocaron y grabaron una canción especialmente escrita para la ocasión, "All You Need is Love"⁶, que fue tocada y grabada en directo desde los estudios de la disquera EMI en Londres, para su difusión via satélite.

"Junio de 1967 fue un mes importante para los Beatles. No sólo habían hecho su Obra Maestra, sino que también aparecían como la contribución británica a un evento, planeado por muchas naciones, por la promoción de la paz mundial. El segmento de "All You Need is Love" constituyó la audiencia más grande que Los Beatles pudieron haber tenido, y se difundió al mundo

⁵ Entrevista a Victor Roura, México D.F., Marzo 16 de 1993.

⁶ Tyler, Tony/ Carr, Roy. *The Beatles, An Illustrated Record*, New English Library/Times Mirror, London, 1981, p. 70.

exactamente dos semanas después de la Guerra de los Seis Días, entre árabes e israelíes.⁷

Sería inolvidable. "Para mucha gente, "All You Need Is Love" con su repetitivo, casi hipnótico coro, atrapó para siempre el dulce, peliargó e idealista verano de 1967"⁸.

Y, como en efecto, a la menor provocación, en cualquier programa del tipo Grandes-del-Rock, la fiesta de 1967 vuelve a aparecer en los televisores, "All You Need Is Love" ha pasado a formar parte de la imaginaria más esplendorosa de los televidentes: "Todavía en la actualidad, es imposible escuchar los primeros compases del himno nacional francés, *La Marseillaise*, sin recordar, instintivamente, "All You Need Is Love".⁹

"All You Need Is Love", que empieza con los primeros acordes del Himno Nacional francés y termina con una sardónica versión de 'She Loves You', constituye, aunque no sólo eso, el espíritu y las demandas del programa "Nuestro Mundo". Los Beatles podrían ser recordados, en este caso, más allá de ellos mismos, por sus exhortaciones de "decir al mundo la palabra Amor".¹⁰

⁷ Op.cit., p. 76.

⁸ Ibidem.

⁹ Op. cit., p. 68.

¹⁰ Schaffner, Nicholas: *The Beatles Forever*, Cameron House, New York, 1978, p. 86.

DOS. La tarde de un asesinato complicado.

Jorge Coo, jefe de información, salió corriendo de la subdirección rumbo a la mesa de guardia, el andar atortugado había desaparecido y el interfecto se había convertido en un firme aspirante a liebre. Tres segundos antes, Pedro Camacho, subdirector de *El Heraldo de México*, había salido disparado, la corbata por detrás, en dirección opuesta, rumbo a las profundidades del despacho de Gabriel Alarcón.

Casi a las seis de la tarde, con la edición del día siguiente prácticamente planeada, a la mitad de una tarde relativamente corriente, los aceleres rompieron nuestra precaria estabilidad.

Más que grito, más que neurosis periodística propia de un buen jefe de información, Coo farfulló al paso, a nadie, al aire. ¡Le pegaron un tiro a Colosio! y toda la redacción entró en el caos, los que traían walkman lo encendieron y los televisores tuvieron, en tres segundos, a todo el periódico a su alrededor.

Sólo cinco minutos antes, Jesús Saldaña, el reportero enviado a la campaña priista, entre el desastre de Lomas Taurinas y el alud de reporteros que peleaban el teléfono, el fax, había llamado a la subdirección. Ahora, el seguimiento de la noticia, el rastreo de los valientes sabuesos enseñados por la tradición, se quedaba en manos de los apostados en "el lugar de los hechos" y más aún, de los medios electrónicos, únicos capaces de llevar a los aturdidos televidentes, en-vivo-y-en-directo, los detalles de lo que en realidad estaba ocurriendo.

Y como no había más remedio, la realidad empezó a brotar de la pantalla del televisor.

Y a ratos, el desdichado enviado se hacía escuchar -San Alexander Graham Bell mediante- entre el barullo desatado por la loca competencia entre las dos televisoras de permanente rivalidad.

Ridículo, absurdo, que en los propios centros donde "se hace la noticia" no tuviéramos mayor información que la disponible en esos momentos para cualquier televidente, consumidor cotidiano. Programación rota, novelones interrumpidos, el ruido de los balazos en Lomas Taurinas se filtraba en las palabras, en las caras de sensiblera consternación de locutores estrellas, lectores-modificadores del acontecer.

Cierto, las máquinas se pararon; toda la redacción arracimada en tres televisores, bebíamos las reiteraciones, las especulaciones. La segunda llamada del atareado enviado todavía era confusa; estaba a dos metros del candidato priista baleado, no se sabía, al parecer no era de cuidado, quién sabe. A fin de cuentas, quién sabe.

En el absurdo momentáneo, la información de las agencias internacionales fluía en frases repetitivas. Colosio herido, Colosio baleado, candidato oficialista herido de bala en un mitin proselitista y así hasta el infinito, porque el discurso de los medios carece de freno, y ahora, que sólo con él podemos descifrar el mundo, se parece, más que nunca a la vida real, esa que no sale en las telenovelas y por lo tanto es menos vendible.

Entonces, ¿el discurso informativo es vendible? ¿Vendible?, ¿demandable? Sí, tan necesario como la exigencia de Jacobo Zabludovsky a la reportera: indagar, re-por-tear dentro del quirófano donde -lo sabríamos después- ya guardaban un cadáver, tan indispensable para leer-entender nuestra vida ajetreada como si fuera (¿y acaso no?) nuestro principal instrumento de lectura del acontecer.

La mitad de los televidentes de esa tarde, de ese canal de estrellas, recordará mucho tiempo ese reclamo ante el duro aparato de seguridad: "dile que el pueblo de México (¡zas!, diría Nikito Nipongo) quiere saber cuál es el estado del licenciado Colosio"; y no sólo lo recordará, sino que se sentirá parte de esa demanda y de ese momento irrepetible.

Y luego, habríamos de ver pataletas en cadena nacional, porque más allá del deber reporteril, ése que nos equipara a los protagonistas del oficio periodístico con cazadores incansables que corren tras la noticia, hubo quien se negó a cumplir la tarea del sabueso rastreador, quien se dedicó a llorar por el que ocultaban los médicos. Hubo de transcurrir en un confuso letargo, casi una hora de autoengaño, de autofalsia del acontecer.

¿Quién lo iba a decir? La realidad se detuvo tres cuartos de hora en el canal de las estrellas y otros tantos minutos en la que en marzo de 1994 se autodenominaba "Mi Tele" (¿quién le dio permiso?), y el discurso del parece-que-sí-pero-ojalá-que-no alargaba al infinito un limbo ficticio, donde el confuso reportero enviado a la carrera a Los Pinos podía esperar unas cuantas horas más,

y los enviados a las oficinas del PRI se ocupaban de pasar lista a las secretarías que lloraban por los rincones.

En el sistema de cables internacionales, en el edificio de Doctor Lucio, AFP, ANSA, Reuter, Notimex, AP y seis más circularon hacia el extranjero, docenas de veces, la nota del atentado a Colosio. Durante más de media hora, los cables dieron cuenta de la llegada de un helicóptero que, insistían, llevaría a Luis Donaldo Colosio a un hospital de la ciudad estadounidense de San Diego.

Después, y con la misma eficiencia, el helicóptero se marcharía y su partida sería igualmente proclamada cada tres minutos por los voceros de la realidad... que como todos nosotros, estaban atrapados en un brutal control informativo, que laboriosamente construía, a fuerza de retazos y autocomplacencias, una esperanza chiquitita, miserable, que diluyera un anuncio extraoficial de muerte cerebral.

Y en la televisión, nada. El reportero apostado en Los Pinos, no supo, sino hasta mucho después, que el primer comunicado oficial de la muerte de Luis Donaldo Colosio partió de allí mismo, y que, en los mismos segundos en que los medios electrónicos, y el heroico enviado, y la redacción entera, vivían en el limbo de la desinformación; la brevísima nota de la Presidencia de la República ya corría hacia los consumidores de información de otros países, cumpliendo, cual debe, con ese requerimiento que siempre nos enseñan en la escuela: informar veraz, rápidamente; objetiva y seriamente. A fin de cuentas, la realidad ocupaba su primordial lugar en el discurso informativo.

¿Y nosotros? Armando Téllez, reportero, pasó junto a las computadoras, pulgar hacia abajo, cara de ~~qué-desmadre-mataron-a-Colosio~~, derecho a la televisión.

De regreso al mundo, después del telenovelerero manejo (reporteros que donaban sangre para el candidato, otras que lloraban y demás monadas), la realidad de la información extranjera nos azotaba: Clinton se declaró conmovido al menos tres veces entre las ocho y las doce de la noche; América Latina empezó a enviar pésames, y en Europa ya se manejaban los primeros análisis ~~-asesinos~~, por cierto- del caso.

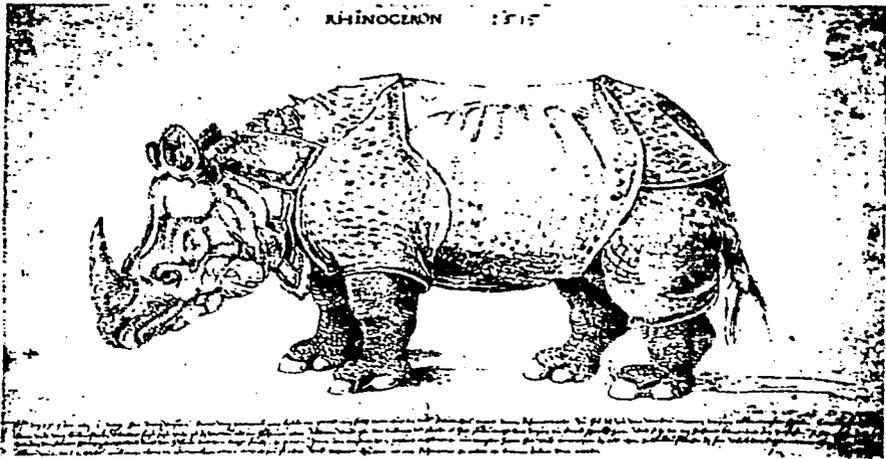
Todavía más: Pedro Camacho y José Fonseca, subdirectores, dejaron de manotearse y mascullar, y a las doce de la noche llegó la merienda para todos. La primera plana fue resuelta casi a las tres de la mañana, y el familiar cabezal azul del periódico era negro el jueves 24, entre el duelo y la prisa.

Después, semanas, meses de especulaciones, suposiciones y teorías, la foto del cadáver de Colosio en las primeras planas a la mañana siguiente. Después, la sensación, a fin de cuentas, de que a estas alturas, también nosotros, los pomposos e indispensables fabricantes de la información, ya no somos sino reproductores y consumidores de un sueño real.

TRES. El sueño del unicornio y el Rinoceronte.

En 1515, Alberto Durero, grabador alemán, creó una imagen que representaba a un rinoceronte. Este Rinoceronte, que duerme el sueño de la

RHINOCERON 1815



(Fig. 1)

inmortalidad en el British Museum, ha pasado a la historia como una de las más bellas imágenes de la realidad-no real. (Fig.1)

En pleno siglo XVI, Durero creó-imaginó a su rinoceronte. La imagen del animal, muy parecido a un vehículo blindado de nuestros días, ciertamente, no fue resultado de una lectura directa del objeto, como puede ser su admirable retrato de la "Liebre"¹¹.

Este rinoceronte, dotado de fuertes placas protectoras -claro está, para combatir- es el producto de una reconstrucción, de una detallada y cuidadosa descripción del fiero rinoceronte del mundo real.

El rino de Durero es, a todas luces, un animal guerrero y a la vez, real. De nueva cuenta, el espíritu artístico -descubridor de Durero fue suficiente para construir al imaginado, al soñado rinoceronte.

Durero vivió en una época de cambios radicales: la transición de la Edad Media a los tiempos modernos: del advenimiento de la cacareada Modernidad.

América acababa de ser descubierta; la ciencia estaba floreciendo y la investigación en los campos de la anatomía y la astronomía comenzaba a transformar la concepción humana del mundo.

Gracias a Durero, se inauguró una nueva y más profunda lectura de la naturaleza. Su aportación artística, particularmente en dibujos y acuarelas, establece una Nueva Realidad para los habitantes del siglo XVI.

¹¹ Dürer. *Postcard Book*. Taschen, Germany, 1993.

No importa el sujeto de su observación; lo cierto es que Durero fue capaz de recordarlo con tal frescura y vivacidad que con su meticulosa atención a la Realidad, nos atrae más.

Su famosa "Liebre" (Fig. 2) aún cautiva al espectador gracias a la cuidadosa recuperación de cada detalle -aunque muchos han dicho, al paso de los siglos, que la liebre está, irremediablemente, demasiado orejona-, por la sedosidad aparente del pelaje, o en otros casos, por la delicadeza del dibujo de una flor, de la cual, algunos aseguran, hasta podríamos percibir el aroma. Es así que materia y estructura son retratados, analizados y reproducidos.

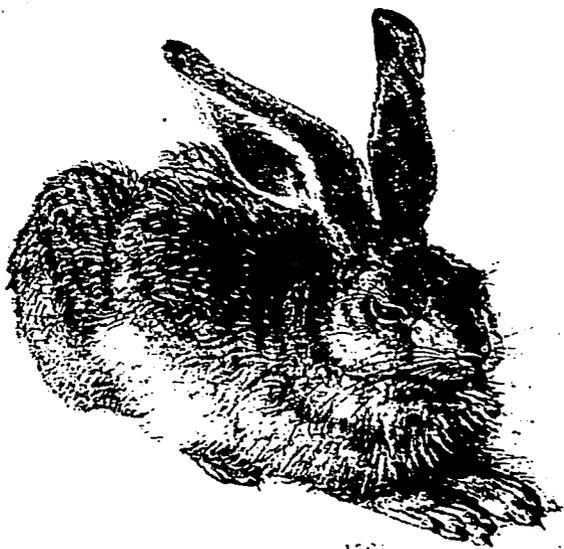
La lectura de la Naturaleza hecha por Durero está tan poco afectada por lo que podríamos llamar *intervención subjetiva*, que bien se podría creer que estamos viendo los objetos de su reconstrucción como si siempre fuera la primera vez.

Esta inquietud estético-científica sería compartida por otros como Andrea Vesalio¹²; y es esta inquietud la que explica el nacimiento del glorioso Rinoceronte de Durero.

Si como dice Lyotard¹³, existir es ser nombrado, y por lo tanto es ser narrado, el adorable rinoceronte de Durero es el RINOCERONTE REAL, verosímil,

¹² El *De Humani Corpori Fabrica* de Andrea Vesalio es el primer intento sistemático por acercarse a los fenómenos de la realidad, al menos en lo que toca a la anatomía humana.

¹³ Lyotard, François: *La posmodernidad explicada a los niños*, Gedisa, México, 1988, p. 28.



(Fig. 2)

soñado y verdadero; el Rinoceronte de Durero es, como sueña, imagina el cartonista Rogelio Naranjo, el Más Rinoceronte de Todos los Rinocerontes:

"No creo que él haya ido a África a verlo, ni que le hayan llevado uno a que posara para él. No, a él se lo describieron y él se lo imaginó. Por eso, su rinoceronte es maravilloso, el más rinoceronte de todos los rinocerontes que hay, aunque los rinocerontes no sean como el que él dibujó"¹⁴

Sin embargo, mucho, mucho antes de que Durero soñara-retratara a su rinoceronte, el encantador bicho de marras ya había sido el causante de algunas otras construcciones racionales.

Si el rino de Durero es uno de los signos del nuevo arte, de la nueva lectura del mundo, de la inminencia de la Modernidad y del abandono de una propuesta estética apoyada en una concepción mágico-religiosa del mundo¹⁵, su pariente inmediato, el unicornio, animó los sueños y los mitos de la Edad Media.

Muy probablemente, el delicado unicornio es producto de una lectura fugaz, destlumbada de un travieso rino, trotando frente a los ojos de un curioso explorador.

En ese sentido, el unicornio es el producto de otra narración, reconstrucción de lo Real, dominada por el impulso mágico de la época.

¹⁴ Hemer, Irene: *La caricatura es el juego de mi vida*. Entrevista a Rogelio Naranjo en *RINO*, Año 1 Número 4, México, junio de 1991.

¹⁵ Esta concepción no abandona del todo a Durero. La sensación de un mundo que termina, de un tiempo que se desvanece para abrir la puerta de un futuro incierto, es clara en el grabado *Melancolia*, del mismo artista.

Puesto que la llegada del Renacimiento implica uno de los numerosos cambios de paradigmas del saber humano, resulta natural que el Rinoceronte más Rinoceronte de Todos los Rinocerontes apareciera en esos momentos, guiado por una súbita pasión por lo real.

El bello unicornio es fruto de una obsesión similar, aunque responde al sentimiento de lo mágico, que siempre acompañó a los hombres del Medioevo¹⁶.

Algún intrépido descubridor, sueña -narra Juan Eslava Galán- las historias de la época, donde resulta que el imaginado, esperado unicornio no es, de cerca, tan etéreo...

"Y ya en esa distancia, se podía distinguir bien el único cuerno del unicornio, que no era, como yo me lo había esperado, ni como Fray Jordi, que atrás quedaba, me lo había descrito, esto es, más largo y blanco y retorcido, y afilado, sino más bien corto y recio, de la forma del miembro del hombre, un poco como hacia arriba. Y no lo llevaba el unicornio en la frente, sino en medio del hocico..."¹⁷

Y la sorpresa, jamás el desencanto, va llenando la relectura del unicornio, travieso rino que alguna vez atrapó el arrobamiento de los mortales.

¹⁶ A modo de ejemplo: Desde el siglo IX hasta el siglo XIII, los hombres de Occidente vivieron en el pánico permanente del inminente fin del mundo. Se suponía que con la llegada del Año Mil, llegaría también el fin de los tiempos y el Juicio Final, de modo que la presión moral-religiosa permeó todas las manifestaciones socioculturales de la época. Vide Duby, Georges: *El Año Mil*, Gedisa, Barcelona, 1988.

¹⁷ Eslava Galán, Juan: *En Busca del Unicornio*, Planeta, México 1987, pág. 113.

"Y mientras fui admirando el gran cuerpo que la bestia tenía, que era como de buey muy grande, y las patas cortas y muy recias y la cabeza enorme y pesada como de jabalí y por la parte del hocico tan grande como la parte de los ojos. Y sobre el hocico aquel cuerpo poderoso y otro cuernecillo, más chico por encima de él".¹⁸

Y a pesar de todo, el unicornio fantástico, el rinoceronte de rinocerontes sigue aquí, junto a otros bellos mitos reales, contruidos durante la larga persecución de la verdad.

Hoy día, el unicornio -y el rino, faltaba más- se compran en tarjetas postales, aparecen en series de dibujos animados y se fotocopian a color del sueño original del buen Durero.

La vasta infraestructura tecnológica nos permite, como en el caso de la nunca entendida Gioconda, tener en la pared del estudio una colección particular de mitos reales que después serán aprovechados con diversos fines por los protagonistas del mundo que nos rodea.

Hoy he visto en una tienda de tapices y alfombras al Rinoceronte más Rinoceronte de Todos los Rinocerontes, pintado a franjas verticales de colores para un anuncio publicitario. Desde el tarjetero de la Librarie Française, la Gioconda guiña el ojo, arropada en su empaque de seda y algodón, y acto

¹⁸ Ibidem. El unicornio ha sido largamente soñado, y en no pocas ocasiones, tenido por verdadero. Hasta el mismo Plinio, refiere Borges, lo describe como uno de los habitantes de la India. Vide Borges, Jorge Luis: *Manual de Zoología Fantástica*. FCE, México, 1983.



(Fig 34A)

seguido la recuerdo, al final del álbum, con el rostro enmarcado por la pantalla de un televisor, (Figs.3 y 4), mientras en las tiendas de chácharas el unicornio se lamenta de su destino vulgarizado. Ese es el truco de los medios. Hoy todos los mitos son más verdaderos que nunca. (Fig. 5)

1.2. La transformación de la actividad informativa: una nueva descripción del mundo. (O ya no un Rino, sino un elefante.)

"Y allí estábamos los periodistas. La mayoría trajeaditos, la mayoría riff. igual que muchos de la comitiva de Zedillo. Otros con chamarras de seda o de piel, muchos subiditos en un improvisado templete. Algunos viendo de lejos para no empolvarnos y otros lo más cerca posible del candidato presidencial para salir en la foto. Los Periodistas."

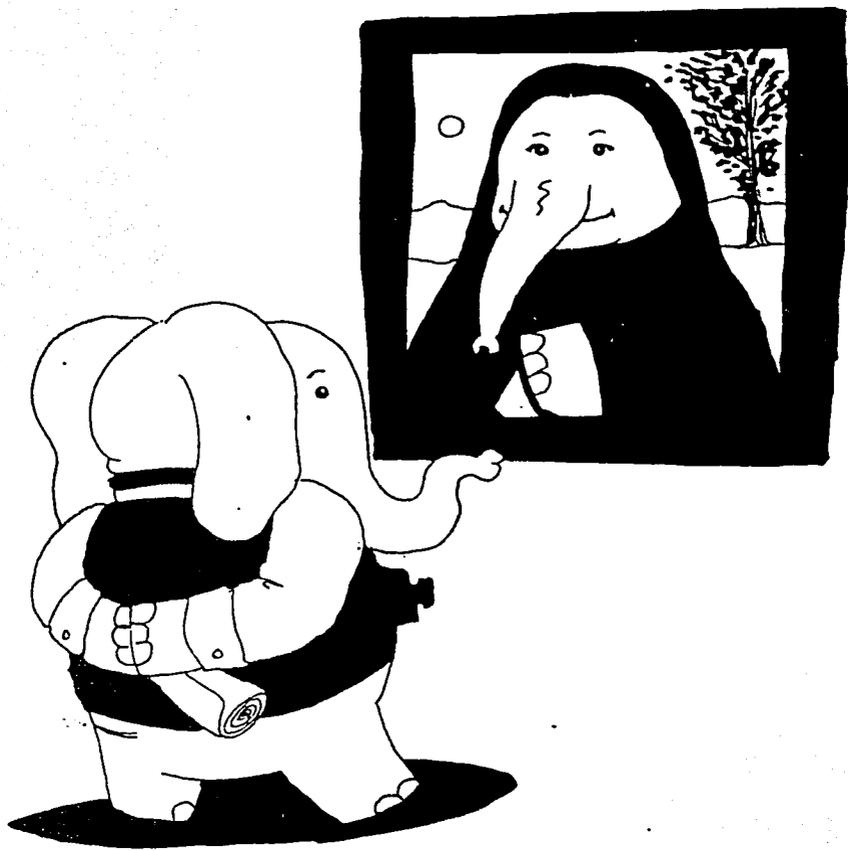
Ricardo Alemán, La Jornada.

Hoy día, ya no nos valemos únicamente de la inclinación humana al sentimiento de lo mágico para seguir imaginando y usando hermosos rinos o unicornios.

Disponemos de una estructura más sofisticada, eficiente y rápida que cualquier proceso del imaginario colectivo de otras épocas.

Los vehículos perfectos y velocísimos de ese imaginario son, ni más ni menos, los medios de comunicación masiva.

Veinticinco años después del Pájaro Madrugador, nuestra lectura del mundo, nuestras fuentes y mecanismos de conocimiento operan -sí, operan- en



(Fig. 5)

una red de dependencias con respecto de los medios, que hoy por hoy se han erigido en el gran mecanismo de circulación y adquisición informativa.

¿Adquisición informativa? hoy leemos el periódico. Mañana, podemos escuchar el noticiario radiofónico o "ver" las emisiones informativas de la televisión. Inmersa en el trajín de lo cotidiano, la actividad periodística pasa desapercibida por multitud de individuos que ocupan sus horas apretando botones para escuchar o ver las noticias, revolviendo páginas del periódico para hallar la nota del día.

Como es frecuente en el terreno de la vida cotidiana, el consumo de información a través de los medios, se suma al gran bagaje de elementos de la vida común, donde pareciera que el sistema de objetos carece de sentido profundo.

En las escuelas de Periodismo y Ciencias de la Comunicación nos enseñan que los medios de comunicación masiva entretienen, educan, INFORMAN... entre otras habilidades.

Y lo creemos, de la misma forma en que creemos las noticias, en que escuchamos el último reporte sobre la manifestación más reciente en el Zócalo defebrero, protagonizada por trescientos grñones o trescientos mil, según lo que nos hayan narrado los medios, y recordemos que narrar es generar la verosimilitud.

¿Narrado? ¡Palabra errada!, rugen los sesudos informadores desde sus redacciones y sus estudios de grabación. Cuando se trata de dar cuenta de los

hechos, los medios no narran, INFORMAN. ¿Qué es eso de informar? Las definiciones son variadas en complejidad y extensión; desde la "noción de diccionario" hasta las conceptualizaciones formuladas por los estudiosos de la comunicación y el periodismo:

"Enterar, dar noticia (a alguno) de alguna cosa"¹⁹.

"Es la difusión de acontecimientos ignorados por el público, o de aspectos desconocidos de un hecho ya sabido"²⁰.

"Dar a conocer, subrayar"²¹

"La facultad de difundir y recibir ideas, hechos y opiniones a través de cualesquiera hechos informativos"²².

"Contar algo que merece ser publicado por su significación y sentido publicístico"²³.

"El acto de escoger o proporcionar informes"²⁴.

Para el ámbito de la vida común, informar es dar cuenta de algo; referir cómo es X o cómo ocurre Y. Cuando pedimos que nos informen sobre algo, estamos inquiriendo por su origen, por su desarrollo o bien, porqué ocurrió lo que

¹⁹ Diccionario *Lexis* 22, Círculo de Lectores, Barcelona, 1977, p. 3019

²⁰ Leñero, Vicente/Marin, Carlos: *Manual de Periodismo*, Grijalbo, México, 1986, p. 28.

²¹ Guajardo, Horacio: *Elementos de Periodismo*, Gemika, México, 1982, p. 28

²² Soria, Carlos: *Información y Derecho a la Honra*, Mitre, Barcelona, 1981 p. 93.

²³ Martín Vivaldi Jesús: *Géneros Periodísticos*, Paraninfo, México, s/f, pág. 352

²⁴ Terrou, Fernand: *La Información*. Caracas, Monte Avila, Caracas, 1969, pág. 7

ocurrió o cómo funciona lo que funciona. Poner en marcha nuestros mecanismos para obtener información es sostener una perpetua interrogante.

No obstante, y en la actualidad, nuestros mecanismos informadores son extremadamente sencillos. Merced a la evolución tecnológica de los medios de comunicación masiva, el consumo informativo es prácticamente infinito y permanente, y ha transformado irremisiblemente los hábitos cognoscitivos de la colectividad humana.

En tanto el consumo informativo es más abundante y sencillo que hace treinta años, los clientes del aparato de información, sea cual sea, aumentan necesariamente.

Los procesos de alfabetización, el incremento del nivel escolar entre los integrantes de una colectividad y el mejoramiento de sus expectativas de vida y bienestar han venido a complementar la exigencia de un *modus vivendi* cómodo y con la menor cantidad posible de complicaciones.

Ante las exigencias de vida colectiva, la tarea de la producción y la difusión del conocimiento ha pasado de la noción tradicional de una cultura de élite a una divulgación extrema de todo saber, que en ocasiones raya en la vulgarización²⁵.

²⁵ Este fenómeno ha llevado a convertir en *best sellers* obras literarias y científicas que en otros tiempos y bajo otras necesidades culturales, difícilmente podrían haberse convertido en un bien masivo. Baste para comprobarlo el caso de *El Nombre de la Rosa*, de Umberto Eco -que ha sido victimada cinematográficamente-, *El Péndulo de Foucault*, del mismo autor, o bien *Breve Historia del Tiempo*, de Stephen Hawking. Y encima, hay que ver al pobre Hawking emitiendo sonidos guturales por televisión. Hoy también, la Ciencia es un bien popular. (Pregúntele, si no, a Carl Sagan).

Sin embargo, ésa es la exigencia, y los medios de comunicación precisan satisfacerla. Ciertamente, y como han apuntado Balle y Emery, la revolución tecnológica que convertiría a las diversas sociedades del mundo en una inmensa "ciudad global" no ha logrado concretar su aspiración²⁶. Lo que sí ha podido hacer es uniformar los hábitos mediante los cuales los individuos construyen su lectura del mundo.

Hasta hace pocos años, nadie creía posible que la actividad informativa nos llevara a situaciones extremas: desde luego, los consumidores de información ya habían adquirido el hábito de obtener todo el bagaje necesario para la vida social a través de los medios: documentales, noticieros, novedades y entretenimientos se encargaban de proveer al fiel cliente de cualquier cosa que necesitara respecto a información.

Ya quedaban enterradas en definitiva las anécdotas según las cuales las felices parejas del porfiriato iban a pasar la luna de miel a Coyoacán, agradable pueblecito situado a varias horas de distancia de la Ciudad de México, o que narraban cómo la Francia decimonónica se habría enterado de la muerte de Napoleón el Grande tres meses después de ocurrido el deceso.

Sin embargo, y haciendo objeto de la reflexión la cobertura noticiosa de los acontecimientos, la inauguración de la competencia acelerada por presentar la noticia primero que nadie, y la insistencia de ofrecer en bandeja de plata al consumidor informativo la narración -de nuevo lo narrado- de los acontecimientos,

²⁶ Balle y Emery, *Los Nuevos Medios de Comunicación*. FCE, México, 1989, p.41.

lo más fiel y espectacularmente posible -de ello deviene el consumo, no olvidar-, ha llevado la operación informativa a transformarse en una ávida cazaverdades, que en el afán competitivo, termina por presentar una tarea bellamente iluminada, pero que no siempre corresponde al desarrollo de los acontecimientos.

Tan sólo hace cinco años, hemos visto en directo y por televisión las escenas de la Guerra del Golfo Pérsico. Guerra limpia, faltaba más. Porque aún cuando llegamos a ver ocasionales edificios demuidos por los misiles iraquíes, y la historia nos fue narrada por una reportera neurótica con máscara antigua, la Guerra del Golfo fue la Guerra Aséptica. Jamás aparecieron ante nuestros ojos las escenas de desolación y violencia a que nos dejaron acostumbrados los colegas que cubrieron Vietnam, Camboya, Nicaragua o El Salvador.

Del mismo modo, y apenas en 1993, la televisión mexicana, como tantas otras en el mundo, se pasó toda una noche transmitiendo el cañoneo al que las fuerzas leales al presidente Boris Yeltsin sometían al edificio del Parlamento ruso. Apenas un par de años antes, todo el orbe había seguido paso a paso, las horas que duró el secuestro de Mijail Gorbachov.

Maravilloso, sí. Impresionante, también. La realidad sin más en la pantalla del televisor. Con un poco de retraso, la prensa, vía agencias y algunos enviados especiales, se apresuraba a complementar las primicias que la imagen televisiva exhibía gozosa. La nueva lectura del mundo se había completado.

Desde entonces, los consumos informativos entraron de lleno en una competencia desenfundada por abreviar los tiempos de la información y, al mismo tiempo, por hacerla más atractiva que nunca.

A medida que transcurre esta competencia, las generaciones más jóvenes construyen sus referencias del mundo a través de los contenidos colectivos, y entonces resulta que para muchos, el Demonio de Tasmania no es sino un personaje de dibujos animados, surgido de la ociosa imaginación de la Warner Brothers.

De hecho, hoy día ya no nos enteramos de acontecimiento alguno si no es por medio de la estructura de los medios masivos. La gente llama a las estaciones radiodifusoras para saber por dónde pasará la manifestación de hoy, los secuestradores exigen que la familia de la víctima se presente en uno de los noticieros con más audiencia de México para decir que si pagarán el rescate, y las ciudades se quedan desiertas porque todos están mirando por televisión el partido del Campeonato Mundial de Fútbol.

Recordando al elefante que ya se había asomado por aquí en las páginas de la Introducción, cada quien es feliz con su lectura del elefante, que muchas veces, no es sino un elefante incompleto.

Y no porque el elefante no tenga intenciones de aparecer en toda su extensión, sino porque el hecho de narrar, de dar cuenta de los acontecimientos, siempre nos obliga a narrar sólo una parte del elefante, fenómeno natural si empezamos a tener en cuenta que la razón engendra lecturas diversificadas de lo

real, y por tanto obliga a coberturas informativas que jamás son enteramente iguales.

Desde la natural distorsión de elefante que implica una lectura necesariamente subjetiva por parte del que narra, hasta el nivel de la clara manipulación con fines ideológicos, propagandísticos, económicos o de Estado, lo cierto es que nunca más veremos completo al elefante. La lectura, la comprensión del mundo, se ha multiplicado, y su nombre es Legión.

"Las dificultades con las que chocamos para definir el elefante en su conjunto, asumir su tamaño y ponderar su peso, nos incluyen con frecuencia en un mundo de tinieblas en el que la pretendida descripción de la realidad tiende a ser más una proyección de nuestros deseos que una narración o una interpretación de los hechos. Todo lo cual tiene nefastas consecuencias en la gobernación de los pueblos y en las tareas del conocimiento."²⁷

Es así que a estas alturas, es muy probable que haya que resignarse a no volver a ver al elefante completo, si es que el cliente consumidor asume que ése es el mecanismo actual más eficiente para la adquisición de información.

Qué tipo de información o versión de la realidad se consuma, es otro problema. Lo cierto es que, hoy por hoy, el consumo es elegible y las opciones están a la vista, al menos para decidir qué parte del elefante nos interesa ver.

²⁷ Cebrían, Juan Luis: *El Tamaño del Elefante*, Alianza Editorial, Madrid, 1987, p. 9.

Así consumimos realidades informativas, versiones de la verdad y de la realidad. El proceso de adquisición y elección a la larga, se ha vuelto más accesible, más propiedad social que en otras épocas.

Es cierto que ello implica riesgos que no hubiéramos sospechado: "Nos hallamos en una sociedad mediática, en la que el carácter de espectáculo de los acontecimientos sobrepasa a veces la importancia del acontecimiento mismo. Esto es verdad para los sucesos de la política, pero también para la cultura y la creación intelectual, cosa que los profesionales del pensamiento suelen olvidar con frecuencia."²⁸

Pero al mismo tiempo, y en ello acierta Cebrián, se da la circunstancia, democrática si así quiere llamarsele, de que virtualmente, el elefante está disponible para todos los usuarios de la información "Hoy el animal ha salido del cautiverio y está en medio de la calle para la contemplación general."²⁹ El resto, la elección y la credibilidad, son procesos determinados por otros resortes; por el afán, la búsqueda de las verdades individuales.

²⁸ Op. cit., p. 10.

²⁹ Ibidem.

II. Mar de Monstruos: Verdades, Objetividades y otras bestias.

II.1. El Snark y sus parientes: a la caza de absolutos conceptuales.

MONSTRUO.- 1. Producción contra el orden regular de la naturaleza. 2. Cosa excesivamente grande o extraordinaria. 3. Persona o cosa muy fea. 4. Persona muy cruel y perversa. 5. La deformación de la realidad por la imaginación humana, así como las narraciones fabulosas y mitológicas han creado monstruos legendarios como el basilisco, el centauro, el dragón, la esfinge, la hidra, el minotauro, la quimera, el roc, la serpiente de mar, la sirena, el unicornio, el vampiro, aparte de los monstruos humanos como los ciclopes, los cinocéfalos (con cabeza de perro), los hipópodos (con pezuña de caballo), hombres con un solo pie gigantesco, etc.

Diccionario Durvain de la Lengua Española

Un cuento poema introductorio: La Caza del Snark

*For the Snark's a peculiar creature,
that won't in a common place way
Do all that you know, and try all that you don't
Not a chance must be wasted to day!*

Lewis Carroll

Una de las producciones más maravillantes de la literatura es el monstruo. Los hay de todas formas, condiciones y manías, al gusto del cliente lector.

Desde el amoroso unicornio hasta el fiero Jabberwocky, los monstruos atrapan nuestra credibilidad, y terminamos por aceptarlos e inmiscuirlos en nuestra vida personal. Les atribuimos características emocionales, rituales, significantes. Los monstruos terminan así sus días, integrados al inmenso sistema simbólico construido por cada individuo.

Hay que decir algo importante: Hay de monstruos a monstruos. Monstruos para escritores, para historiadores, para sencillos lectores, para niños y para científicos; para periodistas y para comunicólogos. Para ser temidos, creídos, expuestos, escondidos. La selva del pensamiento tiene lugar suficiente para todos, con sus peculiaridades y manías.

Es sabido por quienes han recorrido el Mar de Monstruos que los bichos en cuestión obedecen a reglas muy diferentes a las del mundo de los individuos mondos y lirondos. Trátese del conocimiento, del arte o de la mera creencia, los monstruos tienen materialidad, aunque bastante diferente a la de una mesa o una máquina de escribir.

A esa clase pertenecen los bichos que interesa tratar aquí. "La razón engendra monstruos", se ha afirmado. Monstruos conceptuales que son la constante de todo corpus de conocimiento que se afirma a sí mismo como válido y consistente; monstruos que arropados en la bandera de la eternidad, son útiles al principio y luego obsesionan con su presencia a los simples mortales.

Así, La Verdad, La Ciencia, El Método, la Objetividad y otros más aparecen agazapados, bestias mañosas del conocimiento, dispuestas a generar las angustias de científicos, filósofos, *metodólogos* y demás yerbas, involucradas en el infinito camino del conocer humano.

Ciertamente, trátese del tipo de monstruo que sea, hay rasgos de semejanza entre sí. Pongamos por caso la similitud entre las bestias del conocimiento y el Snark carrolliano.

El Snark es un ser indeterminado. Nadie puede decir a ciencia cierta cómo es y cuál es su comportamiento preciso. Incluso su creador Lewis Carroll, admite su absoluta inasibilidad:

"Porque esta criatura peculiar no será capturada jamás con métodos trillados.

Lo que sepáis usad, lo que ignoréis probad.

¡Todo recurso hoy debe ser intentado!"³⁰

En la saga del Snark, jamás hallará el lector, por atento que sea, el dato necesario para identificar plenamente al Snark. Si es muy grande o muy feo, eso es asunto que no puede detectarse. Se trata de un monstruo al cual es UNO MISMO quien le da forma. El autor sólo nos proporciona datos muy vagos. Lo cierto es que el Snark sólo puede ser reconocido a través de sus manías y aficiones:

*"Su sabor, aunque hueco y escaso, de frescura dotado
su impuntualidad, su falta de humor
su pasión por las cabinas de baño,
su ambición."³¹*

Siendo así, ¿qué es, a fin de cuentas, el Snark? Se dice que, descripciones aparte, hay dos clases de Snark. El Snark común y corriente, que puede atraparse si el lector atento sabe seguir al pie de la letra las indicaciones:

³⁰ González de León, Uiatume/Carroll, Lewis: *El Riesgo del Placer*, Era, México, 1979, pp. 62 y 63. Trad. de U. González de León.

*For the snark is a peculiar creature that won't
be caught in a commonplace way
Do all that you know, and try all that you don't
Not a chance must be wasted to day!*

También se puede consultar *The Complete Illustrated Works of Lewis Carroll*, London, Chancellor Press, 1993. p.730.

³¹ Op. cit., p. 51.

*"Con cuidado y dedos se busca
Se persigue luego con tenedores y esperanza;
Se le amaga con títulos de los ferrocarriles
y por fin con sonrisas y jabón se le encanta."*³²

Pero el asunto no es tan fácil. Peor todavía, hay una segunda clase de animalejo: el Bujúm, bicho objeto de la búsqueda y que pertenece, dice González de León, a esa clase de "monstruos invisibles e invencibles, en cuya presencia el hombre desaparece sin dejar rastros"³³. Así pues, en el fondo no importa cómo sea la bestia en cuestión. Usted o yo, o cualquiera puede lanzarse por todas partes en busca de nuestro Snark particular. El mismo Lewis Carroll jamás pudo ofrecer una representación exacta del animalejo. Resulta entonces, que no hay razón para preocuparse.

Como muestra, piénsese en este detalle, parte necesaria del cuento-poema. J. Holliday, el ilustrador de *La Caza del Snark* se atrevió a dibujar al mentado animalejo, y se lo presentó orgullosamente a Carroll: En efecto, el Snark del grabado era espléndido, según afirmó el autor de *Alicia en el País de las Maravillas*.

No obstante, era imposible presentarlo en el texto, puesto que al Snark no se le puede retratar ni dibujar. No hay una imagen precisa de él. A pesar de ello, más adelante en el texto carrolliano, sí hay un dibujo del Snark.(Fig. 6)

³² Op. cit., pág. 57:

*"You may seek it with thimbles and seek it with care
you may hunt it with forks and hope
you may threaten its life with a railway shore,
you may charm it with smiles and soap."*

³³ Op. cit., p. 18.



(Fig. 6)

Un Snark vuelto de espaldas (¿Los Snarks tienen espalda?), con toga y peluca de soberbio abogado británico, ocupado en hacer la defensa de un cerdo. ¿Cómo es posible que aparezca el Snark que no se puede retratar?

Fácil, acota sagazmente Ulalume González de León: está prohibido dibujar al Snark, pero no se prohíbe soñarlo. (La imagen del bicho forma parte de un sueño.) Sea pues. He ahí, por fin, a tu Snark.

Como puede verse, de una forma u otra, siempre hallamos al Snark. Es más, si no nos lo encontramos, lo inventamos. Siempre estamos en una relación de dependencia con este monstruo y otros similares, hecho de sueños racionales

En el fondo, la cacería del Snark no es sino una alegoría carrolliana donde todo es una enorme búsqueda que, muy posiblemente, no tiene salida concreta. Se trata, ciertamente, de una búsqueda similar a las que nosotros los humanos somos aficionados a emprender.

Hay que admitir una cosa, somos una especie bastante extraña. Nos gusta inventarnos problemas para resolver (afición que de hecho, es una parte básica de la reflexión filosófica). Apoyados en esta capacidad de complicarnos la existencia, creamos docenas de monstruos conceptuales para divertirnos o sufrir con ellos, dependiendo de las tendencias sadomasoquistas del individuo en cuestión. Tanto en el nivel del saber cotidiano como en el de la ciencia, establecemos absolutos o pretensiones de absolutos, verdades constantes para toda situación, teorías del conocimiento inamovibles (por dialécticas que sean).

Invencciones de lo real, realidades inventadas que se insertan en un sistema de monstruos manejados casi por artículo de fe, entidades que anidan en el Mar de Monstruos; docenas de Snarks, bajo los cuales caemos abrumados porque todos, sin excepción, resultan al fin, Bujumes.

Con todo, el aferrarse permanentemente a una colección de monstruos elegidos más o menos a placer, no siempre lleva a buenos resultados. Así como hay monstruos excelentes (habitantes de un corpus teórico en particular), hay otros que se transforman de manera incesante, al tiempo que se cuelgan encima el collar de lo Absoluto.

Son monstruos localizables en algunas regiones de la ciencia, que se van trasladando y conformando respecto de quienes se arriesguen a creer en ellos. Por lo tanto, las fieras crecen y devoran a quienes las han adorado y alimentado. La alegoría se transforma en un callejón sin salida, o peor aún, un abismo: "La vida se convierte en la búsqueda de un sentido absoluto, pero no termina en un encuentro, sino una muerte que tampoco tiene significado, que es únicamente el término de la búsqueda en definitivo fracaso"³⁴

La apariencia de estos monstruos es múltiple. Algunos son conceptos, otros teorías. Monstruos son la verdad (Si no, pregúntenle a la Inquisición española), el conocimiento, la Ciencia (con mayúsculas); bichos de similar ralea, la objetividad, la comprobabilidad y el Método, -¡pánico!- el método, pesadilla de multitudes.

³⁴ Op. cit., p. 19.

Han tenido que pasar unos cuantos siglos para que alguien se atreviera a escribir "las verdades son instrumentos que luego hay que tirar"³⁵, ha tenido que existir en este siglo un Thomas Kuhn para que la imposibilidad del bicho Verdad y la tozudez del bicho Conocimiento Absoluto queden rebasadas y pueda uno, con relativa tranquilidad, dedicarse a ser herético.

Herético, sí, a dedicarse a amansar este hato de bestias hurañas, como si fueran vulgares Snarks.

Abundan, ciertamente, y afuera del jardín paradisiaco de las Ciencias Sociales, los bichos se escapan, rondan y husmean en tareas más prosaicas que las del conocimiento.

Hace ya mucho que anidan en las leyendas de la práctica periodística y desde allí "apantallan" y gesticulan a los que aspiran a volverse artifices de la información cotidiana y noticiosa.

II.2. Verdad, Objetividad, Realidad y Conocimiento. El sueño de lo inalcanzable

Desde los principios de la reflexión filosófica, una de las principales inquietudes del ser humano es aclararse a sí mismo cómo es que se entera de las cosas, cómo es que puede tener contacto con fenómenos de la Realidad y luego tratar de comprenderlos y así llegar a una interpretación lo más aproximada posible, a lo que es un objeto, un proceso o un fenómeno. En esta pregunta está el germen de lo que andando los siglos se convertiría en La Ciencia, y que, en el

³⁵ Eco, Umberto: *El Nombre de la Rosa*, Lumen, Barcelona, 1987, p. 228.

mismo proceso histórico, modificaría la forma de comprender, explicar y validar los fenómenos de la realidad.

Una definición clásica de la ciencia contempla, como eje de su trabajo, la búsqueda de la verdad. Pero, a fin de cuentas, ¿qué será la verdad? ¿Cómo saber o determinar cuándo hay algo verdadero, o en qué casos es verdadero?

Dilucidar el problema de lo verdadero, de La Verdad, precisa remitirse a los criterios que han acuñado la pasión por la verdad.

El problema de la verdad siempre ha ido aparejado al problema del conocimiento, y éste, con el tiempo, se ha convertido en un bien social llamado "ciencia", estratificado, sistematizado y dotado de un conveniente prestigio y respeto social.

En tanto la ciencia se ha dirigido, a través de los años, a buscar explicaciones válidas de los fenómenos de la realidad, es decir, a procurar conocimiento, la preocupación por la consecución de la verdad ha alcanzado los niveles de la obsesión.

"Si no existiera el hombre (que todo lo complica), la vida sería mucho más simple"³⁶, afirma un sabio científico mexicano. Ciertamente, la actividad racional humana encuentra como su primera inquietud, la posibilidad de desentrañar cuanto problema o aparente secreto viene a mano. De ahí la constitución de eso que en la actualidad conocemos como ciencia.

³⁶ Pérez Tamayo, Ruy. *Cómo acercarse a la Ciencia*, Limusa/Conaculta, México, 1989, p. 19.

Ciencia es conocimiento, es saber, es información. Información nueva sobre el mundo, explicaciones cada vez más precisas, más claras o más profundas sobre cómo es el mundo de los hombres. Y es aquí donde los logros de la ciencia, las "verdades" sucesivas que vamos logrando o construyendo, pasan a ser un bien público: "continuamente estamos siendo bombardeados en los medios de comunicación masiva con nuevas conquistas de la ciencia convertidas en objetos de consumo"³⁷.

En ese sentido, la definición instrumental que Pérez Tamayo ofrece de "la ciencia" permite captar el fuerte trasfondo de aceptación y estatus social que en los años recientes se le ha conferido a la tarea de generar conocimiento válido, con todas las de la ley:

"La ciencia es una actividad humana creativa cuyo objetivo es la comprensión de la naturaleza y cuyo producto es el conocimiento, obtenido por medio de un método científico organizado en forma deductiva y que aspira a alcanzar el mayor consenso posible"³⁸. Así, la consecución de la verdad se convierte en una necesidad humana, y a menudo, en una auténtica profesión de fe.

Ya se ha dicho que eso de soltar el elefante para que cualquiera pueda verlo, es el germen de una sociedad democrática. Y sin embargo no siempre fue así. No siempre la verdad fue un patrimonio colectivo.

³⁷ Ibidem.

³⁸ Pérez Tamayo, op. cit., p. 7.

Épocas hubo en que el elefante permaneció encerrado en archiveros, bibliotecas y reductos de una élite que, por ser propietaria de las más recientes, las más profundas, más sesudas interpretaciones de lo que uno se podía encontrar allí afuera, consideraba que ellos y sólo ellos tenían derecho a ver al sublimar elefante según su real entender. De ese entonces data la concepción de una verdad eterna e inamovible, como aquella contra la cual tenían que pelear tenazmente tipos de la talla de Nicolás Copérnico, que por otro lado, se dedicó toda su vida a fingir pasividad y a eludir la obsesividad de los inquisidores (ah, los perros de Dios), en tanto cambiaban los aires para los adictos a la investigación.

De la constante vocación humana por querer saber más y mejor (también germen de la vocación periodística, ni duda cabe), surgieron las primeras indagaciones formales para entender el mundo, y sólo hace unos tres siglos vendría a parar en la actividad científica como la conocemos hoy.

Ahora sabemos que esto que se llama Ciencia y que es el eje productor de la mayor parte del conocimiento formal sobre el mundo que consumimos en la actualidad tiene algunos defectitos: jamás será un producto final y acabado, tampoco podrá significar ninguna verdad total o absoluta (muy parecida a un Snark), y encima, esa dichosa verdad no resultará, a final de cuentas, sino una aproximación, quizá la mejor por el momento, pero aproximación al fin y al cabo, a aquello que estamos tratando de explicar³⁹. Ello no debería preocuparnos. Hemos podido sobrevivir mucho tiempo en esas condiciones, y como se verá más

³⁹ Op. cit., p. 22.

adelante, nada le impide a nadie "atrapar" un fragmento de ese conjunto de interpretaciones verdaderas producidas y vivir con él -o de él- el resto de sus días.

Sin embargo, han tenido que pasar muchos años para que los propios artifices de La Ciencia y La Verdad acepten que, con frecuencia, la validez absoluta de sus trabajos no es más que un conjunto de buenas intenciones, y que a la larga, son perfectamente desechables.

Con todo, la búsqueda de la explicación válida, de la narración y explicación del mundo es, sigue siendo, necesaria y valiosa.

De no existir, ninguna de las diversas disciplinas que componen nuestro "conocimiento" habría podido consolidarse, y mucho menos avanzar. Y así, la definición formal de conocimiento se asocia directamente con la actividad científica y más allá, con las obsesiones del trabajo periodístico.

¿Formal? Sí, porque con todo, La Ciencia y El Discurso de La Ciencia, aplican sus propios parámetros de exclusión (la ciencia es, sin querer, foucaultiana), y resulta que uno es el conocimiento de todos los días, y otro muy destino el producto de actividades tan rigurosas como pueden ser las que se engloban en la categoría de Investigación Científica:

"La palabra conocimiento se usa de dos maneras distintas: 1) amplia, para referir todo aquello de lo que tenemos conciencia y que provienen de ideas personales, convicciones, sueños, imaginación, fe, corazonadas, tradiciones, conversaciones con otras personas, lecturas, noticieros, etcétera; 2) restringida,

para denominar exclusivamente a la información cuya veracidad ha sido puesta a prueba confrontándola con la realidad y ha mostrado reflejarla con una aproximación satisfactoria. Cuando se hable de conocimiento científico se hace referencia a la acepción restringida de la palabra, o sea que se excluyen todos los otros usos mencionados arriba. A pesar de que la participación del conocimiento científico en la experiencia humana total es mínima, y de que se limita a proposiciones tentativas, transitorias y quizá equivocadas, su anclaje en la realidad le confiere la posibilidad de utilizarla.⁴⁰

Para el discurso de la Ciencia, pues, resulta que conocimientos hay muchos, pero sólo aquel que ha sido obtenido a través del procedimiento sistemático de la investigación y la comprobación, ése que contribuye al desarrollo o avance de una disciplina, sólo ése, puede ser llamado conocimiento científico.

Bajo ese parámetro, todas las disciplinas del saber humano han tratado de ganar su respetabilidad. Y, factor indispensable para volverse una información respetable, creíble, es la capacidad de verificar los asertos que proponemos.

Así pues, es claro que en el discurso oficial vigente, el concepto de Ciencia está asociado al concepto de verdad. Sin embargo, la noción de ciencia es mucho más joven que la noción de verdad. Y aunque ambas bestias mañosas suelen marchar siempre amarraditas de la cola, no siempre fue así.

La idea de verdad, como hoy la conocemos y antes de entrar en honduras históricas, exige por necesidad una prueba. Las afirmaciones que hacemos sobre

⁴⁰ Op. cit., p. 23.

las cosas de este mundo son verdaderas, siempre y cuando haya un conjunto suficientemente amplio y válido de pruebas que verifiquen nuestras afirmaciones.

Todos, continua, permanentemente, estamos exigiendo pruebas de lo que se nos dice. Y así como en la ciencia hay procesos experimentales o demostraciones que sirven para probar la veracidad de tal o cual aserto, en algunas de las actividades de la vida diaria también se busca la prueba final: el reportero esgrime sus fotografías, sus imágenes grabadas en video, las declaraciones guardadas en el audio casete. El estudiante muestra sus apuntes y su libro de ejercicios lleno para constatar que ha estudiado lo pertinente. Ciertamente, la prueba de la verdad es indispensable a estas alturas de la vida. Todo mundo pide pruebas de que el amor es verdadero, de que la amistad es desinteresada, de que mañana las cosas irán mejor.

No obstante, el requerimiento de la prueba, de la verificación, es una exigencia reciente en el campo del conocimiento. Mucho antes del inicio de las más sesudas reflexiones en el terreno de la filosofía de la ciencia o de la institución mínima de una explicación para el saber científico, los hombres ya guardaban en sus corazones la certeza de aquello que estaba dado de una vez y para siempre: la Verdad, a fin de cuentas.

*Así por ejemplo, para los antiguos egipcios fue una verdad sin duda que el cielo era una enorme vaca, cuyas cuatro patas se asentaban en los cuatro puntos cardinales, o la diosa NUT en posición de vaca o de mesa. De alguna manera circulaba por allí arriba, en la vaca o en la diosa, un río celeste en el cual

navegaba el Sol en su barca, del amanecer al anochecer. A veces, una gigantesca serpiente le salía al paso y lo devoraba, así se producía lo que hoy llamamos un eclipse⁴¹.

La noción de la verdad obedece a necesidades mucho más profundas y arraigadas en la racionalidad humana que los meros requerimientos científicos. A medida que el pensamiento humano ha evolucionado y abandonado las concepciones mágicas del mundo, la exigencia de la verdad se ha vuelto más refinada y exigente, cosa que no ocurría en tiempos pasados. A ningún habitante de la Tenochtitlan prehispánica se le hubiera ocurrido ni por un momento dejar de creer que el sol salía diariamente a alumbrar el mundo, gracias a que los espíritus de los guerreros muertos en combate y las mujeres muertas en el parto lo empujaban para seguir alimentando al mundo con su luz y su calor. Este tipo de verdades, tan valiosas como la que más, jamás exigieron una prueba concreta e inmediata. Al contrario, en los primeros siglos del desarrollo de la cultura occidental, el criterio de verdad se fincaría en un sistema de creencias, antes que en el acercamiento a los fenómenos de la realidad.

Magia o religión, las verdades de hace diez siglos eran tan válidas como las que hoy presentan nuestros prestigiados Nobel de Física o de Economía. De otro modo, no podríamos entender el miedo infinito de los habitantes del Año Mil, temerosos de que cualquier día la trompeta sonara y se descorriera la cortina del Apocalipsis, con todo y Anticristo.

⁴¹ . González de Alba, Luis: *La Ciencia, la calle y otras mentiras*, Cal y Arena, México, 1989, p. 17.

Hasta una fiel reconstrucción histórico-literaria debe recordar eso. Umberto Eco, en las *Apostillas a El Nombre de la Rosa*, plantea la explicación más sencilla posible respecto al criterio de verdad vigente en el siglo XIV: Si alguien muere ahogado en una tinaja de sangre de cerdo, es porque se trata de la primera señal-trompeta del Apocalipsis, y escrito está que vendrá acompañada de sangre. Si alguien muere ahogado, es que la segunda trompeta apocalíptica advierte de la muerte que llega por agua. "¿Por qué? Porque necesitaba hacerlo. Porque la segunda trompeta del Apocalipsis anuncia que... El Apocalipsis era intocable porque formaba parte del mundo."⁴²

Es así que podemos distinguir distintos niveles en el sistema histórico de producción de la verdad.

Históricamente, pueden distinguirse cinco grandes criterios de verdad: la verdad entendida como una revelación, la verdad como la conformidad a una regla, la verdad como una coherencia, la verdad como un factor de utilidad y la verdad como un proceso de correspondencia⁴³. Esta última es la concepción que determina en la actualidad el valor asignado a nuestras afirmaciones sobre el mundo.

La verdad por correspondencia y la noción de la verdad como una revelación son las dos posiciones filosóficas cognoscitivas más difundidas en la

⁴² Eco, Umberto: *Apostillas a El Nombre de la Rosa*, Lumen, Barcelona, 1988, p.

32.

⁴³ Abbagnano, Nicola: *Diccionario de Filosofía*, FCE, México, 1985, p. 1010.

historia del conocimiento. En particular, la interpretación de una verdad por correspondencia supone la perspectiva más antigua de la historia de las ideas.

Ya en el *Cratilo* platónico se enuncia el carácter de la verdad: "verdadero es el discurso que dice las cosas como son, falso el que las dice como no son". Después, Aristóteles habló de lo verdadero, dividiéndolo como sigue: "negar lo que es y afirmar lo que no es lo falso; en tanto que afirmar lo que es y negar lo que no, es lo verdadero"⁴⁴ En la misma *Metafísica*, Aristóteles enuncia lo que puede llamarse los dos terrenos concernientes a lo verdadero, que a la larga determinan la trascendencia y el valor histórico de esta concepción de la Verdad. En el primero, rige la premisa de que la verdad está en el pensamiento o en el lenguaje, no en el ser o en la cosa. Según esta idea, un gato, por querido que sea, no puede recibir el calificativo de "verdadero", de igual forma que todos los demás objetos y fenómenos de la realidad. Una lectura más profunda de esta aseveración indica que la noción de la verdad es totalmente un producto humano y social, puesto que la percepción del mundo ya está permeada por el criterio de lo que resulta o no verdad en cada época o circunstancia.

Un segundo aspecto de desarrollo de la idea de verdad como correspondencia es aquel donde se asevera que la medida de la verdad es el ser o la cosa, no el pensamiento o el discurso: de tal manera que una casa no es blanca porque se AFIRME CON VERDAD que es tal, sino porque sencillamente, es blanca⁴⁵ Bajo esta segunda consideración resultaría que la verdad se entrafía

⁴⁴ Aristóteles: *Metafísica*, IV; cit. pos. Abbagnano, op.cit., p. 1011.

⁴⁵ Vide Aristóteles: *Metafísica*, IX, cit. pos. Abbagnano, op.cit., p. 1012.

en el objeto o el fenómeno, y se vuelve no un problema de epistemología sino un problema ontológico, de esencia de los seres o fenómenos y no resultado de un proceso cognoscitivo. Esta lectura ha sido rebasada, desde hace mucho, por la ciencia, pero ocasionalmente regresa a apoyar aseveraciones del tipo "es verdad porque ahí está". Desde esta lectura, la definición de verdad y el criterio de verdad son una sola cosa.

De la noción de la existencia de una verdad por correspondencia con los hechos de la realidad, se deriva una premisa que será fundamental para explicar los procesos de valoración que efectúa el género humano a la hora de tratar con actividades como la Ciencia o el Periodismo: el criterio de la verdad está en el lenguaje y en las argumentaciones que apoyan nuestras afirmaciones sobre el mundo real. No decimos que el gato posee por sí solo el carácter de verdadero (¿miau?), sino que las afirmaciones hechas acerca del bicho de marras corresponden a las particularidades y mañas del susodicho felino, y eso hace posible acusarlo, por ejemplo, de ser un verdadero desvergonzado.

Más compleja es la interpretación según la cual la verdad es producto de una revelación, propia de un ambiente intelectual como el de la filosofía escolástica, permeada por una concepción cristiana del mundo. Si los dos grandes parámetros del conocimiento de la escolástica, Tomás de Aquino y Agustín de Hipona, que, en tanto representantes del cristianismo consolidado en la cultura de Occidente entienden al mundo a partir de un supremo creador, no es de extrañar la definición agustiniana de la verdad: "lo que es ASÍ, tal como aparece", en el sentido de la manifestación. Más adelante, el buen Agustín permite vislumbrar que

en el fondo, esta concepción de la verdad adquiere un sentido de revelación casi religiosa, más bien teológica: "Es Verdad lo que revela, lo que es o que se manifiesta a sí mismo". Según Abbagnano, Agustín de Hipona identifica de esta manera a la verdad con el latín *verbum*, o Logos, que según la filosofía escolástica, es "la primera, inmediata y perfecta manifestación del ser, o sea de Dios"⁴⁶.

Volvamos a la novela de Eco. El criterio de la verdad por fe o revelación del mundo se establece en la lectura del Apocalipsis: un escriba es encontrado ahogado en una tinaja con sangre y es acorde con la llamada de la primera trompeta del Apocalipsis. Las muertes posteriores son interpretadas como revelaciones de una verdad escrita de antemano, y por tanto sólo justificable si se admite la idea de una existencia, una determinación de las cosas y acontecimientos previa a la voluntad de los hombres; un designio divino, pues bajo esta lectura, de la verdad primigenia que es Dios, se derivan todas las demás verdades.

Más complejo que Agustín, Tomás de Aquino recoge el enunciado de Aristóteles y la verdad resulta "la conformidad entre el entendimiento y las cosas. Existe por tanto, una verdad de las cosas que es aquello por lo cual las cosas semejan su principio -que es Dios- y en este sentido, Dios es la primera y suma verdad..."⁴⁷, aunque la remisión a la idea de Dios en el empleo del criterio de verdad, a fin de cuentas, nos refunde otra vez en el laberinto teológico.

⁴⁶ Agustín de Hipona, cit. pos. Abbagnano, op.cit., p. 1180.

⁴⁷ Ibidem.

A medida que la concepción cristiana del mundo se flexibilizó, la interpretación de la verdad como una relación de correspondencia fue ganando terreno. El problema a lo largo de los siglos no ha sido, empero, el definir a la verdad, sino establecer EL CRITERIO DE LA VERDAD. ¿Cómo es eso de que la verdad reside en describir o explicar "las cosas como son"? Verdadero, ¿para quién? La escolástica de los siglos XIII y XIV especifica que "la cosa" a la que debe conformarse el intelecto es la *res intellecta*, o sea la cosa tal como es aprehendida por el entendimiento, no exterior a éste mismo.

El alcance metafísico-teológico de la verdad perdió fuerza a partir del siglo XIV para adquirir un sentido lógico-semántico, donde comienza a distinguirse, según los trabajos de Guillermo de Occam -un viejo conocido de Eco- entre la verdad misma, y las proposiciones sobre el mundo que son verdaderas.

Progresivamente, pensadores como Hobbes y Leibniz tienden a confirmar que la verdad no es un problema de "esencias" de los fenómenos, sino de las afirmaciones que hacemos sobre el mundo. Con Kant, que entiende a la verdad como el "acuerdo del conocimiento con su objeto", se formaliza la necesidad de encontrar un criterio para la verdad.

La evolución contemporánea de la Filosofía de la Ciencia y de la Lógica ha obligado a afinar el manejo de los criterios de verdad. A la doctrina de la verdad como correspondencia recurren los lógicos contemporáneos que intentan formularla de tal modo que resulte independiente de CUALQUIER HIPOTESIS METAFÍSICA. De ahí que una vez establecida la precisión del criterio para La

Verdad, ésta haya fijado la aparición de otra bestia simpática: la objetividad del conocimiento verdadero. En adelante, ya no nos conformaríamos con obtener conocimiento acerca del mundo, sino además debería ser VERDADERO y OBJETIVO.

Sin embargo, y para los filósofos y los científicos, una verdad sin restricciones resultó inoperante y estorbosa, pronta a caer por el propio peso del avance científico y el desarrollo de una tecnología experimental y el diseño de mecanismos -teóricos o no- de CONSTATAción de nuestras búsquedas cognoscitivas. De admitir y asumir que la producción de la verdad se da sin acotación alguna, se tendría que asumir, necesariamente, que el criterio de verdad vuelve a ser uno y omnipresente, es decir, una verdad revelada e inherente a la esencia del mundo: de nuevo, ay, la teología.

En términos históricos, la teoría de la verdad más acabada y de mayor validez hasta el momento es la formulada por el polaco Alfred Tarski. Instrumental, al fin y al cabo, pero de corte racionalista, se apoya en definiciones de la verdad dirigidas al lenguaje y las proposiciones que sobre el mundo, como la acuñada por Bertrand Russell: "un enunciado es verdadero en caso de designar un estado de cosas existente"⁴⁸, donde ya la noción de verdad se delimitaba a las proposiciones que se formulan acerca del mundo.

Según Tarski, un enunciado cualquiera -mencionamos su ejemplo clásico- como "la nieve es blanca" es VERDADERO SI Y SOLO SI la nieve es,

⁴⁸ Vide Russell, Bertrand: *An inquiry into meaning and truth*, London, 1940.

efectivamente, blanca. Una formulación en este sentido entraña el cumplimiento de una condición técnica semántica de SATISFACCION, entendida como la relación entre objetos arbitrarios y determinadas expresiones llamadas funciones enunciativas del tipo "x es blanco" "x es más grande que y", que son fórmulas abiertas y aplicables a un conjunto ilimitado de objetos o fenómenos del mundo real. Todas las nevadas del mundo, ocurran en el Ajusco o en el Himalaya, cumplen la afirmación, en tanto satisfagan la condición de que los copos de nieve sean blancos.

La definición de Tarski, así pues, se resume de la siguiente forma: "Un enunciado es verdadero si es satisfecho por todos los objetos y falso en caso contrario"⁴⁹.

Tarski entiende a la verdad como el resultado de una relación semántica, y no implica nada acerca de las condiciones bajo las cuales un enunciado como "la nieve es blanca" puede o no variar su valor de verdad.

La mejor aportación de Tarski es que su concepción semántica de la verdad puede ser conciliada con cualquier actitud epistemológica, y resulta neutra frente a las dos grandes corrientes actuales de la filosofía de la ciencia: el realismo o el idealismo; empirista o metafísico del conocimiento.

La verdad tarskiana, aunque eficiente, tiene un límite, y es válida en la medida en que se satisfacen LAS CONDICIONES DE VERDAD. Para que una

⁴⁹ Garrido, Manuel: *Lógica simbólica*, Tecnos, Barcelona, 1983, pp. 220 y 221.

afirmación sobre el mundo sea verdadera, debe satisfacerse la correspondencia en todos los casos.

En épocas lejanas, un comercial tequilero aseguraba descaradamente: "No hay cuervo que no sea negro, ni tequila que etcétera, etcétera, etcétera...", que equivale a afirmar que todos los cuervos son de color negro.

En sentido estricto, y bajo la concepción tarskiana de la verdad, esta proposición es verdadera cuando es cierto que TODOS los cuervos son negros. Ni en ese entonces ni ahora, hay que quebrarse mucho la cabeza para darse cuenta de que esa comprobación es virtualmente imposible -exactamente- como imposible sería comprobar todas y cada una de las noticias que consumimos diariamente a través de los medios de comunicación.

Si existiese por lo menos un caso en el que al menos un solo cuervo no fuese negro, la proposición ya no sería verdadera, puesto que ha dejado de cumplir con las condiciones de validez de la verdad, como ocurriría en la circunstancia de que el pajarraco de esta historia fuese albino.

Tarski establece condiciones suficientes y necesarias para el cumplimiento del criterio de verdad, es decir, la correspondencia se establece en su grado máximo de rigor (y los cuervos blancos, que se fastidien).

Pero de nueva cuenta, caemos en que la verdad sólo actúa en el lenguaje. Decimos que x, y, z, son proposiciones verdaderas; no lo decimos de los hechos, de las cosas, de los individuos, sino de lo que decimos de ellos.

La verdad de Tarski obtiene su consistencia de las siguientes condiciones:

1. La delimitación del universo con respecto al cual hacemos afirmaciones.

2. Una fórmula (proposición) cualesquiera, debe ser satisfecha semánticamente por el conjunto de interpretaciones propuestas para tal universo.

Aparentemente, esta es la forma más rigurosa de establecer las condiciones de verdad. ¿Cuál es el límite? Las condiciones internas del sistema formal lógico del pobre Tarski. La estructura de la lógica formal actual ha facilitado la necesidad de esa delimitación del universo (que es una buena forma de ahorrarse trabajo cuando uno desarrolla aplicaciones de la teoría de conjuntos). Se trata de un universo formal: el universo de la lógica simbólica.

La verdad cotidiana, empero, jamás será objeto de una comprobación formal, y ni en el peor de los casos, sacaremos de sus escondrijos y jaulas a todos los cuervos de este sufrido planeta, con el temor de que ninguno de ellos deje de ser negro. Aun cuando el mecanismo de formulación de la verdad es idéntico a la formulación de proposiciones en el terreno de la lógica formal, los procesos de aceptación de ambas concepciones difieren radicalmente.

En el primer caso, habrá que proceder a desarrollar una demostración lógica de la verdad y validez de las afirmaciones propuestas, y mientras más breve, más elegante y más precisa, mejor. En el segundo caso, y debido al desmesurado tamaño del elefante que ha vuelto a aparecer, tales comprobaciones formales no sólo son imposibles, sino inútiles y hasta ociosas, porque el

mecanismo de validación social requiere sangre, color y estruendosas patadas del paquidermo, para que al fin pueda ser considerado verdadero y digno de credibilidad. La elegancia (layi) se queda para los émulos del Círculo de Viena.

Rudolph Carnap acertadamente señala que la teoría de la verdad de Tarski tiene su límite final precisamente donde comienzan las creencias de los hombres. En ese terreno, no es necesaria una verdad formal para la creencia, y por lo tanto tampoco se hace necesaria una verificación o una comprobación.

¿Por qué? Porque no provienen de la misma zona de conocimiento, del mismo *corpus*, vamos. La creencia jamás tendrá una demostración de carácter lógico formal; idealmente, la verificación y conformación de una creencia remiten a posibilidades de confrontación empírica que, en su mejor caso, podrían caer en manos del quehacer científico.

Ya que el paquidérmico universo informacional en el que nos movemos es imposible de ser manejado con ese criterio de comprobabilidad inmediata -hasta ese trozo de elefante que corresponde a la Ciencia- y puesto que en ese sentido el universo se hace menos capturable y por tanto menos sujeto a los sueños formales de Tarski, habrá que asumir que cada vez, la verdad, la comprobación de la verdad, es algo que se le reserva a unos cuantos, a los productores de la información, a los que hacen el experimento, los que ven las cosas, los que presencian los fenómenos, grupo que cada vez es más escaso y más lejano de la sociedad; aquellos que ahora, sólo son visibles a través de la pantalla del televisor, de la radio o de las planas de los periódicos.

En ese sentido, la verdad periodística no es ya una verdad lógica-formal ni una verdad científica. Ha nacido del mismo sueño, de la misma obsesión de los hombres, y es un poco más festiva y libre, a veces un poco mongota; una hija juguetona de la severa verdad de la ciencia, que traducida al lenguaje formal, es la verdad técnicamente acotada de Tarski.

La estructura de esta efervescente verdad no responde ineludiblemente - como sus antecesoras- a requerimientos concretos de la disciplina o campo de conocimiento científico para efectos de su respetabilidad y aceptación pública. Queda entonces la creencia.

Pero, ¿cómo confiarse a la creencia, si desde que nos asomamos a esa cosa llamada ciencia, cuando nos zambulleron en la adquisición formal de eso llamado conocimiento, nos habían dicho que, si hay algo que el saber riguroso no tolera es la suposición arriesgada, la ausencia de fe absoluta en la razón, el riesgo mínimo de que el saber pueda contagiarse de un miligramo de viscera, de sentimiento o de maravilla? ¿Cómo, si desde siempre nos dijeron que la objetividad era una condición imprescindible de cualquier trabajo serio de indagación o producción de nueva información?

Peor todavía, a los que decidimos marchar por la senda del periodismo nos atosigaron hasta el cansancio con la insistencia en conservar ante todo, antes que nada, la sobriedad emocional, la objetividad de la lectura del hecho, como años antes nos indicaban que la objetividad científica forma parte de una receta medio

cocineril, que queda incompleta y fallida si el saber producido no se aísla del mundo netamente humano.

Ello no quiere decir que en el terreno de la investigación científica el monstruo de la Objetividad sea una paparrucha. Ciertamente, la objetividad en su concepción clásica, según la cual los fenómenos de la realidad transcurren de manera independiente de las sensaciones, pensamiento o voluntad del que investiga, debe reflejarse en la descripción fiel de los procesos o de la nueva información que el investigador puede aportar a la comunidad científica. De otra manera, difícil asunto sería el de lograr un mínimo de credibilidad para la nueva información, valiosa de todo punto y significativa para el progreso de un campo del saber humano.

"La investigación científica se refiere a procesos que existen objetivamente, y a la vez, ella misma es objetiva en tanto da cuenta, con fidelidad cada vez más aproximada, de los procesos existentes y de su comportamiento. Por eso, el conocimiento que resulta de la investigación pide ser verificado en cualquier momento y por cualquier persona."⁵⁰

Cierto, pero no basta. El uso de los grandes criterios de la ciencia es necesario en el terreno de la investigación formal, aun cuando la historia de la ciencia nos demuestra que la mayor parte de los grandes descubrimientos o las grandes conclusiones en el terreno de las ciencias -sociales o exactas- no devienen del seguimiento puntual y al cien por ciento de la receta científica hay

⁵⁰ Andión, Mauricio, Beller, Walter, Dieterich, Heinz: *Gula de Investigación Científica*, UAM-X, México, 1983, p. 55.

algo que podemos llamar imaginación científica, factor humano, o simples corazonadas que en no pocas ocasiones han sido determinantes para el desarrollo del saber.

Es más, los hombres de ciencia, también amantes de la belleza y la elegancia -comercial del siguiente capítulo- han acuñado una hermosa palabra para denotar aquellos descubrimientos sorprendivos, inesperados y a veces maravillantes que conoce todo aquel que, aunque sea por una vez en su vida, ha incursionado en los quehaceres de la investigación formal: Serendipia.

Los descubrimientos y avances brotados de un maravilloso caso de serendipia, dice Pérez Tamayo, "no sólo refrescan, sino que a veces hasta cambian radicalmente el interés y el campo de estudio del hombre de ciencia."⁵¹

De ello deviene que es necesaria la razón en la investigación, pero no es suficiente. Si hoy, en los últimos años del siglo XX, podemos vanagloriamos de la inmensa cantidad de información que poseemos, y que es resultado del trabajo de unos cuantos que para la historia son conocidos como Los Científicos, es porque más allá de la receta metódica, y del monstruo mañoso que se hace llamar Método, todavía se encuentra la creatividad, el talento y la capacidad de sorpresa e indagación del ser humano.

Es a ellos, a los artífices reales de la información, a los que se debe el inmenso caudal que hoy atesoramos, sea física cuántica o historia. Además de domesticar y en muchas ocasiones ignorar a la bestia malcriada llamada Método,

⁵¹ Pérez Tamayo, op.cit., p. 31.

los productores del saber han logrado peinar a la rebelde **Objetividad** e incluso ponerle un bonito moño rojo al cuello. Se le valora, aprecia y considera necesaria, pero al fin y al cabo, la persecución de la Verdad va más allá de las bestias que los propios hombres han creado, y por esa razón, los bichos buscan otros recovecos de la vida social por donde colarse para exigir atención o fastidiar al prójimo. Como hacen, precisamente, con los periodistas.

II.3 Bestias asociadas: los mitos de la práctica periodística.

"¿La noticia? la noticia es tan sólo un juicio."

José Fonseca, periodista.

Una tarde soleada de marzo de 1987, Vicente Leñero estuvo a punto de morir linchado. Nadie lo había emboscado a causa de algún atrevimiento publicado en *Proceso*. Nadie le reclamaba alguna obra de teatro ni cosa por el estilo. Se trataba de una numerosa flota de estudiantes de comunicación y periodismo, que veían al veterano autor de *Los Periodistas* con cara de muy pocos amigos, en una sala del primer piso del Palacio de Minería, en la Ciudad de México. La razón era simple. Leñero acababa de afirmar categóricamente que "el reportero no debe pensar".

A la mitad de la presentación del famosísimo y multicitado por tantos *Manual de Periodismo*, que desde 1987 ha sido empleado por docenas de estudiantes de comunicación, periodismo y yerbas afines, Leñero había emitido la

sentencia definitiva sobre el oficio del que indaga, en busca del material para crear la unidad mínima de información de la labor periodística: la nota informativa.

En el fondo, Leñero no tenía la culpa. La tradición educativa del periodista, desde los inicios de la profesionalización de la actividad, ha puesto énfasis en que la tarea del que busca periodísticamente la información tiene que ser, así como la del científico, un trabajo de severa objetividad, exenta de cualquier suposición o interpretación ajena al terreno de los hechos reales.

Aun los textos más tradicionales coinciden en que los requerimientos de la información periodística deben ser un dechado de rigor y seriedad y ojo, veracidad. En ese tenor, de más está decir que también se encuentra presente el requerimiento de la objetividad, es decir, la ausencia de cualquier juicio personal en el cuerpo de la información.

La formación de cualquiera que se inicie en el aprendizaje del periodismo suele verse invadida, primero que nada, y antes siquiera de introducirse a la práctica sistemática de los géneros periodísticos, de la obsesión por la Verdad; una verdad que se parece mucho, al menos en apariencia, a la requerida por la estructura y objetivos de la ciencia.

Leñero y Marín señalan como condición inapelable para la cobertura periodística la veracidad, ¿Qué es? "En periodismo, la verdad es aquella que se puede probar, que se puede documentar, con la sola pretensión de que sea una

verdad periodística.⁵²(??) Sólo si hay pruebas, es verdadero, de otro modo, el trabajo reporteroil viene a ser mera ficción. Así, exactitud, precisión, capacidad de comprobabilidad son las exigencias para que nuestra información duramente trabajada llegue a ser impresa o transmitida.

La noticia "...tiene que ser lo más exacta posible. Esto es lo más difícil, dada la diversidad, multiplicidad y precariedad de las fuentes y la frecuente imposibilidad para los periodistas de ser testimonios directos del suceso."⁵³

Así pues, la actividad inicial del que reportea, del que directamente se encarga de obtener la relación de los acontecimientos -y no de los que escriben monos artículos semanales- requiere un trabajo que desde su concepción, busca y anhela adquirir un estatus de respetabilidad social merced a la conservación de la noción tradicional e histórica de la verdad.

La búsqueda de la verdad periodística, empero, no es tan aséptica como en el caso de la indagación científica. Quizá aquí es donde reside la única diferencia -discursiva por demás- entre la verdad del periodismo y la verdad de la ciencia.

En la labor del periodista, la verdad, su búsqueda, conservación y presentación, tiene un fundamento ético que en la ciencia tiene el valor equiparable a un rábano, porque la ética de la ciencia reside en factores como el rigor de la investigación, la comprobación rigurosa de los fenómenos a través de diseños experimentales cuidadosamente vigilados, trátase de física o sociología.

⁵² Leñero y Marín, op. cit., p. 30.

⁵³ Vázquez Montalbán, Manuel: *Las noticias y la información*, Salvat, Barcelona, 1973, entrevista a Jacques Fauvet, de *Le Monde*, p. 10.

Más aún, la eticidad de la ciencia se consolida en la medida en que logra conseguir su prestigio y estatus, es decir, en la medida en que, como veremos más adelante, la nueva información consigue el consenso de la comunidad especializada.

La verdad periodística está asociada a otras necesidades. El periodismo se asocia, tradicionalmente, a una labor de "servicio social", de ahí que la verdad se vuelva no sólo una necesidad práctica y hasta natural de la cobertura informativa periodística, sino un indispensable de la conducta ética del periodista -que en la vida de a veras a veces resulta apabullada por intereses bastante más terrenales- sin el cual, el desempeño laboral del reportero, columnista o articulista, deja de tener razón de ser.

Esta lectura social de la necesidad de la verdad, más allá del mero requisito informativo, se ha convertido en la bandera en que todos los medios se envuelven antes de lanzar a la calle a los productos de sus afanes laborales e ideológicos.

Es así que el problema de la verdad periodística se fundamenta en el terreno ético antes que en las cualidades reales de esta actividad. En 1973, la Organización Internacional de Periodistas propuso una declaración de principios que pretendía unificar los códigos de ética profesional que andan sueltos por diversas partes del mundo, y que en cuanto a la cobertura veraz de la información reza así:

"El periodista se esforzará por comprobar la precisión de la información que publique o comente. Si dicha confrontación no se puede realizar, la divulgará

solamente con reserva, evitará deformarla o tendenciosamente componerla y la relacionará en el momento adecuado en cuanto más tarde se demuestre como equivocada."⁵⁴

En concordancia, la tradición periodística estadounidense exige del reportero similares características a las que pide el mexicano Leñero "El reportero es solamente eso, un reportero, no un abogado ni un juez. Sus propias opiniones no forman parte de la noticia".⁵⁵

Ciertamente, la cobertura veraz de la información es ineludible bajo la exigencia de un desarrollo profesional del periodismo. Sin embargo, y esto es lo más importante de la constitución de la verdad periodística, si no fuera porque la veracidad en el periodismo se maneja también como un requerimiento discursivo de dimensión ética, la mayoría de los actuales profesionales entenderían la necesidad de la verdad como una característica fundamental, necesaria e indispensable de su trabajo. Si no se asumiera así, produciríamos gacetas literarias en lugar de paquetes informativos.

El problema de los matices de la verdad periodística tiene un agregado conflictivo. La información, a más de ser cierta, comprobable, debe ser también verosímil. ¿Qué es ser verosímil? La cualidad de parecer verdadero. No serio, sino parecerlo, cuestión con la cual, el valor de la información, por buena o llamativa que sea, obtiene un valor aproximado al de otro rábano.

⁵⁴ Uribe, Hernán: *Ética Periodística en América Latina*, UNAM, México, 1984, p.

52.

⁵⁵ Warren, Carl: *Géneros Periodísticos Informativos*, ATE, México, s/f, p. 90.

En un país como México, donde la crisis permanente de credibilidad en la información ya está integrada a la cultura política de los hombres, la verosimilitud es un requisito indispensable, aunque este matiz se determina por el perfil ideológico de los consumidores de la información.

Ello permite explicarse porqué si un periódico publica -y contrata- una encuesta de opinión pública donde se atreve a decir que el PRD no ganará las elecciones para gobernador en el estado de Michoacán, ni los propios colaboradores del diario de marras admiten que tal acontecimiento sea posible.⁵⁶

En ese sentido, Leñero se anima a explicar la necesidad de los matices en la obsesión por la verdad periodística: "La verdad periodística es más verosímil que cierta en sus distintos componentes. El periodista transmite, informa, analiza hechos verdaderos (¿y no podría analizar hechos falsos? N.de la A.) en lo inmediato, pero no necesariamente ciertos"⁵⁷. De ello bien podríamos inferir que rigurosamente, si lo verdadero es lo que se puede probar, la verosimilitud de lo probado vale exactamente el ya citado rábano; pero si la información tiene que ser apenas verosímil a los ojos del lector, la verdad periodística importa la mitad del rábano.

A la larga, el problema de los libros de texto periodísticos no es irresoluble - ¿cómo puede decir un avezado periodista puesto en el papel de los profes de

⁵⁶ Y así pudieron, como se hizo una temporada, dar a los trabajadores de *La Jornada* todo tipo de explicaciones acerca de la validez de las encuestas de opinión. No sirvió de nada. Las creencias de un perredismo furibundo tenían más peso que cualquiera de las investigaciones formales del caso.

⁵⁷ Leñero y Marin, *ibidem*.

géneros periodísticos que la Verdad periodística no es, necesariamente, verdadera?- porque se trata de un problema discursivo: la constitución de la veracidad de los medios, la forma en que se enuncia hacia un público consumidor, y el modo en que ese discurso genera su propia credibilidad y capacidad de competencia con otros medios dedicados a la misma actividad.

Es así que, aunque los monstruos escapados del mar original hacia el terreno del periodismo hacen todo lo que pueden por obsesionar a los incautos -y de hecho lo logran- su mayor labor la hacen en el terreno del lenguaje. En tanto ya no hay -muchos- inquisidores en estos tiempos, los requerimientos de la verdad para los periodistas, para los consecutores de la noticia se mantiene en el terreno práctico. Cuando se habla de líneas editoriales, de posiciones socio-políticas de los medios de comunicación, la verdad adquiere otras características que salen del discurso lingüístico y se acerca a la constitución de redes significantes mucho más poderosas y acordes con los tiempos tecnológicos del manejo informativo.

III. Mar de Supuestos: donde resulta que la Ciencia y el Periodismo se parecen.

III.1. Nosotros decimos la verdad. La constitución de la autoridad enunciativa de los medios masivos.

¿Por qué creerle a los medios? ¿por qué asumir como verdadero, por necesidad, cuanto elemento informativo nos presentan, envuelto en un bonito celofán? Sin duda, uno de los mayores factores de credibilidad de la información de los medios radica en la capacidad, a estas alturas infinita, de mostrarnos en toda su maravilla a la realidad, entendida todavía como a uno le dé la gana.

La Realidad... bicho mayor del Mar de Monstruos y causa de buena parte de los desvelos de los grandes pensadores de todos los tiempos. No obstante, antes de destazar al animal, ha de verse cómo es que nosotros, los pobres mortales, tenemos que convivir con unos cuantos elefantes troceados, narrados e imaginados a través de la hermosa anteojera de los medios de comunicación.

¿Qué o quién nos impele a creer con fidelidad en tal o cual producción informativa? En los últimos años, con la llegada de los instrumentos de precisión práctica e indagatoria a la actividad periodística, la obsesión por la verdad, por la objetividad a todo trance, ha adquirido en la sociedad un estatus mucho mayor del que tuvo en otras épocas, y ello ha llevado al oficio de informar a introducir enormes modificaciones en su práctica diaria.

¿Cómo se manifiesta? en la forma de proceder en el cotidiano oficio periodístico, y por otra parte, en la manera en que el periodismo se "promueve", se vende a sí mismo como objeto de consumo en un mercado de alta competencia.

En primer lugar, hagamos referencia a los nuevos mecanismos de operación del periodista en los medios impresos. En los últimos quince años⁵⁸, la adopción de equipamiento de cómputo en los medios de comunicación impresos, ha sido progresiva, y como en el resto del mercado tecnológico, ha llevado a una búsqueda constante de rapidez y mejor definición.

Unos más complejos que otros, los equipos y programas de cómputo para los medios, poco a poco fueron convirtiéndose en un instrumento indispensable. La disponibilidad de programas de edición, de procesadores de palabras a prueba de ignorantes de la ortografía, de redes de cómputo garantizadas contra imprudentes de hueso colorado, han logrado que el diario trabajo de "hacer el periódico" sea infinita, enormemente más rápida que en los tiempos de los linotipos.

⁵⁸ Afirma Pedro Camacho, subdirector de *El Herald de México*, que, los primeros diarios en adoptar este tipo de sistemas fueron, a fines de la década de los setenta (1977-1978), *El Universal* y *El Sol de México*. No obstante, el empleo de equipos "paracomputacionales", antepasados de los programas modernos se emplearon antes en *El Herald de México*: más cercanos a las antiguas computadoras de tarjetas IBM, se trataba de aparatos de captura que, gracias a la lectura de un ojo electrónico producía tipografía que luego se montaba manualmente. En lo que toca a paquetería expresamente diseñada para la elaboración de diarios, la mayor parte de los diarios mexicanos de gran magnitud echan mano de ella, con mayor o menor fortuna; algunos, como *El Financiero*, emplean redes más bien domésticas y otros han experimentado con variantes del sistema Harris, uno de los paquetes más conocidos: en 1982, *El Sol de México*, tratando directamente con la empresa Harris, ensayó el uso de una máquina conocida como "Elfasol" que era capaz de producir láminas con la plana grabada, listo para montarse directamente en la rotativa.

Los medios más pequeños, con menos recursos, se han sumado en menor volumen y con menos entusiasmo a la revolución tecnológica de los medios. Todavía flotan por allí algunas redacciones donde hay que enfrentarse a las máquinas de escribir Olimpia, pesadas como (claro) cachorros de elefante, donde el que ya se ha enamorado para siempre de la computadora busca -lo que hace el hábito- la tecla de "ejecutar".

A ello, hay que sumar el hecho de que la profunda y radical regionalización económica mexicana lleva a encontrarse en diversas zonas del país, distintas concepciones de "modernización", y en consecuencia, distintas formas de adaptarse a las exigencias del mercado informativo.⁵⁹

De muchos de los obstáculos surgidos en el proceso de aprendizaje práctico, queda huella. Aquellos que aprendimos a ser periodistas en una máquina de escribir mecánica, nos delatamos en la forma en que aporreamos las teclas del aparato que nos toca en la red computarizada de la redacción, aunque sigamos escribiendo con tres dedos de cada mano. O uno de cada extremidad. Otros, que los primeros años se resistían a acercarse a uno de los repugnantes aparatejos nuevos, así les fuera la vida en ello, aprendieron a teclear con rapidez, sin temor a

⁵⁹ La disparidad de infraestructura, desarrollo y capacidad de los medios impresos es enorme en nuestro país. En 1990, un director de un diario de Coahuila afirmaba que su concepto de modernización consistía en la adquisición de equipo de cómputo para todo el personal de su redacción. Al mismo tiempo, el director de uno de los 14 diarios de Tapachula entendía la "modernización" como la compra de un equipo de offset para imprimir la edición. Cfr. Hernández Bertha, Barrera, Juan Antonio: *Los Medios ante el Discurso del Poder*, encuesta entre directores de periódicos de todo el país, en *Revista Mexicana de Comunicación*: año 3, No. 10, febrero-marzo de 1990.

que el trasto explotara, y luego poder contemplar indolentemente, en el monitor, la obra maestra de cada día.⁶⁰

Más recientemente, las escuelas de comunicólogos y periodistas han caído en la cuenta de que enseñar o pretender que los aspirantes a informadores sean buenos mecanógrafos en máquinas de escribir -mecánicas o eléctricas- ya es, sencillamente, ridículo.⁶¹

Sólo en los últimos tiempos, estas mismas escuelas, abrumadas por las exigencias del mercado laboral, han comprendido que el aprendizaje del manejo de esas máquinas endemoniadas -a veces *envirusadas*- ya es indispensable y en consecuencia han comenzado a invadir los nuevos planes de estudios.

A la larga, y nos guste o no, todos estamos ya inmersos en la alocada carrera de la transmisión rápida y efectiva de la información. En tanto más rápida sea la elaboración de la información consumible por el reportero, más rápida será su proyección -venta de por medio- al mercado de consumidores.

⁶⁰ Cualquiera que en 1995 hubiese visto al periodista Oscar Hinojosa teclear aceleradamente ante su terminal en *El Financiero*, difícilmente hubiera reconocido a la misma persona que hacia 1990 se resistía a entrar a un procesador de palabras. En el caso de los trabajadores de la información, el aprendizaje del manejo de estos paquetes ha significado un enorme trabajo de adaptación del gremio que no siempre es de óptima calidad: muchas veces se queda en un aprendizaje doméstico que sólo permite un dominio limitado del equipo.

⁶¹ Apenas en 1994, la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, la más antigua de las instituciones de educación superior formadoras de periodistas, llegó a la conclusión de que el aprendizaje de la mecanografía en máquinas de escribir mecánicas era una cuestión obsoleta. Como ella, y sin desdoro, muchas otras escuelas han ido comprendiendo la necesidad de recuperar las exigencias del mercado de trabajo.

Sin embargo, no es éste el único impacto del progreso en el quehacer informativo. Originado en Estados Unidos y extendido como moda -no tan pernicioso cuando se hace bien- algo que presuntuosamente los europeos nos han importado y que se conoce como *Periodismo de Precisión*, ha invadido las obsesiones de los jefes de información y de los "star-reporters" para plantear nuevas exigencias para el ejercicio informativo.

Aparece la preocupación por la variación de las cifras, por el rigor de la obtención de las cifras; surge y poco a poco se hace ineludible, la exigencia del "dato duro" y la afición por la investigación mediante encuesta y las mediciones de opinión pública.

A ellas van aparejados los afanes por construir -para luego usar y lucir- completas bases de datos, guardar enormes archivos en discos compactos, y operar hermosos y rapidísimos programas de cálculo y graficación que permiten, a la mañana siguiente, encontrarse con bellas primeras planas, adornadas de comparativos y gráficos, sondeos firmados por coordinaciones de investigación, direcciones de sondeos o de opinión pública y demás lindezas.⁶²

A la par, los medios electrónicos alardean de presentar ante los sufridos televidentes y/o radioescuchas el resultado del ejercicio del "periodismo de investigación", donde se cuelan unos cuantos galones de sentimentalismo y a

⁶² En ese 1995 ya había bajado la "fiebre de encuestas" que durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari obsesionó a numerosos medios de comunicación. Pasada la efervescencia, sólo tres periódicos de presunta circulación nacional han hecho de la práctica de la medición de la opinión pública un hábito informativo, que aún podría ser mejor: *El Herald de México*, *El Norte y Reforma*.

veces, hasta de cursilería, que busca "llegarle", impactar, impresionar a la apabullada audiencia al mostrarle en sus mismas narices, las montañas de cadáveres en Ruanda -nunca en México- las víctimas de los francotiradores serbios o las maromas intraacuáticas de una ballena bajacaliforniana.

En el caso mexicano, cada quien ha entendido la aplicación al trabajo periodístico de los instrumentos y técnicas de investigación según su real saber y entender, y dependiendo de las limitaciones que las aulas -universitarias y no- dejaron en su formación previa.

¿Cómo es esto, que ahora la preocupación por la remodelación del oficio periodístico en su faceta más operativa haya adquirido tantas monerías?

¿Cómo es que ahora, la venta de la verdad periodística esté adomada con un halo dorado todavía más brillante que el tradicional?

¿Cómo es, a fin de cuentas, que a medida que las ideas del progreso y la modernidad inundan el trabajo del periodista, éste se va queriendo parecer al trabajo del científico?

Más que práctica, la respuesta es discursiva. Con la agilización de sus procedimientos, el periodismo ha tenido que replantearse sus exigencias en la cobertura de los hechos, manteniendo al mismo tiempo el espíritu ético que ya es inherente al trabajo del que informa.

El proceso de profesionalización periodística ha llevado naturalmente a la búsqueda de argumentos que contribuyan a consolidar el estatus social del periodismo, exactamente como hace unos cuantos siglos le ocurrió a la ciencia.

Es así que, y a la par del desarrollo de las ciencias sociales, producto neto del siglo XX, la capacidad de despliegue industrial de los medios de comunicación gana el primer trecho del camino: llegar a todos cada vez más rápido, al mismo tiempo, y antes que los demás (de otro modo, ¿de qué serviría poseer todos estos bellos adelantos?) al lugar de la noticia.

Pero desde hace cinco años, como hemos visto, ya no es suficiente con eso. La obsesión por la verdad periodística exige cada vez más pruebas de que cuanto decimos y afirmamos, es real, absolutamente real.

"Hubo un tiempo en que todo lo que hacía falta era amor a la verdad, vigor físico y cierta gracia literaria. Todavía el periodista necesita esos recursos, pero ya no es suficiente."⁶³

¿A qué recurrir, ya que la omnipresencia eficiente de los medios ya no basta? A la precisión, al rigor cuasi-científico, aliñado con severidad de laboratorio; a la paulatina adopción de los procedimientos propios del quehacer científico.

Pero, ¿qué no es así el asunto desde antes? ¿Acaso el periodista no genera -aunque le dé horror el término- procesos de formulación de hipótesis y su consecuente comprobación? ¿Acaso su materia prima no es, igualmente, la

⁶³ Meyer, Philip: *Periodismo de Precisión*, Bosch Comunicación, Madrid, 1993, p. 25.

totalidad de los fenómenos -naturales y humanos- de la realidad? ¿Sí? Y entonces, ¿Cuál es la novedad?

Los ins-tru-mentos. La sistematización de la operación indagatoria, irreversible, por lo demás. Si hubiera entre los actuales periodistas una actitud desdeñosa hacia la nueva infraestructura, la competencia de sus pares, la carrera intensa por captar al consumidor, los rebasaría.

La prisa actual obedece al relativo rezago que los medios padecen con respecto a otras áreas del trabajo profesional. Tal rezago ya era percibido hace un par de décadas:

"Mientras los sociólogos están abandonando sus butacas para afilar sus instrumentos metodológicos, los periodistas han estado más preocupados por una cuestión de principios, en lugar de por cuestiones de método. La cuestión básica debatida con monótona persistencia desde la Segunda Guerra Mundial versa sobre si la objetividad es una meta deseable o siquiera posible para los periodistas".⁶⁴

Es natural, entonces, que la transformación estratégica de la operación del periodista haya desembocado en el *periodismo de precisión*, llegando incluso a despreciar a sus colegas, aún fascinados por el *periodismo de investigación*.

"El periodismo de precisión no puede sin más confundirse con el periodismo de investigación, siendo en todo caso, un instrumento sistemático de trabajo para

⁶⁴ Op. cit., p.10.

superar la, a menudo intuitiva, voluntarista y desorganizada actividad del periodista investigador.⁶⁵

Es así que los atributos tradicionales que aseguran la veracidad de la enunciación periodística son enriquecidos por la insistencia actual en dar un giro riguroso a la información.

Es necesario acotar que aun cuando esta manía-necesidad ya ha permeado a la mayor parte de la gran industria informativa (sólo quedan excluidos los muy pequeños o de ínfimos recursos. La información rigurosa es muy cara aunque ya es indispensable), los requerimientos del mercado más tradicionales siguen existiendo, aunque algunos otros ya se han añadido a la lista de exigencias que se le plantean a un aspirante a periodista.

Así, la nota roja sigue siendo la nota roja, aun cuando el *Alarma!* mexicano ya se elabore con mayor rapidez y eficiencia, y la pasión de perseguir al asesino se desarrolle ahora cámara en mano, a bordo de un helicóptero y por un lapso que puede ser tan largo como lo requiera el rating⁶⁶.

⁶⁵ Op. cit., p. 11.

⁶⁶ En 1994, uno de los grandes protagonistas de la nota roja internacional fue el ex futbolista estadounidense O.J. Simpson, quien, acusado de doble asesinato, fue sujeto de una persecución policiaca que se prolongó por más de seis horas, con el helicóptero de una televisora estadounidense encima, que no dejó de grabar en todo momento la escapada. Meses después, la explotación del caso Simpson a través de los medios, rebasó el espacio de la cobertura informativa: *El New York Times* y el *Chicago Tribune*, en sus ediciones del 24 de enero de 1995 publican planas enteras de promoción para el canal que transmite en vivo las sesiones del proceso a Simpson.

A pesar de los requerimientos de consumo consolidados, Meyer acota con - aquí sí- veracidad: "Los medios crean nuevos departamentos especializados en los que científicos sociales y periodistas expertos en métodos de investigación sociológica comparten tareas."⁶⁷

Entonces, destacemos a la bestia: ¿Cuáles son los atributos de esa autoridad enunciativa de los medios? Primero, la autoasignación de la capacidad de decir la verdad. La autocalificación es el factor inicial de la credibilidad de un paquete informativo. La tradición periodística gusta de llevar, cual bonito moño, el lema del autoprestigio: La enunciación es clara y equivale a una síntesis de la declaración de principios del medio, el día que ve la luz por primera vez:

"El periódico de la vida nacional" (*Excelsior*)

"El Periódico que dice lo que otros callan" (*La Prensa*)

"Un periódico ¡En serio!" (*El Financiero*)

"Corazón de México" (*Reforma*)

"La Realidad, tal cual" (Radio Mil, 1988)

"La noticia está en La Red" (Radio Red)

"Vocero del pueblo mexicano" (*El Día*)

⁶⁷ Meyer, op. cit., p. 11.

La autoenunciación garantiza la verdad de antemano, a los ojos del consumidor. El manejo e inclusión de lemas característicos para un medio determinado, es el primer paso del impacto en una audiencia o en un segmento de lectores, y no es ninguna novedad. El periodismo mexicano tiene un largo trecho avanzado en el consumo de la autoenunciación de la verdad.

Desde la apelación a la verdad dicha por la colectividad (que equivale a un "si lo decimos todos es verdadero" o "como formamos parte de todos, no podemos engañar a todos"), hasta la enunciación sin otro apoyo que el de la propia capacidad, es decir, su independencia. Todos, con todos los recursos argumentativos, dicen la verdad. Basten algunas muestras de nuestros periódicos decimonónicos y otros de esta centuria:

"Periódico escrito por el pueblo y para el pueblo" (*La Espada de Don Simplicio*, 1855)

"Periódico escrito única y exclusivamente para el pueblo" (*La Chinaca*, 1862-1863)

"Periódico claridoso y enemigo de los hipócritas" (*La Bala Roja*, 1869)

"Periódico alegre, campechano y amante de decir indirectas... aunque sean directas" (*El Padre Cobos*, 1869-1880)

"Semanario feroz, aunque de buenos instintos, político y sin subvención como su padre, matrero y calaverón" (*El Hijo del Ahuizote*, 1885-1902)

1401103-July 29 1994:SON--RETRANSMITTED TO ADD MAGAZINE OUT--FILE--This photograph by free-lance South African photographer Kevin Carter won the 1994 Pulitzer prize for feature photography. A vulture hovers over a starving Sudanese girl who had collapsed on her way to a feeding center, in this photo published March 26, 1993. South African born Carter died Thursday July 28, 1994, aged 34 years. He is survived by his parents, two sisters and a daughter. (AP Photo) Mandatory Credit: Kevin Carter / Sygma) CREDIT:AP by KEVIN CARTER / SYGMA SLUG:SOUTH AFRICA OBIT CARTER (NOTE:MARCH 26, 1993 MANDATORY CREDIT: KEVIN CARTER / SYGMA MAGAZINES OUTXCP RH)
AP LEAD DESK



AP LEAD DESK

(Fig 7)

"Diario independiente de criterio revolucionario" (*El Combate*, 1915)

"El Periódico de la vida peninsular" (*Diario de Yucatán*, 1925-)⁶⁸

El segundo atributo de la autoenunciación de la veracidad informativa radica en la demostración de la verdad. La "muestra", la prueba de la verdad.

Si de nueva cuenta, lo verdadero es aquello que se puede probar, las imágenes, los titulares o cabezas, las declaraciones de los sujetos de la noticia, constituyen el conjunto de apelaciones a la realidad, el factor de comprobabilidad que consolide el inicial "yo digo la verdad" de los medios.

Ofrecer "retazos" de realidad -el elefante incompleto- es presentar "la prueba" de lo que decimos. Colocar imágenes dramáticas, que causen el impacto emocional y el consumo fiel del lector, radioescucha o televidente.

Muy probablemente, el repetido discurso sobre la hambruna y la intervención estadounidense en Somalia es menos impactante que la fotografía tomada en la misma Somalia por el sudafricano Kevin Carter, donde un buitres aguarda pacientemente el momento en que un pequeño somalí, agotado por el hambre, termine de morir, para proceder a la merienda.⁶⁹ (Fig. 7)

⁶⁸ Véase Ruiz Castañeda, María del Carmen: *La Prensa: Pasado y Presente de México*. UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliográficas, México, 1987.

⁶⁹ La imagen, ganadora en 1994 del Premio Pulitzer correspondiente a la categoría de fotografía de prensa, no era sino una pequeña muestra de la crudeza del acontecimiento. A Carter le duró poco el gusto por el premio, meses después, cubriendo los primeros comicios multirraciales de Sudáfrica vio morir a uno de sus compañeros fotógrafos durante los disturbios de la provincia de Natal; poco después, Carter decidió suicidarse.

Un tercer atributo de la capacidad enunciativa de la verdad que los medios se autoasignan es manifiesta en el discurso publicitario de cada uno de los medios, desde la "información completa en pocas palabras" (*El Heraldo de México*), hasta el "Ver oír y no callar" de Radio Éxitos (Grupo Radio Centro).

El advenimiento de los instrumentos de precisión al bagaje de herramientas del periodismo ha apoyado este procedimiento. Así, la frase publicitaria de *El Heraldo de México* sugiere un cómodo acceso a toda la información del día, y Radio Centro apela a una detallada capacidad de recuperación informativa, y una disponibilidad ilimitada de ella para el radioescucha.

Otros son más simples: "El número uno de la radio en el país" (Del noticiero "Para Empezar", Stereo Rey, F.M.) La apelación de mayor actualidad corresponde a la demostración con cifras, de la falsa generalización que la lógica tradicional ya había descrito.

Desde 1990 a la fecha, es perceptible -y coincidente con el auge en México de las mediciones de la Opinión Pública a través de encuestas- la preocupación por la elaboración estadística de "perfiles del lector", indagaciones estadísticas dirigidas a definir el perfil socioeconómico cultural de los consumidores de los medios, como un factor de atractivo para el anunciante y de consumo en el lector, televidente o radioescucha.⁷⁰

⁷⁰ El sexenio de Carlos Salinas de Gortari es el escenario donde se aparecen estas nuevas necesidades de los medios mexicanos. En su discurso del Día de la Libertad de Prensa de 1989, Salinas hizo un llamado a los medios para emprender medidas "modernizadoras", que, entre otras cosas, implicaba la certificación de tirajes, circulaciones y audiencias. Estas políticas fueron adoptadas por muy

Aunque ya hace cuatro años la medición de audiencias no era ninguna novedad, en el caso de México adquirió una importancia que en otros países ya estaba reconocida: la apelación al consumo: "porque somos los más vistos-escuchados-leídos".

Sin embargo, -y esta es una crítica frecuente en el contexto nacional- las estadísticas también pueden ser falseadas o distorsionadas. Los medios, a sabiendas, se animan de vez en cuando a correr estos riesgos, a veces con desagradables consecuencias. Baste como botón este ejemplo:

En el espectro de los medios de comunicación mexicanos, el liderazgo radiofónico en cuanto a audiencias y cobertura informativa lo detenta la radiodifusora Radio Red, de la empresa Radio Programas de México, que cuenta con un espacio consolidado en las preferencias de los radioescuchas capitalinos y sólo recientemente de los otros dos grandes centros urbanos del país, Guadalajara y Monterrey.

Ciertamente, Monitor, el noticiero de la estación, acapara la audiencia matutina, desde las 6 de la madrugada hasta bien entradas las 10 de la mañana. Provisto de un amplio equipo de reporteros y de informantes itinerantes, la cobertura informativa de Monitor es la más completa de las emisiones informativas radiofónicas capitalinas.

pocos, y hasta la fecha siguen sin clarificarse totalmente. Circula en cambio, la frecuente creencia -fortalecida cuando la gente lee los catálogos publicitarios de medios- de que buena parte de los tirajes declarados son, por mucho, superiores a los tirajes reales. Cfr. Hernández Bertha, (Comp.) *Salario Mínimo para Periodistas*, México, Fundación Manuel Buendía, A.C., Asamblea de Representantes del Distrito Federal, 1990.

En este caso, el liderazgo en audiencia, es "real" y profundamente arraigado en las preferencias del consumidor.

No obstante, la autoenunciación de la veracidad a partir de una incompleta exposición de "las pruebas", resta crédito al "yo digo la verdad" del Monitor de Radio Red.

Así, en el anuncio publicitario aparecido en varios rotativos de circulación nacional el lunes 6 de junio de 1994⁷¹, Monitor argumenta "sólidamente", dispuesto a demostrar que en efecto, Radio Red es la estación más escuchada, y naturalmente, su noticiario, el más escuchado del cuadrante nacional.

El anuncio "Fe de erratas. Decir medias verdades es decir mentiras" (Fig. 8), publicado dos días después, como respuesta a las proclamas de Radio Red y Monitor, demuestra el peso que ahora los instrumentos de precisión tienen como determinantes en la autoenunciación de la veracidad de los medios.

A la premisa inicial: "Decir medias verdades es decir mentiras", se sigue el argumento de la cifra, de la "prueba estadística": "Ratings son razones, no buenos slogans"(sic)

A continuación (A) el anuncio desglosa los porcentajes de distribución de la audiencia que corresponden a Radio Red y a otros cinco noticiarios radiofónicos, los principales competidores de Monitor. El contraste de porcentajes de auditorio entre unos y otro, es notable.

⁷¹ *El Herald de México*, lunes 6 de junio de 1994.

FE DE ERRATAS Decir medias verdades es decir mentiras

RATINGS SON RAZONES,
NO BUENOS SLOGANS

SIEMPRE
VOLANDO
SI NOS SEAN TO-
TALMENTE CON-
FIALES, NO ES
ESTE EL CASO.

RATINGS NACIONAL
O DEL D.F.?

MONITOR RADIO RED
54% AUDITORIO

DAR INFORMACION PARCIAL
INTENCIONALMENTE
DESINFORMA
Y ENGAÑA.

RADIO FÓRMULA
"SÓLOS LOS MEJORES" 10%

PANORAMA
"EL INFORMATIVO QUE
TODO MUNDO ESCUCHA" 9%

"EL NOTICIERO" NÚMERO UNO
DE LA RADIO EN EL PAÍS 5%

CÚPULA EMPRESARIAL
"EXCELENCIA
INFORMATIVA" 4%

FORMATO 21
"LA ESTACIÓN DE
NOTICIAS" 2%



NO SE DICE
COMO SE CON-
FORMA ESE
AUDITORIO, NO
ESTA ESPECI-
FICADA CLASE
SOCIOECONOMI-
CA, LOCALIDAD,
SEXO, EDADES
NI ASPECTOS
SOCIOCULTU-
RALES. ESTA-
DISTICAMENTE
ESTO NO ES VA-
LIDO, ES ENGAÑO
SOY ENREDA.

AQUI NO SE TOMO
EN CUENTA EL
AUDITORIO
DE LAS 48
PLAZAS DEL
PAIS A LAS QUE
LLEGA EL
NOTICIERO
PARA EMPEZAR
OTRO
TRUCO
ESTADISTICO

...nunciamos con usted en relación a la participación de audiencia...
en noticieros radiofónicos matutinos en Radio RED...
Sobre todo los confiables y certificados ratings* de INIVA...
...esperan para Ud. muchas dudas.

¡AUNQUE SEA DE MANERA
TENDENCIOSA
Y TRUCULENTO?

En conclusión:

No se deje enredar



Marca el Paso en la Radio

DOS TERCERAS
PARTES DE LAS
CADENAS RADIO-
FONICAS AHORA
TRABAJAN CON

NILSEN
POR ALGO SERA...

Para
empezar
EL NUMERO UNO
DE LA RADIO EN EL PAIS

stereorey
LA MAXIMA DIMENSION DEL RADIO
102.5 MHz

A manera de corolario, (B), se enuncia la fuente de los datos, y la reiteración en la confiabilidad en las cifras y en la entidad que dio origen a esta información:

"Para comunicarnos con usted en relación a audiencias en los noticieros radiofónicos matutinos, en Radio Red preferimos los números. Sobre todo, los confiables y certificados ratings de INRA que despejan para usted muchas dudas".

Al final, la identificación de la emisora (C) y de un slogan autoprestigiante.

La efectividad del anuncio es la efectividad de la argumentación falaz y la real imposibilidad del consumidor de lograr demostrar en algún momento, la veracidad de las afirmaciones de INRA (Que por lo demás, al consumidor le trae sin cuidado poder demostrarlo o no. Se trata de un mensaje dirigido a los potenciales anunciantes, no a los radioescuchas-consumidores).

Un rating puede ser razón suficiente, mas no necesaria para definir los factores y razones del liderazgo de un medio. La fuerza de la enunciación de Radio Red es rotunda, sin lugar al menor resquicio de duda, pero también sin mayor profundidad. Es la línea de la argumentación fácil y sin mucho tiempo o afán para dar explicaciones.

En segundo término, la afirmación "preferimos los números" hace alusión directa a la materialidad de la "prueba" de las afirmaciones: las cifras obtenidas por la medición; y tercero, como factor de seguridad de la información emitida, la

firma de un especialista, de un experto del que -se afirma implícitamente- sí sabe de lo que está hablando.

Así, el argumento de Radio Red y Monitor incurre en falsas generalizaciones del tipo "es obvio que..." "Todos sabemos que...", que sustituyen argumentos más sólidos para defender sus pretensiones de liderazgo.

De ahí que, un buen ejemplo de contraargumentación en los medios y con las exigencias discursivas actuales, sea el anuncio "Fe de Erratas", publicado por la radiodifusora Stereo Rey, Dos días después del anuncio de Radio Red, el miércoles 8 de junio de 1994⁷².

"Fe de erratas" no es sino el anuncio original de Radio Red, con las acotaciones y comentarios de la rival de Radio Programas de México, y que era, en aquellos días, el nicho de colocación del noticiario Para Empezar.

La contraargumentación de "Fe de erratas" se desglosa a partir de la asociación entre información incompleta y engaño, binomio que Stereo Rey se dedica alegremente a entresacar del mensaje original, que para el análisis argumentativo se desglosa en cuatro factores:

El factor-1 muestra su acuerdo con la frase original, pero acota: "Este no es el caso", con lo cual, la autoenunciación de la veracidad ha quedado descalificada desde antes de empezar siquiera.

⁷² El Heraldo de México, miércoles 8 de junio de 1994.

El factor 2 del contraargumento alude a la fragmentación de los datos publicados, así como -un auténtico error para los investigadores de audiencias- a la carencia de una estratificación sociodemográfica y geográfica de la medición original.

El factor 3 aparece con la afirmación autoprestigiante para Stereo Rey: a la preferencia de Radio Red por los números, Stereo Rey opone su inclinación por la calidad de la información, dando por descontado que los datos ofrecidos al público por INRA-Radio Red no son resultado de un trabajo "de calidad".

Por último, el factor 4, aunque falaz, es efectivo. Ante el empleo de la empresa productora de la información (INRA) como un factor de apoyo para la argumentación de Radio Red, Stereo Rey opta por acotar una nueva cifra: "Dos terceras partes de las cadenas radiofónicas trabajan con Nielsen" (Otra compañía especializada en mediciones de opinión pública, mercado y audiencias), aderezado por una frase sutil, aunque mañosa (5): "Por algo será...", que alude implícitamente a una razón necesaria y suficiente -por demás improbable- que asiste a la mayoría que prefiere contratar los servicios de Nielsen.

Lo que podría quedar como una no muy racional escaramuza entre dos medios de comunicación rivales, es tan sólo un pequeño segmento del proceso, ahora acelerado e interminable, de promoción y persuasión del consumo de los medios.

Si se quiere, cada vez con más argumentos de mayor complejidad, pero al mismo tiempo imbuido del alarde de ser los únicos que "dicen la verdad".

Si sirve de consuelo, los medios de comunicación no son los únicos que pelean duramente en esta conflictiva sociedad humana por hacerse de un poco de respeto, prestigio y, desde luego, de asegurar sus beneficios. Los hacedores del saber sistemático y riguroso, los científicos, también se esfuerzan denodadamente por demostrar que ellos también, siempre dicen la verdad.

III.2. Una vieja y bella historia: el status de la Ciencia y su eterna consecución de la Verdad.

"La expansión de la ciencia no se hace por medio del positivismo de la eficiencia."

Francois Lyotard

"Tener ideas es el logro supremo de un *savant*, no hay método científico, y un *savant* es ante todo alguien que cuenta historias y está obligado a verificarlas."

P. B. Medawar

"Soy muy malo para escribir acerca de método... porque no tengo ninguno."

P. Curtis.

¿Por qué pensar que la ciencia, sea cual sea su momento histórico, es la materialización de la verdad de su tiempo? ¿por qué no quedarse con el mero acercamiento empírico de la vida cotidiana? ¿por qué, a fin de cuentas, la necesidad, la obsesión, de hallar todas las mejores respuestas posibles a todas nuestras interrogantes?

La transformación del saber humano de todos los días, la indagación elemental del porqué de los fenómenos del mundo, en una actividad sistemática y definida -y más tarde diversificada- como la ciencia, implicó para el género

humano el inicio de una búsqueda apasionada de la nueva información, cada vez más y cada vez mejor. A la larga, un examen superficial de la historia de la ciencia demuestra que la producción del saber científico es una cadena ininterrumpida y coherente, aún cuando el objeto que la anima se haya modificado en función de los artifices sociales del saber de la ciencia.

Si la búsqueda del saber científico es una labor cuidadosa, rigurosa y sistemática, empeñada en proporcionar nueva información para el desarrollo de una disciplina, no es gratuito; la transición del pensamiento mágico al pensamiento científico devino de la búsqueda de explicaciones de mayor precisión y al alcance de las explicaciones terrenales. A partir del siglo XVI, y rescatando la herencia de Pitágoras, Anaximandro y Tales, el pensamiento racional se consolidó y buscó la respuesta racional de sus interrogantes acerca del mundo natural.

En la actualidad, cuando pareciera que el saber científico ya es un patrimonio de los integrantes de la sociedad, se le reconoce como una actividad con claras implicaciones sociales. Ruy Pérez Tamayo, mexicano estudioso de estas cuestiones define, por lo tanto, a la Ciencia de esta forma:

"Es una actividad humana creativa cuyo objetivo es la comprensión de la naturaleza y cuyo producto es el conocimiento, obtenido por medio de un método científico organizado en forma deductiva y que aspira a alcanzar el mayor consenso posible."⁷³

⁷³ Pérez Tamayo, op.cit., p. 7.

Puesto que el objetivo de la ciencia, conforme a lo ya dicho por Pérez Tamayo, es encontrar las mejores explicaciones para comprender los fenómenos de la realidad, el uso necesario de "instrumentos de precisión" se convierte en la clave que caracteriza al proceso del conocimiento científico. De ahí que el ilustre médico-epistemólogo mexicano aluda en términos definitorios a la existencia de un "método" como instrumento necesario en la actividad científica [presentamos, en este punto, al bicho traicionero que, al escuchar su nombre en estos momentos, se ha desprecizado en su rincón y se da un par de lengüetazos para aparecer con aspecto de gente decente] que por añadidura, tiene que estar organizado en una estructura deductiva.

Así método y saber científico marchan juntos para beneficio de la generación de información para el género humano que, dada su naturaleza obsesiva ha transformado el carácter instrumental de estos conceptos en una auténtica necesidad. De esta manera, ya puede uno ir dándose cuenta de que siempre habrá *metodólatras*.

Y no es criticable el asunto porque el mentado bicho no sirva para nada [aquí, la bestia se ha puesto, feliz, a ronronear]: no porque la lectura lineal y dogmática de la concepción de método, entendida como el factor de legitimación del saber científico, suele aparecer como una trampa que absorbe a los poco familiarizados con el trabajo de investigación, a los ingenuos y a los ignorantes, quienes a partir de ello, comienzan a exigir, engolando la voz, el requerimiento de "cientificidad", como si se tratara de llenar un formulario para una ventanilla de la Secretaría de Hacienda.

Afortunada, maravillosamente, la ciencia es algo más que llenar un formulario, o cumplir con la receta dictada, como si estuviésemos preparando una *julienne* de champiñones. De una noble educación científica, donde sea posible aprender que el saber científico no se produce como se fabrican bolígrafos, depende en buena parte, que después, llegados a la vida adulta, no andemos por el mundo haciendo el papelazo de creer que si un trabajo de investigación en ciencias sociales o exactas no sigue a rajatabla la pauta tradicional del método científico, -herencia de la propuesta positivista- está condenado al fracaso.

Cierto, ciencia y método son conceptos simultáneos, pues sin el requerimiento de un proceso sistemático y exento de cualquier consideración metafísica o personal, difícilmente podría hablarse de un trabajo de investigación efectuado con competencia profesional. Hay, ciertamente "reglas del juego" para la investigación: "No decir mentiras, no esconder verdades y tener conciencia de que la realidad no obedece a nuestros deseos"⁷⁴. No obstante, la concepción tradicional del "método" empleado por las ciencias, hace mucho que ha demostrado su insuficiencia en la tarea de garantizar el desarrollo de una disciplina.

Es igualmente cierto que la noción de ciencia ha experimentado transformaciones a lo largo del devenir histórico, aunque los protagonistas de la actividad científica no hayan tenido mucha conciencia del asunto. En la permanencia y trascendencia del modelo actual del saber científico domina la hipótesis realista que descende del pensamiento aristotélico, según la cual, es

⁷⁴ Entrevista a Ruy Pérez Tamayo, México, D.F., 16 enero de 1995.

preciso, en la actividad científica, ejercer un proceso de razonamiento deductivo que permite generar explicaciones acerca de las "causas" de los fenómenos de la realidad⁷⁵.

Si después de tanto tiempo seguimos aguantando los alardes de este animalejo, que ahora pone cara de insufrible orgullo, es precisamente porque él y no otro, es el sello fundamental de lo que llamamos "modernidad": el advenimiento de una actividad cognoscitiva social, sistemática y rigurosa llamada ciencia que despega en el Renacimiento y se caracteriza por el desarrollo de las fuerzas productivas, donde por primera vez hace su aparición el binomio ciencia-técnica.⁷⁶

Esta es la aparición primera del concepto de revolución científica que, según dos estudiosos, Herbert Butterfield y Rupert Hall, se refiere a la transformación cualitativa de la indagación acerca de la realidad. El carácter revolucionario de este momento histórico, fechable hacia el siglo XVII, es el surgimiento de un nuevo espíritu científico, "de una nueva actitud hacia la naturaleza"⁷⁷.

Dentro de este nuevo espíritu se consolida lo que Pérez Tamayo llama "la profesionalización de la filosofía de la ciencia", la aparición de pensadores que sin ser científicos, reflexionan y analizan la estructura y problemas de la ciencia: los filósofos acusaron el impacto de la revolución científica, la consolidación del

⁷⁵ Pérez Tamayo, Ruy: *¿Existe el método científico? Historia y realidad*, Fondo de Cultura Económica/El Colegio Nacional, México, 1990, p. 23.

⁷⁶ Azuela, Arturo, Labastida Jaime y Padilla, Hugo: *Educación por la Ciencia*, Grijalbo, México, 1979, pág. 8.

⁷⁷ Pérez Tamayo, 1990, op. cit., p. 31.

espíritu científico, y lo hicieron objeto de su trabajo; por primera vez la actividad de reflexionar sobre la ciencia y sus aspectos filosóficos, sale del coto de los primeros científicos.

Aunque para muchos la ciencia moderna comienza con Galileo (s. XVI), la evolución de la búsqueda de la sistematización del pensamiento científico llevó a la formulación de largas discusiones que en el siglo pasado dieron lugar a la propuesta positivista, cuya influencia fue perceptible hasta la primera mitad de este siglo, y que significó la última gran propuesta filosófica que intentó hallar una estructura fundamental para toda la actividad científica, y su influencia ha sido tal respecto a la construcción de un modelo de método científico, que sigue permeando la educación de centenares de mexicanos, con terribles consecuencias.

La noción positivista de la ciencia (s. XIX) aún puede considerarse como la "fuente" de referencia de los actuales patrones del consenso y la aceptación de la información difundida bajo el membrete de "científica". A la larga, todavía se tiene que convivir con los monstruos de siempre [en este punto, el bicho método me ha dirigido una mirada cargada de desdén mañoso y se ha vuelto a acomodar para dormir, dándome la espalda] y el discurso legitimador del saber científico sigue siendo "...una idea universalista de la ciencia como fuente de un conocimiento al cual se le atribuyen dos cualidades esenciales y absolutas: objetividad y neutralidad; la primera atañe a la independencia de los resultados de la investigación científica con respecto a las condiciones de producción del conocimiento; la segunda está relacionada con la actitud del 'verdadero hombre de

ciencia', cuya sola motivación sería la búsqueda de la verdad objetiva⁷⁸ sin que en esa búsqueda intervengan sus particulares concepciones acerca del mundo que lo rodea, o sus ambiciones profesionales o sus anhelos intelectuales.

Aun sin ser del todo explícita, esta idea universalista de la ciencia tiene un trasfondo dogmático (La Ciencia, ciencia es, y basta con ello para considerarle vehículo y productor de un saber totalmente válido) que da lugar, cuando menos, algunas pautas para su cuestionamiento.

Una de estas líneas de crítica proviene de los historiadores y los filósofos de la ciencia que discuten la famosa objetividad de la ciencia a través de dos argumentos. El primero se refiere a la demostración, a través de una perspectiva histórica, de la relación entre procesos socioeconómicos y producción de conocimiento "en esos mismos periodos". Un segundo argumento consiste en señalar que el "análisis epistemológico" lleva a la conclusión de que el conocimiento es resultado de un proceso de "interacción entre el sujeto que investiga y el objeto de conocimiento"⁷⁹. Puesto que se trata de una interrelación, es inferible que el conocimiento no es una cuestión ontológica (una propiedad absoluta del objeto de estudio), sino que, en la interpretación y explicación de ese objeto se involucran las características del sujeto cognoscente, las cuales incluyen, tanto raíces psicogenéticas⁸⁰ como condicionamientos sociales.

⁷⁸ Beller, Walter, García, Rolando y Mureddu, César: *Epistemología, Teoría de la Ciencia y Práctica Universitaria*, UAM-Xochimilco, México, 1985, p. 8.

⁷⁹ . Op. cit., p. 9.

⁸⁰ La propuesta epistemológica de Jean Piaget, entre otras cosas, implica una nueva perspectiva acerca de cómo el hombre genera su conocimiento del mundo. La posesión de estructuras de conocimiento permiten al ser humano, en etapas

Esta apreciación, derivada de la epistemología de Jean Piaget explica a la construcción del conocimiento como un proceso interactuante, donde la obsesión por el concepto tradicional y decimonónico del "Método Científico" resulta en una lectura insuficiente, a estas alturas, de la explicación de la producción del saber humano.

Sin embargo, el aprendizaje y ejercicio de una dinámica de investigación y producción de conocimiento, en la sociedad contemporánea, tiene que enfrentarse al bicho malcriado que sigue roncando en el extremo del estudio y que ha sido acostumbrado por sus propios creadores a considerarse como el factor indispensable de toda producción de saber nuevo y legítimo, cuando, en el terreno real del trabajo de investigación, hay muchas probabilidades de que el recetario de marras termine abandonado en un rincón de la mesa.

Los límites impuestos de forma tradicionalista y parcial al procedimiento para llegar a la obtención de "conocimiento científico" han llevado a considerarlo, desde una perspectiva insuficiente, como un mecanismo de segura estabilidad que invariablemente llevará a la consecución de la información esperada. Entonces, se privilegia, más que la capacidad del investigador para avanzar coherentemente dentro de un área de conocimiento específica, manteniendo intacto el factor búsqueda e "indagación creativa", el aprendizaje y aplicación rigurosos -o peor aún, memorísticos- de un sólo procedimiento, o propuesta metódica para la interpretación de la realidad.

graduales, generar interpretaciones de la realidad cada vez de mayor complejidad, a partir de su puesta en relación con el exterior.

Dentro de esta orientación parcial, que aparece ocasionalmente dentro del planteamiento epistemológico, se da importancia primordial y a veces excluyente a la validez de los procesos lógicos sobre cualquier otro componente, como, entre paréntesis, podría encontrarse en el cuadro de "indicadores" que en 1988 se había elaborado para "guiar" las "tesis teóricas" de la Coordinación de Ciencias de la Comunicación de la FCPS.

De ahí que aparentemente, cualquier individuo capaz de aprenderse la receta del "Método Científico" pueda dedicarse, felizmente, a "ser investigador". Pero hay trampa: muchas veces la pregunta: "y esto, ¿es científico?", provoca mayores dificultades y angustias, puesto que siempre aparece la exigencia de La Ciencia, para que sea absolutamente necesario actuar como parece que ella dijo.

"Todo esto sería perfecto, si no fuera porque la mayor parte de los investigadores de casi cualquier área suelen reconocer -y sin falsa modestia- que sencillamente, NO TIENEN METODO."⁸¹

De una afirmación de este tipo se deriva, posiblemente, la sospecha de que hemos sido miserablemente engañados una vez más [el animal se carcajea ahogadamente desde su rincón libreesco] y que todos nuestros esfuerzos (aunados a los de M. Bunge, C. Cardoso y amigos que los acompañan) por usar y dominar el "Método Científico" para cuanta actividad teórico-académica emprendamos, no han pasado de una actitud ociosa.

⁸¹ De La Lama, Alfredo, *Naturaleza del Método Científico*, en *Revista de Educación Superior*, número 61, ANUIES, 1987.

Sí, es un engaño miserable... hasta cierto punto. Los problemas de investigación NUNCA se han resuelto de forma tan serena y racional como argumentar y luego aplicar "dado el problema x, necesariamente, e infiriendo a partir de y, z, w y XX, habrá de concluirse que..." ¡Bueno fuera que todo el proceso de generación de conocimiento siguiera tan seguros caminos! lo cierto es que "nadie procede como los manuales dicen que procedemos."⁶²

En cualquier fase de la investigación, del área que el amable lector escoja, siempre participarán en el proceso más elementos que los enunciados por eso que ahora se conoce comúnmente como la "metodología de la ciencia", que en su versión popularizada, ha servido para que todo mundo se maraville por el hecho de que fulano o mengano "sepan mucho de metodología", cuando más que un ejercicio cocinero de aplicación eficiente de recetas, se trata de un ejercicio donde lo más valioso e importante del problemático género humano, la creatividad y las capacidades racionales de preguntarse y responderse por el mundo que nos rodea, se ponen en juego para generar nuevas y mejores explicaciones para vivir la vida diaria.

La elección de una cierta área de estudio, los procedimientos, los enfoques que en cada caso se den al objeto de análisis; el lenguaje con el que aborda la explicación de los fenómenos o procesos involucrados en nuestra personal odisea, se materializan en una gama casi infinita de posibilidades. Además, y muy difícilmente, el investigador Perengáñez diría que su teoría más reciente sobre la

⁶² Curtis, cit. pos. De la Lama, *ibidem*. Los argumentos de Curtis también pueden verse en *El taller del historiador*, México, Fondo de Cultura Económica, 1986.

circulación de la información en los llamados medios de comunicación grupal fue logrado a merced del seguimiento cuidadoso de los "pasos de la investigación científica" (sic)⁸³

Si es cierto que el uso irresponsable del concepto de "Método Científico" plantea severas angustias a los novatos del oficio de investigador, de ese manejo se deriva una pregunta no menos trascendente: ¿Qué es lo que "hace" a un investigador? Ni siquiera las condiciones de producción del conocimiento, en su nivel más individual y personal son regulares o permanentes. No hay "reglas únicas" para descubrir, o para inventar. Otra vez, problemas de método. Intuiciones, "me latió que el asunto iba por aquí", "es cuestión de estómago", "me pareció la respuesta de mayor probabilidad", "Mis anteriores estudios y observaciones me condujeron a..." ¿Es eso lo distintivo del investigador?

La forma en que se canaliza esa intuición creativa e inquisitiva es el germen de la imaginación científica que pugna por aflorar y resolver problemas, esto es, la capacidad de formular y demostrar conjeturas acerca de un fenómeno o un proceso en particular cierra el proceso humano y social de la investigación científica, idealmente siempre con nueva, y mejor información para sobrevivir en el complicado mundo en el que nos desenvolvemos.

⁸³ Asegura De la Lama -y asegura bien- que de esta terquedad consistente en acomodar todo trabajo de investigación dentro del archimentado Método Científico, deviene la multitud de pasantes universitarios sin titular, estupefactos -y angustiados- ante el anaquel de la librería ¡repleto! de libros de metodología de la ciencia, de métodos y técnicas de investigación y demás yerbas. En efecto, la creencia en el bicho este -El Método- bien puede provocar, de no conocerlo bien, auténtico terror. ¡Cuántos hay por ahí, diciendo todavía, que "tienen problemas con la metodología"!

Ahora sí, reivindicemos, después de haberlo vapuleado para quitarle lo presuntuoso, al bicho Método, que al ser invocado de nueva cuenta, trata de alisarse rápidamente la pelambre, para poder seguir pareciendo respetable e imponente.

Los postulados del "Método Científico" "funcionan" en términos instrumentales, en procesos de permanente verificación, asegurando, de paso, la "validez" de este saber producido, que luego se presenta ante la comunidad de *savants*, de los que saben, es decir, la comunidad científica. A la larga, no hay, no existe El Método, ni La Metodología como entidades absolutas de consulta o guía en el proceso de producción de nueva información. Disponemos en cambio de numerosos procedimientos sistemáticos de indagación, que norman el quehacer de la investigación científica, que obtienen su consenso del hecho, consignado en los resultados de la investigación, de que cualquier otro colega, en condiciones de demostración o experimentación similares, pueda obtener las mismas conclusiones.

Sin embargo, es necesario no olvidar el secreto fundamental para tener a raya al animalejo de manera más o menos permanente: es preciso tener en cuenta el carácter paradigmático, siguiendo a Thomas Kuhn, de los fundamentos del método; sus condiciones particulares de origen y el momento histórico en el desarrollo del conocimiento, cuestiones que pesan necesariamente en el espíritu de los hombres de ciencia. Las cosas se complican cuando uno de estos momentos en la trayectoria del conocimiento adquiere pretensiones de permanencia más allá de sus condiciones específicas. No en balde, Pérez

Tamayo terminará por decir que la interpretación de "recetario" del uso de un método en la investigación científica, antes que importante, resulta pernicioso.⁸⁴

Y por cierto, respecto al carácter paradigmático del conocimiento científico, ¿conoce usted los triángulos curvos? La geometría euclidiana, entre otros asertos, encajados en el bagaje cultural de la escuela primaria, consignaba que la suma de los tres ángulos de un triángulo sumaban, sin lugar a dudas, los famosos 180 grados. Esto es cierto para todos los casos... en que se trate del paradigma de la geometría euclidiana. Si se aborda otro concepto de la geometría, que "permite" la existencia de triángulos no construidos a partir de la conjunción de tres rectas, sino de tres curvas, la mentada consiga de los 180 grados termina por volverse inoperante.

Ojo, no por ello deja de ser menos cierta. Sencillamente, el paradigma del conocimiento ha cambiado. Temerario sería decir a estas alturas, que el pobre de Isaac Newton estaba equivocado, nada más porque la física que él hacía en el siglo XVII no se parece en absoluto al trabajo que se desarrolla ahora en la misma disciplina; o que el padre Mendel no estaba tan acertado en lo que fueron los primeros estudios sobre genética, tan sólo porque no tenía los mismos intereses e instrumentos que los actuales ingenieros genéticos, o bien que el horroroso caldo originario del conde de Buffon, que explicaba -según él- la generación de la vida, era una puntada gratuita, alentada exclusivamente por un afán de notoriedad y mucha buena voluntad, solamente porque no tiene que ver en absoluto con la moderna biología -ni siquiera porque unos meses después de la clamorosa

⁸⁴ Entrevista a Ruy Pérez Tamayo, op. cit.

presentación del "caldo" de Buffon, Lazaro Spallazani redujo la mentada sustancia a unos cuantos litros de agua pestilente.⁸⁵

A la larga, la propuesta kuhniana acerca de la existencia de paradigmas en la constitución y desarrollo del conocimiento científico explica racionalmente el hecho de que el género humano no haya enloquecido en uno de tantos virajes epistemológicos, y que el amplio bagaje de información heredada sirva para consolidar en la actualidad el prestigio del saber científico.

Otro factor ineludible que distinguirá a los buenos domadores de bestias será aquello que De La Lama denomina "aptitud y actitud hacia la investigación"⁸⁶, que implica capacidad de análisis, preocupación por conservar la relativa objetividad del análisis de la información y demostraciones posibles, y que no pierde de vista la seriedad y la trascendencia social de este hermoso ejercicio intelectual que es la investigación científica. "Cuando una se separa de la otra - agrega De la Lama- es posible esperar cualquier cosa, desde una estupenda novela, hasta una charlatanería pseudocientífica."⁸⁷

Pero aquí aparece la trampa. Con todo, y a pesar de nuestros escepticismos hacia la malsana omnipotencia del animalejo, es necesario, al

⁸⁵ Cfr. De Kruiff, Paul: *Cazadores de Microbios*, Editorial Diana. Acerca de la evolución del conocimiento científico. Thomas Kuhn emplea el concepto de "revolución científica" de modo diferente al enunciado por Pérez Tamayo. Kuhn no se refiere a la transición del pensamiento mágico al científico, sino al fenómeno de transformación o sustitución del paradigma del saber científico característico en una época determinada. Véase *La Estructura de las Revoluciones Científicas*, FCE, México, 1985.

⁸⁶ De La Lama, op. cit.

⁸⁷ Ibidem.

menos, apreciarlo en su valía y aportación histórica para el desarrollo de la actividad científica, y aprovechar, capitalizar su aportación instrumental para el desarrollo del saber humano.

El empleo de la racionalidad, la sistematización, la verificabilidad, la definición del problema de estudio y todas y cada una de las fases de nuestro trabajo como investigadores, sigue marcando las características y límites de este saber; aun cuando hayamos de dudar acerca de la omnipotencia del método científico, sigue formando parte de un discurso que valida y legitima en diversos niveles sociales, el producto de nuestros desvelos e indagaciones.

Primero, le presta suficiente respetabilidad como para que nuestros semejantes, los *savants*, "los que saben" otorguen sus avales a nuestras sesudas conclusiones. En segundo término y una vez cumplido este requerimiento-ritual indispensable, el resto de la sociedad, los novatos y los profanos, pueden ser consumidores confiados de la información objeto de tantos desvelos técnicos y discursivos.

Al contrario de muchas otras actividades, en su tiempo tanto o más importantes que la ciencia -como la magia, la superstición y otras monadas- esta actividad social, racional e indagadora, consolidó durante el Renacimiento su espacio de circulación social. Desde entonces, nunca existió el caso de que alguna sesuda comunidad intelectual criticara al saber científico por nocivo, peligroso o inútil, una vez demostrada su seriedad y utilidad, esto es, una vez logrado el consenso en su diferentes niveles.

La educación elemental del hombre nacido y desarrollado en la cultura de Occidente no puede transcurrir sin que en algún momento, y a pesar de las deficiencias que se nos puedan ocurrir, tenga que pasar cerca o involucrarse en la noción tradicional de la ciencia; el acercamiento a lo científico, pues, forma parte de un conjunto de información ya institucionalizada y socialmente admitida y aplaudida, según la cual, todo aquello que en la actualidad es producto de la Ciencia, es por fuerza, valioso, interesante, atractivo y serio, y especial y rigurosamente, verdadero.

Uno de los problemas del uso y circulación social de la ciencia es que nosotros, los receptores de esta información, ahora manejada con largueza por los medios y sus diversas producciones informativas, seguimos adquiriendo la nueva información con el modelo cocinero que propicia un aprendizaje memorístico, sin profundidad y sin interrogantes que puedan dar lugar a nueva o mejor información. Ello no impide, que cada vez con mayor frecuencia, un recién llegado, o apasionado del saber científico, se dé cuenta de que los monstruos, a fin de cuentas, también son domesticables.

III.3. El Discurso de la Ciencia y el Discurso del Periodismo: de la validación a la valoración automática.

La descripción de los mecanismos simultáneos y similares del conocimiento científico y de la verdad periodística precisa advertir que ambos son -con algunos siglos de diferencia entre sí- resultado del mismo proyecto: el sueño de la modernidad de la sociedad occidental.

Con la aparición del proyecto de lo moderno, llega una nueva meta, colgada desde entonces a la historia: la persecución de un fin único en la lectura y recuento de los hechos de trascendencia y por otro lado, la idea de la necesidad de hallar o determinar un sujeto como entidad necesaria en el desarrollo del saber científico. Así, la modernidad y el sueño del progreso ininterrumpido marcan el avance del saber y le fija los patrones y límites que debe, a querer que no, observar sin falta para seguir siendo reconocido en la sociedad como un proceso benéfico y valioso.

Más recientemente, los filósofos de la posmodernidad, más o menos conscientes de lo que implica la presencia omnipotente e ineludible de los medios de comunicación en esta actualidad exhausta de ideologías, asumen que los grandes acontecimientos de la actualidad ya no esperan ni precisan un soporte ideológico tan rígido como lo pensaron los filósofos de la teoría marxista de la comunicación, hace un par de décadas.

Por el contrario, ya es sabido que la producción de los procesos de comunicación e información de la actualidad, repercuten directamente en la configuración ideológica de los actuales consumidores de los medios, sin embargo, y siguiendo a Lyotard, la raíz del problema que enfrenta la cultura occidental, y que señala la filosofía posmoderna, radica en la crisis de los modelos de conocimiento.⁸⁸

⁸⁸ Lyotard, Jean Francois *La Posmodernidad explicada a los niños*, Gedisa, México, 1988, p. 13.

Si conocer es, en sus términos más sencillos, un proceso de adquisición de la información, la adquisición de cualquier dato se hace sobre la necesidad de "lo real", de la disponibilidad de la realidad, que en nuestras actuales condiciones es concretable a través de los medios y sólo a través de ellos.

¿Cuáles es su implicación en términos sociales? Lo que Lyotard llama el "Reclamo de Realidad", la idea de conocer un todo unificado, simple, CONFIABLE:

En este sentido, los medios de comunicación se vuelven difusores de información y los satisfactores de este reclamo del mundo. Esto, en efecto, reduce la realidad "a una perspectiva, si bien amplísima, simple."⁸⁹

El discurso de la verdad como una correspondencia con la realidad, así como el discurso autoprestigiante de los medios y de la práctica periodística, forja el mecanismo de creencia que llena el "reclamo de lo real" que padecemos los hombres. De ahí que puede llegarse a pensar que, insertos en este proceso satisfactor de los consumidores, muchas "noticias" emitidas por los medios, ocurren precisamente para ser transmitidas, difundidas, lucidas y explicadas hasta la telenovela por los artifices de la información colectiva: "el conocimiento es materia de juegos televisados."⁹⁰

Cierto... yo, mientras escribo, uso una pluma Wearever de tinta rosada, oigo una melodía *new age* estadounidense en una grabadora Sony japonesa y sostengo entre las manos un libro español. Por añadidura, podría comprar una camiseta de

⁸⁹ Op.cit., p. 17.

⁹⁰ Ibidem.

Batman o el Rey León, e ir a ver la película de marras, y después buscar el cd de "Tan lejos y tan cerca", la película alemana (Wim Wenders, 1992).

El universo es, a través de los medios, unitario, captable, usable, y a la vez, absolutamente trivial. En tanto el mundo que se nos narra, que nos cuentan, es asible y entendible, puesto que el mensaje está hecho para el consumo inmediato, y las más de las veces, efímero. Es precisamente lo que Lyotard llama, el "realismo del qué más da"⁹¹.

"Los objetos y los pensamientos salidos del conocimiento científico y de a economía capitalista pregonan, propagan con ellos una de las reglas a las que está sometida su propia posibilidad de ser, la regla según la cual NO HAY REALIDAD SI NO ES ATESTIGUADA POR UN CONSENSO ENTRE SOCIOS SOBRE CONOCIMIENTOS Y COMPROMISOS."⁹²

Así pues, la narración de la realidad requiere un discurso que lo legitime y lo haga consumible, verosímil ante los ojos de la amable audiencia compradora. A la larga, esta eficiencia discursiva resulta mucho más cómoda que los anteriores discursos que han regido la vida de los hombres.

"Una suerte de evasión de la realidad fuera de las seguridades metafísicas, religiosas, políticas, que la mente quería guardar a propósito de la misma"⁹³

⁹¹ Op.cit., p. 13.

⁹² Op.cit., p. 19.

⁹³ Op.cit., p. 20.

En términos de la historia de las ideas, aunadas al proyecto de lo moderno, van las grandes formaciones discursivas que modelaron la evolución de la cultura occidental. la siguiente etapa, donde los medios de comunicación son Legión, no hizo sino globalizar la acción discursiva de los grandes relatos creado por la humanidad, garantizándoles la máxima eficiencia y arraigo en el seno de las colectividades humanas. Según Lyotard, el estudio del fenómeno de "Lo Moderno" se inicia a partir de las "Creencias en..."

"La modernidad cualesquiera sea la época de su origen, no se da jamás sin la ruptura de la creencia y sin el descubrimiento de lo POCO DE REALIDAD que tiene la realidad, descubrimiento asociado a la invención de otras realidades."⁹⁴ Pareciera que en este proyecto, el conocimiento se define a partir de la estructuración de ENUNCIADOS INTELIGIBLES y de la necesidad de que los casos de la experiencia deben concordar (corresponder, una vez más) a este conjunto de enunciados.

A la larga, y de nueva cuenta, la idea del conocimiento moderno es nuevamente, la idea de CORRESPONDENCIA, asociada tradicionalmente a la teoría fuerte de la verdad. Así, verdad y realidad constituyen lo que Lyotard define como Grandes Relatos o Metarrelatos, ejes de la acción social humana en el modelo de acción de la Modernidad, y se fundamentan en un sólo anhelo: corresponder con el acontecer de todos los días, anhelo que, pensamos, está a salvo de las preocupaciones intelectuales de los severos pensadores.

⁹⁴ Ibidem.

Pero, ¿Por qué existen los metarrelatos? porque en el fondo, han sido los motores impulsores de la evolución sociocultural de Occidente. El Progreso, el Bienestar, la Religión, y demás solemnes monerías han logrado legitimar a las instituciones sociopolíticas y a la larga, conseguir la valoración positiva de una "manera de pensar".

En ese marco, la construcción de la realidad se diversifica y multiplica, y gracias a sus actuales vehículos, se regenera para cada opción, para cada elector. Aun dentro de los grandes relatos que sobreviven en la sociedad actual, Mi realidad no será nunca la del tipo de junto, o la del que se levanta todas las mañanas para ir a su trabajo de corredor bursátil. Sin embargo, todos creemos tener en consenso lo que entendemos por "Realidad" o por "Veracidad".

Así, la Ciencia, o el Periodismo, como actividades, no son grandes relatos. Si lo son, en cambio, El Discurso de la Ciencia y El Discurso del Periodismo, que autolegitiman a su materialidad y logran para ellos un lugar en el fiero mar de la vida cotidiana.

A pesar de la crisis actual de los grandes relatos, los grandes tópicos de la cultura colectiva permanecen. A la larga, y a partir de la crisis ideológica de Occidente característica de los años ochenta, los grandes relatos han visto rebasada su omnipotencia, y como mascotas maltratadas, su impacto y valoración social se han visto mermados.

Ciertamente, la aspiración a la universalidad que siguiendo a Lyotard encarna la idea de la modernidad, se ha visto "liquidada" y más bien aunado a

esos grandes relatos, aparece el escepticismo y por tanto la deslegitimación de esos grandes relatos, entendiendo que la existencia de consensos acerca de las reconstrucciones de la realidad, es lo que legitima tales reconstrucciones.

En terrenos de la reflexión filosófica, y especialmente en el campo de la Filosofía de la Ciencia, las propuestas de interpretación para el génesis del saber científico se han visto impregnadas con mayor frecuencia, de la influencia de aquellos pensadores que asumen el proceso científico con una buena dosis de aventura (serendipia, monstruito benigno, no olvidar) y con un mucho de escepticismo respecto a la ineludibilidad de la receta del temido método científico, que asegura la legitimidad de todo aquello que pase por el colador en cuestión.

¿Por qué los grandes relatos han ido perdiendo legitimidad a medida que se termina la era de los consensos universales? Porque son POCO VIABLES en un universo de realidades diversificadas, donde ya no hay sitio para un saber único y universal, donde los "todólogos" ya no existen y se vuelve natural la formación del individuo que Said denominará "insider"⁹⁵, aquellos que poseen y dominan al menos uno de esos grandes relatos diversificados de la actualidad, son aquellos que pueden hablar de La Ciencia, El Periodismo, la Sociología, la Religión, la Política... pero sólo de ESO... se acabaron los "hombres universales", los "saberes totales", y la universalidad, al modo de la modernidad, se va disolviendo lentamente en el mar de monstruos menores.

⁹⁵ Said, W., Edward: *Antagonistas. públicos, seguidores y comunidad*, en Foster, Hal, et al., *La Posmodernidad*, Kairós, México, 1988, p. 200.

Sin embargo, y a pesar de la parcialización actual, los grandes relatos de Occidente se siguen anunciando y autopregonando como si fueran los únicos e irrepetibles grandes saberes de la colectividad. Y el asunto les da resultado aún.

Aparte de esta función autoprestigianante que les permite seguir sobreviviendo, los grandes relatos cumplen otra función, dice Lyotard: "Aseguran la legitimidad de su mundo de nombres⁹⁶, es decir, de un mundo de sentidos, de SIGNOS [Recordemos que, en los conceptos básicos de la lógica matemática, aquellos símbolos que denotan a los nombres propios son conocidos como designadores. Designar a algo o a alguien, es darle dimensión en el mundo].

De ahí, podemos hacer una primera aproximación a las características de la legitimidad de los grandes relatos. La legitimidad del relato es actualizable, incluye a todos los nombres de un universo dado, a la forma del discurso, a todas las familias de frases y abarca una situación definida espacio-temporalmente. De ahí que para nosotros, el discurso de la Legitimidad que entraña cada uno de los relatos sea siempre "moderno" y siempre apele al recurso sublime de la colectividad; al mismo tiempo, siempre será "moderno" para cada usuario.

Ya no hablaremos más del "nosotros" entendido como el total de la colectividad, ya no nos interesa ser universales; el espacio propio de la realidad individual, del trozo de elefante, es suficientemente complejo y profundo para pretender avistar al paquidermo entero.

⁹⁶ Lyotard, Jean-Francois: *La condición Posmoderna*, Cátedra, Barcelona, 1987, p. 43.

De esta manera, el lenguaje, los sistemas de signos con reglas de operación se convierten no en un instrumento de la reflexión o del conocimiento, como bien podría adjudicarse al desarrollo de la expresión periodística, sino en el VEHICULO DE LA LEGITIMIDAD DE LOS GRANDES DISCURSOS.

El concepto del relato lyotardiano se aproxima al concepto de la verdad periodística: en el caso de la información fruto del trabajo periodístico, se narra, se da cuenta de lo ocurrido (en la práctica se hace existir al acontecimiento) y se construye un conjunto de nombres, un conjunto de significaciones que, apoyadas en el gran relato de la verdad periodística, adquieren su característica de plena y total legitimidad.

Pero, ¿el periodista narra todo lo que ocurre en el mundo? No, ciertamente. Se narra LO QUE ES NOTICIA. Y, ¿Cómo sé yo qué es noticia? ¿A qué le llamo acontecimiento noticioso? A un juicio, simplemente, acota con sagacidad maliciosa el Señor Fonseca desde su escritorio.

Agregaría Lyotard: "Un acontecimiento sólo se introduce en la tradición, en la medida en que está involucrado en una historia que a su vez está sometida a la regla de los nombres, tanto por lo que cuenta (sus referentes) héroes, lugares, tiempos, como por su manera de ser narrada (Narrador, oyente, etcétera)."⁹⁷

Así, la noticia es un relato legitimador: yo hablo de fulano porque tiene o adquiere, en un momento dado, una posición legitimada, reconocida para ser considerado sujeto de la atención general de un conglomerado de individuos.

⁹⁷ Op. cit., p. 40.

Entre el múltiple universo de relatos legitimadores, la información periodística dispone de dos grandes relatos, aquel que la legitima como instrumento legitimador, porque "siempre dice la verdad", y su mismo contenido que al narrar, al dar cuenta de un universo de hechos determinados, legitima la atención que concentra sobre un personaje, sus vicisitudes o sus declaraciones.

Hablar, mencionar un objeto, personaje o acontecimiento, es admitir una existencia, una situación. En tanto la noción de lo real y lo verdadero es la noción de correspondencia de las afirmaciones con un estado de hechos, el discurso periodístico (un hermano menor del discurso científico) es la legitimación de un sistema de signos, de nombres y relaciones que "dan cuenta", "narran" un conjunto de relaciones sociales donde se encadenan algunos cuestionamientos de operación: ¿Qué debe ser?, ¿Qué medios hay para ser? y ¿qué podríamos hacer? De estas preguntas para el usuario del relato deviene una conclusión, una decisión y un JUICIO LEGITIMADO que adquiere permanencia en el universo de uso.

Históricamente, dice Lyotard, los relatos de la modernidad no son mitos como aquel de la vaca sosteniendo la tierra, o el de los guerreros muertos que sacaban a pasear al sol. Se entienden como NARRACIONES EMANCIPATORIAS, preconizadoras de la integración social que lleva al progreso; instrumentos del progreso social, con una voluntad humana, colectiva, dirigida hacia un fin⁹⁸. Ciertamente, no hay gran relato de la modernidad que no busque, a la

⁹⁸ Op. cit., p. 41.

larga, la consecución de una vida mejor o de un estatus más dichoso, democrático o eficiente en algún segmento del abanico social.

Pero eso ya lo sabíamos. En el proyecto de la Modernidad es la razón la que determina el estatus de la razón misma, de ahí que con el proyecto moderno, la ciencia, pueda consolidarse como un gran relato legitimador del saber sistemático y comprobable.

Sin embargo, una vez rebasada la etapa de la modernidad, cuando ya no se crean más relatos emancipatorios, nos limitamos a reciclar y bañar y peinar a aquellos que sobreviven, y dan a luz a relatos menores y particulares de pequeñas audiencias y grupos sociales. Es entonces que, en el terreno de la historia de las ideas apareció el proyecto de lo posmoderno:

"La posmodernidad será más bien empirio-crítica o más bien pragmaticista: la razón de la razón no puede ser dada sin círculo; pero la capacidad de formular reglas nuevas (Axiomas) se descubre a medida que 'la necesidad de ellas' se hace sentir. La ciencia será un medio de revelar la Razón y ésta seguirá siendo la razón de ser de La Ciencia."⁹⁹

Así, el modelo del conocimiento que domina en el proyecto posmoderno es el de una gradación de verdades, de una diversificación de la interpretación de la realidad y la consecuente generación de relatos correspondientes y a la larga, establecer lo que Lyotard llama un "estado de razón": las condiciones de la

⁹⁹ Op. cit., p. 75.

existencia de la verdad, equivalentes a las condiciones técnicas de satisfacción de la correspondencia lógica enunciada por Tarski.

En ese sistema gradual de verdades, "Q", dicho por Y, es "más verdadero" que "P", dicho a su vez por X, porque con "Q" se obtienen mejores condiciones de narración o de credibilidad, o de practicidad que con "P".

En ese sentido, el modelo del saber posmoderno implica la resistencia -en el fondo tan democrática como soltar al elefante- a la tendencia simplificadora hacia la universalización de los grandes relatos del alto consumo. Así, Lyotard acuña una definición que revelará la necesidad de la verdad, aun en este escenario actual de realidades diversificadas para el consumo: "se entiende por posmodernidad la incredulidad con respecto a los metarrelatos"¹⁰⁰. Así, la naturaleza del saber no queda intacta. Diversificado, cada vez con un mayor grado de especialización, el saber se vuelve, desde la crisis de las grandes ideologías, un producto para ser vendido, y es y será consumido para ser cambiado y se considera producto de múltiples interpretaciones.

Si bien los grandes relatos cumplen su función legitimadora, el efecto de interpretación y consumo del individuo se multiplica. En tanto, el criterio de la verdad, del consenso y del consumo de la información se ha multiplicado igualmente. El saber se desliza en variadas formas discursivas con una materialidad signica, y reglamentada por el consenso del gran relato del conocimiento.

¹⁰⁰ Op. cit., p 10.

Puesto que no hay -ya lo ha dicho Foucault- discursos que existan en el mundo de modo aislado, la estructuración de las pautas discursivas del comportamiento social se despliegan en dos dimensiones a), el discurso interno de X, donde se consignan los parámetros de operación interna: para el caso del trabajo periodístico, el gran relato interno se refiere a cómo desarrollar esta tarea informativa: el empleo de géneros, estilos y modos, la necesidad de considerar los criterios de novedad, interés general, actualidad de la información -que perfila su validez noticiosa- la veracidad y la objetividad y demás lindezas convenientemente consignadas en los libros de géneros periodísticos para lograr una labor periodística eficiente.

En la esfera de lo externo, en el espacio de lectura de los otros, la actividad periodística no se arriesga temerariamente al juicio y consumo de los diversos auditorios; su gran relato externo, donde se asegura por anticipado que a) el periodismo siempre dice la verdad y b) que el medio XXX, en particular, siempre dice la verdad más verdadera de todas las verdades. De esta manera, el objetivo legitimador de los relatos del periodismo hallan su justificación en la consolidación de un auditorio consumidor.

El gran relato interno de la ciencia posee la misma construcción: el empleo de Métodos, recursos, lenguajes e instrumentos: todos se dirigen a construir el conjunto de "instrucciones" necesarias para concretar la actividad científica.

Sin embargo, y de modo paralelo, existe el relato externo, el gran relato de la ciencia, conforme a la cual, la exigencia de la científicidad, este relato, legitima

bajo estas premisas: a) la ciencia siempre genera conocimiento verdadero, y b) El conocimiento científico es el más verdadero de todos los conocimientos. La coincidencia fundamental, esencial para la sobrevivencia de ambas actividades es que la condición de verdad, el criterio de lo verdadero siempre se apoya en la necesidad de corresponder con los acontecimientos, llámese comprobación de fuentes, "método" o peor aún, "método científico" o "metodología".

Hay un discurso que habla del discurso científico; un discurso de la ciencia, que no habla de las ciencias (Física, física cuántica, los *cuarks* o el Teorema de Gödel y demás) hablando de ciencia, sino que desarrolla un discurso que habla "sobre el discurso científico", y que contiene todos los tópicos del estatus de la ciencia: verdad, validez, y demás animales ya conocidos.

Igualmente, existe un discurso del periodismo, que contiene los requerimientos correspondientes y necesarios para justificar y hacer válida la actividad a los ojos del honorable público consumidor, y son ellos ¡otra vez! los que perfilan la constitución de lo noticioso. Al discurso periodístico tocará el narrar los hechos que son considerados noticiosos y que al día siguiente leeremos o veremos-escucharemos.

Y en cuanto al criterio de decisión de la verdad, en ambos casos, la prueba, la constatación, dependen, a la larga de la correspondencia narración-hechos, y su valoración por las instancias de decisión: "¿Quién decide lo que es saber y quién sabe lo que conviene decir? La cuestión del saber en la edad de la

informática es más que nunca la cuestión del gobierno¹⁰¹. Esta decisión, pues, se resuelve en la dimensión del poder.

De este modo, los relatos, el saber y las declaraciones sobre el mundo son válidas en virtud de quien tiene estatus para decirlas. "joven o viejo, hombre o mujer, pobre o rico, siempre está situado sobre 'nudos de cintas' de comunicación, por infimos que éstos sean."¹⁰²

Ciertamente, no todo el saber entra en el saco de la Ciencia. En el esquema infinito del conocimiento actual, la ciencia y su información comprenden un subconjunto de conocimiento, y en el macroesquema del conocimiento, la cuestión de la transmisión, de los relatos se perfila como una pragmática. Así, la legitimidad no es sino un gran juego de lenguaje, una de las más permanentes formaciones discursivas.

Entonces, los enunciadores de la verdad, en todas sus dimensiones, habrán de cumplir con las condiciones necesarias para asegurar la legitimidad de sus asertos: deberá ser capaz de ofrecer pruebas de lo que dice; y asimismo, de refutar todo enunciado contrario o contradictorio a propósito del mismo referente. "esto no se sabrá más que cuando hable, y en esas condiciones. Antes no podría ser llamado SAVANT, el que sabe."¹⁰³

¹⁰¹ Op. cit., p. 24.

¹⁰² Op. cit., p. 37.

¹⁰³ Op. cit., p. 51.

Es por ello que esos grandes relatos, el Método, la Ciencia, la Verdad, la Objetividad son legítimos y legitimadores; son los instrumentos discursivos con los que constituir la legitimidad del Saber Humano.

En la ciencia y en el periodismo, esta exigencia de pruebas, de capacidad de respuesta comprobatoria es indispensable. El científico exige la atención y la aprobación por parte de sus interlocutores, que desde luego no son los estudiantes universitarios y los sesudos analistas de periódico, sino de sus colegas, los integrantes de la comunidad científica.

En tanto sus asertos ganan consenso, las nuevas conclusiones adquieren legitimidad no sólo en la comunidad de iguales que exigen la prueba científica, sino que pertinentemente sancionados por los que saben, se convierten en el patrimonio de los consumidores -a través de los medios masivos, faltaba más- del retrato del elefante.

Por otro lado, el sufrido periodismo, lucido estaría en esta sociedad sin el requerimiento de la legitimidad. Justo a causa -y con justicia- del trasfondo de servicio ético-social que caracteriza -o debiera- la tarea del informador, los consumidores de los retratistas del elefante requieren de estos narradores de acontecimientos la necesidad de la prueba, de la verificación ante todo.

Esta verificación en los medios, no implica únicamente una actividad legitimadora entre pares; que ciertamente ocurre y que es la culpable de tantos foros donde se discute cómo deben ser los periodistas, para que luego terminen siendo como son de a veras. Los pares periodísticos, la comunidad periodística

es, a no dudarlo, un nivel de consolidación de la legitimidad del discurso, pero no es el único.

Los sujetos de la noticia, aquellos que son noticia, constituyen el otro factor legitimador del discurso. El asentimiento o la acción de desmentir las afirmaciones, las narraciones de las producciones informativas, implica la admisión o la discusión de la legitimidad que parecería patrimonio, por derecho propio (!) de los que tenemos un espacio en los medios de comunicación.

En los dos ámbitos, es necesaria la existencia de un debate contradictorio que "la no renovación de competencias terminaría por hacer imposible"¹⁰⁴. Es preciso, por tanto, formar iguales, o como diría Gabriel Zaid, ampliar la posesión de "la capacidad para el queso"¹⁰⁵ pero ello es una cuestión que deberá discutirse cuando nos preguntemos cómo queremos que sea un profesional de la comunicación.

Si hay similitudes en las estructuras discursivas y los mecanismos de aceptación social de los relatos científico y periodístico, también es cierto que el saber científico posee otro espacio de ubicación social en su etapa de producción: después de haber sido legitimado por la comunidad científica, el discurso científico se aísla del conglomerado social y se aleja de otros juegos de lenguaje. A la larga, termina por convertirse en una profesión. Deja de ser, señala Lyotard, un relato inmediato y compartido, hasta que se "filtra" para su conveniente consumo, hacia la red de comunicación masiva.

¹⁰⁴ Op. cit., p. 52.

¹⁰⁵ Cfr. Zaid, Gabriel: *De los libros al poder*, Grijalbo, México, 1988.

El relato periodístico no precisa de tamices. La narración periodística del mundo se obliga, por sus propios supuestos legitimadores, a ser inmediata, novedosa, y ofrecer, antes que nadie, la exposición de los acontecimientos del mundo.

Empero, la recepción de la versión en turno del elefante no es racional, y sospechosamente, ni se pretende que lo sea. La validación de los razonamientos y de las explicaciones del mundo ocurren en terrenos acotados, y la aceptación del elefante, con o sin pasamontañas, escéptico, reaccionario o felizmente democrático, depende de una maravillada, alegre y despreocupada valoración ejercida, eso sí, con toda libertad, por los usuarios de los medios.

La grave y sesuda tarea de decir qué retrato del elefante es más pertinente, veraz, profesional o consumible se le queda de tarea a los severos analistas de los medios de comunicación y sus diabluras; a ellos les toca el papel de la nunca escuchada conciencia, de la lúcida advertencia —generalmente ignorada— sobre los riesgos de la manipulación. Que sus prédicas tengan éxito o no, es asunto de otra tesis.

Las distinciones entre validación y valoración son, de nueva cuenta, una cuestión de resolución técnica, por cuanto la condición de validez pertenece al conjunto de los requerimientos lógicos de la argumentación y empezar a hablar de la valoración supone una inmediata zambullida en el mar de las ideologías, donde más tarde habremos de bucear un poco.

Validar un aserto es, en términos rigurosos, dar por aceptadas las premisas que sostienen dicha afirmación, aceptar la demostración de una conclusión. Como puede verse, esta noción no puede explicarse si no es a través de la lógica. Una proposición –afirmación– válida es aquella resultado de una argumentación donde todas las premisas son a) verdaderas (de nuevo: que corresponden a un estado de cosas de la realidad) y b) el proceso de inferencia es correcto y consistente.

Este sentido técnico de la validación de nuestras afirmaciones noticiosas se hace presente a la hora de conformar la edición informativa, trátase de productos para medios electrónicos o impresos. Cada imagen, cada fotografía, cada encabezado, balazo, sumario o resumen de notas del día, equivalen a las pruebas de que el medio en cuestión, "está diciendo la verdad" respecto a los temas de interés general y que constituyen el consumo informativo de los grupos sociales.

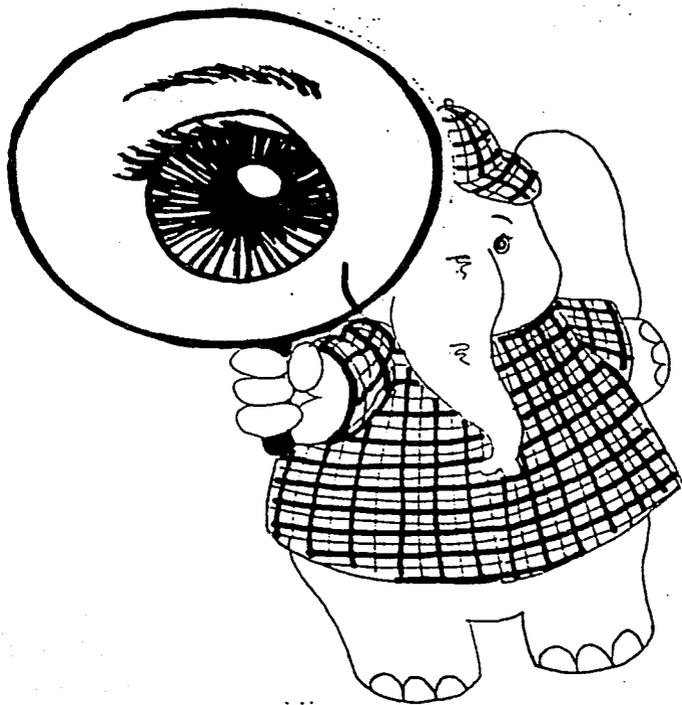
Virtualmente, es imposible, por razones operativas y técnicas, comprobar la veracidad "la correspondencia con los hechos" de todas las afirmaciones contenidas en un medio que transmite información. Nadie irá a Bogor, en Indonesia, a indagar, realmente, que ha pasado con la reunión del Grupo de Cooperación Económica Asia-Pacífico; no hay tiempo, ni recursos para someter a constatación cotidiana ninguna de las versiones sobre el asunto que leamos en periódicos o veamos-escuchemos en radio o televisión.

Además, podríamos decir desde la cómoda perspectiva del consumidor de medios, para eso hay enviados, y satélite, y faxes y demás adminículos encargados de hacer circular la información respectiva, en la menor cantidad de

tiempo posible, con la mayor precisión posible. Es entonces que la constatación de la validez del discurso periodístico es impracticable, y en el remoto caso de que alguien se atreviera a intentar tal demostración se toparía con el hecho de que, todos los medios, conforme a su línea editorial, esto es, su posición y valores respecto a los acontecimientos, manifiestan una extrema variabilidad en cuanto a su valoración y juicio sobre los temas que se denominan de "interés general"; determinan su mayor o menor trascendencia, y se convierten en versiones limitadas del elefante: la reconstrucción de la narración del mundo.

Además, añadiríamos, en esa disyuntiva de exigir la "plena constatación" a satisfacción total del solicitante o asumir que los que nos han dicho "es verdad", el consumidor de medios opta por la fe. Yo usuario de medios, consumo Y, W o YHY porque son, a mi juicio, a mi entender, "los que sí dicen la verdad". No hay una exigencia de validación operativa ante los intereses del consumidor. Si hay, en cambio, un acto de valoración, un acto de creencia que "salta" los requerimientos más elementales de la concepción clásica de la verdad. ¿Dónde están las pruebas? ¿Son suficientes? ¿son satisfactorias? ¿ciertamente entran en correspondencia con las afirmaciones del reportero, locutor, comentarista de los hechos considerados noticiosos?

Las raíces más profundas de este proceso valorativo se encuentran en cuanto que rascamos un poco en el mar de las ideologías. Pero eso será después. Primero, veamos las premisas de la verdad. Las pruebas. Todo ese mar de elementos significantes que construyen, cada día, la imagen y la presencia de la verdad periodística. Entremos pues, en el mar de signos.



IV. Mar de Signos y Palabras: La Construcción de la Realidad Informativa.

**"La realidad es un cartel desteñido"
(En una pared de la UAM-Xochimilco)**

**"La realidad es una convención"
El Oso de Felpa**

**"La realidad es mona"
Falcón, monero.**

IV.1. Un Monstruo invitado: La Realidad y otras Ilusiones racionales

**"El monstruo es un guía espiritual en el reino de todos los días"
Sergio González Rodríguez**

"La objetividad no existe; es la máscara que usamos los periodistas para ocultar nuestros prejuicios"

José Fonseca, periodista

El mar de signos abarca la totalidad del entorno del hombre. La constitución de una teoría de los signos, ha intentado, en las últimas décadas, ofrecer una guía para que los estudiosos de las ciencias sociales y en particular los analistas de los procesos de comunicación puedan moverse en la vida de todos los días.

Eso qué chiste, diríase, si para ello deben servir las propuestas teóricas o los modelos de análisis. La Realidad, o lo mucho o poco que de ella se entienda, no se lee ni se interpreta si no es a través de los procesos cognoscitivos y de discusión que para bien o para mal, caracterizan a esta complicada especie humana.

De entrada, ya habría que preguntarse por esa entidad etérea que se denomina Realidad, y a su "materialidad", lo real. Dice Abbagnano que es "el modo de ser de las cosas, en cuanto existen fuera de la mente humana e independientemente de ella"¹⁰⁶.

Complicada definición, y que todavía no nos dice mucho. Así pues, y primero que nada, y para desgracia de las aspiraciones megalomaniacas del género humano, hay que pensar que la realidad no es sino otro de los bichos conceptuales y absolutos de los que hemos hablado al incursionar por el Mar de Monstruos.

La tentación de lo asible, de lo comprensible y aprehensible es la directriz de la construcción de la realidad. Así, todo resulta en que la Realidad es un monstruo necesario para la vida social de todos los días, para el mundo de todos los días.

El problema de resolver la noción de la realidad remite al problema de la existencia de las cosas o del mundo exterior al individuo mismo y por tanto, al problema del conocimiento. Tiempos hubo en que la solución para sobrevivir con la idea del acercamiento al mundo era más o menos cómoda. El culpable, Descartes, planteó formalmente el problema del conocimiento bajo la incógnita de la relación entre el mundo y el individuo que conoce o que aspira a conocer.

Así, el francés dice: "el objeto del conocimiento humano es sólo la idea de las cosas. Lo inmediato inferible es la mera sospecha de la existencia de la

¹⁰⁶ Abbagnano, Op.cit., p. 988.

realidad, cuya idea propone, pero en manera alguna demuestra o prueba.¹⁰⁷ (Así, una pintura no es una prueba, sino una representación del objeto).

Para salir del problema, Descartes recurre a la idea de Dios, más que como un recurso natural y propio de su entorno creyente, como una tabla de salvación epistemológica, y por tanto, a salvo de cualquier exigencia descreída de demostración: "en su perfección, Dios no puede engañarnos (???), y no puede permitir que en nosotros haya ideas que no representen nada"(sic)¹⁰⁸.

De este modo, la demostración de Descartes no aporta mucho más que los legados de la Grecia clásica; ya Platón había esbozado, en su famoso diálogo de la caverna, que después de todo, la percepción del mundo no ocurría sino a través de esa actividad humana de "recordar" ideas existentes con anterioridad al hombre mismo. Esta inquietud por desentrañar el proceso de la adquisición de conocimiento se iba a volver una auténtica obsesión en el desarrollo de la historia de las ideas. La obsesividad al respecto era fundamentada, en tanto la explicación de los fenómenos del mundo se planteaban desde el acto mismo de conocer.

Sin embargo y pese a las sucesivas reflexiones del pensamiento filosófico, lo cierto es que los acontecimientos se dan de manera independiente de las esperanzas y anhelos de los individuos que se encuentran en interacción constante con su entorno. Este trabajo no intenta, en ningún caso elucidar el proceso de conocimiento en su dimensión filosófica, sino en su dinámica social e ideológica, y un punto de partida pertinente es la definición de realidad ofrecida

¹⁰⁷ Ibidem.

¹⁰⁸ Ibidem.

por Berger y Luckmann: "la realidad es una cualidad propia de los fenómenos que reconocemos como independientes de nuestra volición."¹⁰⁹

A esta afirmación podemos agregar que esa independencia de nuestro ser es cognoscible a través de la percepción. Sin embargo, la reflexión filosófica ha apuntado que hablar de la realidad de una cosa o ser es referirse a su esencia - algo más allá de la apariencia- y está por tanto más allá de lo que los sentidos nos comunican. Por último, hay una acepción de lo real, que opera en el ámbito de la vida cotidiana, donde lo real es lo que se opone a lo ilusorio, y por tanto se remite a la idea de un valor práctico.¹¹⁰

De hecho, nadie, en la vida cotidiana, se preocupa por qué cosa pueda ser "lo real". Nos conducimos, y nos equivocamos en el mundo de los objetos y seres cotidianos, y nunca -o muy pocas veces- nos preguntamos si ese árbol con el cual nos vamos a estrellar dentro de unos segundos será o no de verdad.

Así pues, en el seno de la vida social cotidiana, el ser humano asume la existencia de un mundo tangible al que llama el mundo real. Berger y Luckman afirman que en la aceptación de lo real cotidiano hay un espectro de certezas acerca de las características de esos objetos o procesos "reales".¹¹¹

El proceso a través del cual los hombres asumen de modo lógico y natural el orden de cosas en que se mueven, se denomina objetivación. la realidad

¹⁰⁹ Berger, Peter, Luckmann, Thomas: *La construcción social de la realidad*, Amorrortu, Buenos Aires, 1989, p.13.

¹¹⁰ Beller, Walter: *Introducción al simposium "Qué es la realidad?"*, Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, junio de 1986.

¹¹¹ Berger y Luckmann, *Ibidem*.

cotidiana está llena de estas objetivaciones, y por medio de ellas, el hombre asume un orden de acontecimientos y objetos que ya habían sido designados como tales de manera previa a la interpretación individual de cada individuo. Así, un gato no deja de ser reconocido por los hombres como un gato en el momento en que el felino se presenta ante nuestros ojos.

Los hombres reconocen el mundo que los rodea como un conjunto coherente y subjetivo, donde los nombres designan a entidades establecidas desde antes. De este modo, el individuo puede moverse en este mundo con relativa certeza y seguridad, de manera tal que, al aproximarse a toda velocidad al árbol mencionado hace algunos párrafos, o bien da un volantazo para librarse del choque, o encomienda su alma a los dioses elefantinos y cierra los ojos ante la inminencia del impacto.

"Esta dimensión cotidiana de la realidad se da por establecida como realidad"¹¹², afirman Berger y Luckmann. En esta acepción priva más la efectividad de lo sensorial socializado, de una percepción adiestrada social e ideológicamente, que el proceso mecánico de captación de estímulos del interior.

En tanto existen diferentes niveles de certeza acerca del mundo objetivable que nos rodea, es que el individuo común transita de uno a otro nivel de ese sistema de objetos, seres y relaciones independiente de él mismo. Un mecánico, refieren Berger y Luckman, en el momento en que se enfrenta a reparar un auto

¹¹² . Op.cit., p 41.

importado, se traslada a otro campo de información y referencias acerca de objetos que existen en el mundo, y se traslada a "otra" realidad.¹¹³

Y entonces regresamos al problema de la información y de adquisición de conocimiento. Desde el punto de vista estrictamente perceptual, es difícil concluir que todos actúan conforme a una sola concepción de lo real. Hay quien puede acercarse a una computadora con la misma naturalidad con la que se acercaría a una licuadora y hacerla funcionar tan sencillamente como al aparato doméstico. Otros, en cambio, bien pueden pasarse toda la tarde ante el monitor encendido, esperando que la máquina les revele las maravillas que contiene o, de perdida, que los insulte por su absoluta incapacidad de entrar en contacto con esta invención demoniaca.

La diferencia entre uno y otro usuario de la computadora se remite al espacio de su experiencia y de la adquisición de información que le ha sido posible ejercer. Para uno, la computadora endemoniada forma parte de su realidad cotidiana, para el otro no. Ambos, sin embargo, no actúan en mundos diferenciados: hay un nivel de la existencia que les es común, y que es el más elemental de la vida social humana. En la medida en que uno y otro ejercen actividades y lecturas diferenciadas de ese entorno elemental, la adquisición de información abre brechas y delimita los espacios de convivencia social. Todos los individuos de una sociedad estándar pueden saber que es un rinoceronte, o un auto, o un cigarro. No todos se mueven en espacios de la realidad donde el

¹¹³ Ibidem.

sistema de adquisición informativa les adiestre para saber que es un fractal, una cilia o un yarblocko.

Es este espacio el que interesa a este trabajo. Si el individuo recupera una interpretación y un conjunto de instrucciones acerca del mundo como parte de su mecanismo de recuperación o adquisición informativa, dispondrá, en muy corto plazo, de una noción de lo real que le parezca de validez y aceptación necesaria.

En ese mecanismo aparecerán los elementos que hacen a los individuos ejercer diferentes actividades en diferentes espacios con diferentes objetivos: se comparte la idea elemental de lo real y las lecturas y actitudes a esos objetos de lo real se vuelven diferenciadas, aunque delimitadas por espacios grupales de carácter informativo.

¿Cómo es esto? ocurre gracias a la progresiva definición de áreas y campos de la información disponible y consumible para la sociedad humana. Hay quienes saben más acerca de los derechos humanos que de jardinería, y otros saben más de gatos que de hacer periódicos. El conocimiento, la información, se vuelven patrimonio de ciertos grupos -que luego reciben el apodo de "intelectuales"- y algunos otros, merced a una estratificación social y económica, siguen en el consumo de la concepción más elemental de la realidad:

Hace años, un estudiante de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM escuchaba con atención una explicación detallada de lo que entrañaba una expresión como "prender la luz": "el accionar el interruptor da paso a una corriente eléctrica que llega al foco y hace combustión en los filamentos que, al recibir el

estímulo energético... " Al llegar este punto, el estudiante, fiel habitante de la Realidad cotidiana, declaró convencido que prefería seguir "prendiendo la luz", antes que aprender el mecanismo que permite que un misero foco ilumine una habitación.

El proceso, sin embargo, no se queda allí. La existencia de grupos sociales que poseen mayor cantidad de información que otros da lugar a variados fenómenos: a la consolidación de un sistema de ejercicio de poder y dominación, al consumo diferenciado de contenidos y a la fidelidad hacia ciertas instancias de información, que se liga directamente con el proceso de constitución de los líderes de opinión.

De estos factores, aunados al discurso de la práctica periodística advertimos una subespecie en la noción e interpretación que los individuos hacen de la realidad: la llamaremos Realidad Informativa

En capítulos anteriores se ha mostrado el papel actual que los medios de comunicación desarrollan en la actualidad en lo que toca a los hábitos de adquisición del conocimiento de los hombres. En estos momentos es que podemos llamar a estos medios, artifices y difusores de buena parte de los modos en que el hombre de este fin de siglo entiende su entorno. Ello, lejos de aislar a algunos, los inserta de modo firme en la gran comunidad que consume la misma información y la guarda para sí y para posteriores usos y juicios, es decir, la práctica ideológica que define la acción social diferenciada, que probablemente sólo algunos adviertan en su sutileza: "por diferentes que sean entre sí las más de

las filosóficas del mundo, científicas sociales e individuales, todas ellas tienen sin embargo algo en común: el supuesto de que no existe una realidad real, sino de que esa realidad se corresponde más claramente con ciertas teorías, ideologías o convicciones personales que con otras.¹¹⁴

Es así que la Realidad Informativa aparece como una categoría que permite explicar la dimensión de los contenidos planeados para los paquetes informativos de consumo cotidiano. La R.I., desde ahora, parte de una estructura argumentativa que le permite aparecer ante la atención pública como la referencia unívoca y preferente de los acontecimientos.

Supuesto está, desde los primeros libros de texto periodístico que le encajan al cachorro de informador, que el objeto de los afanes del reportero es dar cuenta de los hechos que acontecen en el maremágnum del mundo real, tratando de hacer una cobertura veraz -una narración que se apegue al acontecimiento tal y como ocurrió-, objetiva, despojada de cualesquiera que sean las simpatías del que escribe.

Sin embargo, ya se ha apuntado que la práctica periodística se halla un tanto lejana de esa objetividad aséptica y de laboratorio que algunos ingenuos aún se empeñan en sostener. El sistema de recuperación de aquello que puede ser "noticia" no está exento de la tarea de reconstrucción, de narración de los hechos, limitada por cuestiones meramente materiales. Es prácticamente imposible

¹¹⁴ Watzlawick, Paul, et al.: *La realidad Inventada*, Gedisa, Buenos Aires, 1988. p 18.

recuperar hasta el mínimo detalle de los acontecimientos. Coberturas completas, precisas, es posible; ¿copias fieles? dudosamente.

En cambio, tenemos la capacidad de reconstruir una versión específica de los hechos que se apoye en un conjunto "conveniente" de pruebas, llámense fuentes, imágenes, fotografías, videos o grabaciones; si sumamos estos factores materiales derivados de la cobertura periodística al Discurso del Periodismo, que legitima por definición cualquier producción que los informadores divulguen, presentaremos a nuestros consumidores una versión de lo real, que da cuenta de los hechos y que, además, goza, a causa de sus condiciones de producción, de un alto prestigio social, que asegura que esta R.I. es, con certeza, una recuperación pura y fiel de los acontecimientos.

Si se asume que cada uno de los medios que generan producciones informativas son capaces de generar esta Realidad Informativa, puede explicarse la existencia de ediciones y programas diferenciados que responden a los niveles no elementales de la vida cotidiana, y donde se involucran intereses, interpretaciones del mundo, en suma, una actitud ante el mundo y una práctica ideológica que estructura contenidos, lenguajes y tratamientos informativos: la R.I. opera y tiene éxito porque de manera eficiente da cuenta de una realidad total, que es el mundo noticioso: el conjunto de acontecimientos que por novedad, trascendencia o interés humano definimos como noticiosos.

Esta eficiencia explica el éxito de las diversas R.I. "El conjunto de noticias de un diario o de un noticiero radiado o televisado es la realidad social presentada

como acción y concentrada en píldoras¹¹⁵. Si a la afirmación de veracidad, de cobertura total, se le agrega la eficiencia, no hay razón para que un consumidor de medios se niegue a aceptar estas reconstrucciones: la R.I. así logra su lugar en el mundo, y se manifiesta a través de elementos corpóreos, no se finca en palabras. Nada que opere como prueba de los recuentos informativos tendría éxito sin estos factores argumentativos, pero es cierto que si no hubiera pruebas, la Realidad Informativa carecería de todo sustento y aceptación, pues es sabido que aún en estos tiempos, el oficio de decir la verdad demanda la remisión ineludible al mundo de los objetos.

La irrupción, en 1990, de la política informativa de la televisora estadounidense CNN, transforma los criterios de cobertura periodística; de lo que debe ofrecerse, de cómo puede ofrecerse y cómo se puede enriquecerse a través de la disponibilidad de una adecuada infraestructura tecnológica. Así, modela una pauta de cómo "presentar la realidad" a los consumidores de noticias, recuperando el discurso autoprestigiante de la actividad periodística, y ofreciendo, a manera de prueba irrefutable de los asertos del informador, "La Realidad" como se da, como se presenta, la Realidad Real.

¿Es esto cierto? Ya hemos visto, al cuestionar las concepciones más elementales de la verdad y de los criterios de verdad, que desde la perspectiva de una verdad entendida como correspondencia con el mundo, la presentación de premisas argumentativas y de pruebas valida la constitución de una R.I. que puede desmontarse a partir de la premisa de que toda ella está integrada por

¹¹⁵ Gomis, Lorenzo: *Teoría del Periodismo*, Paidós, México, 1991, p. 19.

significados, signos. A este paquete, que denominaremos Conjunto Signico Periodístico debemos la parte material de la R.I., y para desentrañarlo habrá que hablar de algo llamado Semiótica.

IV.2. ¿Signos, dijo? La construcción de una semiótica para la comunicación.

"El lenguaje se ha convertido en una Torre de Babel; la teoría de los signos es un instrumento útil para desbabelizarlo"

Charles Morris

"Gracias por un mundo sin dolby"

Miguel Ríos

En un sentido muy amplio, siempre hemos hablado de signos. Signo el primer sonido a través el cual se denotaba "fuego", "noche" o "comida". Esas necesidades básicas para la existencia material de los hombres se sintetizan en lenguajes, en un sistema de producción de sentidos que, a fuerza de repetición y utilidad, se establecen como instrumentos de la vida social.

Como parte de esa misma vida social, la producción de ideas, del pensamiento sistemático, toca necesariamente los problemas de la producción de signos, de sentidos. Trátese de los fundamentos de la lógica o del lenguaje, simplemente. Las primeras suposiciones y propuestas sobre "los signos" apuntan desde muy temprano en la historia de las ideas y generalmente se ligan al problema del conocimiento.

Así, es Aristóteles quien apunta ya en el Tratado de Lógica¹¹⁶, que tanto palabras como escritura no son sino imágenes de las ideas. Aunque implícito, se trata de un primer señalamiento acerca de cómo manejamos significaciones. Una segunda vertiente es la "semiótica" (del griego *semeiōtikón*) médica, más bien encaminada a detectar los signos (síntomas) de la enfermedad.

La posición aristotélica permeó las posteriores teorizaciones sobre la lógica, el lenguaje, los signos. Al Estagirita pertenece, por ejemplo, la noción de la verdad como la adecuación entre el juicio (proposición) y "las cosas o hechos" como son. Esta noción de correspondencia signo-objeto, se vuelve recurrente en la filosofía del lenguaje de la escolástica (Es Aristóteles quien marca los parámetros del saber medieval, y más aún, algunos problemas del saber científico contemporáneo, como ya se ha visto al examinar brevemente el problema de la ciencia y la verdad). Uno de los grandes pensadores de esta corriente filosófica, Agustín de Hipona, manejaba esta idea general "El signo, en efecto, es la cosa que, además de la especie (o imagen, o representación) que introduce en los sentidos, hace llegar al pensamiento otra cosa distinta".¹¹⁷

De esta primera definición, Agustín introdujo clasificaciones de los signos, demostración de las deudas intelectuales contraídas con Aristóteles: Signos Naturales, como el humo o las huellas, los Signos Artificiales, donde el lenguaje

¹¹⁶ Cfr. Aristóteles: *Organon. Tratado de Lógica*, Editorial Porrúa, México, 1987.

¹¹⁷ Agustín de Hipona: *De Doctrina Christiana*, cit. pos. Beuchot, Mauricio: *Aspectos históricos de la Semiótica y la Filosofía del Lenguaje*. México, Instituto de Investigaciones Filológicas, UNAM, 1987, p. 30.

humano es el ejemplo por excelencia, un toque de trompeta o una bandera o un letrero.

Siguiendo la tradición aristotélica, Agustín de Hipona determinó que la distinción básica entre los signos naturales y artificiales (o convencionales)¹¹⁸ reside, a saber en "el no haber sido impuesta por la voluntad humana, según deseo alguno de significar"¹¹⁹.

No eran los signos naturales la preocupación del buen Agustín, sino los artificiales, entendidos como signos dados: "los que se dan los vivientes para manifestar en cuanto pueden, los movimientos de su alma o cualesquier cosa que entienden o sienten"¹²⁰.

Otra definición de los signos, de alguna precisión, es la hecha por Pedro Hispano (s.XIII), en los *Summule Logicales*, donde el signo, es la "representación de algo (*rei*) a través de una expresión según convención".¹²¹

Así pues, la "línea fuerte" de la apenas iniciada semiótica escolástica se liga directamente con el problema de la referencia. Con todo, estas primeras incursiones se estrellaban ante problemas como la referencialidad de ciertos

¹¹⁸ El problema de la convención y a la institución del lenguaje y las significaciones, es igualmente una constante en la historia de esta disciplina semiótica. Un acuerdo, una convención, determina la permanencia de los signos - en todos sus niveles- para constituirse en instituciones del lenguaje y de la razón.

¹¹⁹ Beuchot, *op. cit.*, p 31.

¹²⁰ *Ibidem*.

¹²¹ Hispano, Pedro, *cit. pos.* Beuchot, p. 74. Hay edición en castellano: Pedro Hispano: *Summule Logicales*, Instituto de Investigaciones Filosóficas, UNAM, 1988.

nombres y enunciados con sentido, pero sin referencia: "pegaso" "unicornio", el triángulo redondo es precioso" (!)¹²²

Francis Bacon (Siglo XIV) también incursionó en los principios semióticos. Aun cuando el franciscano tiende a considerar el estudio de los signos como un instrumento de análisis dirigido hacia el lenguaje –tendencia común con el resto de los escolásticos, que continúa incluso hasta los trabajos de John Locke– Bacon ya elabora su propia definición: "Signo es aquello que, habiendo sido ofrecido a los sentidos o al intelecto, designa algo para el intelecto"¹²³.

Este nuevo concepto no resultó muy afortunado, puesto que, decir que "el signo es aquello que designa" no ofrece mucha información novedosa. Ahondando más en la semiótica baconiana, puede examinarse la clasificación elaborada para los signos, a saber: (a) signos naturales, surgidos de la naturaleza; (b) signos intencionales que "surgen del alma" y han sido instituidos por la intención del hombre. Dentro de esta noción de los signos intencionales, Bacon aún añadía signos que a un tiempo fueran intencionales y materiales signos, concretamente, utilizados para comunicarse entre sí; es decir, que poseen una intención.

Un signo intencional, resumiendo, es aquel que significa a voluntad, propiamente, las palabras. Hasta ahí llegan los intentos semióticos baconianos.

¹²² Como suele ocurrir cuando de definiciones se trata, tanto la definición como la clasificación del signo hecha por Agustín de Hipona ya era objeto de serias discusiones en la edad media. El problema radicaba en considerar al signo como una unidad sensible, excluyendo la posibilidad de la existencia de signos inteligibles, como los conceptos. Sobre esta discusión, Cfr. Beuchot: *La filosofía del lenguaje en la Edad Media*, Instituto de Investigaciones Filosóficas, UNAM 1981.

¹²³ Bacon Roger. *Compendium studii theologiae*, cit.pos. Beuchot 1987, p. 116.

Juan Duns Scoto (s. XIII) afirmaba, en su turno, que el signo es "algo que conduce a un objeto por medio de la producción de la idea correspondiente en la mente de quien la escucha"¹²⁴. Si bien esta conceptualización es importante, sólo adquiriría relevancia hasta el siglo XIX. Las ideas de Scoto ejercen especial influencia en la propuesta del estadounidense decimonónico Charles Sanders Peirce, y así, tienen que ver en la fundación de la semiótica contemporánea.

Y llegados a este punto del viaje, ¿De qué sirve pasar revista a los balbucesos semióticos de los escolásticos? Fundamentalmente, para establecer estas premisas: 1. En la historia de las ideas, el estudio de los signos está aparejado al problema de la relación lenguaje-conocimiento. 2. Una constante, desde los tiempos de Aristóteles, es la tesis convencionalista, según la cual el conocimiento se transmite a los individuos mediante signos -fundamentalmente palabras- convencionales.

Una tercera premisa advierte las limitaciones de la semiótica medieval: todas las diversas definiciones de signo, y sus correspondientes clasificaciones, terminan por dirigirse al estudio del signo lingüístico. 4. Siempre está presente -explícita o implícitamente- el componente necesario de un individuo lector, que interpreta los diversos tipos de signos.

Sin embargo, nos preguntaríamos, ¿Por qué todas estas consideraciones nunca llegaron a constituir a la semiótica como una disciplina autónoma? Ciertamente, los planteamientos aquí expuestos se han relacionado con el

¹²⁴ Beuchot, op. cit., 1987, p. 133.

problema del "cómo" conocer. No obstante, no se trata de un estudio específico del conocimiento ni de los procesos de adquisición de éste. Se abordan los signos en tanto que elementos del lenguaje y por tanto como vehículos para expresar juicios, razonamientos y conclusiones. una segunda objeción consiste en el universo que maneja la semiótica escolástica. Al ser llevada hacia alguna aplicación, la línea de trabajo se centró en la interpretación de los signos, asignándoles dimensiones simbólicas. Sólo en Bacon y Occam, apunta Umberto Eco, hay una teoría de los signos que aborde el conocimiento de los individuos. Fuera de ellos, la semiótica trató más bien problemas de filosofía del lenguaje: la presencia de las ideas, los universales del lenguaje¹²⁵. Así pues, estas primeras formulaciones cuando mucho, llegan a figurar como los primeros antecedentes del uso del instrumental semiótico, sin que éste llegara a constituir un campo de conocimiento reconocido y valorado como tal por los *savants* de su tiempo.

Las propuestas subsecuentes aún tuvieron un carácter básicamente filosófico. justo es decir que, la primera explicitación de una teoría de los signos apareció en el *Essay about the human concerning*, de John Locke (s. XVIII), aunque, una vez más, terminaría por acotar el campo de acción semiótico al espectro lingüístico. Gran semejanza guardan pensadores posteriores. Lambert (1764), Wronski (1879), Bolzano (1847), Husserl (1890), quienes coincidieron igualmente en hacer hincapié en el estudio de la lengua, de las palabras, del lenguaje. El signo lingüístico, apoyado en la triada pensamiento-lenguaje-conocimiento es el soporte de todos los estudios previos al siglo pasado.

¹²⁵ Eco, Umberto, 1988, op. cit. p. 20.

Hasta donde hemos referido, subyace un vis filosófico en los trabajos de estos presemióticos, puesto que todos hablaron de los signos por y en relación con el estudio del pensamiento lógico, de sus estructuras más elementales, como la silogística. De hecho, esta será, a la larga, una de las dos "líneas madres" del pensamiento semiótico, en los años que siguieron.

Sólo hasta el siglo XIX es que la teoría general de los signos toma nuevos derroteros y ya se empieza a hablar de ella como una disciplina autónoma, necesaria y en proceso de consolidación. De este modo, Ferdinand de Saussure expresaba en el *Curso de Lingüística General* la necesidad de un saber dedicado a desentrañar los mecanismos y elementos de los procesos significativos.

"...una ciencia que estudie la vida de los signos en el seno de la vida social. Formaría parte de la psicología social, y por consiguiente de la psicología general: la denominaremos semiología"¹²⁶.

Sin embargo, es cierto que Saussure nunca se ocupó en desarrollar la propuesta de su soñada semiología: razones no le faltaban; bastante es de considerarse para la trascendencia del ginebrino la constitución de la lingüística como ciencia del lenguaje. Su papel en este cuento es más bien el de un precursor, o el de un agraciado con la intuición de la necesaria existencia de una disciplina consagrada por entero al estudio de los sistemas de signos.

¹²⁶ Saussure, Ferdinand de: *Curso de Lingüística General*, Nuevomar, México, 1985, p. 20.

Es, con este antecedente, que la fundación concreta de una "ciencia de los signos" es atribuible a un maravilloso extraño, que lo mismo se aplicaba a la matemática que a los reportes meteorológicos: Charles Sanders Peirce, quien, desde el encanto que produce internarse en un campo novedoso de conocimiento, escribía felizmente: "... soy, por lo que llevo a saber, un pionero en la tarea de clarificar y explorar lo que denomino semiótica, es decir, la doctrina de la naturaleza esencial y de las variedades de fundamentales de la semiosis posible. Y es muy cierto que el campo resulta demasiado vasto, la tarea demasiado impresionante para quien, por vez primera, se adentra en ella"¹²⁷.

Y tenía razón. Pionero, y un poco con el espíritu del iluminado, Peirce no sólo construyó una amplia teoría de los signos, estructurada en tricotomías conceptuales, derivadas de su definición esencial: "un signo o representamen, es algo que, para alguien, representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter"¹²⁸. Más allá de la abundante clasificación de signos elaborada por el estadounidense, otros son los aspectos interesantes de la propuesta semiótica de Peirce.

Descendiente directa del análisis lógico, la propuesta peirceana no sólo se encierra en el estudio del proceso de semiosis, o producción de las significaciones.

¹²⁷ Peirce, Charles: *Collected Papers*, cit. pos. Serrano, Sebastián: *Signos, Lengua y Cultura*, Barcelona, Anagrama, 1981, p. 43.

¹²⁸ Peirce, Charles: *La Ciencia de la Semiótica*, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 1986, p. 22.

Peirce distaba mucho de ser uno de esos *savants* encajados por completo en el patrón del ente dedicado por completo a "su ciencia", y por el contrario -y aquí este ensayo adquiere un irritante tono personal- yo quisiera pensar en Peirce no sólo espléndidamente creativo, sino profundamente cercano a la libertad de los hombres.

Sebastiá Serrano lo describe bien: "¿Sabes que a Peirce lo expulsaron de la J. Hopkins University por su 'carácter excéntrico'? Le obligaron a dimitir de su plaza de profesor de lógica. Se había separado de su mujer, y parecía que de vez en cuando guiñaba el ojo a las chicas, e incluso se le había escapado más de una expresión en la que el amor libre iba acompañado de calificativos positivos. También fue censurado por cuestiones de religión. Ya puedes figurarte las acusaciones. Aquellos de pervertir la religión del Estado y de corromper la mente de los jóvenes. Como Sócrates, como Kant, como Russet y como tantos otros de nuestro país. Pence negó la acusación y defendió la libertad de pensamiento"¹²⁹

Este es apenas un pincelazo de la personalidad del "padre" de la Semiótica. Precisamente, por poseer su autor una formación filosófica y lógica, la propuesta semiótica peirceana se encuentra más cerca del estudio de procesos lógicos que de los procesos lingüísticos.

Al igual que sus antecesores, Peirce trabajó con tesón en la delimitación y clasificación de los sistemas de signos, trabajo que, a varias décadas de distancia, podría aparecer apabullante y abrumadora.

¹²⁹ Serrano. op.cit., p. 51.

De entre la abundante aportación de Peirce hay tres puntos centrales para formular una propuesta de instrumental semiótico: 1. El reconocimiento explícito de un "alguien" que aparece en el proceso de semiosis como el necesario y presente lector del signo en cuestión. Aunque no se enuncia claramente en ese momento definitorio la existencia necesaria de una dimensión pragmática del signo, Peirce la reconoce y la vuelve elemento fundamental de su trabajo.

2. Peirce no se conformó con la elaboración de un estudio sistemático de los signos. El ligamen que estableció entre la semiosis y los mecanismos del conocimiento humano son una veta que hasta no hace mucho, no había sido considerada y que pone a Peirce no sólo en el cuadro honorífico de los estudiosos de los procesos de significaciones, sino en el terreno de la epistemología: me refiero a su concepto de abducción, sobre el cual habremos de volver.

3. El carácter no excluyente de la clasificación semiótica de Peirce se relaciona directamente con sus hipótesis acerca del "cómo conocer". Si el filósofo y matemático americano asume los sistemas de signos como un proceso incesante en el que las numerosas categorías que acuña operan más que como tipos, como modos de funcionamiento.¹³⁰

Quizá más que la teoría de los signos peirceana importa la estructura de adquisición del saber sobre la cual reflexionó Peirce y que sólo en años recientes algunos estudiosos del proceso semiótico y aficionados a las novelas policíacas han puesto en la mesa de trabajo: el mecanismo abductivo:

¹³⁰ Cfr. Veron, Eliseo: *La Semiosis Social*, Gedisa, Buenos Aires, 1987.

El viernes 20 de junio de 1879, un reloj con cadena y un abrigo fueron robados de un camarote que ocupaba Peirce durante una travesía de Boston a Nueva York. El incidente hubiera pasado como uno de tantos incidentes similares, si no fuera porque nuestro personaje se empeñó en encontrar al ladrón -como lo hizo- obedeciendo más a su "intuición" que a las sesudas observaciones de un agente de la empresa de detectives Pinkerton. Doce minutos le tomó rescatar sus pertenencias de un paupérrimo departamento neoyorkino, donde vivía el empleado del barco responsable del hurto. Anécdotas aparte, el incidente, decía Peirce, servía para ilustrar sus suposiciones acerca de "porqué la gente adivina correctamente tan a menudo"¹³¹.

Adivinar... Quizá Peirce no tenía idea precisa de lo que implicaba el impertinente uso de esta palabra, y menos referida a un proceso de adquisición informativa.

Muchos años después, estudiosos como Umberto Eco o Thomas Sebeok, en sus trabajos de investigación desarrollados en las Universidades de Bolonia y de Indiana, encontraron que el proceso de sorprendente inferencia de la que hizo gala Peirce y sobre el cual escribió, no era otro que el mismo empleado por Sherlock Holmes en el mundo de la novela policiaca. Rescatando las afirmaciones de Peirce, se ha encontrado que este mecanismo, contra todas las expectativas

¹³¹ Eco, Umberto/ Sebeok, Thomas (comps): *El signo de los cuatro, Dupin, Holmes, Peirce*. Lumen, Barcelona, 1989, p. 36. Cfr. Sebeok, Thomas/ Umkier Sebeok, Jean: *Sherlock Holmes y Charles S. Peirce: el método de investigación*, Gedisa, Barcelona, 1987. El texto refiere con lujo de detalles la historia del reloj robado y de paso muestra cómo el personaje de Conan Doyle era uno de esos maravillosos lectores semióticos.

de los legos, no era un asunto de mera deducción como siempre se ha querido demostrar "Ya conoce usted mi método", regaña Holmes a Watson del mismo modo que William de Baskerville riñe a su atolondrado discípulo de *El Nombre de la Rosa*.

A este proceso de suposición comprobación mediante el cual Peirce recupera su reloj y Holmes resuelve sus casos, el estadounidense de la vida real le llamó **abducción** y, aunque suene **muy poco científico** y si encantadoramente serendipítico, lo definió como "una ensalada singular... cuyos ingredientes principales son la falta de fundamento, la ubicuidad y la fiabilidad."¹³²

Entonces, ¿qué rayos es la abducción o la retroducción? Peirce la define como el proceso de "razonar hacia atrás". Y, mejor aún, reconstruir, a partir de la lectura de los pequeños signos, la totalidad de un acontecimiento.

Peirce basa sus afirmaciones en la tendencia inherente del ser humano que consiste en formular hipótesis acerca de la mayor parte de las cosas de la realidad cotidiana: "lo cierto es que todo el tejido de nuestro conocimiento es un paño de puras hipótesis confirmadas y refinadas por la inducción. No se puede realizar el menor avance en el conocimiento más allá de la fase de la mirada vacua, si no media una abducción en cada paso."¹³³

Entonces, se hace abducción como un proceso lógico del ser humano - Peirce era, desde luego, un endiablado optimista: abundan los que no tienen un

¹³² Ibidem.

¹³³ Eco y Sebeok, op.cit., p. 37.

gramo de lógica en sus neuronas- y si Holmes y Peirce y Dupin, el detective de Edgar Allan Poe, y Zadig, el de Voltaire, pueden asombrar a la distinguida concurrencia con la capacidad de "ver" lo que otros no ven, es porque su capacidad de lectura de los acontecimientos menores -como explicita Holmes, "los pequeños detalles" es fundamental, como es fundamental para el periodista "no dar nada por sabido" y no dejar pasar nada, por intrascendente que parezca.

Si en el caso de Holmes es claro que el arrogante personaje británico es amigo de "asombrar" con una de esas lecturas efectistas que sorprenden a sus clientes al inicio de cada historia, en las anécdotas peirceanas queda claro que la abducción no es un recurso apantalla-simples. es la sistematización y la comprensión de la humana tendencia a conjeturar permanentemente.

Peirce afirma que la "retroducción se basa en la confianza de que entre la mente del que razona y la naturaleza existe una afinidad suficiente para que las tentativas de adivinar no sean totalmente vanas, a condición de que todo intento se comprueba por comparación con la observación"¹³⁴.

Sin embargo, la abducción se emparenta con la verdad en la medida en que, no siendo más que conjeturas, la famosa estrategia tiene un grado de falibilidad y por tanto la posibilidad de caer en el error. De hecho, Sebeok apunta

¹³⁴ Peirce, Charles: *Collected Papers*, 8 vols., Harvard University Press, Cambridge, Mass., 1968. Citamos al gran Peirce como se acostumbra entre los viciosos de la semiosis: (1.121, equivalente a vol. 1, p. 121.)

"Sherlock Holmes tiene tanto éxito no porque no haga nunca conjeturas, sino por lo bien que las hace"¹³⁵.

No son asertos inamovibles ni verdades eternas, nuevamente se trata de una suposición acerca de la realidad, que simplemente, se trata de la conjetura más probable. Por tanto, rebasamos la idea de una verdad por correspondencia en primera instancia, puesto que Peirce parte de la "mejor hipótesis" a la mano. En el momento de comprobar las conjeturas, éstas habrán de confrontarse con los hechos de modo que todo vuelva a su cauce original y el éxito de una conjetura sea completo.

Sin embargo, la etapa de formulación de hipótesis o conjeturas se mueve en el terreno de las posibilidades y por tanto, de la llamada lógica modal, que admite la existencia de diversos grados de verdad. De este modo, ni Peirce, ni Dupin, ni Holmes caen en el error en momento alguno: se mueven en el terreno de aquellas suposiciones que podrían ser verdaderas, y por tanto, apuestan a la de mayores probabilidades de éxito.

Sin embargo, tal procedimiento no sería posible de no mediar esta permanente lectura de signos -pequeños y grandes detalles- de la que hablan todos estos personajes. No se trata, empero, de una ficción literaria: Peirce afirma, y la autora con él, que un entrenamiento semiótico es posible y que, en el caso de la práctica y la enunciación periodística permite: 1. mejorar la calidad de los contenidos informativos -más y mejor información de valor noticioso- 2. habilitar a

¹³⁵ Sebeok y Umkier Sebeok, op.cit., p. 53.

los productores de los mensajes informativos para la construcción de narraciones-reconstrucciones de los acontecimientos de mayor efectividad y así, 3. consolidar la acción de la Realidad Informativa.

De acuerdo, Peirce y la abducción semiótica pueden ser interesantes si se piensa en esta relación como una de las múltiples variantes del instrumental semiótico. Pero ¿cómo aprender a leer un mundo de lenguaje permanente? El lenguaje, su práctica, son los materiales de trabajo del profesional de la comunicación, llámese periodista, comunicólogo o como la currícula quiera denominarlo. De modo necesario, quien se dijera "analista e investigador de los procesos comunicativos" debiera aprender a leer en sus propios pasos, en sus propios gestos, en todas las acciones que le ponen en contacto con el resto de su comunidad. Este comunicólogo hipotético debiera igualmente, ser capaz de recoger el resultado de esta lectura semiótica y organizarlo para analizar, cuestionar, proponer. Hasta manipular, si se quiere.

En la medida en que esa lectura-decodificación permanente permitiera ejercer la reflexión sobre nuestro universo de información, lejos de volverse un mero efecto impresionante al estilo del reloj robado de Peirce, la interpretación, conocimiento y generación de información acerca del mundo se hará más aguda y tendrá mayores alcances.

Siempre cuesta trabajo "aprender a leer". "Durante todo el viaje he estado enseñándote a reconocer la huella por la que el mundo nos habla como por medio

de un gran libro", dice William de Baskerville a Adso¹³⁶; y lo cierto es que la lectura semiótica requiere del ejercicio constante de la precisión, del "no dejar nada por sabido, de no dar nada por hecho". De otra forma, seguiríamos como el estudiante aquel de mi historia, que, hasta donde tengo noticia, sigue "prendiendo la luz" porque, a fin de cuentas, resulta más cómodo.

Se ha apuntado que nos movemos en un proceso comunicativo multinivelado. Los procesos sociales, en un amplio sentido, jamás son de simplicidad mecánica. Cada acto comunicativo pone en movimiento una variedad enorme de sentidos, de mensajes, de interpretaciones. Todos ellos aún pueden decir que "hablan de la realidad" en tanto parten de una sola idea de lo real –"lo que es"- y una forma de mantenerse en contacto con esa idea de lo real, de tenerla a raya, es el conocimiento "racional", el modelo de la racionalidad -y de la Modernidad- humana.

Con todo, este modelo, como se ha apuntado ya en el capítulo II, se ha tensado hasta sus límites, y en este proceso, también la forma de "leer" nuestro mundo desde la perspectiva signica se ha transformado. Tendría que continuar su evolución hasta ser un instrumento práctico para el estudio de la comunicación. Así pues, la vertiente epistemológica de la semiótica no sería, a mediano plazo, suficiente para mostrar sus posibilidades dentro de la investigación de la comunicación. Hace falta llevar esa raíz de *episteme* hacia la eficiente construcción de efectivas lecturas y/o representaciones noticiosas de lo real.

¹³⁶ Eco, *El Nombre de la Rosa*, op.cit., p.32.

Piéñese en esta situación: acercarse a la realidad de modo tal que detectáramos -leyéramos- información a través de ejes semióticos, de la diferenciación de conjuntos sígnicos para ser insertados en su dimensión social y cognoscitiva. Asignar a los elementos comunes y corrientes su "competencia sígnica" es una premisa inicial. "Cuando no poseemos las cosas, usamos signos y signos de signos", asegura Baskerville¹³⁷. Así llegaríamos a la construcción de una práctica de lectura semiótica, fundamentada en un mecanismo de producción de conocimiento semiótico (una epistemología de dimensiones semióticas; una epistemología entendida como una semiótica), y la inserción de éste en las condiciones sociales específicas de la circulación de información.

Descanso en el Oasis de las Esperanzas Futuras.

En otro momento hemos dicho que es necesario, por el bien de la profesionalización del periodista, y por la necesidad de aire fresco en los cubículos universitarios, forjar iguales, crear pares. Esta afirmación es válida tanto para los que se dedican al quehacer informativo y a la práctica periodística, como para los inquietos por las cuestiones del conocimiento y la investigación acerca de los fenómenos, medios y problemas de la comunicación contemporánea.

Empero, la tarea no es fácil, y los tiempos que corren no son especialmente propicios ni para formar excelentes periodistas, ni para alentar las inquietudes de jóvenes investigadores, y por "jóvenes investigadores", que quede claro, me

¹³⁷ Eco, 1987, op.cit., p. 38.

refiero a los ~~escasos, ciertamente~~ individuos veinteañeros que, durante sus estudios profesionales de comunicación o afines sienten (sí, sienten), el goce del que indaga y encuentra; del que disfruta examinando diversas propuestas teóricas para interpretar los acontecimientos sociales y que, por regalo de los dioses elefantinos, además posean espíritu científico y capacidad de operación lógica que tanto hace falta en estos días. Esos son los pares que necesitamos.

Es sabido que el camino de la profesionalización de las actividades relacionadas con los procesos de la comunicación no ha sido fácil; el caso mexicano es aún más complejo, y ciertamente, abundan las prácticas viciadas.

No ha sido fácil, para los investigadores mexicanos de la comunicación hacer frente a un espacio donde las oportunidades escasean y abundan los que guardan su sana reserva en torno a ~~eso~~ que se ha hecho llamar Ciencias de la Comunicación. Al respecto, ya Enrique Sánchez y Raúl Fuentes han dejado claro que la mayor parte de los problemas que padecen los especialistas del ramo son de índole estructural y que ciertamente, afectan a todo el panorama de la investigación científica en general¹³⁸; del mismo modo, reconocen que el abundante trabajo de investigación que se desarrolla en empresas privadas (medios de comunicación, agencias publicitarias y de estudios de mercado y opinión pública, además de los propios anunciantes, sin contar las investigaciones que los partidos políticos mandan a hacer para definir acciones de propaganda), definido como "investigación aplicada" rara vez tiene mayor proyección que la que

¹³⁸ Sánchez, Enrique/Fuentes, Raúl: *Algunas condiciones para la investigación científica de la comunicación en México*, Iteso, México, 1989, p. 17.

sus propietarios -que la financian con intenciones y motivos bastante precisos- desean darle, y este radio de impacto suele ser bastante reducido.

Peor todavía, hay que admitir con Sánchez y Fuentes que la investigación de la comunicación es, en México, una actividad de extrema poca fortuna, marginada entre las marginadas ciencias sociales¹³⁹. Y si en 1984 los investigadores sólo detectaron la existencia de media docena de centros de investigación dedicados al estudio de la comunicación, y peor aún, para 1990 sólo había tres centros más, es muy claro que no son estos tiempos de bonanza para lo que decidieron ser comunicólogos.

Reconocen los investigadores Sánchez y Fuentes, a quienes ha de reconocérseles una larga carrera académica -y que por lo mismo saben, y muy bien, de lo que están hablando¹⁴⁰- que un factor que contribuye a acentuar esta "triple marginalidad" es la deficiente capacitación del investigador con respecto al manejo de algunas de las herramientas necesarias para sus actividades (determinación de muestras, elaboración de instrumentos para la recolección de datos, etcétera). Sin embargo, en este punto, la problemática de la producción del saber científico sobre los procesos de comunicación aún está concentrada en los *Investigadores Profesionales*, que se ven obligados a afrontar el subdesarrollo del soporte material de sus quehaceres.

No obstante, aún existe otra dimensión de esa marginalidad. La "triple marginalidad" abarca el campo de la ciencia, el campo de las ciencias sociales y el

¹³⁹ Op.cit., p. 12.

¹⁴⁰ Op.cit., p. 30.

campo de la investigación en comunicación, y se materializa en la escasez de espacios y recursos que posibiliten el desarrollo de nuevos saberes. Estas mismas condiciones inciden en el reto de formar nuevos investigadores. Y aunque en diversas disciplinas, en años recientes, se han aplicado con cierto éxito programas de iniciación temprana a la investigación, y aun cuando, a una parte de la comunidad de investigadores les han beneficiado la existencia de entidades como el Sistema Nacional de Investigadores, no es suficiente, y si condena a los beneficiarios a ser presos de la obsesión por recolectar papelitos y documentos probatorios como necesidad primaria de su actividad, en el campo que sea.

No hay, en estos tiempos, mucho sitio para estos jóvenes muy jóvenes que, si alguna inquietud tuvieron por aplicarse a la explicación e indagación sobre la naturaleza y las características de los procesos comunicativos, la competencia cerrada y dura -tanto como lo es también en otros ámbitos del desarrollo profesional del periodista o comunicólogo-, acentuada durante estas crisis que restringen la producción científica, bloquea el ánimo y las intenciones de formar a los nuevos "competidores"¹⁴¹.

Sin embargo, es preciso hacer iguales, no subordinados al saber previo y en ocasiones- ya medio fosilizado, que los cortos de ambiciones y de luces se

¹⁴¹ Sólo muy recientemente, en 1995, la UNAM instrumentó un programa que fue difundido como "Adopta a tu científico", que permite a los jóvenes que estudian alguna de las disciplinas llamadas "exactas", seleccionar a uno de nuestros destacados científicos mexicanos y *unamitas*, y junto con ellos, desarrollar trabajo, en calidad de asistentes o colaboradores. Si esto se le hubiera ocurrido antes, otra cosa sería la educación y valoración del mexicano con respecto a la ciencia.

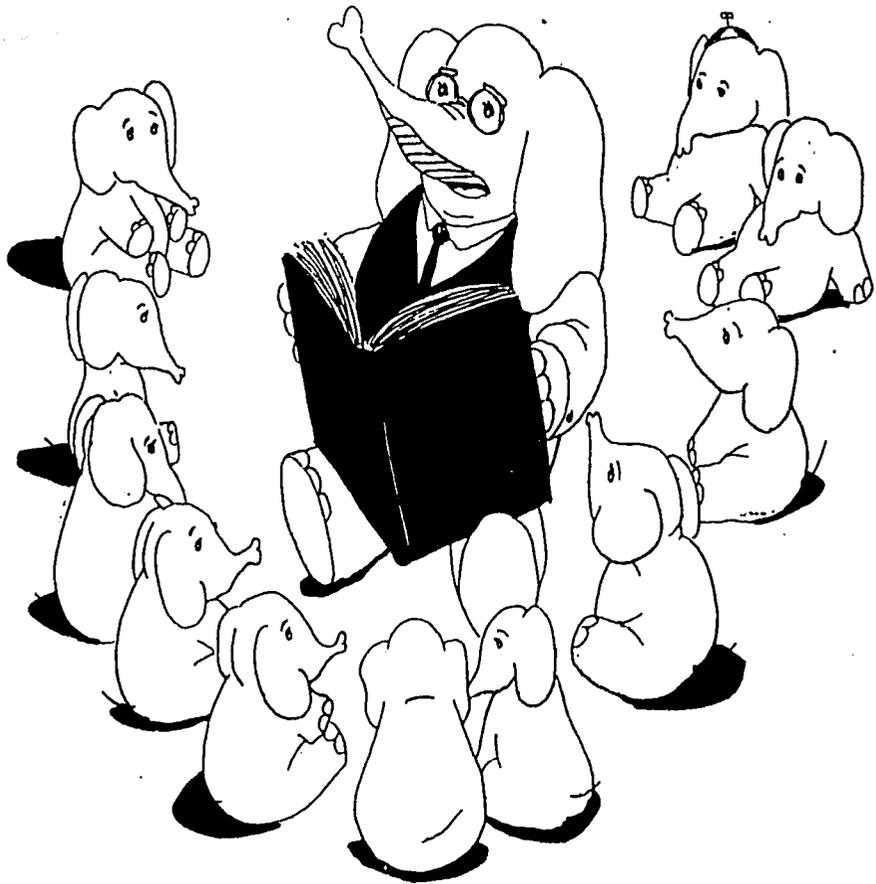
aprenden a rajatabla, para luego defenderlo contra viento y marea. No aporta nada al desarrollo de una disciplina el que juega a respetar el ABC como loro obsesivo.

Es preciso, pues, formar iguales que posean un sano escepticismo respecto a los cartabones del saber y que sean capaces de dudar, de buscar y de imaginar; necesitamos iguales con quienes discutir -¡Qué aburrido debe ser vivir en el Olimpo, o en la convención de los elogios mutuos!-, con quienes discrepar, y también, felizmente, con quienes crecer.

Pero para ello, estos iguales deben poseer ya la "capacidad para el queso" que, mínimamente, cualquier licenciatura debe dar a quienes la estudian. Ello sólo es posible a partir de una recuperación del sistema educativo, que olvide el "10" como premio, a cambio del aprendizaje memorístico, y estimule la capacidad de resolución de problemas, que, a fin de cuentas, es una habilidad clave en el mundo de todos los días. (Fig.9)

La formación profesional tiene matices darwinianos, y en el caso de periodistas y comunicólogos, este carácter se acentúa. Egresan miles de aspirantes a trabajar en "el mundo de la comunicación", y sólo unos cuantos, con tiempo y trabajo, llegan a hacerse de su espacio en las diversas instancias que pueden emplear a un egresado de esta carrera.

Esos comunicólogos o periodistas no están mejor que sus compañeros de otras profesiones. Los empleos son escasos, y la falta de "capacidad para el queso" limita las oportunidades para lograr una colocación donde el profesional pueda crecer y aportar al saber de los otros.



(Fig. 9)

¿De qué queso hablamos? Ni gouda ni gruyere; es este un queso imaginario, fruto natural de la estructura de profesionalización de los que quieren ser-y tratan-de ser.

Gabriel Zaid afirma en *De Los Libros al Poder* que el capital curricular, es, a no dudarlo, una de las grandes invenciones -y una de las grandes ilusiones- de nuestro tiempo: "Nada prepara para el poder fuera del poder. No se aprende antes de ejercer, se aprende ejerciendo"¹⁴² y quizá en el caso de la actividad periodística es tan cierto como en el caso de los arquitectos, los médicos y demás profesiones: "Los universitarios con experiencia saben que aprendieron ejerciendo, después de que supuestamente ya sabían"¹⁴³, es decir, después de que ya habían cursado una licenciatura y después de que habían obtenido su bonito título. Sin embargo, la masificación universitaria -todos quieren ahora ir a la universidad: ¡ah, las ambiciones de una clase media insegura!- no actuó para el bien de esta capacidad para el queso, que consiste en las habilidades mínimas que le permitan al egresado aprender en el mundo de a deveras y volverse -ahora sí- un profesional.

Pocos egresan ya con la capacidad para el queso. Ello no se vuelve todavía un grave problema, habida cuenta que en la dinámica del capitalismo curricular hay otra expectativa de crecimiento: "A la hora de repartir el queso, la capacidad para el queso, la preparación para el queso, los méritos para el queso, hacen perder de vista que se trata del queso"¹⁴⁴. Así, mérito y cantones curriculares -de los que todos tenemos un montoncillo en nuestro pasado- hacen que se olvide que

¹⁴² Zaid, *op.cit.*, p.43.

¹⁴³ *Ibidem.*

¹⁴⁴ *Op.cit.*, p. 53.

lo importante era adiestrarse en lo que permitirá pelear mejor allá afuera. Así, reafirma Zaid, los universitarios con experiencia se ven en la posibilidad de "distinguir a los que saben de los que no saben. Han visto burros con licencias, maestrías y doctorados que llegan a dar clases y a dirigir centros de investigación, que llegan a manejar millones y a tener mucho poder."¹⁴⁵

Yo quiero jóvenes ratas brillantes que logren alcanzar el queso. Quiero jóvenes periodistas que no hagan papelazos en las conferencias de prensa que graciosamente la presidencia de la República organiza para que todos vean lo abierto y democrático que es este régimen de fin de siglo. Quiero, pues, los mejores resultados de un adiestramiento cuidadoso que se emparenta con la lectura signico-abductiva que alguna vez imaginó Peirce. Si hemos de salir del oasis de las esperanzas para entrar en otros diversos mares, aún debe decirse aquí que si la propuesta de ejercer una **práctica semiótica abductiva** entraña nuevas habilidades para el examen de los acontecimientos de la realidad y que, más aún, ofrece guías para la constitución de **paquetes informativos eficientes** y con propósitos claros y definidos, llegaríamos a esbozar un modelo de análisis que apoye el incesante trabajo periodístico de recopilar y difundir la narración noticiosa de los hechos.

Este es el lugar de la semiótica que yo quisiera. Preferiría que nuestros hipotéticos comunicólogos o periodistas aprendieran a usar, con habilidad y audacia, signos, signos de signos, a entender su entorno y ser capaces de

¹⁴⁵ Op.cit., p. 44.

reorganizarlo; y a lo mejor no les haría daño leer a uno de los liberales semióticos; tal vez *El Nombre de la Rosa*.

Esperaría, incluso, que este personaje volviera a la calle, al metro, a los autobuses, a leer en la conducta de los individuos; que reingresara a los museos para examinar sus contenidos con ojos más agudos y llevar los resultados de su examen a quienes se arriesgan a vivir fuera de la torre de marfil.

Tendríamos que hablar, entonces, de otra forma de asumir la teoría general de los signos para la enseñanza y la formación de profesionales de la comunicación. Un aprendizaje simplista o limitado de la semiótica y sus posibilidades de desarrollo actual sigue entrampado en el límite de la razón lógica; de esta premisa se genera el problema; la sensación que le queda a alguna de estas pobres ratas jóvenes que no podrán competir por el queso, de que el estudio semiótico puede ser muy complicado, que es de alta abstracción, que en algunos casos graves se limita al mero análisis de mensajes, y sin visos muy claros de relacionarse con la vida de todos los días. Así pues, no hay nada que hacer.

Si asumimos la formación de un comunicólogo -que puede ser un buen comunicador y podría llegar a ser un excelente periodista- como una educación semiótica, donde los sistemas de significación y aprendizaje recuperaran su carácter paradigmático en el sentido kuhniano, el ejercicio profesional de la comunicación, en cualquiera de sus ámbitos, tocaría cuerdas más vitales en sus análisis.

¡Vital! Esa es, de algún modo, la palabra adecuada. Pensar semióticamente, como un ejercicio constante, como advertir de repente que en la cafetería del Palacio de Bellas Artes hay, como música de fondo ¡Pink Floyd! y que no es azar ni buena voluntad humana nada más, se trata de una cultura humana en proceso de apertura y acción efectiva, tan espléndida en significaciones como una multitud en el Zócalo de mi ciudad, viendo al subcomandante Marcos aparecer en una megapantalla por cortesía de Durito's Productions.

Esto sería, si le hago caso a Marc Augé, ejercer una *semiótica de ocasión*, de la cual, curiosamente, algunos antropólogos franceses ya nos han empezado a ofrecer bellas piezas. Esa semiótica de ocasión permitiría analizar los actos y los objetos de todos los días, desde una postura claramente liberal, en el sentido ya expuesto anteriormente: recuperarlos y dimensionarlos en un universo comunicativo. La vida cotidiana se hace complicada en su aparente sencillez. Es, en buena parte, abrirse a todas las posibilidades de la comunicación.¹⁴⁶

Ejemplos hay muchos. El universo de las significaciones sociales es infinito y por ello hablar de una semiótica social, vital, (insisto) es referirse a un instrumento de conocimiento y de análisis, a fin de cuentas convertido en dos niveles de la práctica del análisis y el ejercicio de la semiótica, y podría ser, podría, que, al mostrar nuevos derroteros del saber, al ayudar a una joven rata lectora en

¹⁴⁶ Vid. Augé Marc: *El viajero subterráneo: un etnólogo en el metro*, Gedisa, Barcelona, 1987. Augé apunta la posibilidad, estimulante por demás, de "jugar" con la antropología y la semiótica, y así repasar sueños, recuerdos y espacios de la ciudad y sus usuarios.

su adquisición de la capacidad para el queso, pensar semióticamente se volviera una dicha.

IV.3. El Retrato del Elefante: La constitución del Conjunto Signico Periodístico.

La constitución de un conjunto de guías semióticas para su posible aplicación en el terreno de la producción de mensajes de tipo informativo y con una enunciación periodística es uno de los objetivos de este trabajo. Sin embargo, difícil hubiera sido plantear la posibilidad de enumerar estos instrumentos, si antes no se clarificaba el carácter instrumental de la noción del saber científico, por una parte, y por otra, la existencia de esos grandes relatos -similares a las formaciones discursivas de Foucault- que operan en el terreno de las prácticas sociales y que norman numerosas actividades socialmente validadas y respetadas, como el periodismo y la investigación científica.

Por añadidura, era necesario plantear la posibilidad de dar un aprovechamiento eficiente a la tradición semiótica expuesta en el subcapítulo anterior, y que, en la vertiente que desciende de aquel "adivinator" detectivesco de Peirce, ha permitido avances y propuestas ligadas a acciones de la vida diaria y que se emparentan directamente con la posibilidad de enunciar al instrumental semiótico como parte de una teoría del conocimiento, cercana al comportamiento social.

Si afirmamos que a través de un conjunto definido de sentidos particulares y definidos, generados por los potenciales enunciadores de los contenidos noticiosos de los medios, es posible clarificar el mecanismo con el cual se funda la credibilidad y el consumo de un paquete informativo específico, es necesario agregar que las categorías de este instrumental semiótico deben fundamentarse en:

A. Las características físicas del soporte material de la información, que en el caso objeto de esta tesis se delimita al espacio de los medios impresos: tamaño de la plana o caja de la publicación, formato, impresiones a color o a una sola tinta, y divisiones básicas de ese formato: cabezales, cintillos, ausencia de imágenes o profusión de ellas, y diagramado original de la plana prototipo de la publicación.

Se aclara, no obstante, que, puesto que la base argumentativa de validación social de medios impresos y electrónicos es similar, estas mismas categorías podrían ser aplicadas a una producción noticiosa radiofónica o televisiva.

B. Los recursos de construcción gráfica de estos paquetes informativos, que para dar dimensión y jerarquización a los materiales seleccionados para constituir el paquete final para el consumidor, son empleados cotidianamente: Empleo de plicas, marcos, variaciones en peso y tamaño de la tipografía empleada, imágenes, también variables en su tamaño y amplitud, y diagramado de columnas variables, distintas al formato original de la publicación.

C. La capacidad de enunciación noticiosa de los productores de estos paquetes informativos impresos: selección de materiales, estilo de la redacción periodística, aplicación de señales físicas que modifiquen o refuercen la intencionalidad de una enunciación noticiosa específica; empleo de cursivas, entrecorillado y tono de la enunciación, que se relaciona directamente con la reconstrucción de lo real, de los acontecimientos, que hace cada medio en cada edición.

Son estos tres los factores que habrán de tomarse en cuenta para hablar de la constitución del **Conjunto Signico Periodístico**, de ahora en adelante abreviado como CSP.

Si bien es cierto que los ejercicios de aplicación de la terminología del CSP asentados en este trabajo corresponden a una acción de "disección", descriptiva, a partir del hecho de enfrentarse a un material informativo en particular, y por tanto "explicable" en términos semióticos y de su lógica argumentativa interna, ello no impide que, un ejercicio de construcción de un CSP no pudiera verse guiado por estas pautas de construcción de significaciones noticiosas.

De este modo, los elementos del CSP se desarrollan de la siguiente forma:

1. SOPORTE DEL CSP.

Se denominará soporte a los espacios físicos en que se construye el CSP. A saber, para el caso de medios impresos, cada plana de revista o periódico equivale al soporte del conjunto de sentidos enunciados en ella. Los diversos tamaños, en el caso de los diarios: *standard* o *tabloide*, además de variaciones sin denominación específica (remember el casi difunto *Unomásuno* o el difunto *Summa*), que, al igual que el formato carta u oficio mayoritario en el caso de revistas, delimitan el espacio de despliegue del CSP. Cada medida de despliegue permite o limita las posibilidades del proceso de reconstrucción de los acontecimientos reales. Cada plana, de diario o revista, será entendida como una unidad de soporte.

2. ESPACIOS DE OPERACIÓN SIGNICA.

Se denominará como tales a las zonas del soporte que permiten el despliegue de un CSP o de una parte de él, referente a un acontecimiento noticioso específico. Los espacios de operación signica pueden coexistir en una sola plana, o bien ser uno solo dentro del soporte. Estos espacios serán delimitados a través de signos gráficos a los que llamamos **delimitadores**: pecas, cuadros, que en el caso de impresiones a color operan en color contrastante; son también delimitadores las líneas divisorias de diseño diferente al de las pecas comunes en el diario. Los espacios de operación signica permiten la coexistencia de diversos contenidos noticiosos, y por añadidura, permiten que, mediante la

diferenciación s gnico-espacial, pueda, incluso llegar a establecer situaciones de contraste, valoraci3n y oposici3n entre los CSP de una sola plana.

En otras ocasiones, una sola plana, una sola unidad de soporte, puede contener a un CSP fundamental, cuyo sentido domine en la plana, y algunos CSP menores, reducidos a su mínima expresi3n, y que funcionan dentro de espacios de operaci3n mínimos, pero suficientes para generar las relaciones de oposici3n o de valoraci3n para el consumo final.

Otra forma de diseñar espacios de operaci3n es el diagramado de la plana o unidad de soporte. La tradici3n de la industria periodistica asume un diagramado a ocho columnas verticales. Sin embargo, y en el caso específico de los diarios mexicanos, este diseño ha variado en los últimos veinticinco años, y quienes construyen los CSP pueden aprovechar un diagramado a tres, cuatro, seis o cinco columnas en vertical y los menos optan por un espacio de operaci3n que asume una estructura horizontal. Ésta última alternativa es, en la actualidad, un recurso poco socorrido, más bien frecuente en los diarios de tamaño tabloide, o en revistas y diarios que extienden el espacio de operaci3n de menos de una plana o una plana a un par.

3. ENUNCIADORES.

Los enunciadores desarrollarán su funci3n sígnica a partir del soporte y espacio de operaci3n que les ha sido asignado. Los enunciadores son las cabezas o titulares, cuya funci3n es, a nivel textual, asumir la funci3n expositora del acontecimiento noticioso. Por los factores de despliegue, espacio, ubicaci3n y

características físicas, los enunciadores serán categorizados en **principales y secundarios**.

Los enunciadores principales, a los que también se aludirá con el concepto "gran cabeza" son los menos numerosos en cada unidad de soporte del CSP. Serán aquellos encabezados o cabezas correspondientes a la información principal de cada unidad: así, en una primera plana, la gran cabeza es la "de ocho columnas" (por más que muchos de los diarios modernos hace mucho que ya dejaron de diagramar a ocho columnas verticales), desplegada en "un piso" -una sola línea- y que "domina" todo el espacio de operación.

Aun cuando haya en la misma unidad de soporte otros CSP de menor peso, una gran cabeza representa el eje fundamental del CSP contenido en esa unidad, esté relacionada o no con los otros elementos incluidos en un mismo soporte. La gran cabeza se asume como la narración del acontecimiento principal y fundamental del plano periodístico en cuestión: si se ubica en primera plana, o en la portada de una revista, o en la presentación del material principal de una revista. Sus características físicas serán correspondientes al largo de la unidad de soporte, y el tamaño y grosor de la tipografía empleada será única en la plana entera. Una gran cabeza nunca se enfrentará a otra gran cabeza en la misma unidad, pues causaría problemas de valoración y por tanto de significación al interior de un CSP.

En planas interiores, la gran cabeza asumirá, aunque con menores dimensiones, la misma función con respecto a la unidad de soporte donde sea ubicada.

Los enunciadores secundarios serán todas aquellas cabezas presentes y en convivencia con una gran cabeza, y que hacen referencia, dan cuenta de acontecimientos "menores" en la ubicación valorativa del CSP: A mayor complejidad en la forma de los enunciadores, se asigna menor importancia al contenido noticioso que presentan al consumidor. Una cabeza en seis pisos ofrece mayores dificultades de ubicación y espaciamento que una en uno o dos pisos; la sencillez en la técnica del cabeceo y el despliegue en líneas precisas - contundentes- permiten una apropiación inmediata del hecho enunciado, fenómeno poco eficiente en el caso de un enunciador muy pequeño, o desplegado en varios pisos.

Por sus características físicas, los enunciadores secundarios siempre serán menores en tamaño, medida y grosor que los enunciadores primarios. En el soporte de primera plana de un periódico, para todos los casos, una gran cabeza presidirá el conjunto de CSP o el CSP. En las planas o soportes subsecuentes de la misma edición noticiosa, nunca habrá un enunciador, primario o secundario con características físicas idénticas a la gran cabeza de la unidad inicial y por tanto, principal de todo el paquete noticioso que implica un periódico o una revista.

4. REFORZADORES.

Denominaremos reforzadores a los elementos significantes encargados de "apoyar" los contenidos de los enunciadores. Estos reforzadores cumplen el papel de "pruebas" de las afirmaciones que los enunciadores hacen sobre los acontecimientos que son noticia y por tanto aparecen representados en el CSP. Los reforzadores son las guías de la argumentación interna del CSP: se dice que YYY ha ocurrido, y los elementos complementarios de la cabeza enunciativa de la ocurrencia de YYY "muestran" que las afirmaciones sobre YYY es verdadero. Hay tres tipos de reforzadores:

A. REFORZADORES FOTOGRAFICOS.

Se trata de los reforzadores de mayor efectividad. La elección de una imagen, en tanto implica un principio de reflejo de lo real, de reflejo del acontecimiento, de "prueba" de que lo afirmado ha ocurrido, y hay imágenes, testimonios del hecho, que pueden demostrarlo. Los reforzadores fotográficos no son exclusivos de una sola unidad de soporte, pero con frecuencia será la clase de reforzador que apoya la enunciación de una gran cabeza.

En una dimensión de menor importancia, los reforzadores fotográficos pueden operar en los CSP como demostraciones del acontecimiento, sin relacionarse a un enunciador, pero en esos casos estarán enlazados a un reforzador de tipo textual, que en vez de enunciar, "apoya", "argumenta" en favor de la veracidad del acontecimiento reflejado en la fotografía.

B. REFORZADORES GRAFICOS.

Los reforzadores gráficos operan igualmente con la función de prueba o demostración que precisan los enunciadores. Sin embargo, carecen del estatus de la prueba fiel que implica el uso de una fotografía. Cuadros en contraste, segmentos de "datos importantes", cronologías, sumarios de datos, mapas, guías, gráficas estadísticas y símbolos de ubicación en mapas constituyen esta clase de reforzadores. Basan su poder demostrativo no en la capacidad de "reflejar" el acontecimiento, sino de "aportar" elementos de información complementaria de modo sintético o de modo que reflejen lo esencial de todo el CSP.

C. REFORZADORES TEXTUALES.

Distinguimos en esta categoría dos clases de reforzadores: primarios y secundarios. Al primer conjunto pertenecen aquellos que apoyan las afirmaciones de los enunciadores. Se detectan por su ubicación física y en el terreno de la configuración de un CSP se encarnan en los *balazos* y los *sumarios*.

Balazos y sumarios operan directamente relacionados con un enunciador. Su función es agregar datos, información complementaria a la enunciación, que es la narración fundamental del acontecimiento noticioso. Si el enunciador es una gran cabeza, la disposición de sumarios y balazos dependientes de ella, no sólo reforzarán el contenido noticioso, sino que, a través de esa relación de subordinación con la enunciación del hecho, los reforzadores primarios confirman el peso y la importancia de la gran cabeza.

Los reforzadores textuales secundarios se ubican en otros espacios del CSP. Se materializan en los pies de foto, títulos de cartones, epigramas, firmas de materiales, y apoyan con una acción nominativa, a reforzadores fotográficos o gráficos. Sólo en el caso de un epigrama, el reforzador textual aparecerá aislado, aunque sostendrá dependencia indirecta con un enunciador, que muchas veces será una gran cabeza.

El instrumental, aunque básico, sigue las funciones argumentativas y significantes implícitas en el espacio de operación asignado a un acontecimiento noticioso. La presencia o ausencia de estos factores puede clarificar o bloquear la efectividad del CSP total. La inclusión de reforzadores fotográficos en soportes donde originalmente no fueron diseñados, la enunciación a través de grandes cabezas en formatos reducidos -revistas- duplica impactos o valoraciones en los CSP desarrollados.

Subyace en las categorías del CSP una actividad de lectura semiótica como la expuesta en el segundo subtema de este capítulo. El entrenamiento para distinguir recursos y efectos del empleo de cada uno de estos configuradores del CSP deviene de un reconocimiento semiótico que, si se ejerce, permite una posibilidad de aplicación de la propuesta de análisis de este trabajo, primero para la comprensión, y luego para la elaboración de CSP en medios específicos.

IV.4. Un discurso de doble dimensión para los medios.

La enunciación de un instrumental semiótico que permita acercarse a los procesos de construcción signica de la realidad, dentro de un paquete informativo, no basta para explicar cómo es que uno u otro de estos paquetes se consumen de manera permanente o sistemática en el seno de grupos sociales específicos.

Si la propuesta de emplear el CSP para entender cómo es que los medios generan su narración de la realidad -no siempre similar y uniforme- es válida, es porque se considera la existencia de una estructura argumentativa previa a la elaboración del medio en cuestión, y que es la base de todas las producciones informativas, independientemente de su actitud frente a los acontecimientos que después serán anunciados y enunciados como noticia.

Esta estructura argumentativa es ese "discurso de doble dimensión" del que se ha hablado en el encabezado de este subtema. Se conforma a partir de la existencia de un "gran relato", en la terminología de Lyotard, que es lo que en el capítulo III se ha denominado *el Discurso del Periodismo*, esa formación discursiva según la cual, los que desempeñan la actividad periodística y la aplican a generar producciones informativas en sus distintas manifestaciones, son presentados ante la sociedad como enunciadore de una versión de los acontecimientos que "son noticia", y esta narración siempre será definida como "verdadera", en tanto este Discurso del Periodismo designa a los que lo ejercen como individuos dotados de una capacidad de decisión y nominación respecto a las cuestiones "que son noticia" y las que no lo son, y que por añadidura recibirán la calificación de

difusores de "información verdadera y en correspondencia con los hechos", cualidad que les permitirá ser consumibles, a ellos y al resultado de su trabajo, por un auditorio que, por añadidura, asume como "información verdadera" el recuento de los hechos reconstruidos, que compendia cada una de estas producciones informativas.

Así, el factor último de la credibilidad y consumo de una versión específica de los acontecimientos reales, es decir, el consumo de una Realidad Informativa específica, se determina por una argumentación previa a la elaboración misma del paquete. Esa argumentación, que valida a todos los contenidos de esas producciones informativas es la premisa inicial del CSP, de modo que puede afirmarse que el modelo de análisis y construcción semiótica descrito en el subtema anterior tiene un origen lógico argumentativo, cuyas premisas de operación, contenidas en el conjunto de elementos significantes (físicos, textuales y gráficos) con que se construye una unidad de sentido periodístico presentan a los ojos de un consumidor, un conjunto de argumentaciones sobre la realidad, sobre los hechos, que además ofrecen "la demostración" de sus afirmaciones.

En ese proceso, no es trascendente para el modelo de análisis delineado la solución última del CSP, es decir, un tratamiento positivo o negativo de un acontecimiento específico; esa faceta del fenómeno tiene fundamentos relacionados con los mecanismos de valoración ideológica que hacen, finalmente, aceptable y creíble el paquete informativo a los ojos de sus lectores específicos.

Por tanto, definimos al CSP como el refuerzo argumentativo, de configuración lógica-semiótica que justifica y permite la materialización del Discurso del Periodismo en producciones informativas específicas que pueden ser aceptadas y valoradas como "verdaderas" por sus consumidores.

Elo implica la reflexión de que, en el mar de signos del que hablamos en el inicio del capítulo, puede generar sistemas de regulación y articulación de significaciones, cuya trascendencia tiene materialidad en la vida social. Los cazadores de elefantes no son una entelequia, en tanto sus habilidades como "retratistas", reconstructores de lo real pueden encontrar su materialización en la elaboración de una edición informativa periódica.

Más aún, la posibilidad de empleo del concepto de CSP podría hallar mayores posibilidades de uso y desarrollo como instrumental empleado por los responsables de elaborar directamente estos paquetes noticiosos: editores, cuadros directivos, jefes de sección de medios impresos, sobre quienes recae una tarea mucho más sofisticada y de mayor trascendencia política: la construcción del paquete definitivo, determinante en el consumo último de los potenciales receptores, y cuyos resultados pueden ser ahora evaluables; no sólo desde la perspectiva de la interpretación y crítica de los contenidos enunciados, sino a partir de las mismas directrices de su constitución como objeto vehículo de significaciones y que cierran el ciclo de la actividad periodística y la producción informativa.

Empero, este trabajo no estaría completo sin una demostración de la forma en que pueden detectarse estas construcciones signílicas que rebasan, con mucho, la concepción de "un diseño" del mensaje informativo impreso.

Para ello, se decidió aprovechar una de las más llamativas trastadas de la realidad, poco preocupada, a todo esto, por las disquisiciones sobre los elefantes, los signos y las verdades eternas. El primer día de enero de 1994, los medios mexicanos se lanzaron a la caza de un nuevo elefante, que salió de las entrañas de la Selva Lacandona: el levantamiento armado de Chiapas, protagonizado por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional.

Pieza de caza mayor, el conflicto de Chiapas, en menos de un año, generó páginas y páginas de libros, horas de transmisión radiofónica y planas de diarios como hacía mucho no ocurría en nuestro entorno de comunicación masiva. No sólo vino a desempolvar viejas discusiones sobre el deber ser y el cómo hacer del periodista, sino que generó numerosas interpretaciones noticiosas, que pretendieron cubrir "fielmente" el acontecimiento y sus secuelas.

En suma, el elefante se puso un pasamontañas, y en el proceso, una figura se perfiló como uno de los ejes de penetración del zapatismo en los medios masivos, el Subcomandante Marcos, objeto también de la elaboración de numerosos CSP, de muy diversas valoraciones. Así, si el elefante se ha convertido en el Subelefante Marcos, sólo falta buscarlo, y leerlo. Buscarlo en el Mar de Elefantes.



V.-Mar de elefantes: Donde la Realidad Informativa entra en acción (o el Elefante se puso un Pasamontañas)

V.1. En algún lugar de la Selva Lacandona: el elefante parecía gris, tenía nariz prominente y además llevaba pasamontañas: Cuando el individuo consume las premisas de la Verdad.

"La verdad es que Marcos no dijo nada. La que hizo el desmadre fue la misma prensa, y ahora se están quejando de que porqué Marcos es protagonista".

Subcomandante Marcos

El primero de enero de 1994, la habilidad y el profesionalismo de los periodistas mexicanos fueron puestos a prueba en un brasero del que no han logrado escapar del todo hasta el momento. La irrupción del Ejército Zapatista de Liberación Nacional, aparte de incomodar a unos cuantos, puso en evidencia y a veces hasta en exhibición las limitaciones del gremio, tanto ideológicas como prácticas.

Si es cierto que la realidad suele tomar por sorpresa a los severos analistas de lo social, el fenómeno de la guerrilla zapatista se reveló como una subversiva jugarreta de la ahora llamada *sociedad civil*, que en las primeras horas de 1994 procedió sistemáticamente a hacer pedacitos la -en esos momentos- espléndida imagen mundial de la sociedad mexicana, que en aquellos días parecía estar a un paso de incrustarse en la vía definitiva del desarrollo económico.

A esta versión reiterada y propalada por los reconstructores de elefantes, la brutalidad del encontronazo zapatista terminó por empequeñecerla, y reducir de manera contundente su prestigio. De nada sirvieron las primeras escaramuzas, características de los mecanismos desinformantes de la seudopolítica de comunicación del Estado mexicano: la enunciación reiterada y elemental de la existencia de un grupo de "transgresores de la ley", fue rebasada muy pronto, en los inicios de lo que, a la luz de los acontecimientos posteriores, bien puede ser considerado como uno de los fenómenos más llamativos de la historia contemporánea de los medios de comunicación mexicanos, y no sólo por las consecuencias -trascendentes a todas luces- sociales y políticas que, un año después, permitieron definir el peso del fenómeno zapatista, sino porque en esta larga guerra, cuya intensidad ha variado constantemente, las estrategias informativas, las líneas editoriales y la honestidad periodística, se convirtieron en cuestiones de actualidad.

Y si el zapatismo obligó a los periodistas a pensarse de nuevo, es porque, aparte de los duros combates de la Selva Lacandona y Los Altos, esta guerra insospechada, este movimiento sorpresivo decidió pelear en la arena de la prensa, e hizo de los medios impresos su base de operaciones propagandísticas y de acción para consolidar su proyecto político; lo que empezó como un Departamento de Prensa y Propaganda del EZLN, se fue diluyendo al paso de las semanas y los meses, para dar paso, respuesta social mediante, a la presentación y consolidación -a través de la estructuración de los CSP instrumentados por los diversos medios- de un personaje simbólico, de humor chocarrero, lirismo urbano

a flor de piel y afectado de graves tendencias irreverentes hacia las sobadas instituciones nacionales: el Subcomandante Insurgente Marcos, escritor de cuentos, fábulas y postdatas, gurú de ciertos intelectuales decepcionados de la vida y de ciertos periodistas nostálgicos, además de objeto de fascinación de cuanto trabajador de los medios se ha dejado caer en las inmediaciones de la Selva Lacandona.

Empero, el Sub Marcos, que a lo largo de este capítulo se transformará a ratos en el SubElefante Marcos, a más de revelarse como un habilidoso escritor, es un fenómeno re-construido a partir de la disposición argumentativa de los medios que, a querer o no, se introdujeron en una dinámica de reconstrucción informativa donde, y de acuerdo a sus metas propagandísticas, Marcos abandonó muy pronto su estatus de vocero del EZLN para llegar a constituirse en la esencia misma del movimiento.

Horas después de los primeros combates en los Altos de Chiapas, el Elefante con pasamontañas hizo su primera aparición, y desde ese momento, quedó envuelto en un halo de misterio, allá en la plaza de Ocosingo. Entre la confusión informativa del momento, y las variadas interpretaciones noticiosas del acontecimiento, el SubElefante comenzó sigilosa, subrepticamente, a consolidar su presencia en la legión de persistentes retratistas de la Realidad.

Antes que el Elefante fue la Sorpresa. Cuando a la mayor parte del gremio apenas se le estaba bajando la euforia del brindis de Año Nuevo; cuando las redacciones y direcciones de noticias se disponían a volver al trabajo después de

uno de esos descansos ocasionales, la irrupción de lo Real en el sueño macroeconómico primermundista modificó las interpretaciones de lo que habría de ser en adelante la vida en este sufrido país.

El manejo informativo de los primeros días del conflicto chiapaneco permite examinar uno de tantos ejercicios de construcción signica del proceso informativo, y para tal efecto, podemos examinar tres de los diarios de "circulación nacional": *El Financiero*, *La Jornada* y *Reforma*. Dos de estos rotativos, a la larga, acabarían convirtiéndose en parte de ese conjunto de "medios que sí"¹⁴⁷, y por tanto, como veremos, las reconstrucciones de los acontecimientos paquidérmicos adquieren mayores posibilidades de aceptación entre los grupos sociales "de avanzada" o de aspiraciones democráticas

El tercer diario nombrado para este ejercicio tiene, en desventaja, un punto menos en cuanto a inmediatez y capacidad de cobertura, por cuanto la edición que da cuenta del estallido del conflicto corresponde al lunes 3 de enero, y no al domingo 2, como ocurre en los otros casos¹⁴⁸.

¹⁴⁷ Véase "Razones y Sinrazones de porqué unos Medios sí", del 11 de enero de 1994 en *EZLN. Documentos y comunicados*. Era, México, 1994, p.137.

¹⁴⁸ *Reforma* prefirió salir a la circulación el 1 de enero con una cabeza apabullante y efectista: "Hoy comienza el TLC", argumentando que "así se hacen las cosas en Monterrey" (sede del papá de *Reforma*, *El Norte*.), en alusión a la modificación de sus descansos. Tradicionalmente, no había, sin excepciones —como ocurre hoy día— periódicos el 1 de enero; por tanto, los trabajadores suelen descansar el 31 de diciembre. *Reforma* inauguró en la capital mexicana la variante de trabajar el 31 de diciembre y descansar el 1 de enero. Por eso no estaban "en la jugada" el día del levantamiento zapatista, y como todo se paga en esta vida, el bonito periódico se queda con su cabeza primermundista, y pasa a la historia como el único diario mexicano al que "se le fue la nota" del alzamiento en Chiapas. De nada.

El reforzamiento de las premisas básicas del consumo de la verdad periodística parte del propio proyecto propagandístico del EZLN. De tal suerte, en el fondo del CSP que encuentra su materialidad en los medios impresos subyace el encadenamiento del discurso del EZLN referente al uso y credibilidad de los medios de comunicación, al discurso propio de la práctica periodística, que ya se ha explicado en el capítulo tres: los profesionales de la información se autoadjudican la capacidad y el derecho de narrar con verdad, es decir, en correspondencia con los acontecimientos considerados "noticia", y en virtud de ese cometido profesional, la atención al alzamiento zapatista no sólo es ineludible, sino que, a medida que el conflicto y las sucesivas negociaciones por la paz se complican, la búsqueda de mayores elementos informativos para consumo de lectores, televidentes y radioescuchas, se vuelve obsesiva; y esa obsesión, nada inesperada, obliga al EZLN a plantear su selectividad en torno a los medios mexicanos.

Esta segunda vertiente de la argumentación que legitima y autoriza para "hablar por boca del EZLN", para dar a conocer sus intenciones y avances, implica un proceso de doble capitalización del discurso del periódico: los medios se valen de sus características establecidas en el espectro de la información nacional para obtener información y "vender" su reconstrucción informativa de los acontecimientos; el EZLN se vale de los atributos que exhiben los medios "seleccionados", para llegar a los sectores de la sociedad con capacidad de ejercer presión colectiva, y a los líderes de opinión "plurales", que les garantizan mayor cobertura dentro de los públicos específicos del diario elegido.

Si al menos dos de los tres diarios estudiados son "aceptables" para el criterio del EZLN, es porque existe la necesidad real y estratégica de canalizar los mensajes zapatistas hacia donde mejor y mayor impacto pueden generar: la clase ilustrada, los grupos de opinión y la clase política. "El CCRI-CG me encargó de buscar medios de comunicación que pudieran informar lo que pasaba realmente y lo que pensábamos. A la montaña no llegan los diarios, ya lo he dicho en otra ocasión. Llega sí, la señal de algunas estaciones de radio (la mayoría gubernamentales). Así las cosas, tuvimos que decidir a quién dirigimos según antecedentes que teníamos."¹⁴⁹

"¿Quién asumirá todos esos riesgos? La respuesta que nos dimos fue, más o menos esta: lo harán aquellos medios cuyo afán de saber la verdad de lo que pasa sea mayor al temor a los riesgos de encontrarla (la verdad). Bueno, la respuesta era correcta (creo) pero no solucionaba nada. Faltaba lo más importante, decidir el destinatario de estas primeras epístolas y comunicados."¹⁵⁰

Aunque en la primera parte del comunicado el EZLN no asume la tarea de "nombrar" directamente a los medios "que sí", dejándolo para el texto inmediatamente posterior, la premisa de la credibilidad informativa ya ha sido enunciada, y consiste en reconocer como canales ideales de la información a los medios con una "auténtica" vocación de decir la verdad, como corresponde a los parámetros tradicionales de la cobertura y verdad periodística que ya se han visto en los capítulos dos y tres. Más aún, la argumentación de cada medio "que sí" es

¹⁴⁹ EZLN, op.cit., p. 138.

¹⁵⁰ Op.cit., p. 139.

un reforzador argumentativo de la posición zapatista de severo crítico de la realidad nacional, que a la larga le generará arraigo y credibilidad entre los sectores consumidores de los medios seleccionados.

Todo esto fundamenta los recursos signícos que residen en el material noticioso del 2 de enero de 1994. En el terreno de la construcción, de la narración del acontecimiento, las configuraciones varían, dándole diversa trascendencia y tratamiento al hecho del levantamiento.

Si *La Jornada* es elegible, afirma el SubElefante, es porque se trata de un medio con una política editorial "plural": "es decir, ahí tenían espacio diversas corrientes ideológicas y políticas, en ese periódico se apreciaba, se aprecia todavía¹⁵¹, un amplio abanico de interpretaciones de la realidad nacional e internacional. Es decir, ese periódico presenta, con calidad, un mosaico ideológico de lo más representativo de la llamada sociedad civil mexicana. Creo que esto se demuestra en el paulatino paso de la condena lapidaria contra el EZLN (remember el editorial del 2 de enero de 1994) al análisis crítico de lo que ocurría".

¹⁵¹ Y ahora, mucho tiempo después, puede decirse en tiempo definitivamente pasado que era posible advertir esta diversidad ideológica, ciertamente dentro de los parámetros de lo políticamente correcto. Pero a partir de la irrupción zapatista, de la evolución y fraccionamiento del perredismo y del conflicto de 1999 en la UNAM, que se tradujo en una larguísima huelga, además de diversos incidentes, *La Jornada*, acorralada por sus simpatías y los compromisos a que sus lealtades les hacían sentirse obligados, —que fue eso y no otra cosa lo que los llevó a expulsar del periódico a su colaborador, socio y fundador Luis González de Alba— han llegado a ejercer una especie de periodismo mezclado con militancia que se aleja de cualquier gran mito de la profesión periodística. Si la verdad y la objetividad, como ya se ha dicho aquí, son cuestiones muy discutibles, la anteojera ideológica agrava la situación. Así, en años recientes *La Jornada* ha tenido que cambiar su actitud ante el endurecimiento de las políticas del CGH, decidirse por Andrés Manuel o por Rosario, por los derechos humanos o Fidel. Lo peor es que se nota demasiado.

La segunda premisa de la credibilidad pública de *La Jornada*, afirma el EZLN, es el desempeño profesional de sus reporteros: "Lo decisivo fue la valentía y honestidad de sus reporteros... Por alguna extraña razón, estos reporteros (y muchos otros, estoy de acuerdo, pero ahora hablo de *La Jornada*) no se conforman con los boletines oficiales. Son enfadosos (para los reporteados) hasta el cansancio en su afán por saber qué ocurre. Además, cuando algo importante (a su entender) pasa, no se conforman con mandar a un reportero, sino que forman una verdadera unidad de asalto que empieza a develar caras diversas del hecho que están cubriendo... Peleando con fuego y plomo, pensábamos nosotros que, tal vez, quisieran conocer la cara detrás del pasamontañas."¹⁵²

La edición del 2 de enero de 1994 (Fig 10) no deja lugar a duda: desde el principio del conflicto, para *La Jornada* se vuelve un asunto primordial que se convirtió, en la semana subsecuente, en el eje del contenido informativo del diario. La valoración noticiosa se traduce en un espacio de significación predominante: Tres de las cuatro columnas de diagramación del espacio total de la primera plana de *La Jornada* son reservadas para la "nota" del alzamiento, y la cuarta columna, dividida en cuatro partes similares está dedicada en un 75 por ciento a derivaciones del asunto Chiapas: un editorial: *No a los violentos*, hace uno de los primeros análisis periodísticos del momento. En segundo término, la entrada en vigor del TLC de América del Norte -que en términos del sentido total de la plana apenas ocupa una 16a parte del conjunto general de significados incluidos en la plana-. En tercer y cuarto lugar, figuran las entradas de dos artículos referentes al

¹⁵² EZLN: op.cit., p. 139.

La segunda premisa de la credibilidad pública de *La Jornada*, afirma el EZLN, es el desempeño profesional de sus reporteros: "Lo decisivo fue la valentía y honestidad de sus reporteros... Por alguna extraña razón, estos reporteros (y muchos otros, estoy de acuerdo, pero ahora hablo de *La Jornada*) no se conforman con los boletines oficiales. Son enfadosos (para los reporteados) hasta el cansancio en su afán por saber qué ocurre. Además, cuando algo importante (a su entender) pasa, no se conforman con mandar a un reportero, sino que forman una verdadera unidad de asalto que empieza a develar caras diversas del hecho que están cubriendo... Peleando con fuego y plomo, pensábamos nosotros que, tal vez, quisieran conocer la cara detrás del pasamontañas."¹⁵²

La edición del 2 de enero de 1994 (Fig 10) no deja lugar a duda: desde el principio del conflicto, para *La Jornada* se vuelve un asunto primordial que se convirtió, en la semana subsecuente, en el eje del contenido informativo del diario. La valoración noticiosa se traduce en un espacio de significación predominante: Tres de las cuatro columnas de diagramación del espacio total de la primera plana de *La Jornada* son reservadas para la "nota" del alzamiento, y la cuarta columna, dividida en cuatro partes similares está dedicada en un 75 por ciento a derivaciones del asunto Chiapas: un editorial: *No a los violentos*, hace uno de los primeros análisis periodísticos del momento. En segundo término, la entrada en vigor del TLC de América del Norte -que en términos del sentido total de la plana apenas ocupa una 16a parte del conjunto general de significados incluidos en la plana-. En tercer y cuarto lugar, figuran las entradas de dos artículos referentes al

¹⁵² EZLN: op.cit., p. 139.

■ San Cristóbal y otras 3 ciudades, ocupadas

Sublevación en Chiapas

■ Se proponen los alzados avanzar al DF y deponer a Salinas

■ Llama Gobernación a la cordura y al diálogo dentro de la ley

■ Los obispos de Tuxtla y Tapachula, dispuestos a mediar



Insurgencias del que se pelee durante Ejército Zapatista de Liberación Nacional, en la plaza de San Cristóbal. ■ Foto: Carlos Cisneros

Rosa Rojas, Matilde Pérez, David Aponic e Ismael Romero, enviados □ En San Cristóbal incendian la coordinación de la PJ estatal □ 2 policías muertos en Ocosingo, 3 en Las Margaritas; Altamirano, la otra localidad retenida □ Son más de mil, muchos uniformados, según testigos □ Emiten una "declaración de guerra al Ejército Mexicano" □ Esta no es la guerrilla que pega y huye, sino pega y avanza: "comandante Marcos" □ La demanda social, aunque válida, no puede usarse como pretexto para violentar el orden: comunicado de la SG □ No es recurrimiento a las armas como pueden resolverse los grandes problemas del pueblo: Cárdenas □ Llama Fernández de Cevallos a una rápida solución, evitando la pérdida de vidas □ Acusa el gobierno local a "sacerdotes y diáconos de la Teología de la Liberación" de "facilitar a estos grupos el sistema de radio de la diócesis de San Cristóbal" □ Vuelo de aviones y helicópteros, única señal militar hasta ahora

■ 3 de 13

HOY DOMINGO 2 DE ENERO DE 1994

NO A LOS VIOLENTOS.



Desde que en los años 70 se acabó el camino por México y se abrió el camino por La Paz, Chiapas se convirtió en el país y sus zonas a su límite un territorio para el camino que se compraron desde antes del fin de Chiapas. La situación es insoportable, por noble y por sufrimiento, todo el mundo lo sabe, y para el mundo es preciso de liberación y emancipación de Chiapas.

■ 2

Con tres notas diplomáticas entra en vigor el TLC norteamericano

□ Intensos preparativos de funcionarios de EU, pese a las ferreteras □ 35% de empresarios estadounidenses quedan fuera de aranceles □ La industria mexicana entra en competencia en uno de sus peores momentos de los últimos años

Páginas 21 y 22

■ Carlos Montemayor ■

Chiapas: ¿solución social, o militar?

La sublevación militar en el México actual no puede ser una buena alternativa, por lo que se debe buscar una solución social. No puede resolverse ningún conflicto social, agrario, indígena, con la intervención del Ejército que es un particularmente porque el México actual tiene problemas no que de guerra social, sino de orden social, político y económico.

■ 1

■ Pablo Gómez ■

Violencia y sus responsables

La sublevación armada en Chiapas no es un problema de orden social, sino de orden político y económico. La situación social de Chiapas es buena.

NS 2.00

(Fig. 10)

movimiento armado recién aparecido: uno de Carlos Montemayor (*Chiapas: ¿solución social o militar?*), y otro de Pablo Gómez: *Violencia y sus responsables*.

Además del espacio físico empleado para el despliegue de la información, soporte del CSP de esta plana, la manera de enumerar la serie de acontecimientos reconstruidos acciona como un rápido resumen de datos que, enunciado como bloque, ofrece el sentido de la "narración total" de toda la situación: Una disección horizontal de la plana jornalera divide en tercios el paquete informativo: La cabeza principal: *Sublevación en Chiapas*, con un "balazo" complementario (*San Cristóbal y otras tres ciudades ocupadas*), por tamaño y grosor de los tipos de letra empleados, deriva el sentido de importancia extrema en todo el conjunto de sentidos que conforman la primera plana: en segundo término, el sumario, extendido en tres segmentos horizontales, en el mismo despliegue espacial descrito (tres de cuatro columnas) bajo la cabeza principal, refieren a tres ejes relevantes de los acontecimiento y su significado: 1. quiénes son los alzados: *Se proponen los alzados avanzar al DF y deponer a Salinas* 2. Una primera reacción oficial: *Llama Gobernación a la cordura y al diálogo dentro de la ley*, y 3. Una posible oferta de solución: *Los obispos de Tuxtla y Tapachula, dispuestos a mediar*.

El factor complementario del sentido más importante de la plana es la imagen presentada en el paquete: una sola fotografía que muestra (indica, comprueba, refleja la realidad y la veracidad de la narración del hecho) a los zapatistas irumpiendo en el ayuntamiento de San Cristóbal: El paquete emplea la imagen como elemento que "cierra" la enunciación primaria y de impacto

inmediato del CSP de este 2 de enero: la imagen "prueba" la magnitud del acontecimiento, apareciendo como un elemento único en el conjunto de la plana, y refuerza la decisión y el significado de la cabeza principal y sus sumarios reforzadores.

La fotografía, a pesar de su papel unificador, es el sentido más fuerte de la plana, y actúa por sí misma como elemento reconstructor del acontecimiento: El pie de foto consolida la categoría de "prueba" que la imagen por sí sola ya ofrece al intérprete potencial del CSP: *Integrantes del que se hace llamar Ejército Zapatista de Liberación Nacional, en la alcaldía de San Cristóbal.*

Los ejes horizontales de estructuración del CSP jornalero no tienen la misma valoración para los reconstructores de información: Cabeza principal y balazo ocupan el tercio mayor, sumario que se integra a la cabeza principal, y la imagen ocupa el segundo tercio y por tanto la segunda posición de importancia: el último tercio de menor efecto -es la zona menos leída, en un acto de primera intención- es el soporte de un sumario de mayor complejidad, con menor capacidad inmediata de ejercer un impacto directo, y menor valor semiótico, en tanto el sentido producido es más complejo y no induce a una lectura y comprensión decisivas para el consumo del lector, como ocurre con el tercio superior. A este tercio de resumen se integran líneas que "compactan" los acontecimientos de Chiapas, aparece por vez primera la imagen del entonces "comandante Marcos" y complementa el paquete con las opiniones de líderes políticos: Cuauhtémoc Cárdenas y Diego Fernández de Cevallos, aparte de la reacción del gobierno local.

El despliegue en dos ejes de la información y el reforzamiento a partir de la distribución de espacios permite recuperar una producción de sentidos encaminada a mostrar, a demostrar la trascendencia del acontecimiento. Elemento extrasemiótico-lingüístico, se detecta en el hecho de que, en el caso de *La Jornada*, toda la información, desde el primer día, está firmada por enviados: Rosa Rojas, David Aponte, Ismael Romero -aparte de la presencia del corresponsal Elio Henríquez-, factor que en otros CSP estar ausente, pues la información inicial fue generada por las corresponsalias respectivas.

2. *El Financiero*.

Respecto al diario *El Financiero*, la primera premisa de su credibilidad, dice el Sub Marcos, es su "criticidad": "Decir que *El Financiero* es un periódico de finanzas es faltar a la verdad en el mejor de los casos, y en el peor significa que no lo han leído. Tiene *El Financiero*, a nuestro entender, un equipo de columnistas serios y responsables en su quehacer periodístico. Sus análisis son objetivos y, sobre todo, muy críticos. La pluralidad ideológica de las columnas que lo conforman¹⁵³ es también una riqueza que es difícil de encontrar en otros diarios nacionales. Quiero decir, es una pluralidad equilibrada. Su política editorial no se conforma con salpicar alguna pluma crítica entre las que se alinean en el poder, abre espacios reales de análisis incisivos de uno y otro bando... Este diario nacional no reaccionó con la condena inmediata a un movimiento que nadie

¹⁵³ Ibidem. Un chiste interno: no por nada le decían "El Partenón" cuando llegó a juntar 17 columnas diarias, allá por 1993. N. de la A. Además, como decía jocosamente en aquellos días Jorge E. Rodríguez Carrera, coordinador de redacción: "Somos tan, pero tan plurales, que hasta un pendejo como Luis Pazos puede escribir con nosotros". Ay, el pasado.

entendía, no se precipitó en las elucubraciones intelectuales que afectaron y afectan a otros medios. Esperó, que en el arte de la guerra es la virtud más difícil de aprender, investigó, reportó y sobre esa base más firme, empezó a tejer ese análisis interdisciplinario que ahora pueden apreciar sus lectores... Si para *La Jornada* fue el equipo de reporteros el que nos decidió, *El Financiero* fue el equipo de editorialistas (no obstante el señor Luis Pazos)¹⁵⁴.

A la criticidad de *El Financiero* se suma, nuevamente, la virtud de la pluralidad, donde subyace el despojo ideológico de los textos tradicionales de periodismo, que propios y extraños le atribuyen necesariamente a la "idealidad" del ejercicio periodístico. Y, aunque el Subcomandante Marcos confunde los términos y llame editorialistas a los columnistas y articulistas, reconoce en el conjunto general de la edición la capacidad de efectuar una investigación periodísticamente "seria" que implica la recuperación y narración fiel de los hechos, como insiste Vicente Leñero cuando reflexiona acerca de los deberes periodísticos: "Me duele el país. Un país muy lastimado, muy lacerado, herido por las mentiras de la realidad que nos presentan frente a la realidad que uno ve con nada más poner un poco el bistrú. Siento que el periodista está para eso, es como un detective de esa realidad. No la va a componer ni a modificar, no es su función, sino descubrir las cosas que se ocultan, que se simulan."¹⁵⁵

Si los propios periodistas mexicanos, siguiendo nuestro aprendizaje, en buena parte de los casos actuales, asumen, en ese desapego ideológico, el

¹⁵⁴ Op.cit., p. 143.

¹⁵⁵ Abelleira, Angélica: *La función del periodista es averiguar, antes de juzgar o analizar*, entrevista a Vicente Leñero, *La Jornada*, domingo 29 de mayo de 1994.

discurso académico del deber ser de la actitud periodística, resulta lógico que el Sub Marcos busque, en sus procesos de selección, aquellos diarios donde el discurso de credibilidad se ha constituido no a través de la institucionalidad (*El Nacional*), en un nacionalismo conservador (*El Herald de México*) o dependencias soterradas (*Unomásuno*, *Excélsior*), sino de un espacio abierto donde la convivencia de ideas (hasta Luis Pazos) puede ofrecer mayores elementos para la elaboración de juicios acerca de la realidad nacional.

Lo que el Subcomandante Marcos llamó "no precipitarse en las elucubraciones intelectuales" de otros medios y que calificó de una positiva reacción de *El Financiero*, ante el inicio del levantamiento, fue el producto de una valoración de la noticia que le dio al acontecimiento la categoría de "secundario", por razones de jerarquización informativa -en tanto se carece de información suficiente, no es posible determinar un despliegue mayor, aunque el hecho sea trascendente-, mas las razones prácticas que no vienen al caso del análisis¹⁵⁶.

¹⁵⁶ Estas razones prácticas residen en el hecho de que la edición de *El Financiero* del domingo 2 de enero de 1994 era un periódico hecho con anticipación relativa. Para un habitante de la jungla del periodismo impreso de la capital mexicana, es sabido que *El Financiero*, como ahora, en aquellos días laboraba de domingo a jueves: viernes y sábado eran días de descanso, por claras razones de reducción de la actividad económica nacional, que constituye la mayor parte del bagaje informativo del diario, aún cuando había ediciones de sábado y domingo. Cuando, al correr de los años, el auge de *El Financiero* como periódico político decayó y la crisis creció, las ediciones de fin de semana desaparecieron. Estos paquetes noticiosos de fin de semana contenían materiales elaborados durante el curso de la semana previa, y se privilegiaba el reportaje y los temas ligeros, como deportes. Lo urgente, lo inesperado, sería el único factor que obligaría a resolver de nuevo la primera plana y el resto del periódico. Recuerde el lector que estamos hablando del segundo día de enero de 1994, cuando este país era -más o menos-, predecible. Ahora, cuando México empieza a trabajar -informativamente- a las nueve de la noche, ya nos vamos acostumbrando a la irrupción de la Realidad en nuestras felices reconstrucciones.

Para la edición del domingo 2 de enero (Fig. 11) el alzamiento de Chiapas nunca ameritó modificar el diagramado previo al fin de semana. Dividido a cuatro columnas verticales, una de ellas enuncia contenidos relevantes del paquete del día: el ya fallecido suplemento *Comala*, las colaboraciones de Sergio Sarmiento y Carlos Monsiváis, *Jaque Mate* y *Aproximaciones y Reintegros*, y dos artículos, uno firmado por Luis Pazos, y otro por Jenaro Villamil. Para el caso del CSP construido, la enumeración de todos estos segmentos de información y opinión, presentados al lector dentro de plecas y con amplias separaciones entre uno y otro, subrayan la importancia que *El Financiero* da esos materiales: la inclusión de una reproducción de la portada de *Comala*, una de las dos pequeñas ilustraciones incluidas en la plana, y a la cabeza de la columna, subraya el peso primordial que se da al suplemento. Ninguno de los textos, de nueva cuenta, se remite a los acontecimientos de Chiapas.

Las tres columnas restantes de la plana se dividen también en tercios horizontales. El primer lugar en la jerarquización noticiosa corresponde a un reportaje: *Condicionan el acceso de la Banca Extranjera*, reforzado con un sumario de una sola frase: *Intermediarios Financieros Foráneos*, sólo como subsidiarios, y que pasa a planas interiores.

El segundo lugar en la ubicación de los contenidos de la plana, corresponde al alzamiento zapatista: sin embargo, no existen elementos significantes en el tercio asignado que refuercen la trascendencia del acontecimiento: aunque la cabeza se despliega en dos pisos: *Indígenas armados toman cinco poblaciones en*



Jaque Mate

o Historia de dos Ciudades

Sergio Sarmento

8

Aproximaciones y Reintegros

o Aforismos Encontrados

Carlos Morenista

26

Inversión y Continuidad

Luis Pazos

4

Yucatán: Cervera o el Caos

José Vilamal

18

Condicional el Acceso de la Banca Extranjera

Intermediarios Financieros Foráneos, Sólo Como Subsidiarios

Luis Pazos Quiroz López

Las nuevas reglas que impedirá el Tratado de Libre Comercio en el sistema bancario nacional permitirán el acceso de intermediarios extranjeros en un primer momento, pero sólo bajo la forma de empresas subsidiarias sujetas a las leyes y la supervisión de las autoridades mexicanas.

Asimismo, los expertos opinaron que una mayor competencia y la estabilidad macroeconómica en el país atraerán como consecuencia el fortalecimiento de las tasas de interés y del ingreso de inversión, con beneficios para el ahorro y el desarrollo, pues el campo del dinero se reducirá a la mitad en el transcurso de 1994.

Los expertos indicaron que ya el gobierno mexicano recibió del extranjero solicitudes previas para el establecimiento de 23 intermediarios financieros y es posible que diez bancos de crédito de Estados Unidos, surcos de Canadá, dos de Canadá y diez de Japón inicien sus trámites aquí.

La entrada de bancos extranjeros al país, según opinó, obligará a la banca nacional a fortalecer, abaratar los intereses de intermediación, reducir el abastecimiento de dinero para las actividades productivas, desarrollar nuevas producciones y servir los intereses de los clientes, pero sobre todo

se verá cómo las tasas de interés bajarán.

De acuerdo con el secretario de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, en materia bancaria se prevé que los extranjeros tendrán el control de las actividades de intermediación y de administración en México en el transcurso de los próximos tres años de vigencia del TLC.

A partir del octavo año se eliminará la restricción, pero cuando se regule una subgrupos operarios que permitan competir unilateralmente la participación el primer año el porcentaje máximo de esta figura es de 25 por ciento.

más en la J

Indígenas Armados Toman Cinco Poblaciones en Chiapas; 6 Muertos

Francisco Gómez Maza / Concepción Villahermosa

Camaradas de indígenas armados, agrupados en el denominado Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), tomaron ayer la ciudad chiapaneca de San Cristóbal y otras poblaciones más de la zona Lacandonera.

Seis poblados muertos y uno herido fue el saldo del saqueo perpetrado este sábado entre las 02:00 y las 2:30 horas en Margarita, Ahucanero, Occomogón, Chimal y San Cristóbal.

En esta última ciudad, el Comandante en Jefe del EZLN, en un comunicado de prensa, informó que "la gente de cambaras, de esta rotación, es que estamos organizados desde hace mucho tiempo, que tenemos relación a las zonas problemáticas, no hay guerra, estamos haciendo el gobierno no nos ha autorizado nada".

Los soldados de las tres divisiones de Chiapas y el batallón central de Gobernación, Ricardo Castro Villahermosa, como se informó en que la región andeana grave reacción e hicieron un llamado al diálogo y a un entendimiento pacífico del conflicto.

El gobierno del estado de Chiapas, en un comunicado oficial, indicó que ha ordenado a las fuerzas de seguridad pública que estén al día de la noche a las autoridades, para que se resuelva el conflicto, que se resuelva el conflicto y participen en la construcción de soluciones para sus demandas.

más en la J, 26 y 27

Ganan más los Futbolistas en México que en Otros Países; Javier Aguirre

José Vilamal Ornela

El futbolista Javier Aguirre, también ex presidente de la Asociación de Futbolistas Profesionales y ex jugador de Miguel Alemán en la selección mexicana del extranjero, afirmó que "en el fútbol mexicano se paga más que en Europa. Y hoy uno gana" hay jugadores en México que ganan más de lo que percibe Luis García en España.

Era también que en México hay jugadores que cobran hasta 450 mil dólares al año.

Recientemente el diario argentino El Clarín realizó una investigación so-

bre los salarios en el fútbol latinoamericano.

En un informe, firmado por Carlos Rábago, destacó que jugadores como Carlos Hermoso y Daniel Guzmán perciben 300 mil dólares en promedio, por temporada.

Para Aguirre, con 18 años en el profesorado, "hoy en día el sueldo de los jugadores es una sorpresa total. Dejó de ganar del fútbol de la selección de la selección del jugador para no jugar, porque así hay, y después, en menor medida, de la última campaña que hicieron".

más en la J



Javier Aguirre

(Fig. 11)

Chiapas: 6 muertos, no se incluye información complementaria, el tamaño de la cabeza es considerablemente menor que la del tercio superior, y todos los derivados del hecho inicial se remiten a planas interiores.

Por añadidura, los firmantes de la información aparecen despojados de cualquier categoría profesional, que, aunque pueda justificarse por la premura de la modificación de la plana, no permite detectar que Francisco Gómez Maza fue enviado por el diano, y Concepción Villafuerte, la propietaria de otro "medio que sí", *Tiempo*, de San Cristóbal de las Casas, pudo haber ejercido en ese momento funciones de corresponsal.¹⁵⁷

El último tercio de la plana financiera del 2 de enero, se dedica a una información claramente de menor valor: *Ganan más los Futbolistas en México que en otros países*. Javier Aguirre, que señala a una entrevista, desplegada en tres columnas, y reforzada con la segunda imagen de la plana: la fotografía del jugador entrevistado que, no obstante, aparece como un reforzador menor de la presentación de la entrevista. Si se trata -como es- de una información "light", para el tono de un diano como *El Financiero*, la presencia de una imagen puede consolidar el fragmento de sentido dispuesto en el tercio inferior de la plana.

Si Marcos creía que esta ubicación secundaria era una cuestión de cautela, se equivocó, sencillamente. La narración de los hechos, resumida en la cabeza *Indígenas Armados Toman Cinco Poblaciones en Chiapas; 6 muertos*, no es

¹⁵⁷ Gómez Maza no fue el único representante de *El Financiero*, que se trasladó al inesperado frente de batalla. Rodolfo Reyes, corresponsal en Tabasco, podría contar las bellas historias que presencié, atrapado entre dos fuegos, en las calles de Ocosingo.

suficientemente fuerte, en términos de criterio periodístico para hacer referencia a un acontecimiento que ha transformado a esta sociedad, pero en el terreno de las significaciones, el tamaño de la cabeza, la contundencia del *Sublevación en Chiapas de La Jornada* es claramente de mayor impacto y valoración noticiosa que la cabeza y espacios secundarios dedicados al mismo hecho en *El Financiero*.

La afirmación se constata cuando se consulta la edición del 3 de enero de 1994 de *El Financiero*¹⁵⁸ (Fig. 12), sólo 24 horas después de su "cautelosa reacción", *El Financiero* había llegado a la conclusión de que las cinco poblaciones tomadas por "indígenas armados" eran bastante más trascendentes de lo que parecía el 1 de enero.

Así, la plana resuelta para el primer día hábil de 1994, diagramada a tres columnas verticales no deja lugar a dudas de la trascendencia del hecho: La cabeza principal, desplegada a todo el ancho de la plana, aparece en lugar preferente, inmediatamente debajo del cabezal identificatorio del diario: *Choques armados en Chiapas*; no hay otra cabeza en la plana de tamaño similar, lo que subraya en el campo de las significaciones físicas del espacio de la plana, la clara importancia que el autor de la plana da al nuevo hecho noticioso. De hecho, esta gran cabeza actúa como una cobertura general de todo el paquete informativo, que en todo caso especifica y precisa el acontecimiento a partir del empleo de una cabeza secundaria.

¹⁵⁸ *El Financiero*, lunes 3 de enero de 1994.

La construcción de sentido se ve reforzada si se considera que *El Financiero* es eso precisamente, un diario especializado en cuestiones económico-financieras. El hecho de que la noticia de los choques en el sur de la República y no las dificultades instrumentales del TLC en su primera jornada hábil sea la nota fundamental del espacio informativo, lleva a comprobar la transformación del criterio de la enunciación periodística por parte de los colegas de *El Financiero*.

La diagramación a tres columnas verticales le permite a *El Financiero* reforzar la argumentación inicial sobre la importancia del alzamiento: el tercio izquierdo, formato permanente del diario, contiene la selección de los "textos importantes" contenidos en páginas interiores, a modo de resumen. De nueva cuenta, el espaciado y separación de las cápsulas mediante plicas y recuadros subrayan deliberadamente el carácter especializado del medio; ninguno de los temas incluidos en este reducto se relacionan o abordan el tópico *Chiapas*.

El segundo tercio vertical subraya la importancia de la cabeza principal: desplegado en una columna vertical, aparece, en primer lugar una imagen: la fotografía de algunos cadáveres tirados en una pendiente. Aunque la imagen no pertenece a fotografías identificables -como ocurre en *La Jornada*-, sino que se trata de una imagen enviada por una agencia internacional de noticias (Agencia France Presse), su inclusión rompe con el diseño habitual de *El Financiero*, sin imágenes o con la menor cantidad posible de ellas, y actúa como el reforzador inmediato de la cabeza principal, completado con el pie de foto: *Catorce guerrilleros que viajaban en un microbús fueron muertos por el ejército en la localidad de Rancho Nuevo.*

Inmediata al reforzador signico principal, aparece una nueva cabeza, que resulta la "verdadera" cabeza de la nota sobre el alzamiento; diseñada en dos pisos, resulta más específica sobre el hecho noticioso que la gran cabeza inicial: *Combate el ejército con grupos rebeldes; decenas de muertos*, afirmación que amplía la narración inicial del acontecimiento, e introduce al despliegue de los primeros párrafos de la nota, que luego pasa a interiores.

De nueva cuenta, los firmantes de las notas, a los que se agrega Gabriela Courtiño, aparecen sin especificar su condición de enviados o corresponsales.

El último tercio del diagramado vertical de la plana financiera se remite también a Chiapas -aunque no sólo a ello- a partir del editorial, es decir, de la posición del diario ante los acontecimientos de los cuales da cuenta. En este caso, el manejo de la propia posición, en términos del CSP, es muy similar al de *La Jornada*. A partir de la construcción de un "espacio propio" a base de recuadros, y el uso de una cabeza enteramente en altas -mayúsculas- para titular el texto, enuncian, a la misma categoría que la foto-reforzador principal, la lectura que *El Financiero* hace de los acontecimientos: "1994: AÑO DIFÍCIL".

El diagramado en vertical se rompe a la hora de resolver el fin de la plana. Un diseño horizontal es aplicado a la última fracción informativa del paquete, que retorna al espíritu noticioso de *El Financiero*. Una nota más previsible, dada la orientación temática del periódico: desplegada a dos pisos, la información contenida en esta cabeza actúa como complemento, y aunque la nota tiene un papel secundario en el despliegue del CSP de esta edición, ocupa, en términos de

espacio, dos terceras partes de un diseño horizontal: *Disparidad aduanal en el TLC: Modernización Total Emprende EU; Ineficiencia y Confusión en México*, genera consumos sígnicos poco eficientes, a comparación de las cabezas superiores: más ideas en el texto actúan en el segmento menos importante de la plana. *El Financiero* complementa la unidad informativa con un breve sumario de artículos y columnas, elemento constante en el diseño de su primera plana, y un espacio publicitario menor, pagado por Banamex, que resume indicadores y cotizaciones y la evolución cotidiana del mercado cambiario, que, a más de significar un espacio publicitario pagado, constituye un reforzador gráfico secundario, que insiste en la tónica temática del rotativo de Lago Bolsena.

3. *Reforma*.

En la edición del 3 de enero de *Reforma*¹⁵⁹ (Fig 13), es claro que el levantamiento en Chiapas resulta la noticia de mayor importancia. Bien podríamos hablar, en el caso de este joven -en muchos sentidos- periódico, de un conjunto de sentidos re-reconstruidos, en tanto se trata de un medio que "llegó tarde" al acontecimiento. No por ello *Reforma* descuida el tratamiento de la noticia, y la nota del alzamiento chiapaneco es la principal de la edición del día lunes 3 de enero.

La construcción de sentidos en el caso de *Reforma* incluye factores que en el caso de los otros diarios no se consideran en el diseño original del medio. *Reforma* es el único diario tamaño *standard* de los tres casos incluidos en el análisis, y dispone de otros espacios físicos para la producción de sentidos.

¹⁵⁹ *Reforma*, lunes 3 de enero de 1994.



Deportes: **ES DALLAS CAMPEÓN**
DIVISIONAL DE LA NACIONAL (1C)

Rechaza la Iglesia participacion (4A)
Vive caos San Cristóbal (4A)
¡Ese, que no tome fotos! (6A)

Lunes 3 de marzo de 1964
MEXICO, D.F.
76 Páginas
\$2.75 por semana
\$27.00 ANUAL
REGIÓN 4A

REFORMA

CORAZÓN DE MEXICO



Año L. Número 22

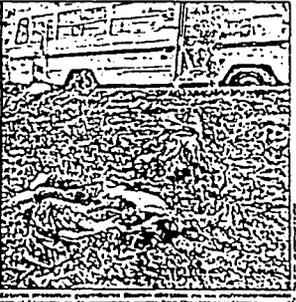
Enfrentamientos en Chiapas dejan por lo menos 60 muertos

Chocan Ejército y guerrilla



Actúa Ejército Zapatista en nueve municipios, siaca penal y base militar

El Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) se enfrenta al Ejército Mexicano en Chiapas, dejando por lo menos 60 muertos. El EZLN actúa en nueve municipios, siaca penal y base militar.



La zona de combate



Llaman al diálogo

Se llama al diálogo entre el Ejército Mexicano y el Ejército Zapatista de Liberación Nacional para resolver el conflicto en Chiapas.

El Ejército Mexicano ha lanzado una ofensiva contra el EZLN en Chiapas, buscando recuperar el control de la zona de combate.

El EZLN ha rechazado la ofensiva del Ejército Mexicano y ha anunciado que continuará su lucha por la liberación de Chiapas.

La zona de combate

El Ejército Mexicano ha lanzado una ofensiva contra el EZLN en Chiapas, buscando recuperar el control de la zona de combate.

Misericordia prestada

Table with 2 columns: Location and Value. Lists various locations and their corresponding values.

El Ejército Mexicano ha lanzado una ofensiva contra el EZLN en Chiapas, buscando recuperar el control de la zona de combate.

OPINION

Gracias Chap... Opinión editorial sobre el conflicto en Chiapas.

Mantienen tomadas alcaldías en Edomex

Las autoridades estatales en Edomex mantienen tomadas las alcaldías de la zona de conflicto.



El conflicto en Edomex continúa, con autoridades locales tomadas.

Usarian fuerza contra priistas

Se anuncia que se usará fuerza contra los priistas en la zona de conflicto.

Reforma diagrama a seis columnas en vertical su narración de los hechos del 1 de enero. Similar a la edición de *El Financiero* del mismo día, una gran cabeza da sentido y orden a toda la plana: *Chocan ejército y guerrilla*, reforzada por un balazo de datos complementarios: *Enfrentamientos en Chiapas dejan por lo menos 60 muertos*.¹⁶⁰

Los reforzadores gráficos son determinantes para integrar el CSP de la plana, y al contrario que los otros casos estudiados, resultan de mayor variedad: aunque su función es esencialmente la misma: el afán de mostrar las pruebas de lo afirmado noticiosamente. El despliegue de la demostración se estructura en dos niveles: a) la prueba de la ocurrencia del hecho. Este nivel de demostración reside en la imagen empleada y colocada en la parte superior de las columnas segunda y tercera.

Se trata de una imagen muy similar a la empleada por *El Financiero* en su edición del mismo día. El ángulo es diferente, pero los elementos de prueba son los mismos: los presuntos zapatistas, muertos y arrojados en una ladera, cerca de un microbús baleado. El pie de foto confirma la identidad de los cadáveres retratados: *Presuntos guerrilleros fueron abatidos en un enfrentamiento con el Ejército en la carretera entre San Cristóbal y Ocosingo*. Es en este punto donde los reforzadores gráficos generan mayor impacto a partir de su función, a

¹⁶⁰ El lector disculpará, pero la costumbre —feísima desde un punto de vista estético y desde la perspectiva de las preocupaciones de algunos colegas por el buen uso del lenguaje— de cabecear iniciando siempre con un verbo, y el destierro absoluto de los artículos en esas mismas cabezas, es única y total responsabilidad de *Reforma*. La costumbre podría ser más entendible si el diario estuviera escrito en inglés, pero —y moraleja— este no es el caso.

diferencia de otros diarios: el hecho de que *Reforma* sea un diario que imprime a color su plana principal agrega un factor adicional de "sentido de realidad" a las imágenes presentadas, y en el caso de reforzadores gráficos no fotográficos, promueve mayor atención. *Reforma* usó este tipo de reforzadores para "cerrar" su narración de los hechos en el terreno de la demostración.

b) Junto a la fotografía (firmada por personal de *Reforma*: Luis Jorge Gallegos y Julio Candelaria), un concentrado gráfico de "información importante" respecto a Chiapas ocupa dos columnas verticales: la parte superior, delimitada por la cabeza *La Zona de Combate*, muestra a partir de una representación en mapa y con despliegue de símbolos para ubicación en el plano, la situación del conflicto ese lunes 3 de enero: con el uso de signos-guías, se enumeran en el mapa las ciudades tomadas el 1 de enero; la capital del estado, las ciudades que según la guerrilla zapatista fueron atacadas el día dos de enero, lugares de enfrentamientos, desplazamientos militares y el aeropuerto militar. Cierra esa primera parte una reducción del mapa nacional mexicano, con el señalamiento, en color contrastante, de la entidad de la República sujeto de tratamiento noticioso.

En el segmento inferior del reforzador no fotográfico, se desglosan los indicadores de una "Misericordia Profunda", materializada en los bajos porcentajes de población analfabeta, casas con piso de tierra y casas sin drenaje, comparadas con los promedios nacionales de estos tres indicadores sociodemográficos.

El bloque de reforzadores se complementa con dos segmentos menores: uno colocado a la izquierda del reforzador fotográfico: una viñeta que representa a

un hombre encapuchado y un rifle sobrepuestos al mapa del estado de Chiapas. El segundo segmento, bajo el gran cuadro gráfico, es de tipo fotográfico: una imagen cortada muestra a personal militar en una carretera, y se acompaña de un breve pie: *Militares toman posiciones para enfrentar al EZLN.*

Reforzadores y gran cabeza constituyen el eje de la primera plana de esta edición de *Reforma*, pero no son el único cuerpo de información-reconstruida de los hechos. A diferencia de *La Jornada* y *El Financiero*, *Reforma* despliega la nota principal del hecho en la plana principal, cosa que *El Financiero* hace sólo parcialmente y *La Jornada* no considera en absoluto, enviando a interiores toda la información anunciada en primera.

Junto al reforzador menor inicial, *Reforma* despliega una cabeza, a una columna vertical a seis pisos (!) que en auténtico estilo telegráfico complementa la enunciación de la gran cabeza: *Actúa Ejército Zapatista en nueve municipios, atacan base y penal militar*, firmado por los "enviados" (?) de *Reforma*. La nota del acontecimiento se extiende en la primera columna y la mitad de la segunda; la mitad de la tercera columna está ocupada por otro segmento de sentido: un reforzador de tercera categoría, que no busca probar, como lo hacen los reforzadores gráficos, sino "cerrar", precisar información, resulta, por contenido, más cercano al despliegue de la nota que al conjunto de sentidos formado por la gran cabeza y el conjunto gráfico. Este reforzador terciario, titulado *Por qué luchan*, definido en color contrastante, define los propósitos del levantamiento del EZLN y su "plan de guerra".

El espacio dominante dedicado a la nota del levantamiento cierra con la columna del extremo derecho, señalada y separada del resto del conjunto por plecas de menor peso gráfico, pero acentuado por una cabeza en tres pisos y en negritas, de mayor grosor: "Llaman al diálogo", firmada por la reportera Guadalupe Irizar, cuya nota igualmente se despliega en su totalidad en esta primera plana, sin pases.

El subconjunto signico correspondiente a Chiapas es separado mediante una pleca contrastante, que acota los espacios de uso de la nota y sus productos complementarios. La plana de *Reforma*, dividida en cuartos horizontales permite enunciar información ajena y derivada del levantamiento, que ocupa esa cuarta parte inferior, y por tanto de menor atención: la primera columna izquierda, bajo el encabezado de *Opinión*, resume las aportaciones que un articulista y un columnista, Enrique Krauze y Miguel Angel Granados Chapa, hacen sobre el movimiento armado con pases al interior; las otras cinco columnas se destinan a notas ajenas a la gran cabeza que rige la plana: la primera, a tres columnas y con cabeza de dos pisos, narra la toma de alcaldías en el Estado de México *Mantienen alcaldías tomadas en Edomex*. La nota está dotada de un reforzador fotográfico que nuevamente, prueba y enuncia el hecho en el pie de foto: *Priistas de San Mateo Atenco mantienen ocupada la alcaldía*.

La segunda y última nota del último cuarto del CSP, está fechada en Mérida y firmada por la conesponsal Teresa Ochoa. Sólo ocupa dos columnas y carece de reforzadores. Desprovista de mayores elementos de interpretación, la nota se vuelve incluso intrascendente: *Usarian fuerza contra priistas(?)*, desplegada en

dos pisos. Cierra este último cuarto un cuadro contrastante permanente; *Nos interesa su opinión*, y los teléfonos disponibles para entablar cualquier comunicación deseada con los artífices de esta primera plana.

Pero el CSP no está completo aún: a diferencia de sus compañeros de análisis, de tamaño tabloide, una plana *standard* tradicional tiene un espacio extra: el cintillo, en la parte superior de la plana, por encima del cabezal identificatorio. Respecto al cabezal de *Reforma*, existe un elemento signifiante que refuerza su lema, que como ya se ha visto en el capítulo tercero, forma parte de la autoenunciación de la capacidad de contar la verdad que posee cada medio. En el extremo derecho, el cabezal de *Reforma* ostenta una bandera mexicana, relacionada directamente con el lema "Corazón de México", y con el estilizado dibujo de la Victoria alada -nuestro chilango *Angel*- que se incrusta en la "O" de la palabra "Reforma".

El cintillo, que en diarios más tradicionales de tamaño *standard* suele ser ocupado por una sola noticia (*El Heraldo de México*, *El Sol de México*, *Excélsior*, *El Universal*) está "partido" en esta primera plana de *Reforma*: la mitad derecha se remite a la sección deportiva: un reforzador fotográfico de mínimas dimensiones, que reproduce a un jugador de los Vaqueros de Dallas, es el complemento de una cabeza de dos pisos, enteramente en mayúsculas: *Deportes*, en negritas que sirven para "romper" con el orden enunciativo de Chiapas, que domina en el resto de la parte superior de la plana: *Es Dallas campeón nacional de la división*.

La cápsula de información ajena, pero no menos importante, diría *Reforma*, se cierra con el pase a la ubicación física de la información. Separado por una plecra vertical, se recupera en el cintillo el caso Chiapas: tres cabezas breves, enunciadas en un paquete de tres pisos y que remite a interiores el resto de la información presentada sobre el movimiento zapatista: *Rechaza la Iglesia participación* (4A), *Vive caos San Cristóbal* (4A), y *Ése, ¡que no tome fotos!* (6A), operan como un breve conjunto de referencia y resumen que muestra la continuidad, en otras planas, de la narración de los hechos de Chiapas.

La construcción tiene un problema: la total ausencia de artículos deviene en frases ambiguas, al menos en los dos primeros casos de cabeza-resumen. No obstante, el CSP construido por *Reforma* termina por establecer un enunciado preponderante y de alta valoración, en el terreno de la trascendencia, para la entrada del zapatismo en la vida nacional.

Llama la atención que, a pesar de la juventud de un diario como *Reforma*, que sólo tenía un mes y dos días de vida pública, el EZLN no le haya achacado el mismo carácter de pluralidad que a los otros dos medios mencionados, habida cuenta que, muy independientemente de su criterio informativo (de denuncia sin llegar a serlo, y de perfiles cercanos a la clase media mexicana sin ilustrar pero con recursos), en el modelo de opinión ejercido por *Reforma* se perfila la misma pluralidad (y solamente en esta parte) que hizo valaderos a los otros medios ante el juicio del EZLN.

De los tres casos mencionados, sólo *Reforma* carece del estatus de "creíble" otorgado por el EZLN, sin embargo, su condición de periódico joven, la notable calidad de las firmas que llenan la plana de opinión (con sus excepciones, que quede claro) y su consecuente impacto en la clase lectora (gente joven, en particular) de periódicos no deportivos ni de nota roja, determinó su inclusión en el análisis.

La constitución de los CSP respectivos se basa pues, en una argumentación de doble dirección: en los tres casos, los medios parten, para su desarrollo en la vida pública e su capacidad de "decir la verdad", asociada a los valores profesionales de objetividad y veracidad: como se verá, el problema de la veracidad se constituyó en uno de los ejes fundamentales acerca del análisis del movimiento armado en Chiapas, a tal grado, que unos años después, el EZLN siguió ejerciendo su estrategia de difusión conforme a sus parámetros de febrero de 1994, y ningún medio se ganó, a lo largo de los meses y los años, la categoría de "creíble" o "adecuado" para los objetivos zapatistas (por mera ocurrencia, Fig.14).

En segundo término, los tres CSP se apoyan en la respectiva argumentación que les asigna el EZLN, cercana a sus propias declaraciones de principios, pluralidad, independencia y criticidad que son sus factores de venta (que en el caso de *El Financiero* se suma a la especialización de temas económicos, y por tanto es capaz de generar impacto en una clase empresarial, asidua lectora del diario: un beneficio adicional que si el EZLN no consideró, tampoco se molestó en reconocer después) entre la sociedad civil y las clases

ilustradas y políticas, que no precisan ser, de modo exclusivo, estudiantes universitarios (público proverbial de *La Jornada*) hombres de negocios (*El Financiero*) para consumir diarios caracterizados por su constante crítica al ejercicio de poder y de las estructuras del gobierno mexicano.

V.2. Al día siguiente, todos lo dijeron: tenía ojos azules y hablaba cuatro idiomas. Donde las construcciones signicas operan.

La constitución de diversos CSP referentes al levantamiento zapatista de Chiapas, alcanzó niveles inusitados de frecuencia e importancia en los paquetes informativos que intentaron dar cuenta de los detalles cotidianos del movimiento y de los diversos procesos de negociación que desde hace un año, han sido instrumentados. No bastaría con decir que, para el 6 de enero de 1994, buena parte del personal de *La Jornada* (nueve enviados) ya se había trasladado a la zona de conflicto, dispuestos a vivir, sin salir del propio país, la experiencia de la guerra, y la posibilidad de presenciar el nuevo giro histórico se volvió una tentación ineludible para todo aquel con verdaderos ánimos de autonombrarse "periodista".

Sí serviría, en cambio, acotar que las premisas iniciales de la cobertura del fenómeno chiapaneco y de su inquieto protagonista intelectual partieron de ese discurso periodístico que preconiza que, es lógico y natural que la interpretación de los hechos el medio XXX es absolutamente fiel a lo ocurrido, y que por lo tanto, la narración de los hechos que XXX haga, es absolutamente digna de credibilidad.

A ello se añade que en la confusión informativa inicial, la figura del elefante comienza a delinearse en múltiples formas, y en esos momentos iniciales, el nombre del elefante fue Legión, y en un plazo muy corto, cobró materialidad merced a los diferentes tratamientos y reconstrucciones que de él hacen los medios. La figura del SubElefante resulta un claro ejemplo del proceso de configuración: un estado de "guerra", un movimiento de liberación nacional salido de quién-sabe-dónde, es el marco de surgimiento de una entidad de la que nadie puede dar sino vagas referencias y que progresivamente no sólo cobra personalidad, sino que se digna criticar el manejo que de su historia, de su figura, hacen los retratistas de elefantes:

"Nosotros tenemos que desconfiar de todo lo que no conozcamos directamente porque repito, el gobierno nos quiere tomar una fotografía... muertos... Tenemos muy poco margen de maniobra, y paradójicamente más necesitados que nunca de contactar a medios de información que digan la verdad... No me considero suficientemente entrevistado, de hecho, la entrevista a *La Jornada* es la única entrevista que he dado en mi vida, y creo que hay muchos vacíos que dejaron los reporteros de ese medio y que hubieran podido llenar con preguntas que no se hicieron. Así que no me estoy portando como una vedette que escoge a quién sí y a quién no dirige su "honorable" palabra, simplemente estoy tomando en cuenta que donde me presente pongo en riesgo extra a los que

ahí están y a los que llegan. En fin, nos estamos comportando como lo que somos, gente perseguida por el gobierno, no por los periodistas"¹⁶¹.

Lo cierto es que, a partir de aquella famosa entrevista de febrero, el ente Subcomandante Marcos inició la consolidación de su personalidad ante los medios informativos, y perfiló su trascendencia política, más allá, y lanzando al olvido las primeras referencias periodísticas, que de acuerdo a la estrategia generalizada de considerar de antemano a los guerrilleros como "transgresores de la ley" (término empleado a lo largo de las emisiones informativas de *24 Horas*, *El Nacional*, *El Herald de México* y otros más, asumió a la figura del Subcomandante como una entidad ajena al carácter indígena del movimiento, y este factor fue manejado informativamente como un elemento de sospecha, para descalificar al neozapatismo y arrebatarle sus raíces indígenas y su origen mexicano: un movimiento guerrillero no podía ser posible, no tenía cabida en un país encarrerado hacia el primermundismo, como era el que gobernaba Carlos Salinas de Gortari.

"Rafael Villagrán señala que el Comandante Marcos (Que tenía mayor rango militar en la confusión de los primeros momentos¹⁶²) iba en una camioneta azul, era de tez blanca, rubio, ojos verdes y siempre estuvo acompañado de una mujer y que era el que estaba en Ocosingo dando las órdenes. Muchos de los pobladores sabían que ella era la que daba las instrucciones, era muy guapa

¹⁶¹ *Razones y Sinrazones de porqué unos medios sí*, en EZLN, op.cit., pp. 138 y 137. El Subcomandante Marcos se refiere a la entrevista publicada por *La Jornada* los días 5, 6, 7 y 8 de febrero, y firmada por Blanche Petrich y Elio Enriquez.

¹⁶² N de la A.

robusta, alta, más grande que el llamado Subcomandante Marcos; ese día el comandante hizo algunos comentarios. Pero ella fue la que dio la orden de que se siguieran rumbo a las montañas¹⁶³.

El afán de la explicación periodística no apareció sino hasta pasada la sorpresa de la irrupción violenta del zapatismo. En su edición del domingo 2 de enero, *La Jornada* ya da cuenta de la aparición de un "Comandante Marcos", que desde el balcón de la presidencia municipal de San Cristóbal de las Casas, expone los motivos del levantamiento: "El autodenominado EZLN decidió levantarse hoy en armas como respuesta a la entrada en vigor del TLC, ya que este representa un acta de defunción de las etnias indígenas en México, que son prescindibles para el gobierno de Carlos Salinas de Gortari", explicó el Comandante Marcos¹⁶⁴. Sin embargo, esos rasgos descritos por otros, de ojos claros y piel blanca, no son parte de este primer retrato.

Con el paso de los días, la entidad Marcos comienza a definirse. El martes 4 de enero, Roger Gutiérrez Díaz, de *La Jornada*, recupera la aparición del SubElefante en la plaza de San Cristóbal, ese primer día: "Primero de enero en San Cristóbal de las Casas. 19:30 horas. Caminé hacia la puerta principal del palacio municipal ocupado por los integrantes del autodenominado EZLN y solicité

¹⁶³ Juárez, Miguel Angel: *Olla a sangre Ocosingo*, en *Reforma*, sábado 15 de enero, 1994.

¹⁶⁴ *La Jornada*, domingo 2 de enero de 1994.

hablar con el Comandante Marcos. Después de obtener un permiso por boca de un indígena con el fusil en las manos, subí al segundo piso del edificio...¹⁶⁵

En tanto Marcos aparece y opera como una voz, como un líder con voz pública y autorizada, es que se logra el efecto de expectación hacia la personalidad del al principio comandante. Las raíces de la configuración del personaje Marcos se encuentran en los deberes ético-profesionales del periodista, entramados con el sistema actual de aguda competencia: encomendado a recoger la versión fiel, el testimonio más cercano al acontecimiento, un ser presentado, narrado y enunciado como fuente de mando, voz autorizada y por lo tanto fuente de noticia, se hace sujeto obligado de la búsqueda informativa.

De esta elemental entrevista jornalera del 4 de enero se desprende la sorpresa y el afán de desciframiento del Sub Marcos, que de entrada resulta insuficiente y que en el curso de un año generó planas y planas, minutos y minutos de comentario, análisis e interrogantes a los medios con aspiraciones de competencia periodística.

"¿Dónde naciste? -Te puedo decir que soy mexicano, como todos los que en el EZLN luchan. Aunque en mi caso particular no soy chiapaneco. -¿Dónde adquiriste formación militar? -Te puedo asegurar que la tengo, pero nada más te puedo decir. Conozco la diferencia entre pelear en el campo y en la ciudad, en el llano, en la montaña, en la selva o en la zona desértica... -Vuelvo al Comandante Marcos, quien recibió la noticia de las transmisiones en la televisión del

¹⁶⁵ *Ser pueblo y conocer la sierra, son nuestras armas: Comandante Marcos. La Jornada, martes 4 de enero 1994.*

acontecimiento. Me mira y dice: "a ver si ahora van a seguir negando esos pinches putos que en México hay guerrilla" -¿Tienen ustedes alguna relación con la Teología de la Liberación? -No, nosotros nos liberamos, pero sin teología -vuelve a reír- tenemos entre nuestra gente tanto evangélicos como católicos, ateos, brujos, etcétera. Lo de brujos no es broma. Son los brujos chiapanecos... -Marcos luce preparado y muy seguro de lo que afirma. Constantemente bromea, como si no estuviese su vida en peligro...¹⁶⁶.

Sólo hasta el miércoles 5 de enero, la Procuraduría General de la República hizo circular el "retrato hablado" de Marcos y una media filiación que con el tiempo se volvió uno de tantos papelazos informativos pergeñados por las oficinas de comunicación social mexicanas:

"Sus principales características, según la PGR, son: sexo masculino, 1.74 metros de estatura, aproximadamente, complexión atlética, tez morena clara (blanca), ojos verdes muy claros y grandes, pelo castaño claro, nariz recta y ancha, cara ovalada, boca regular y cejas pobladas. El hombre es de 25 años aproximadamente, señala la dependencia, y tiene como señas particulares que es cacanzo y lampiño. También se mencionan entre sus características, el dominio de dos idiomas y el uso de un pasamontañas"¹⁶⁷.

Al tiempo, la PGR presentaba un retrato del "Comandante Marcos", que paulatinamente, se iría revelando como insuficiente y que iba a dar lugar a algunas equivocaciones, como la aprehensión de un biólogo que vivía en los altos de

¹⁶⁶ Ibidem.

¹⁶⁷ *Reforma*, jueves 6 de enero de 1994.

Chiapas, de pelo rubio y ojos verdes, y cuya única culpa era guardar semejanza con la atinadísima descripción difundida por las autoridades judiciales. De este tipo de "errores", Marcos ya habla en el comunicado del 13 de enero, publicado 5 días después: "espero que la "media filiación" del "comandante Marcos" no le haya traído contratiempos a más inocentes (doble contra sencillo a que con esa "media filiación" van a acabar deteniendo al que protagoniza a "Juan del Diablo" en la telenovela "Corazón Salvaje" del canal, *but of course*, de las estrellas) Una pregunta: ¿Servirá todo esto para que, siquiera, los "mexicanos" aprendan a decir "Chiapas" en lugar de "Chapas" y digan "tzeltales" en lugar de Setsales?"¹⁶⁸, y aunque nunca se ha confirmado que aquel comandante que apareció en la plaza de San Cristóbal ese primer día de enero no haya tenido los ojos verdes o haya sido lampiño, ambas características, con el tiempo, se han desvanecido deshonrosamente para los agentes de la PGR, y ahora, el Subcomandante Marcos, el SubElefante Marcos, no tiene los ojos verdes sino marrones y usa barba, como algunos reporteros preocupados han insistido en asentarlo¹⁶⁹.

Marcos, la figura noticiosa, se vuelve mito. El elefante se vuelve signo de subversión lingüística que al paso del tiempo y a punta de comunicados, como dijo en su momento el monero Magú, configuró su real dimensión en el campo de batalla informativo.

¹⁶⁸ EZLN, *op.cit.*, p.70.

¹⁶⁹ Cfr. Las entrevistas escritas por Vicente Leñero para *Proceso*, Oscar Hinojosa para *El Financiero* y Tim Golden para *The New York Times* del 20 de febrero de 1994.



A la larga, Marcos no hace sino subrayar su misión de portavoz capaz de impactar en los sectores ilustrados y en la clase política de la sociedad mexicana. El retrato elefantino construido por la multiplicidad de medios que se atrevieron a internarse en la Selva Lacandona para llegar hasta el Subcomandante dio lugar a numerosos CSP, donde el SubElefante podía aparecer bajo la forma de un aguerrido salvador de la sociedad civil mexicana hasta la facha de un oscuro guerrillero con claras y torvas intenciones de desestabilizar el paraíso mexicano.

Dos casos son ilustrativos respecto a la personalidad de Marcos y la construcción de CSP. Marcos, a fuerza de convertirse en la voz ineludible del movimiento zapatista, devino en que cuanta afirmación, acto de presencia o comunicado crítico-periodístico-literario cometa, indiscutiblemente irá a parar a las primeras planas de los diarios y algunos gastaran planas enteras en reproducir sus ocurrencias y reflexiones sobre el sistema político mexicano de los años noventa.

El primero de estos fenómenos de CSP se refiere a dos construcciones de valoración positiva que se dan en medios agraciados con la calificación de ser "medios que sí". *Proceso* y *El Financiero*, del domingo 20 de febrero de 1994. Los enviados de ambos medios entrevistaron al mismo tiempo al Subcomandante Marcos, y aunque las afirmaciones vertidas por el paquidermo con pasamontañas son esencialmente las mismas, la construcción de la narración, de los diálogos, de las actitudes y ocurrencias del Subcomandante, la presentación que de la cobertura del acontecimiento hacen ambos medios, y el espacio dedicado en las

ediciones respectivas, consolidan los asertos de Marcos para terminar por hacerlos permanente destinatarios de sus mensajes.

El otro caso de reconstrucción informativa y signica -y algo de cinica- respecto al mismo personaje, lo constituyen las ediciones de los diarios capitalinos al día siguiente a su "desenmascaramiento", el día 10 de febrero de 1995. El mensaje del presidente Ernesto Zedillo, su anuncio de la existencia de órdenes de aprehensión contra la dirigencia del EZLN, y la identificación del Subcomandante Marcos como el filósofo Rafael Sebastián Guillén Vicente, oriundo de Tamaulipas y egresado de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. En los CSP del 10 de febrero, Marcos se convierte en un autentico "delincuente", trascendiendo la condición de jefe guerrillero que le había acompañado en algunos medios mexicanos durante un año, y del mismo modo en que la batalla propagandística del EZLN se libró en los medios impresos, pues para los medios electrónicos la presencia de Marcos a cuadro y llegando a la mayor parte de los hogares mexicanos, es contraproducente -como lo fue- y por tanto nimia para los intereses de las empresas electrónicas, su presunta identificación y presentación a los ojos del mundo cobró peso y poder en el terreno de la prensa. Los aplausos y vituperios, la cautela y la mercadología se materializaron en los CSP de aquel día.

1. *Proceso y El Financiero.*

"La respuesta llegó dos semanas después", escribe Vicente Leñero. Tres reporteros se encontrarían con el Subcomandante Marcos en algún lugar de la Selva Lacandona. De esos tres, dos mexicanos y de gran experiencia: Vicente

Leñero, por *Proceso*, y Oscar Hinojosa, por *El Financiero*. En ambos casos, la entrevista con el paquidermo es asunto de primera plana y portada. Los enfoques difieren: *Salinas sabía. Marcos de cerca*, reza la portada del número de *Proceso* del 21 de febrero de 1994¹⁷⁰, en blanco contrastante con el negro del pasamontañas marcosiano. La figura de Marcos ocupa todo el plano de imagen habitual de *Proceso*, y muestra a un Marcos cruzando los dedos.

En el caso de *El Financiero*¹⁷¹: (Fig. 14), y pasados los momentos de "cautela inicial", el diario repite su diagramado a cuatro columnas verticales y en tercios horizontales, para colocar en el tercio superior la entrevista con cabeza a dos pisos. *Soy un mito genial. dice el Subcomandante Marcos*, y un sumario: *Ni religiosos ni extranjeros en el ejército zapatista*, acompañados de un reforzador fotográfico: a una columna, un *big close up* del Subcomandante, donde el pie de foto: *El Subcomandante Marcos*, resulta inocuo aunque ante la gran cabeza de la plana, no hay sino una función física en el complemento del reforzador.

Ambos textos tienen su despliegue total en las páginas interiores de las dos ediciones. *Proceso* dedica al Sub Marcos 10 páginas, 1 a 15. *El Financiero* despliega en dos planas, 14 y 15, la entrevista (aunque en primera plana, la llamada remita a la página 18). De Oscar Hinojosa, el periódico presenta un gran texto regido por una gran cabeza: *Ningún caudillismo en el EZLN. Marcos*, modificado por un balazo que da cuenta del afán por recuperar al personaje Marcos: *Obsesiones y Mitos del líder militar de los zapatistas*. Tres reforzadores

¹⁷⁰ *Proceso* número 903, 21 de febrero de 1994.

¹⁷¹ *El Financiero*, domingo 20 de febrero de 1994.

gráficos complementan el paquete: Dos imágenes del Subcomandante Marcos, e inmediatamente, bajo la gran cabeza del texto, la fotografía del Subcomandante junto a un Oscar Hinojosa con suéter y pantalones de mezclilla, tomadas con Juan Miranda, fotógrafo de *Proceso* y el único al que se le permitió la asistencia a esta triple entrevista. Todo el texto se diagramó a cinco columnas verticales, y la décima columna de las dos planas corridas se dedica a presentar un comunicado pletórico de las "ocurrentes" postdatas del Subcomandante.

Proceso ofreció al lector dos textos, diagramados todos a tres columnas verticales por plana. Los reforzadores gráficos no se intercalan en el texto, como hace *El Financiero*, sino que se colocan como un refuerzo permanente que no bloquea a la lectura, en formato horizontal en las dos últimas columnas de cada plana impar. Vicente Leñero dedica las cuatro primeras columnas del conjunto al texto: *La espera, la delación, las sombras, las luces y el mito genial*¹⁷². La entrevista propiamente dicha, pues el texto antes citado tiene fines más bien introductorios, -¿derivaciones del talento narrativo de Leñero?- El texto con objetivos claramente informativos posee también una entrada compendiada en un CSP a 2 columnas, regido por una foto del Subcomandante, un sumario y la gran cabeza, desplegada a 10 pisos (que en el formato de revista no resulta tan abominable como una cabeza de seis pisos en un periódico), y con un sumario previo: *En mayo del 93, una decisión política impidió al ejército aniquilarnos; no pudo ser más que de el presidente de la República*. La gran cabeza afirma: *El Subcomandante se abre: "Lo aposté todo a la montaña; estoy viviendo de*

¹⁷² *Proceso*, op.cit.

*prestado y por eso escribo como loco; si no les gustan mis cartas, me vale madre*¹⁷³.

La presentación-representación de la figura marcosiana es el fin y el eje de ambos materiales periodísticos. Ambos coinciden en la indagación por esos detalles-signos que pueden en un asentido abductivo, permitir leer al Subcomandante Marcos; ambos recuperan el humor y la tendencia al sarcasmo del personaje, y asumen el encuentro como una dinámica donde siempre el Subcomandante, objeto de noticia, noticia en pasamontañas y botas lodosas tiene todo el control: "Un sueño muy ligero, lo que se dice un coyotito, cae de pronto del techo apenas se apagan las linternas y sobreviene el oscuro total. Pero dura muy poco. De la puerta que se abre desde el exterior, surge a contraluz, imponente desde la perspectiva a piso, horizontal, una imagen en sombra. Trueno la voz de una chacota, que es lo que despierta: "¡No tenemos armas! ¡No tenemos dinero! ¡No somos extranjeros! ¡Soy un mito genial! Es el Subcomandante Marcos. Ríe y se da la vuelta, en sombra siempre: -Orita regreso por ustedes."¹⁷⁴ Así, Leñero pinta carácter y humor, personaje y noticia.

El texto de Hinojosa se atiene a lo estrictamente noticioso, aunque no deja de plantear atmósferas y situaciones: "Unos cuantos minutos habían permanecido los entrevistadores tendidos sobre cobijas en la cabaña cuando una figura negra, espectral casi, como conviene a un personaje próximo al mito, penetra resuelto en el pequeño espacio, con voz enérgica y sarcasmos a la ofensiva: "Tienen 15

¹⁷³ Ibidem.

¹⁷⁴ Ibidem.

minutos para hacer sus preguntas. No hay extranjeros, No tenemos armas, no tenemos dinero. Soy un mito genial¹⁷⁵.

El encuentro, en ambos casos, se narra a través de las preguntas que buscan descifrar a Marcos. Se trata, dice Hinojosa "de una primera cuota a la solución del enigma sobre su personalidad oculta tras un pasamontañas, origen del desvelo de muchos periodistas ansiosos de descubrir el misterio, causa del desconcierto de los agentes de inteligencia política militar y centro del interés de millones de personas en todo el mundo desde los primeros días de 1994"¹⁷⁶. En ambos casos, las preguntas se desgranán a pequeños rasgos marcosianos: "¿Tienes en la montaña una máquina de escribir? -No, aquí con qué chance. Hay que ver lo que falta... Oye, ¿los pasamontañas son chiapanecos? - Auténticamente. Del mercado de San Cristóbal, -¿Podríamos decir que tu estilo literario tiene influencia de Monsiváis o de algún otro? ¿No leiste a Ibarquengoiba?"¹⁷⁷.

Leñero es más ambicioso: "Ya, Subcomandante, dígalo de una vez ¿quién es Marcos...? hay que volver al Marcos del origen ¿chilango? -No, soy provinciano -¿Nuevoleonés?, pregunta Golden -Si vas a recorrer los 32 estados hasta atinarle, no se vale -¿Norteño? insiste Golden -No... Marcos no es casado ni tiene compañera... De chavo, Marcos leyó a Neruda, a León Felipe, a Antonio Machado, a Vallejo. A Ernesto Cardenal y a Borges los leyó después, y a los mexicanos Efraín Huerta, Rosario Castellanos, Sábines, Montes de Oca. De Paz sólo le

¹⁷⁵ *El Financiero*, 20 de febrero de 1994.

¹⁷⁶ *Ibidem*.

¹⁷⁷ *Ibidem*.

gustan los ensayos de poesía, dice... ¿Le pica la barba, Marcos? -No tengo barba, soy lampiño... No le ayuden a la PGR... ¿Te comes las uñas, Marcos? -No. Así me las corto¹⁷⁸. Ambas presentaciones, de índole positiva, insisten en retratar adecuadamente al SubElefante. Desde la posición de "medios que sí", cumplen el deber de "narrar el acontecimiento", desde una reconstrucción de la realidad validada de antemano por el discurso del EZLN.

2. La noche que identificaron al elefante.

De mayores contrastes son las reconstrucciones del paquidermo el día que Ernesto Zedillo, presidente de la República, en un mensaje a la Nación dio cuenta de una nueva actitud del gobierno mexicano hacia el movimiento zapatista. "Decidido", lo llamaron algunos, "autoritario" lo tacharon otros. En el proceso de la narración periodística de los hechos, aún cuando la auténtica nota periodística del mensaje nocturno presidencial —otra vez dan la nota a las nueve y media de la noche— era la movilización del ejército en la zona de conflicto, la atención, indiscutiblemente, se centró en la todavía presumible identificación del Subcomandante Marcos.

"La evidencia descubierta el día de ayer ha permitido identificar a importantes miembros de la dirigencia del EZLN y configurar su presunta participación en la comisión de múltiples y graves delitos. Consecuentemente, y atendiendo a mi responsabilidad de cumplir y hacer cumplir la Constitución de la República, di instrucciones a la Procuraduría General de la República para que

¹⁷⁸ *Proceso*, 21 de febrero de 1994, número 903.

fuesen integradas las averiguaciones previas y sean consignados ante la autoridad competente los presuntos responsables. Hoy mismo se han librado órdenes de aprehensión en contra de las siguientes personas: Rafael Sebastián Guillén Vicente, alias *Marcos*...¹⁷⁹

En términos noticiosos, más trascendente que la identificación del Subcomandante (que muchos interpretaron como si Ernesto Zedillo lo hubiera mostrado acogotado), resaltaba el anuncio de que el ejército avanzaría en el terreno del conflicto para colaborar con la PGR en la búsqueda de los dirigentes identificados: "En uso de las facultades que me confiere la fracción VI del artículo 89 constitucional, he dispuesto que elementos del ejército mexicano coadyuven con la PGR en el cumplimiento de las órdenes de aprehensión contra los presuntos involucrados."¹⁸⁰

No obstante, la información relativa al Subcomandante resultó más atendida a la hora de resolver la enunciación de la noticia, e indudablemente se trataría del recurso que induciría al acto de lectura-desciframiento en el consumidor de los diarios mexicanos, aun cuando el avance del ejército se diera nuevamente, lo que equivalía a reactivar el conflicto en la zona de Los Altos. Por el contrario, el rescate de la figura de Marcos, resultaba, en vista de la progresiva transformación del paquidermo de vocero a encarnación del zapatismo, una posibilidad de sintetizar el conflicto, y las consecuencias del mensaje presidencial, además de

¹⁷⁹ Mensaje del presidente Ernesto Zedillo, jueves 9 de febrero de 1995, en *El Financiero*, viernes 10 de febrero.

¹⁸⁰ *Ibidem*.

resultar, mercadológicamente, más atractivo que una nota sobre ese avance altamente criticado.

Así, la mayor parte de los rotativos "de circulación nacional" asumen como eje de primera plana la identificación del Subcomandante Marcos-Sebastián Guillén, y a partir de su nuevo rostro es que los CSP enuncian una nueva forma de reconstrucción del Subcomandante Marcos.

En el caso de los "medios que sí", *La Jornada* y *El Financiero*, el fenómeno de la recuperación de la nueva figura de Marcos se da igualmente, aunque en el caso de *La Jornada* se trata de un tratamiento parcial. En el diario con oficinas en Balderas y Artículo 123, nuevamente Chiapas es el eje de todo el CSP (Fig 15). Bajo el cabezal identificador, una gran cabeza dirige el sistema de sentido. Se moviliza el Ejército hacia zonas zapatistas, reforzado por un sumano del mismo ancho de la gran cabeza, que subraya la importancia del texto del sumano complementario: *El Subcomandante Marcos, identificado: PGR.*

La gran cabeza lleva igualmente un reforzador, esta vez no fotográfico, pero no por ello de una neutralidad semejante a los reforzadores que se han detectado en las planas de *Reforma* (gráficas, datos importantes, datos en contraste, etcétera). Este reforzador gráfico es un cartón hecho por Rafael Barajas, *El Fisgón*, también desplegado a tres de cuatro columnas verticales, y que, bajo el título *Por los caminos de Chiapas*, representa a un tanque del ejército, en el acto de atropellar a una apaleada paloma de la paz, que a duras penas sostiene en el pico su rama de olivo.

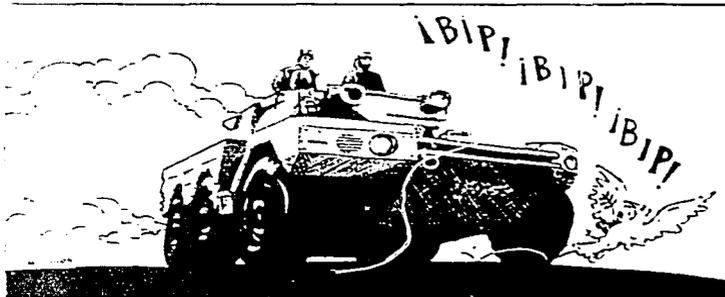
La Jornada

DIRECTOR GENERAL CARLOS PATAN VELVER ■ MEXICO, D.F. AÑO ONCE ■ NUMERO 3744

■ El subcomandante Marcos, identificado: PGR

Se moviliza el Ejército hacia zonas zapatistas

POR LOS CAMINOS DE CHIAPAS ■ El Fígón



■ Presuntos dirigentes, detenidos: hallan dos arsenales

■ Preparaba el EZLN nuevos actos de violencia, acusa Zedillo

■ Conai: los hechos pueden trastocar seriamente el proceso de paz

HOY VIERNES 10 DE FEBRERO DE 1995

LA PAZ EN RIESGO



Tras de un mes de negociaciones, el presidente Zedillo anunció el inicio de una serie de negociaciones con el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en la zona de los Altos de Chiapas. El gobierno se comprometió a negociar con el EZLN en un proceso de paz que se iniciará el 15 de febrero. El presidente Zedillo dijo que el gobierno se comprometió a negociar con el EZLN en un proceso de paz que se iniciará el 15 de febrero.

MARCHA DE LA LEALTAD



En el Estado de Chiapas, se anunció el inicio de un proceso de negociación con el EZLN en la zona de los Altos de Chiapas. El gobierno se comprometió a negociar con el EZLN en un proceso de paz que se iniciará el 15 de febrero. El presidente Zedillo dijo que el gobierno se comprometió a negociar con el EZLN en un proceso de paz que se iniciará el 15 de febrero.

Texto íntegro del discurso del presidente Zedillo ■ ■

La tregua, en estado de coma

Jaime Zaldúa, Roberto Garza y Oscar Cosío ■ Al inicio de la tregua con el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en Chiapas, el gobierno se comprometió a negociar con el EZLN en un proceso de paz que se iniciará el 15 de febrero.

Como es la multiplicada de primeros de enero de 1995, la tregua con el EZLN en Chiapas se inició el 15 de febrero. El presidente Zedillo dijo que el gobierno se comprometió a negociar con el EZLN en un proceso de paz que se iniciará el 15 de febrero.

Escriben sobre Chiapas

- Paulina Fernández ■ 10
- Antonio García de León ■ 17
- Luis Javier Garrido ■ 23
- Pablo Gómez ■ 4
- Luis Hernández Navarro ■ 8
- Emilio Zedillo ■ 12

(Fig. 15)

El conjunto sumario-gran cabeza-reforzador se complementa con un conjunto de reforzadores textuales secundarios: tres cabezas a cuatro pisos, desplegada a lo ancho de la parte inferior de la plana: *Presuntos dirigentes detenidos; hallan dos arsenales, Preparaba el EZLN nuevos actos de violencia, acusa Zedillo, Conai: los hechos pueden trastocar seriamente el proceso de paz.* La cuarta columna vertical de *La Jornada* del viernes 10 de febrero opera en orden descendente: La posición del diario con su editorial, un "texto importante": *La paz en riesgo*, que "cerca" la información trascendente pero ajena al problema del conflicto zapatista. Bajo una cabeza menor, aunque en altas, aparece la nota con respecto de la cual se ha marcado distancia: *MARCHA DE LA LEALTAD*, la fotografía del presidente Zedillo rodeado de integrantes de las fuerzas armadas, que remite al tradicional encuentro anual que rememora el recorrido que Francisco I Madero hizo en 1913, del Castillo de Chapultepec a la Ciudad de México, escoltado por los cadetes del Colegio Militar, en los inicios de la Decena Trágica. La imagen de Zedillo aparece acompañada de un reforzador textual que da sentido a la imagen: *"En el castillo de Chapultepec, el presidente Ernesto Zedillo escuchó al Secretario de la Defensa patentizar la obediencia del ejército y declarar son tiempos de soluciones perdurables y paz digna para todos"*, y aunque la imagen reforzada recibe en el pase a interiores su traslado a un despliegue más amplio, cumple una segunda función signifiante en el conjunto de la primera plana: la imagen de Zedillo, de perfil y rodeado de rostros de militares, se contrapone a los sentidos fundamentales de la plana: la imagen de Zedillo al "mirar" hacia la gran cabeza y los reforzadores, establece una relación de oposición con respecto al sentido general de la plana, *La Jornada* no "se equivoca"

ni se parcializa al eliminar las alusiones presidenciales, pero sí la incluye, "cercándola" entre información y significaciones totalmente remitibles a los acontecimientos de Chiapas. Bajo el reforzador textual, se agrega, entre separaciones de "textos importantes", el anuncio de la inclusión, en interiores, del mensaje presidencial: *Texto íntegro del discurso del presidente Zedillo*, con el pase a interiores.

El sentido opuesto ha sido cercado, en tanto la columna se "cierra" con la entrada de una crónica: *La tregua. en estado de coma*, de Josexto Zaldúa, Roberto Garduño y Oscar Camacho, acompañado de un conjunto de pases, pertenecientes a los textos de "opiniones importantes", englobadas en el rubro *Escriben sobre Chiapas*, y la lista de autores: Paulina Fernández, Antonio García de León, Luis Javier Gamdo, Pablo Gómez, Luis Hernández Navarro y Emilio Zebadúa.

Toda la valoración del CSP en conjunto, resulta positiva hacia el zapatismo, y en contrano, descalificatoria hacia la movilización militar. Aunque sutil, minimiza la imagen presidencial, autora de las acciones que el reforzador gráfico, no neutro, encarna.

*El Financiero*¹⁸¹ (Fig. 16) construye su CSP a partir de enunciaciones y reforzadores textuales: una gran cabeza marca el sentido de la plana: *Detener a Marcos. la orden*, el diagramado, a tres columnas verticales, sólo otorga la columna central a la cuestión chiapaneca; la columna izquierda, en su parte

¹⁸¹ *El Financiero*, viernes 10 de febrero de 1995.



EL FINANCIERO

MEXICO, D.F., VIERNES 15 DE ABRIL DE 1995. \$10.00. (DOL. 10.00). TEL. 52 55 52 11 11 11. FAX 52 55 52 11 11 11. A. P. 636. C. P. 06700

Detener a Marcos, la Orden

Actúa el Ejército con Pleno Respeto a la ley: Cervantes

Rafael Cervantes, secretario de Defensa, calificó de "suertes armadas" a la detención del Ejército en el combate lograda por las fuerzas justas, dice.

36

Inflación de 3.8 por Ciento en el mes de Enero: Banxico

El índice de la canasta básica para el consumo aumentó 3.8 por ciento, los incrementos consecuencia de la inflación, explica.

37

Lanza Gingrich Nuevo Embate Contra la Inmigración Ilegal

El que villar electo enfrenta la frontera con México, considera "el presidente de la Cámara de Representantes de Estados Unidos

38

Rechazo General a Cualquier Intento de Nueva Ley Mordaza

Los miembros de la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía del Senado repudiaron cualquier intento de comunicación

36

Aprehender a 5 Líderes Zapatistas Instruye Zeñillo: Parrullaje Militar

Por José Rodríguez

Entre a las 10 del día de ayer un momento de detención por parte de la Fuerza del presidente Ernesto Zedillo y el ejército, en el Estado de Chiapas, sebastián Gutiérrez. En un comunicado, el jefe del comando Marcos se refiere a las fuerzas militares que se unieron con el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN). Instruye también a la comandancia del Ejército Mexicano a "evitar cualquier tipo de acciones que perjudiquen al EZLN". En un comunicado, el jefe del comando Marcos se refiere a las fuerzas militares que se unieron con el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN). Instruye también a la comandancia del Ejército Mexicano a "evitar cualquier tipo de acciones que perjudiquen al EZLN".

Arroja Rojas del EZLN

Los líderes del movimiento fueron liberados en el campo de batalla de San Andrés Baccalar, el subcomandante Marcos, el Comandante Marcos, José Javier Estrada, Rodolfo Vicente, Jorge Santiago, Santiago y Sergio Francisco Hernández, todos en Guatemala.

Los hechos fueron anunciados luego de que la PGR informara de la presencia de comandantes del EZLN en el estado de México, en el municipio de Matías Romero.

El Ejército mexicano se declaró en alerta máxima después de haber informado de la presencia de comandantes del EZLN en el estado de México, en el municipio de Matías Romero. Los hechos fueron anunciados luego de que la PGR informara de la presencia de comandantes del EZLN en el estado de México, en el municipio de Matías Romero.

Texto íntegro del mensaje presidencial

38

Reacciones Encontradas en Torno a la Decisión Presidencial: Operativos en el DF y Veracruz: PGR

Por Enrique M. Moreno y Carlos P. A. Gómez de la Bodega

El mensaje presidencial, que anuncia la detención de los líderes del EZLN, recibió en el extranjero una recepción mixta. En México, la prensa y el público en general reaccionaron con entusiasmo por la decisión del presidente Zedillo de actuar con firmeza contra el movimiento rebelde. Sin embargo, en algunos círculos políticos y académicos se expresó preocupación por el posible impacto de la medida en la estabilidad política del país. En Veracruz, se reportaron operativos de seguridad en varias zonas, lo que generó inquietud entre la población local.

La Procuraduría General del EZLN, Pablo Martínez, anunció que se había apoderado del presidente de la República, el subcomandante Zeñillo, y que se había comprometido a liberarlo a cambio de un millón de dólares. El ejército mexicano se declaró en alerta máxima y se inició un operativo de búsqueda de los líderes del EZLN. El presidente Zedillo instruyó a las fuerzas armadas a evitar cualquier tipo de acciones que perjudiquen al EZLN.

- Chiapas: Solución Militar
- Los Precios del Campo
- Reorientación Automotriz
- Naufríos y Navieros
- Los Frontes del EZLN
- A Pique la Industria Naval
- Asuntemas
- Carlos Ramírez
- Memorio Paredes
- Dario Cerec
- Manoel Chavez
- Y Angel Ortega
- Manoel Arellano
- Rafael Ferrández

Sostendrá el Gobierno la Paridad Flotante en 1995. Rev. ex la Mancera

Por Yamamazan

El gobierno mexicano seguirá sosteniendo la paridad flotante en 1995, afirmó el secretario de Economía, Manuel Mancera. El funcionario dijo que el gobierno seguirá manteniendo la paridad flotante en 1995, a pesar de las presiones de algunos sectores de la economía para que se adopte una medida de ajuste de tipo de cambio.

Manoel Arellano, secretario de Economía, dijo que el gobierno seguirá manteniendo la paridad flotante en 1995, a pesar de las presiones de algunos sectores de la economía para que se adopte una medida de ajuste de tipo de cambio.

Manoel Arellano, secretario de Economía, dijo que el gobierno seguirá manteniendo la paridad flotante en 1995, a pesar de las presiones de algunos sectores de la economía para que se adopte una medida de ajuste de tipo de cambio.

"Estrictas Condiciones" de EU a México por el Paquete de Rescate

Por Esteban C. Torres

WASHINGTON, D.C., 14 de febrero. Estados Unidos y México se ponen de acuerdo para negociar un paquete de asistencia económica para garantizar el cumplimiento de las obligaciones de México con el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial.

El acuerdo se alcanzó tras una serie de negociaciones entre funcionarios de ambas naciones. El paquete de asistencia económica incluye un préstamo de 1,000 millones de dólares y un crédito de 500 millones de dólares. El acuerdo también incluye un programa de asistencia técnica para ayudar a México a mejorar su sistema de cuentas públicas.

BANE IT CAPITAL
INVERSIONES Y SERVICIOS FINANCIEROS S.A. DE C.V.

INDICADORES Y COTIZACIONES

Dividendos	América	Actual
Dividendo	1,969.97	1,821.23
Dividendo por acción de acciones N.Y.	3,500.00	3,500.00
Dividendo 20 años	32.37	32.37
Dividendo 20 años	16,946.00	29,874.00
Dividendo 20 años	49,944.00	46,961.00
Dividendo 20 años	6,127.00	6,067.00

OTROS MERCADOS FINANCIEROS

Divisa	Cambio	Valor
Dólar en Venezuela/Barrancas	+ 1,000	9,800.00
Dólar en Venezuela/Barrancas	+ 1,000	9,800.00
Dólar en Venezuela/Barrancas	+ 1,000	9,800.00

COTIZACIONES DE VALORES FINANCIEROS

Atención Personal y Resultados Rápidos

(Fig. 16)

superior, remite a noticias diversas, de las cuales destaca en primer lugar y a modo de resumen *Actúa el ejército con pleno respeto de la ley*. Cervantes, complementado por un resumen mínimo de la información. Le siguen notas de variada importancia, pero de ámbitos diversos: *Inflación de 3.8 por ciento en el mes de enero*; *Banxico*, *Lanza Gingrich nuevo embate contra la inmigración ilegal*, y *Rechazo general a cualquier intento de Nueva Ley Mordaza*, todas ellas enunciadas en cabezas de dos pisos.

La columna extrema derecha enuncia información exclusivamente económica: en marco de "texto importante", *Sostendrá el Gobierno la Paridad Flotante en 1995, revela Mancera*; cabeza de tres pisos complementada con los primeros tres párrafos de la nota, que pasa a interiores. Cierra la columna la nota, con cabeza de dos pisos, *Estrictas condiciones de EU a México por el paquete de rescate*, firmada en Washington por la corresponsal Dolia Estévez, e inmediatamente después los indicadores y cotizaciones del día anterior, patrocinados esta vez por el Banco Capital.

El reforzamiento de la gran cabeza de la plana, solamente ocurre con el despliegue de la columna central y se enuncia en segmentos, con una cabeza secundaria de dos pisos, que actúa como "separador" del material firmado por Leticia Rodríguez: *Aprender a 5 zapatistas, instruye Zedillo: Patrullaje militar*.

Cuatro párrafos después, se inserta una cabeza a un piso, *Alerta Roja del EZLN*, que continúa el texto otros tres párrafos antes de enviarlo a interiores. Sobre la misma columna se incluye la llamada, a planas interiores, del mensaje

presidencial del jueves 9 de febrero. La parte inferior de dos columnas -izquierda, central- son ocupadas por un reforzador textual: Nota con cabeza de dos pisos, tan "cauta" como la cabeza de *El Financiero* del 2 de enero: *Reacciones encontradas en torno a la decisión presidencial; operativos en el DF y Veracruz: PGR*, firmado por cinco reporteros, que cierra el conjunto de sentidos recuperadores de la orden de aprehensión contra el Subcomandante. No obstante, el diario no asume mayores involucramientos en el acontecimiento, factor que compensa con la inclusión, en su resumen de material de opinión, de algunas colaboraciones (dos de siete) que abordan específicamente el asunto de Chiapas.

La valoración del "cauto" *Financiero*, a fin de cuentas, no rehuye el atractivo de la noticia del "desenmascaramiento" del Subcomandante. Muestra, en cambio, un involucramiento menor al de otro "medio que sí" -*La Jornada*- y aunque es efectivo desde la perspectiva noticiosa de dar cuenta de los hechos, tampoco asume el acontecimiento como la única cuestión de interés nacional del día, como hizo *La Jornada*.

En cambio, un diario que no es uno de los destinatarios habituales de los mensajes del EZLN, aunque no forma parte de los receptores del veto impuesto en el comunicado del 29 de enero de 1994 (publicado el 2 de febrero)¹⁸²: *La Prensa* (Fig. 17), que opta por construir un CSP que gira por completo alrededor de una cuestión que hasta podría entrar en un tratamiento policiaco: la identificación de Marcos.

¹⁸² Vide EZLN, op.cit., p. 112.

¡MARCOS DESENMASCARADO!

(PAGINAS DOS Y TRES)

LA PRENSA

EXTRA	741
CONCLUSIÓN	1170
098	
C.C. 03-02-205	

el periódico que dice lo que otros callan

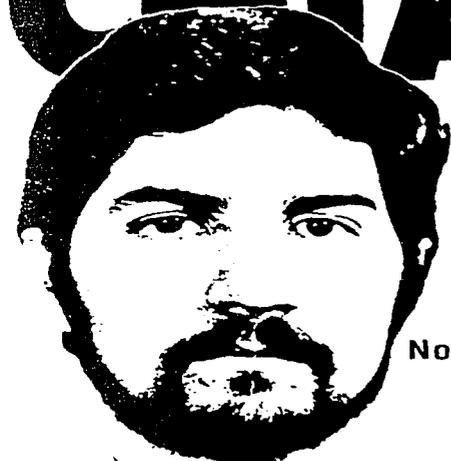
MEXICO, D.F. VIERNES 10
DE FEBRERO DE 1995

AÑO LXX
NUM. 24,318

JUNTE HASTA \$ 252.00
VAYA A LAS PAGINAS DE

El Mundo de la Tarde
112:12
El Mundo de la Tarde

CHIAPAS ¡YA!



Toma medidas el gobierno
para preservar la paz social

No significa optar por la violencia,
afirma el Presidente Zedillo

(PAGINAS DOS Y TRES)



DESCUBIERTO.

Rafael Sebastián Guillén Vicario, alias "Subcomandante Marcos".
- (Nueve páginas dos y tres). Fotos de Roberto Torres.

(Fig. 17)

La Prensa del 10 de febrero de 1995¹⁸³ dedicó no sólo la primera plana, sino la contra y dos páginas interiores al "desenmascaramiento" del Subcomandante Marcos. El tabloide que refuerza su prestigio con el lema "El periódico que dice lo que otros callan", anuncia, a partir de una gran cabeza y dos sumanos reforzadores, las condiciones del conflicto: *Chiapas ¡Ya! es la gran cabeza que alude a un nuevo giro de los acontecimientos: dos sumanos de importancia refuerzan la instancia de urgencia de la gran cabeza. Toma medidas el gobierno para preservar la paz social, No significa optar por la violencia, afirma el presidente Zedillo.* La inclusión del término "presidente" a las afirmaciones y acciones de Ernesto Zedillo -factor que no aparece en ninguno de los dos medios "que sí" examinados, refuerza lingüísticamente las afirmaciones noticiosas del diano.

Un cintillo, aunque de menor tamaño que la gran cabeza *¡Marcos desenmascarado!*, rige la construcción de la primera plana del tabloide, que recurre a los elementos reforzadores de un diario *standard*. El lema del diano, flanqueado por las orejas publicitarias constituye el soporte físico del cintillo, acerca del "desenmascaramiento" de Marcos. Aunque sin simetría y con un diseño deficiente -más bien amontonamiento-, la "L" que describe el material gráfico presentado en la plana respecto al hecho, se sobrepone incluso a la gran cabeza de la plana. e intenta reproducir el proceso por el cual la PGR (¿se acuerdan?) "demuestra" que el Subcomandante Marcos y Rafael Sebastián Guillén Vicente son la misma persona. La imagen dominante, la fotografía de Guillén Vicente.

¹⁸³ *La Prensa*, viernes 10 de febrero de 1995.

forma el inicio de la "L", seguida por la imagen del Subcomandante, y se completa con la gráfica donde se muestra el momento en que la PGR superpone ambas imágenes para demostrar la veracidad de sus afirmaciones sobre la identidad de Marcos.

El pie de foto, con un mini-encabezado, resume el proceso de reforzamiento gráfico: *DESCUBIERTO. abajo: Rafael Sebastián Guillén Vicente, alias Subcomandante Marcos.*

La contra de *La Prensa* (Fig. 18) está igualmente dedicada a la identificación probable del líder zapatista. La gran cabeza de dos pisos, frecuente en la página contraria a la primera de este diario, y que habitualmente está dedicada a dar cuenta de los casos de nota roja más notables del día, afirma, desde su posición de medio veraz: *Caerá Marcos*, afirmación consolidada por el bloque de reforzadores gráficos y secundarios que integra el rectángulo inferior y que ocupa dos terceras partes de la plana.

El bloque de reforzadores se integra por tres fotografías, el logo del diario y un reforzador textual con pie de foto.

Las imágenes, aunque de bastante mala calidad y poca definición, logran el efecto de reforzar la imagen del violento líder guerrillero: puede verse en ellas al presunto "Subcomandante Marcos" junto a la igualmente presunta "mayor Cecilia". Aparejada a esta foto, se coloca la parte superior del recuadro contrastante y el reforzador textual: *Cacería del guerrillero profesional y otros cuatro agitadores, con pase a interiores.*

CAERA MARCOS



**Cacería del
guerrillero
profesional y
otros cuatro
agitadores**

(PÁGINAS DOS Y TRES)

ESCONDRIJO

Calle Tenayuca número 30, Colonia Vértiz Maravilla, guardado de la gente de "Marcos", a quien se ve con la "mujer Cecilia". (Ver páginas dos y tres). Fotos de Asociación Santos y Marco Bayas.



**CONCENTRABA EL EZLN
ARMAS Y EXPLOSIVOS
PARA INCREMENTAR
VIOLENCIA**

(PÁGINAS DOS Y TRES)



(Fig 18)

Una placa dentro del recuadro contrastante, con una cabeza: *ESCONDRIJO*, refuerza las imágenes de la casa de la colonia Vértiz-Narvarte, donde se encontró un "arsenal" y pruebas de que los habitantes del lugar pertenecen a la dirigencia del EZLN: Calle Tenayuca número 30, colonia Vértiz Narvarte (sic, porque en realidad es la colonia Letrán-Valle), guarda de la gente de "Marcos", a quien se ve con la "Mayor Cecilia", con referencia a las planas interiores.

La intersección de planos es cubierta por el logo de *La Prensa*, y sobre la foto de la esquina inferior de la plana, un reforzador textual montado sobre la imagen, acentúa el valor negativo que fotos y texto han construido alrededor del presunto Subcomandante: *Concentraba el EZLN armas y explosivos para incrementar violencia*.

En conjunto, el CSP elaborado por *La Prensa*, apoya la reconstrucción de un Marcos guerrillero, esencialmente violento y amenazante: el desenmascaramiento y la demostración de que ambos personajes presentados en la plana son la misma persona. busca alejar cualquier duda respecto a las afirmaciones del mensaje presidencial, y marca una aparente solución definitiva - fallida interpretación- al levantamiento zapatista.

A pesar de la diversidad de los tres CSP examinados, la legitimidad de sus afirmaciones ante sus respectivos lectores tienen peso y arraigo. La disponibilidad y la diversidad de paquetes periodísticos que se producen en la Ciudad de México, por ejemplo, no implica necesariamente un consumo múltiple de información. Eso

es un hábito frecuente en segmentos privilegiados -económica o educativamente- de la sociedad, pero los consumidores usuales de diarios, consumidores comunes y cotidianos sostienen un consumo más bien unidireccional y permanente, fincado en la credibilidad depositada en el medio en particular.

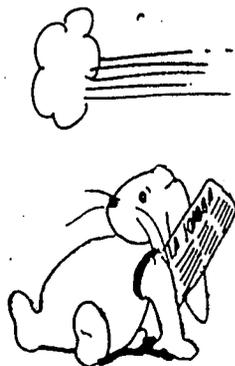
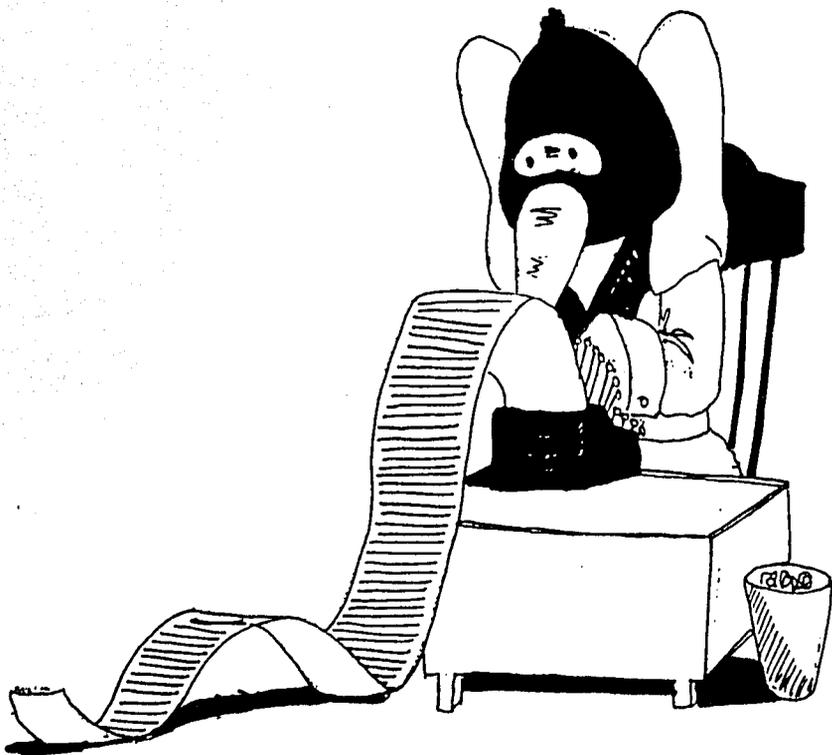
V.3. Y luego le dio por enviar comunicados y conceder entrevistas (y todos, a su manera, oyeron al nuevo elefante). Como resultado, una información real-reconstruida.

"Lo aposté todo a la montaña: estoy viviendo de prestado y por eso escribo como loco; si no les gustan mis cartas, me vale madre."

Subcomandante Marcos

Aunque le valiera. -cosa muy dudosa- la habilidad propagandística del SubElefante arropado con pasamontañas resultó un éxito en este país vapuleado, hambriento de caudillos y de mitos, y el EZLN lo aprovechó a sabor, generando un impacto insólito en la clase media ilustrada, habitual lectora de periódicos "independientes", receptores directos y privilegiados de los comunicados que harán célebre al SubElefante (Fig. 19), en ese sistema de acumulación de sentidos que es el discurso político del México contemporáneo.

Una de las armas propagandísticas fundamentales del EZLN a lo largo de los últimos catorce meses fue y es, sin duda, los famosos comunicados del Sub Ele..perdón, del Subcomandante Marcos, ferviente militante, ahora lo sabemos, de una práctica discursiva que buscó y logró aglutinar en torno a sí a una clase media



(Fig. 19)

ilustrada, que en el peor de los casos tachó de "sentimental" el lirismo con toques del folclor muy característico de ciertos personajes educados en la UNAM, que animaba sus mensajes, entre los cuales, arropado en un hábil manejo de ironía, el elefante con pasamontañas sometió a un juicio despiadado a la mayor parte de los santones (buenos y perversos) del espacio de discusión de una clase ilustrada, de los diversos grupos de la escena intelectual de este país, de tal modo que todos, terminaron por consumir sistemáticamente, cuanta puntada firmada por el paquidermo fuera a dar a las redacciones de los ya conocidos periódicos "independientes".

Que al SubElefante y al EZLN les parece importantísimo desarrollar un eficiente sistema de información propagandística, es claro. Desde la publicación del comunicado fechado el 11 de febrero de 1994¹⁸⁴, "Razones y sinrazones de porqué unos medios sí" puede percibirse el papel primordial que el "Sup" y amigos que lo acompañan conceden a su capacidad de impactar en un grupo definido de la sociedad, merced a una línea editorial crítica, independiente y cuyos ingresos principales no provienen de la venta de espacio para publicidad oficial, los medios se hacen confiables y por tanto, "dignos" de recibir la información trascendente y/o novedosa referente a un acontecimiento que se vuelve material obligado de primera plana.

A diferencia de otros movimientos armados o de liberación nacional, el EZLN asumió claramente, desde el principio, que una parte de esta pelea democrática tiene que librarse en los medios mexicanos, y no en todos los medios,

¹⁸⁴ EZLN, op.cit., p. 137.

sino en ciertos medios mexicanos, clasificados y elegidos por esta clase media de académicos analistas y críticos de la vida social por esa sociedad civil, que a la larga se convierte en entidad de presión y exigencia informativa.

Y de otra manera no se entendería el afán por desentrañar, hasta el detalle más nimio del mecanismo de formulación de los dichos comunicados, así como la reconstrucción de ese proceso, que, entre bromas y veras, llegó a la constitución del "Subcomanche" del cartonista de *La Jornada*, Magú, réplica mañosa, armada de una Máquina de Escribir Comunicados, e igual de respondona que su *alter ego*, agazapado en la selva Lacandona:

El Subcomandante, responsable con su firma de los comunicados del EZLN, explicó que los textos los escribe a mano o los dicta y en algún otro lugar, sobre hojas que llevan su firma, "se pasan en limpio". Esta breve explicación aclara las dudas de los reporteros que se sorprendían por la calidad tipográfica de los comunicados, tal que sólo podrían ser elaborados en un equipo moderno, impensable en las montañas del sureste mexicano, centro de las operaciones de Marcos¹⁸⁵.

Que los comunicados marcosianos eran parte medular del proyecto fue más perceptible después de los primeros días de enfrentamientos, cuando el SubElefante ya había comenzado a soltar declaraciones a aquellos "medios que sí", y, lentamente, los consumidores de información iban asumiendo la presencia del elefante con pasamontañas.

¹⁸⁵ Hinojosa, Oscar, en *El Financiero*, 20 de febrero de 1994.

Guerra semántica, dirían algunos. Para el 7 de febrero, Hermann Bellinghausen hacía notar la dimensión lingüística de la estrategia neozapatista, y señalaban que, más que acciones armadas, ésta ya era una guerra de palabras: "esta guerra ha sido tan rara que ya no parece guerra, pero sigue (sin resolver ni negociar) declarada. Como sea, lleva tres semanas en suspenso: devino en guerra de comunicados: del EZLN, del comisionado Camacho Solís, de la Secretarías de la Defensa Nacional y de Gobernación... Después de los combates y las primeras, erráticas líneas, nos vino el momento de leer entre líneas lo que ocultan los chistes del Subcomandante Marcos, lo que sugieren los aforismos del Comisionado y lo que sugieren también las escenificaciones del poder. El lenguaje respalda e ilustra lo comunicado en boletines y comunicado (sic) La prensa recibe y deglute para la opinión pública esta cadena de tinta y papel."¹⁸⁶

Precisamente porque el EZLN pensó y construyó una estrategia propagandística cuya principal zona de impacto son los medios impresos, es que el conflicto de Chiapas se volvió patrimonio noticioso de esos mismos medios, que de buenas a primeras, recibían una rápida disección y terminaban clasificados en varias categorías: aquellos medios, que, sin pena ni gloria podían hacer su cobertura de los acontecimientos, los "medios que sí", aunados a los medios "con invitación especial" y promesas de atenciones y lo más reciente en materia de

¹⁸⁶ Bellinghausen, Hermann: *Comunicados. la fase semántica del conflicto en la Lacandona*, La Jornada, lunes 7 de febrero de 1994.

comunicados, postdatas y exclusivas, y por último, aquellos medios electrónicos, víctimas de un veto de primera intención, explicable, aunque no justificado¹⁸⁷.

La argumentación del EZLN respecto a los medios es hábil y efectiva. Aprovechando ese Discurso del Periodismo, según el cual todos los medios que efectúan una labor informativa son de entrada voceros-narradores de lo que acontece en realidad, es claro que nadie desearía perder ese hermoso moño de adorno, y el zapatismo se aprovecha de ello: "Segundo: sabemos que su trabajo de ustedes es informar al pueblo de México y al mundo de lo que ocurra en esta etapa de la justa guerra de nuestro EZLN contra la opresión, la injusticia y la mentira... Tercero, existen algunos medios informativos que se han negado

¹⁸⁷ Quién se cree el EZLN para decirle a los medios quién asiste y quién no a la cobertura de los hechos? Esta pregunta se deslinda, antes que nada, de cualquier posición a favor o en contra del movimiento zapatista. El reclamo viene de un sentido exclusivamente periodístico de lo que ha de ser la cobertura profesional de los acontecimientos que son noticia. ¿Puede un sujeto de noticia, alguien que es, esencialmente, noticia, decir a quién se le permite la entrada al escenario de los hechos, por mera decisión unilateral? ¿es esto efectivo? También, es, por cierto, pan de cada día del trabajo periodístico.

Las razones del EZLN, aunque entendibles, no justifican el veto a los medios electrónicos, mucho menos si el EZ se autoasume como una organización prodemocrática, lejana de viejas costumbres represivas, como el negarle información a ciertos periodistas incómodos, preguntones o con cierta irritante capacidad de lectura abductiva. Desde los zapatos del reportero, se entendería un "no acceso" por razones de seguridad, de valor político, etcétera, si también hay que ser pragmáticos y asumir las reglas del juego. Empero, con un poco de empeño, vueltas y recursos variados, esos obstáculos suelen vencerse. En cuanto al trabajo de cobertura de todos los días, sería bueno saber a qué jefe de información le parecería inevitable quedarse con su veto y además se resignara a ello. No deben ser muchos. Y hay reporteros que, trabajando en Televisa o en *La Jornada*, tampoco se resignarían cómodamente al veto. ¿Que si se manipula, se deforma, se inventa? Tal vez, y es posible, y ocurre, pero eso es problema final del consumidor de los medios -todavía no conozco a ningún medio que obligue, escopeta en mano, o que envíe a los guaruras a "persuadir" al público para le escuche, le lea o le vea, sino que este consumo ocurre en la medida de que el argumento de la credibilidad respectiva opere y tenga efectos. Pero, parte de estos asuntos es materia del siguiente capítulo, y la otra, de otra tesis.

rotundamente a informar con objetividad lo ocurrido en nuestro estado. Diversos medios se han ensañado particularmente en contra de nuestra causa y la del pueblo indígena chiapaneco, nosotros nunca hemos pedido a los medios de comunicación que se conviertan en portavoces del EZLN, pero consideramos que es su deber y derecho de la sociedad toda el informar con objetividad... Cuarto. Por parte del CCRI del EZLN existe una política de puertas abiertas a los medios informativos que a nuestro parecer, se desempeñen con objetividad, sin tomar partido por uno u otro bando¹⁸⁸.

La argumentación es efectiva. En tanto esa calificación de "medios objetivos" conforme al parecer del EZLN funcione, la cobertura de la primera etapa del diálogo de paz, en febrero del año pasado, estuvo atiborrada de periodistas que "hacen una cobertura objetiva de los hechos".

Es cierto que el veto a Televisa se antoja incluso hasta prepotente, y que ese vicio también suelen tenerlo otros sujetos de noticia (funcionarios, jefes de prensa, etcétera), pero no es gratuito: en la medida que el neozapatismo capitaliza la crisis de credibilidad del consorcio televisivo, genera mayores reacciones positivas entre aquellos sectores de la sociedad civil (¿Así se dice?) que llevan más de una década cuestionando sistemáticamente la política informativa de Televisa: sectores de acción social, clases ilustradas y "críticas", y segmentos poblacionales altamente politizados, sobre los cuales el noticiario de las diez

¹⁸⁸ *Medios que están invitados a cubrir el diálogo*, publicado el 2 de febrero, en EZLN, op.cit., p. 111.

treinta en el canal dos ejerce una suerte de encanto que no se traduce en el consumo indiscriminado y leal de sus contenidos, precisamente.

"En cuanto a los medios televisivos, el EZLN sólo vetaría la asistencia de las televisoras privadas nacionales Televisa y Televisión Azteca, la primera porque no necesita buscar noticias, pues las inventa y maquilla a su gusto y conveniencia. La segunda porque sus reporteros han mostrado falta de profesionalismo, al ofrecer dinero a nuestros combatientes para que hagan declaraciones"¹⁸⁹.

En cambio, las agencias noticiosas (AP, UPI, AFP, Reuter, Prensa Latina), *La Jornada*, *El Financiero*, *Tiempo*, *El Norte*, *The Washington Post*, *Los Angeles Times*, *Le Monde* y *The Houston Chronicle*, además del Canal 6 de Julio, MVS Multivisión, *Siempre!*, *Proceso*, Radio Red, Radio Educación, Grupo Acir y dos radiodifusoras de Tabasco y San Cristóbal, reciben una "invitación especial".

Esta segmentación de medios, que seguirá rigiendo para los contactos que el EZLN entabla con los artífices de la noticia, forma parte de la efectividad de los comunicados marcosianos: los medios, en su aspecto más amplio, podrán tener acceso a ellos, vía agencias noticiosas o los canales usuales de circulación informativa y a los que los reporteros están acostumbrados: boletines, filtraciones, fuentes enteradas, etcétera. Sin embargo, estos mensajes siempre tienen cuatro grandes destinatarios: los medios que sí: "Al semanario nacional *Proceso*; al periódico nacional *La Jornada*, al periódico nacional *El Financiero*, al periódico local de San Cristóbal de Las Casas, *Tiempo*", suele ser el encabezado de esos

¹⁸⁹ Ibidem.

mensajes, que a más de provocar en ciertas redacciones auténticos cataclismos de envidia y de difundir las acciones, los juicios y los comentarios emitidos por la comandancia del EZLN, son el campo de acción que se autoconstruye el Subcomandante Marcos, a partir de la advertencia del Comité Clandestino Revolucionario Indígena-Comandancia General del EZLN, en el comunicado del 11 de enero, publicado 7 días después:

"El Comité Clandestino Revolucionario Indígena-Comandancia General del EZLN declara que los únicos documentos válidos como emitidos por el EZLN y reconocidos por todos los combatientes zapatistas serán aquellos que tengan la firma del compañero Subcomandante Insurgente Marcos."¹⁹⁰

En tanto la actividad periodística explota la función esencialmente referencial del lenguaje, asociada a la capacidad de emitir afirmaciones que corresponden a los acontecimientos, los comunicados de Marcos asumen esa misma capacidad referencial, y apoyados en ella narran la versión zapatista de los acontecimientos. Por tanto, se convierten en material noticioso de primera calidad. El mejor reportero que cubre a Marcos es el propio Marcos.

No obstante, la cobertura del levantamiento chiapaneco obliga a los artífices de la información a volver sobre un debate que desde la cobertura noticiosa de la Guerra del Golfo Pérsico ya había resucitado entre los modernos periodistas: la necesidad de recuperar la honestidad de la narración de los hechos y la exigencia de la sociedad por obtener información valiosa y a prueba de cuestionamientos de

¹⁹⁰ EZLN, op.cit., p. 80.

legitimidad: algunos, desde los primeros días del conflicto en Chiapas se dieron cuenta de que, entre las pretensiones del EZLN, aunque no se haya explicitado como una demanda más de la Declaración de la Selva Lacandona, estaba la de mover a los medios, y a quienes en ellos poseen aunque sea algunos gramos de sentimientos de autocrítica -muchos de ellos alojados en esos "medios que sí", a efectuar una nueva reflexión sobre la forma en que los medios mexicanos desarrollan el trabajo periodístico.

"Otras guerrillas se han librado. El conflicto de Chiapas trajo una nueva relación entre los medios. La prensa escrita, cuyo Apocalipsis parecía anunciado tomó la delantera por meras verosimilitud y oportunidad. Lo primero fueron las fotos y luego los reportajes, las historias, los análisis, las polémicas. Los medios electrónicos, atados a inercias de verticalidad y autocensura, perdieron terreno como nunca antes. A juicio del público, sus emisiones no ayudan a leer los acontecimientos, y menos que nadie la televisión, vetada además por una de las partes en la negociación. La tv se ha sometido a un virtual referendo nacional que pone en tela de juicio su credibilidad"¹⁹¹.

Así, vetos o no vetos, los medios que desarrollan coberturas informativas responden y atienden al acontecimiento y van mas allá: como suele ocurrir en los grandes acontecimientos nacionales desde hace más de una década, son cada vez mayores los cuestionamientos que se hacen de los paquetes informativos, y todos, al mismo tiempo, se apuran por seguir en la competencia: lo que no se vale es la ignorancia y la poca habilidad para informar: "si hubieran convocado a un

¹⁹¹ Bellinghausen, H., op.cit.

congreso nacional de medios, no hubieran acudido tantos ni tan representativos (representativos de qué, pregunta-nota de la A.), ni tan aguerridos. Han hecho alianzas, se han peleado y dicho unos a otros sus verdades. La libertad de expresión en estos momentos parece salir fortalecida. Se puede defender al ejército o a la guerrilla con igual entusiasmo intelectual y a nadie decapitan¹⁹².

En ese contexto, los comunicados de Marcos siempre serán uno de los vehículos básicos para la difusión y generación de impacto social que respecto al conflicto, el movimiento zapatista puede operar para sus fines propagandísticos. Marcos, con su irrupción en los medios, con su "puesta de reglas" a los medios, aseguró, es espacio para sus comunicados, aunque incluyan sonetos enteros de Shakespeare en inglés. Marcos habla—escribe ("Por mi boca habla el EZLN") y hay que darle espacio y auditorio.

La estrategia zapatista ha probado ser efectiva, y, "a punta de comunicados", Marcos se gana su lugar en los medios impresos: de sujeto de noticia, Marcos se vuelve juez y lector de la vida nacional, y sus comunicados, con opiniones, chistes, reclamos y regaños, son tan cotizados en algunos sectores, como las columnas del más sesudo de los comentaristas.

Destinatarios hay muchos:, no sólo *La Jornada*, *Proceso*, *Tiempo* o *El Financiero*: La Cruz Roja, William Clinton, Manuel Camacho, las organizaciones indígenas, las ONG, el CEU —que no sale limpio del encontronazo con la

¹⁹² Ibidem.

realidad¹⁹³, el comité de educación primaria número 4, "Beatriz Hernández", de Guadalajara; el PRD, el niño Miguel A. Vázquez Valtierra de La Paz, BCS, la CEOIC, Mariana Moguel, destinataria de la historia del escarabajo respondón Durito, *alter ego* del "Sup"; Marta Lamas, Elena Poniatowska, Cuauhtémoc Cárdenas, todos son destinatarios y todos le escriben al "sup", que por otra parte, tiene razón: escribe como loco.

En esta demencia creativa, literaria, contestataria, que ni siquiera el mitote del desenmascaramiento logró atenuar, se detectan dos niveles: están los comunicados netamente informativos, que enuncian las condiciones de la negociación, las críticas contundentes a los vicios y costumbres del sistema político mexicano y los planes y proyectos del EZLN. Asumidos como material esencialmente noticioso, y exento de puntadas, divagaciones y fábulas, habrá de asignárseles a estos comunicados un valor argumentativo limitado a la exposición del proyecto político del EZLN.

De ellos, Marcos afirma: "todos los comunicados firmados por el CCRI-CG del EZLN son aprobados por miembros del Comité, a veces por la totalidad de ellos, la redacción de los textos es uno de mis trabajos, pero el comunicado en sí

¹⁹³ **Nota crítica para lo que queda del CEU, cuando ya podemos hablar sin rencores del año de la peste:** "ya que en postdatas estamos, ¿cuál de todos los CEUs es el que nos escribe? Porque cuando yo era un apuesto joven de 25 años (¡jórales! ¡Avisa! a la computadora de la PGR para que saque cuentas!) había, cuando menos, 3 CEUs. ¿Por fin se unieron?", en EZLN, *op.cit.*, p. 130. **Postdata del nuevo siglo:** Y eso que nadie sabía la clase de bestiecillas rabiosas que los movimientos estudiantiles de la UNAM pueden engendrar. Hubo que esperar hasta 1999 para que nos diéramos cuenta de que la razón —o la pretendida razón— puede engendrar monstruos más tangibles e igualmente molestos. Un auténtico caso de perras bravas, que hasta a los de casa mordieron. Pregúntenle a *La Jornada*.

se origina por dos caminos... uno es que los miembros del Comité ven la necesidad de pronunciarse sobre algo, de "decir su palabra". Entonces se proponen y discuten los puntos principales de lo que se va a decir y con esas indicaciones generales me ordenan que haga una redacción. Después les presento el comunicado redactado, ellos lo revisan, le quitan o le agregan cosas y lo aprueban o lo rechazan"¹⁹⁴.

Sin embargo, los comunicados informativos o claramente políticos cumplen con una función indispensable en la labor propagandística: la difusión de una propuesta ideológica se cubre de manera eficiente. Sin embargo, es sabido que no basta con generar una profunda y eficiente declaración de principios para provocar un impacto mayoritario y con ello, la posibilidad de generar consenso y aprobación social: hace falta también la capacidad operativa de generar mensajes que traspongan la barrera de lo racional, y recurriendo a diferentes argucias argumentativas: humor, dureza, la falacia declarada, pueden generar un impacto definitivo en los destinatarios: ése el cometido de los "mensajes ligeros" y fabuladores de Marcos.

"Existen también los textos que suelo redactar para presentar los comunicados que envían, en esos textos estoy un poco "más suelto", pero la vigilancia del Comité se mantiene. Más de una vez las cartas de presentación merecieron la reprobación de miembros del CCRI"¹⁹⁵.

¹⁹⁴ Marcos y su historia de la danta bastarda para consumo editorial, 30 de junio de 1994, *La Jornada*, viernes 15 de julio de 1994.

¹⁹⁵ Ibidem.

Es cierto que, como lo admite el propio Marcos, en la dinámica de un levantamiento armado, la planeación de los mensajes a emplear puede ser incierta y responder a requerimientos y exigencias inmediatas: "la línea editorial zapatista sigue la consigna de ahora o tal vez nunca", producto de las condiciones de guerra y aislamiento en que estamos, no medimos lo que decimos y tratamos de aventar todo de una vez... porque puede ser la última... Lamento si desilusiono a alguien con este horrible secreto, pero nunca planeamos con antelación lo que íbamos a decir"¹⁹⁶.

Ello no es obstáculo para que los comunicados circulen y logren su efecto en una sociedad motivada al consumo de las ocurrencias sarcásticas del vocero del EZLN. Aun los trabajadores de la información que hacen uso del humor gráfico, vulgo cartonistas, reconocieron la efectividad de los mensajes marcosianos, que incluso, podrían estar aderezados con regaños para ciertos sectores de la sociedad civil crítica, ya que todos asumieron las afirmaciones del SubElefante como una nueva lectura autorizada de la realidad nacional, emitida por un nuevo gran conocedor de los hechos de interés público, y esas afirmaciones resultaban válidas por venir de la encarnación del zapatismo, de esa materialización que le permitió al EZLN hacer mella en la población urbana del país, tan lejos de Chiapas y tan cerca de la Coca Cola:

"El Subcomandante Marcos habrá de pasar a la historia por haber sido el primer transgresor de la Ley de Imprenta que ha puesto de cabeza al país, disparando más su Olivetti que su cuerno de chivo. Desde algún lugar de la Selva

¹⁹⁶ Ibidem.

Lacandona o desde las montañas del sureste mexicano, salieron disparados, durante 45 días, mortales andanadas de cartas, peroratas, rollos, comunicados, postdatas y una que otra mentada de madre (dramática, traumáticamente recordada durante más de un año por el monero Magú. N. de la A.) y siempre las hizo llegar, más rápido que el Servicio Postal Mexicano¹⁹⁷.

Y no le falta razón a Magú, y en ello reside el parcial triunfo comunicativo del EZLN: la búsqueda de los medios impresos, a pesar de las oscilaciones en el terreno de las construcciones noticiosas, era el arma fundamental para generar el debate nacional acerca de la trascendencia del zapatismo, y así eliminar el riesgo de ser confundidos por algunos analistas despistados con "una señal" más de la preocupante y agotada situación nacional.

Sin querer, Marcos y sus reflexiones sobre los quehaceres de los medios vienen a insertarse en este trabajo que reflexiona acerca de la forma en que los que trabajamos a diario con la información, los que hacemos paquetes informativos que los otros consumen, ejercemos influencia directa en la movilización social. Ello explica que la personalidad de Marcos se ejerza desde el enigma que sigue siendo, pese a desenmascaramientos y persecuciones reporteriles: "Si los medios de comunicación dejan de colaborar, se derriba el sistema, porque está sostenido con esa imagen que te venden en la televisión, en los periódicos, en las revistas. En el momento en que los medios empezaran a decir lo que realmente ocurre, se derrumbaría todo el sistema. Ese fue el golpe de

¹⁹⁷ Nos trae a punta de comunicados, en *El Tataranieto del Ahuizote*, suplemento ocasional de los moneros de *La Jornada*, coordinador Magú, jueves 24 de febrero de 1994.

enero, porque resulta innegable, que ya no se podía ocultar, y los medios tuvieron que mostrarla tal cual... Además, toda la apuesta del neoliberalismo no es sobre una realidad, sino sobre lo que se puede decir de esa realidad... No es la realidad del país, sino lo que se dice sobre el país... Enero vino a demostrar que decir la verdad también es negocio. Los medios que dicen la verdad también vendieron y crecieron. Con razón se derumbó la credibilidad de muchos de ellos, porque la gente empezó a leer¹⁹⁶. Marcos adquiere personalidad y dimensión en el espacio de los medios impresos y poco a poco, en esos espacios de bellos cabezales, que aseguran que siempre dicen la verdad, el Subcomandante, el SubElefante, se vuelve un mito, también verdadero.

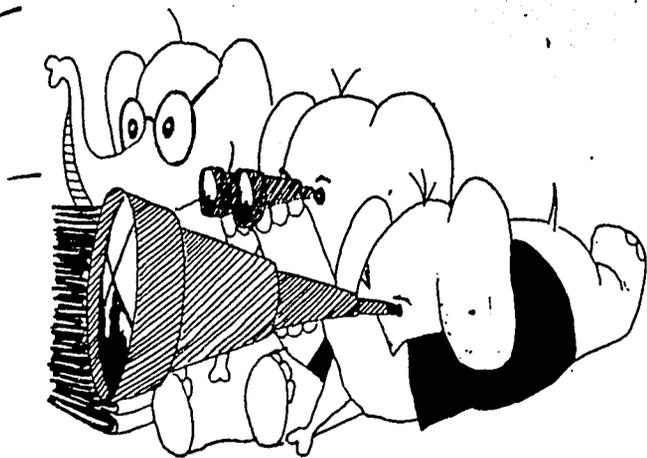
V.III Y claro está, el elefante con pasamontañas se volvió un mito. (De libros, plumas, camisetas y poemas). Al cabo, la Realidad Informativa consumida, se ejerce, y adquiere materialidad.

"Soy un mito genial".

Subcomandante Insurgente Marcos

Nos guste o no, la presencia del Subcomandante-SubElefante permeó la recepción e interpretación del fenómeno zapatista. De este breve estudio podemos concluir que la instrumentación de diversos CSP alrededor del concepto Subcomandante Marcos fue abundante y efectiva para los "medios que sí" y los que no (Fig.20).

¹⁹⁶ Maza, Enrique: *El reto de Marcos: Zedillo debería valorar: mejor no pierdo aquí para no perder algo más grande*, en Proceso, número 944, 5 de diciembre de 1994.



(Fig. 20)

Pero ello no basta ya para entender la profundidad del personaje-elefante-Marcos, y con él, el comportamiento de quienes elaboran los paquetes informativos, pues Marcos se ha trascendido a sí mismo.

¿Es que Marcos es ya un mito? ¿Cómo se lo ha ganado? Alguien tendría que escribir algún día, algún momento, otra tesis, la historia de este personaje, a ratos poeta y a ratos duro crítico de la tecnocracia mexicana. El sentido de la presencia de Marcos ya es palpable en la sociedad mexicana que ahora puede marchar por las calles, con pasamontañas y pancartas que dicen que todos somos Marcos.

¿Todos somos Marcos? ¿Qué ha hecho-escrito el Elefante para lograr ese sentimiento colectivo que desbordó a los medios el sábado 11 de febrero, cuando se esperaba, más bien, el efecto generalizado de rechazo a un delincuente que acababa de ser desenmascarado, del que se aseguraba que preparaba una ola de violencia? De poco valieron las horas -esta vez sí- dedicadas por la televisión mexicana -Televisa se dio el lujo -¡Qué envidia de capacidad de cobertura!- de "cazar" a los presuntos padres del presunto Subcomandante-; por la radio mexicana que muchas veces ha criticado a la autoridad y al peso que este país le ha concedido a "un encapuchado", la sociedad le respondió a ese dineral invertido en minutos de horario estelar con su "todos somos Marcos", que desde hace un año toma mil formas, le guste o no al SubElefante: condones "Alzados" -que provocaron una marcosiana pataleta en pleno diálogo de 1994-, el grupo italiano de rock Mano Negra se declara zapatista y lo enuncia en su cd más reciente; desde febrero de 1994, las indígenas chiapanecas que viven de elaborar monos

de trapo, precisan de un insumo más: tela negra, pues la mayor parte de su mercancía ahora viste pasamontañas negro.

En la primera plana de *Reforma* del 3 de marzo de 1994¹⁹⁹, se da cuenta de la formación de un Partido Zapatista... en Italia, apoyado por un grupo que se identificaba bajo el lema "Viva Zapata", y que después se perdió en la bruma de la política italiana sin pena ni gloria. No era gratuito.

En el mismo número de *Reforma*, Guadalupe Loaeza se preguntaba: "¿Qué pensarán los zapatistas de la pipa de Marcos? ¿Estarán ya muy acostumbradas la comandante Ramona y la mayor Ana María? ¿Dónde la guardará por las noches? ¿Qué tipo de tabaco usará?"²⁰⁰

Alrededor de los ingenios y las declaraciones marcosianas persiste el enigma: Marcos, a quien los medios y las autoridades, en versiones nunca confirmadas han apresado, matado, identificado una buena cantidad de ocasiones, se dedica a ejercer la burla de tantos afanes. "El rostro de la Guerrilla", lo llamó *Reforma* en su primera plana del jueves 13 de enero: "El Comandante Marcos, que es el líder más mencionado como conductor de la guerrilla en Chiapas fue retratado el 1 de enero en la Plaza de Armas de San Cristóbal de las Casas por una turista. Pese a las descripciones que han hecho de él, su verdadera identidad sigue siendo una incógnita."²⁰¹

¹⁹⁹ *Reforma*, jueves 3 de marzo de 1994.

²⁰⁰ *Ibidem*.

²⁰¹ *Reforma*, jueves 13 de enero de 1994.

En respuesta, Marcos se dedica a reiterar, una y otra vez, el acuse del error de la especulación, que ni en los primeros días de ese enero de 1994, ni un año ni varios después, alcanza a diluir el misterio de la identidad y destino del "sup". "Por lo demás, estamos bien. Yo estoy enternecido hasta las lágrimas por la "media filiación" del "Comandante Marcos", y por las dos capturas y una muerte que, según el gobierno federal, he padecido en estos días. Como dijo no me acuerdo quién: "Los muertos que vos (el gobierno federal) matáis, gozan de cabal salud". Un abrazo a los que se dejen. Subcomandante Marcos (Ojo: Subcomandante y no comandante)."²⁰²

Marcos adquiere trascendencia a través de la conjunción enigma-palabras. La existencia del pasamontañas es, en ese sentido, eje de la construcción de sentidos que rodean al Subcomandante Marcos. En las primeras semanas de este 1995, vimos en las calles a manifestantes ataviados con el capuchón negro, asumiendo la identidad marcosiana.

A favor o en contra, a la caza de sentidos, en el estilo de Roland Barthes, el pasamontañas es el generador de la desconfianza de líderes de opinión, militantes de la clase política, y hasta algunas buenas almas ingenuas: al grito de que el que no tenga nada que esconder, que se siente a dialogar con el rostro descubierto, cunden el recelo y la creencia imbuida por las caricaturas, los *westerns* y la nota roja, según la cual el "malo" busca ocultar su rostro por temor a

²⁰² *Comunicados del Comandante Marcos del 5 de enero al 22 de febrero de 1994.* (comunicado del 5 de enero) Dirección de Síntesis y Análisis de la Información, Dirección general de Comunicación Social, Presidencia de la República, México, 1994.

la identificación. Docenas de buenas conciencias han afirmado que no se puede hablar con alguien a quien no se le ve el rostro (pero qué tal leerlo, ¿no?), y por otro lado, inspirados en la tradición heroica del individuo hacedor de bien que por modestia o estrategia no se muestra, otras tantas buenas conciencias acogen el enigma y lo vuelven el sino del zapatismo. Ya nadie se pone, en este país, un pasamontañas -si es negro mejor- y se queda tan fresco. Ya nadie lleva el rostro cubierto y se queda en la impunidad. No es raro, aclara Marcos, pero en su caso, el pasamontañas -aunque no se trate del único Tapado- ejerce el encanto de la incógnita, que se aprovecha a todo lo posible:

“¿A qué tanto escándalo por el pasamontañas? ¿No es la cultura política mexicana una cultura de tapados? Pero, en bien de frenar la angustia de algunos que temen (o desean) que algún “kamarrada” o “boggie el aceitoso” sea el que termine por aparecer detrás del pasamontañas y “la nariz pronunciada” (como dice *La Jornada*) del sup (como dicen los compañeros), propongo lo siguiente: yo estoy dispuesto a quitarme el pasamontañas, si la sociedad mexicana se quita la máscara que con ansias de vocación extranjera le ha colocado años ha.”²⁰³

La incógnita inquieta, sorprende y colabora en el proceso de construcción noticiosa de un Marcos no violento, cuya conversación parece a ratos más digna de un capuchino *nudelman* en la cafetería de Gandhi (que nadie se enoje: tono y no trascendencia remiten al mentado cafetín), que las “montañas del sureste mexicano”. Marcos termina por ser quien es a través de su lenguaje y a través de la reconstrucción lingüística que de él hacen los periodistas, los inquietos y los

²⁰³ EZLN, op.cit., p. 98.

temerosos: "nadie intuía la poderosa personalidad de aquel rebelde blanco cuyo rostro apenas se insinuaba tras la ventana del pasamontañas: ojos azules, ojos castaños, ojos al fin perseguidos durante semanas, mientras Marcos bombardeaba al gobierno con sus cartas -denuncias, aclaraciones, exigencias, redactadas en Algún Lugar de la Selva Lacandona y enviadas a la prensa con una oportunidad mefistofélica - Que le dejen las armas a Marcos, pero que le quiten la maquinita de hacer comunicados, recomendaría con humor el caricaturista Magú..."²⁰⁴

El propio Magú se la pasaría esperando, vestido y alborotado, la llegada - que no llegó- de la invitación marcosiana para asistir a la Convención Nacional Democrática en Aguascalientes, en agosto de 1994.

Otros, quién sabe por qué caminos, tratan de explicar el encanto, la efectividad estratégica de Marcos: "¿sería tan popular el movimiento guerrillero de Chiapas si no existiese un personaje, mitad cierto y otro tanto mítico llamado Marcos, que firma comunicados plenos de talento, sentido del humor y verdad?"²⁰⁵

Afirma Raúl Trejo que en esos primeros días de confusión informativa, hasta el mismo Octavio Paz se dignó ocuparse del ingenioso elefante: "Octavio Paz, tenaz crítico de la apología de la violencia, llegó a reconocer las virtudes

²⁰⁴ Méndez Asensio, Luis, Cano Gimeno, Antonio: *La guerra contra el tiempo*, Editorial Temas de Hoy, México, 1994, p. 23.

²⁰⁵ Arvide, Isabel: *Crónica de una guerra anunciada*, Editorial Grupo Siete, México, 1994, p. 69.

literarias de sus comunicados²⁰⁶. Y es cierto: a Marcos le ofrecieron una cátedra en la ENAH, Margarita López Portillo le escribió versos (!!!)²⁰⁷, y a *La Jornada* le ofendió la chacotera -como después se sabría- mentada dedicada a Magú vía Blanche Petrich y Elio Henríquez: "Sub, los insultos sólo se contestan con insultos. Nosotros no iremos a esa guerra", decía la Rayuela del 7 de febrero (como si hubiera sido la primera mentada que Magú recibía en su vida... Sin embargo, es importante porque el "sup" es sujeto de noticia, es noticia, ¿se acuerdan?)²⁰⁸. Claro, ripostaba Magú, ahora a las mentadas de madre les decimos "mensajes chocarreros"²⁰⁹.

A pesar de que hubo quien se empeñó en ello, la imagen negativa que en algunos medios se proyectó sobre Marcos fue poco productiva. "Esa imagen perversa, de bandidaje y abuso no logra contrarrestar el prestigio de Marcos: una fama también perversa, pero quizá más legítima en algunos sectores de la sociedad"²¹⁰.

En esta vorágine informativa, los constructores de la producción noticiosa terminan por asumir los diversos retratos del elefante que ellos han creado, y no

²⁰⁶ Paz, Octavio: *Chiapas, hechos, dichos*, en *Vuelta* número 208, marzo de 1994, cit. pos. Trejo Delarbre Raúl: *Chiapas, la comunicación enmascarada*, Diana, México, 1994.

²⁰⁷ *No sé quién eres Marcos / De dónde / veniste, en dónde has nacido / sé que en tus / pasos en medio de aviones picando / para lanzar sus dardos / en medio de esa sangre / y esos tiros, no pueden ser vencidos...* (¡¡¡uff!!) López Portillo, Margarita: *Al Comandante Marcos (para mí no es sub)*, en *Proceso*, 28 de febrero de 1994.

²⁰⁸ *La Jornada*, lunes 7 de febrero de 1994

²⁰⁹ Vide las disculpas de Petrich y Henríquez, junto con la respuesta de Magú en *La Jornada*, viernes 11 de febrero.

²¹⁰ Trejo, Raúl, op.cit., p. 342.

extraña, a partir de esta afirmación, que para Francisco Báez, Marcos sea alguien que "prefirió el peligro de la oncocercosis y las balas a la comodidad del Parnaso de Coyoacán", ni que Octavio Paz diga, refiriéndose al estilo narrativo del Elefante que "Marcos, aunque desigual y lleno de subidas y caídas como un tobogán de montaña rusa, es imaginativo y vivaz... Su fuerte no es el razonamiento sino la emoción y la unción; el púlpito y el mitin"²¹¹.

"El Subcomandante Marcos nos rescatará de la rutina, de la modorra, la comodidad, la soledad, la desvinculación con la sociedad"²¹², añade Arvide. "¿Cómo juzgaríamos al EZLN sin Marcos, sin su voz chocarrera, sin lo conmovedor de su presencia, sin su pasamontañas, sin su discurso irredento, sin la subversión permanente de su palabra?"²¹³

A ratos, el propio gobierno ha sido uno de los mejores propagandistas de Marcos. Además de desenmascararlo, la Presidencia de la República trató de disipar el misterio, uno de los grandes elementos decisivos en el fenómeno Marcos: Presuntos padres, presuntos hermanos, dónde estudió, qué estudió, ¿fue en el ITESO?, ¿fue en Ciencias Políticas de la UNAM? ¿fue en Filosofía y Letras de la UNAM? Se busca a los "responsables" de la guerrilla en el pasado de un hombre, y los que pudieron asomarse a ese pasado (¡ay, nuestra prensa!), no siempre entendieron²¹⁴.

²¹¹ Ibidem.

²¹² Arvide, Isabel, op.cit., p. 72.

²¹³ Op.cit., p. 89.

²¹⁴ Nota dolida: yo, sufriente autora, tuve que escuchar, para gran vergüenza mía y de la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM, a una reportera egresada de esta institución, asegurar, una vez "leída" la tesis profesional del presunto

¿Es Marcos ya un mito? "Uno cree en el Subcomandante Marcos a través de sus palabras, tanto que se borran los hechos que conocemos, su participación, complicidad en muertes, o ambas, violencia, asesinato de inocentes..."²¹⁵.

Por esta vez, Arvide concuerda con Barthes, quien asegura: "el mito es un habla. Claro que no se trata de cualquier habla.; el lenguaje necesita de condiciones particulares para convertirse en mito... el mito no se define por el objeto de su mensaje, sino por la forma en que se le profiere; sus límites son formales, no sustanciales. Entonces ¿todo puede ser un mito? Sí, yo creo que sí, porque el universo es infinitamente sugestivo"²¹⁶ "cada objeto del mundo puede pasar de una existencia cerrada, muda, a un estado oral, abierto a la apropiación

SubElefante, que Marcos o el presunto Marcos "era bien radical" (¡ay, los reporteros!), cuando en los fragores de 1995 el Muro de Berlín ya se había caído y en las asignaturas del tronco común de la FCPS no mencionaban a Foucault ni por casualidad. En los años lejanos de la década de los ochenta, cuando yo vivía allá, no llegábamos hasta los nuevos filósofos galos, y en la Facultad de Filosofía y Letras, la verdad es que mencionaban bastante más al francés. Para 1995, como que hasta daba un poco de tierna curiosidad encontrarse la dichosa tesis de Marcos, escrita bajo la influencia de la primera oleada de los entusiastas de Foucault en México, de la cual formaba parte Cesáreo Morales, quien aparece en el documento en calidad de asesor. Vide Guillén Vicente, Rafael Sebastián: *Filosofía y Educación (prácticas discursivas y prácticas ideológicas) (sujeto y cambio histórico en libros de texto oficiales para la educación primaria en México)*. Tesis profesional, México, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 1980. Agrego: si alguien leyera con cuidado la mentada tesis, encontraría muchos de los rasgos estilísticos del ahora "sup": "Él está sentado ahora en la posición flor de loto, la playa está desierta y el sol ha empezado a salir y a teñir de rojo el horizonte. No, no se trata de Kung-Fu, ni de Sidharta, mucho menos de algún borracho al que se le cruzó el alcohol con la marihuana, tampoco se trata de algún cangrejo con aspiraciones trascendentales, es, aunque ni usted ni yo lo creamos, UN FILOSOFO..." (p. 15) Siga leyendo... por cortesía de la Presidencia de la República, que en aras de demostrar que desde jovencito Marcos era el gandul revolucionario que es ahora, se encargó de ahorrarme la cola en la Biblioteca Central o en FFL, y envió copias enteras de la tesis famosa a las redacciones de este sufrido país.

²¹⁵ Arvide, Isabel, *op.cit.*, p. 81.

²¹⁶ Barthes, Roland: *Mitologías*, Siglo Veintiuno Editores, México, 1985, p.199.

de la sociedad, pues ninguna ley, natural o no, impide hablar de las cosas hasta los objetos podrán transformarse en habla, siempre que signifiquen algo.²¹⁷

Signos otra vez. Sentidos, inflexiones, tonos, recursos del lenguaje que Marcos hace suyos y que trascienden hasta volverse una voz con humor y maña que sale de las selvas chiapanecas. Ese tercer sentido del que habla Barthes es el encanto y la trascendencia del Mito Marcos. No basta su función referencial en el mundo, de líder o vocero guerrillero, porque no soluciona las interrogantes de los destinatarios. Tampoco es suficiente la imagen de delincuente armado de una máquina de escribir o de una impresora láser. La irrupción de lo no sabido, de lo no bajo control, propicia la consolidación mítica: "El mito tiene carácter imperativo, de interpelación, surgido directamente de la contingencia, me viene a buscar a mí, se vuelve hacia mí, siento su fuerza intencional, me conmina a recibir su ambigüedad expansiva."²¹⁸

Si acudimos al concepto barthesiano de mito, resulta que el SubElefante, palabra e imagen concuerda y demuestra su efectividad: "El mito es un sistema ideográfico puro, en el que las formas están motivadas por el concepto que representan, aunque no recubren, ni mucho menos, la totalidad representativa."²¹⁹

En efecto, no es el poeta, ni el delincuente, ni el "profesional de la violencia" ni "el profesional de la esperanza" los que dan cuenta total de Marcos. Ni siquiera mi SubElefante Marcos. la significación del "sup" se mezcla con la trascendencia

²¹⁷ Op.cit., p. 201.

²¹⁸ Op.cit., p. 217.

²¹⁹ Op.cit., p. 220

del zapatismo, y a ella deberá su paso a la historia. Sin embargo, si hoy todos hablan, critican, vituperan o halagan al Subcomandante Marcos, es a través de sus diferentes retratos, derivados de una reconstrucción noticiosa de la realidad: La Realidad Informativa existe y se consume, y hasta el momento, parece, como principio de constitución signica de los paquetes informativos, goza de cabal salud.

No hay más en el momento inmediato. Vale preguntarse, periodistas en crecimiento, cómo el mito ha cambiado al país. Pero esa es, seguro, otra tesis y por favor, contesten para sí mismos la pregunta de Arvide:

"¿Qué vamos a hacer todos con el Subcomandante Marcos, dónde lo pondremos en nuestra vida, cómo terminaremos de asimilarlo, de digerirlo y asesinarlo cada día?"

Brumoso paréntesis shakespeareano, en la profundidad de la Selva Lacandona.

A ratos, el elefante parece excederse en su abundante producción discursiva. Todos los recursos emotivos han sido tocados en la abundante correspondencia que, a la menor provocación (política o creativa) el SubElefante le asesta a su público lector. No en balde sus críticos aseguraron en algún momento que todo lo que hacía falta para frenar el alzamiento de Chiapas era una editorial que se encargase de hacer acopio de las obras completas paquidérmicas (aunque ello no ha ocurrido pese a las compilaciones existentes).

Pareciera que el SubElefante ha olvidado que de la sobreinformación se genera la desinformación, y que a estas alturas tener el descaro de citarse completo un soneto de Shakespeare (en inglés) poco o nada habrá de decidir el destino del movimiento zapatista²²⁰. Por momentos, el Elefante deja de ser aguerrido Subcomandante y cede al encanto de la palabra, y desborda de lirismo, y se complace en prolongar y promover el enigma.

²²⁰ **Nota de nuevo siglo:** Al correr de los años, las habilidades literarias del SubElefante, ciertamente, no han decrecido, pero la política gubernamental de "ni te veo ni te oigo" de la gestión de Ernesto Zedillo (1994-2000) generó dos silencios particulares: ni el gobierno ni el EZLN daban señales en la arena pública. Los comunicados se espaciaron y, cuando los había, eran nota por sí mismos, más que por las ocurrencias de su autor. La llegada al poder de Vicente Fox (2000) y la súbita resurrección de la voluntad de diálogo por parte del gobierno -fallida, como tantas cosas de este primer gobierno panista- sólo llegaron a proporcionar al EZLN y a Marcos algunas semanas de notoriedad coronada con el mensaje de la comandancia zapatista en el recinto del Congreso de la Unión, después de un bonito sainete de negativas, ruegos, pleitos y dudas sobre la validez de las palabras que profieren los que se encapuchan para salir a la vida pública. A fin de cuentas, dio para una buena cantidad de planas en los periódicos, pero lo cierto es que este asunto de las pretensiones foxistas de negociación con la insurgencia aún acomodada en Chiapas, todavía se materializa en los que todavía son los quince minutos más largos de la historia, frase feliz -y sin manera de echarse para atrás- emitida por el propio presidente. Por otro lado, algunos comunicados de Marcos, de esos llamados "ligeros" y que alcanzan la categoría de cuentos, ya han sido recogidos en un libro que los nostálgicos de nuestra izquierda ilustrada atesoran con devoción. La estrategia propagandística en los medios impresos se fue diluyendo en los vaivenes del país, y, si aún no puede decirse que el zapatismo esté liquidado, tampoco pasa por el mejor momento de su presencia pública. Ni siquiera parece estar entre las preocupaciones visibles de la Secretaría de Gobernación -que por otro lado tiene bastantes problemitas cotidianas- o, simplemente ya es parte de las "chambas" de todos los días. No está en las prioridades de la Secretaría a cargo de Santiago Creel responder como, en algún momento de 1998, lo hizo Adolfo Orive, encargado de la dirección general que seguía el asunto zapatista, a una reportera que preguntaba si, a esas alturas del partido, el gobierno mexicano tenía "bien ubicado" a Marcos y tomaba nota de sus acciones: "Señora, sabemos hasta a qué horas va al baño", contestó Orive, en un tono que hubiese matado de envidia al James Bond de Sean Connery.

Aquí, solo resta tener buenos deseos: cuidado, y salud mental, si los medios -los que sí y los que no- nos dejan.

¡Y basta!, porque a estas alturas del partido, y para efectos de esta modesta contribución al análisis de las composiciones informativo-periodísticas, todo parece indicar que el elefante con pasamontañas, el SubElefante Marcos, el Subcomandante Marcos, todavía anda armado con la máquina de escribir comunicados, y ciertamente, a pesar de órdenes de aprehensión suspendidas, paz por decreto y demás lindezas, no parece estar muy dispuesto a abandonarla, ahora que el encanto propagandístico-guerrillero se propaga y las calles se llenan a ratos con un olor de "Todos somos Marcos" que se niega a desaparecer.

VI. Mar de Dudas. (Donde la Realidad Real contraataca)

VI.1. La Realidad Real le ganó otra vez la carrera a la Teoría. La crisis de credibilidad.

"La realidad es lo que tenemos para vivir"

Ruy Pérez Tamayo.

Pese a todas nuestras buenas intenciones -como es usual que las tenga un investigador o un científico, sin distinciones del área del saber humano en la que se mueva- lo cierto es que ni el ejercicio del poder ni el manejo efectista y esplendoroso de los medios de comunicación han logrado consolidar la vigencia inamovible de algunas de las reconstrucciones de los acontecimientos reales que ofrecemos cotidianamente a los diversos públicos consumidores de información.

Hemos de admitir que no basta con una eficiente construcción de un CSP definido y racionalmente construido para garantizar el éxito de nuestro cometido periodístico. Si seguimos las premisas del capítulo cuarto, donde enunciamos la existencia de un nivel elemental del concepto de lo real, mismo que opera como un factor cohesionante de los individuos que integran una comunidad humana, también deberemos admitir que esta concepción de lo real se remite a las dimensiones más elementales y simples de la acción social, de modo que un cuestionamiento en niveles más profundos de la acción social desvirtuaría la

acción discursiva que permite a todos los medios promocionarse como defensores y portadores de la verdad.

Si el CSP y el Discurso del Periodismo tienen éxito es porque su alcance referencial aparenta remitirse a los hechos de todos los días y en ello basa su capacidad de identificación con un grupo definido de destinatarios, sin aparecer como una obra de ficción, sin valor testimonial o informativo.

Si un individuo se encontraba en el Zócalo capitalino el día del estreno de Durito's Productions, la narración consecuente de los hechos que le sea ofrecida a la mañana siguiente se insertará en su noción particular del acontecer real. Este individuo puede estar, a la larga, de acuerdo o no con las afirmaciones que el reportero, el comentarista televisivo o radiofónico hagan del citado suceso, pero ni por un momento este consumidor dudaría del hecho de que los medios se refieren, en sus trabajos noticiosos, necesariamente, a asuntos que realmente ocurren.

No hay, pues, duda de que las narraciones noticiosas se remiten necesariamente a las cosas que ocurren en el mundo de los hombres. Sin embargo, esto no basta para garantizarles su efectividad en cuanto entran en contacto con los integrantes de la comunidad donde nacen.

El problema de la recepción y el consumo, empero, no se resuelve, en los tiempos que corren, en un mero acto de adquisición informativa donde los amables consumidores otorguen a los medios toda su credibilidad y su dinero,

para dedicarse alegremente a gravitar en una realidad virtual, desprendidos de mayores preocupaciones.

La historia reciente demuestra que no para todos los casos es suficiente con este aparato lógico-argumentativo-semiótico para entender la evolución actual de la acción de los medios y de sus productos noticiosos. Si bien es cierto que las indicaciones y propuestas ya enunciadas para generar mensajes con efectos definidos, más allá de una mera enunciación lingüística, pueden operar con efectividad en el ejercicio periodístico cotidiano y pueden auxiliar a los responsables de la elaboración de paquetes noticiosos en la construcción eficiente de productos de calidad profesional, no menos cierto es que el agotamiento de diversas instancias y espacios para el ejercicio de la actividad política, el desgaste de los cartabones de una cultura política fosilizada, han llevado a la sociedad mexicana a asumir con ojos más escépticos el consumo de medios y a ser, en este fin de siglo, mucho más exigente con esos medios de lo que fue hace una treintena de años.

La transformación de comunidades como la nuestra, de tal modo que los intereses de la sociedad civil se abren paso y se manifiestan entre y a pesar de las formas discursivas del poder y de las instituciones, modifica necesariamente la actitud que los usuarios de los medios mantienen con respecto a esos sus proveedores de información. Uno de los factores fundamentales para la operación de los cometidos noticiosos, la credibilidad, se pone en tela de juicio, y acarrea situaciones como el veto zapatista a las dos grandes televisoras mexicanas, que aunque en este trabajo ha sido criticado, no por ello deja de tener explicación.

Una comunidad fuertemente influida por las condicionantes mercantiles e industriales, y motivada al consumo de medios, donde al mismo tiempo existen grupos ilustrados que alimentan una cultura política del escepticismo y de la crítica abierta a las acciones del aparato de gobierno, no desarrolla procesos de adquisición de información uniforme, ni tranquilizadora para los promotores del *status quo*.

Es preciso, por tanto, reconocer en la operación de los medios el gran riesgo, inherente, de ser nulificada por una creciente crisis de credibilidad. Si hace cinco años la concepción del trabajo periodístico se modificó gracias a la ocurrencia de acentuar el factor Inmediatez y la necesidad de probar con fragmentos de realidad la veracidad de cualquier afirmación emitida con intenciones noticiosas, no es menos cierto que, en esos mismos cinco años, los moldes del poder, la autondad del Estado, la capacidad de reforzar con los recursos de la persuasión la existencia de un orden de cosas es cada vez menos eficiente, si nos atenemos a un mero asunto de consumo basado en la credibilidad.

Ya no basta, ciertamente, con confiar en las afirmaciones de XX o de YYY para decimos informados. La irrupción de la (autonombrada) *sociedad civil* en la vida pública ha llevado a los medios a transitar por situaciones nunca antes previstas o a asumir estrategias de competencia que en otras épocas se habrían descalificado por poco prácticas o poco rentables.

Es así que ya no basta con ganar la carrera por la nota; la inmediatez, que ofrece el recurso de prueba ahora debe estar apoyada por el reforzamiento enunciativo de la honradez y credibilidad del medio para tener éxito completo en la tarea que asegure el consumo ininterrumpido de sus emisiones o publicaciones.

En estas condiciones, la competencia por los anunciantes -con los tirajes y audiencias inflados-, por el reclamo de veracidad traducido en perfiles de lector, en códigos éticos y en bonitas declaraciones de principios, se vuelve más dura y menos complaciente.

Estas mismas prácticas viciadas que anteponen la mercadología de la primera plana a la selección y enunciación noticiosa de acuerdo con la mayor trascendencia de los hechos, obligaron a ciertos sectores sociales a buscar los espacios que los grandes retratistas de elefantes les negaron. Durante los últimos diez años, los mexicanos hemos visto reacciones maravillosas surgidas de la impaciencia y la imaginación de nuestros semejantes: por primera vez, la invitación directa a boicotear las producciones noticiosas de Televisa fue voceada en las calles, rebasando la crítica sabida y ya casi institucional de algunos sectores críticos, que se dedicaban a editar libros diciendo lo enajenante y falso que era el trabajo de 24 Horas y sus crías.

Igualmente maravilloso ha sido ver el experimento de Tele Verdad, más por el significado del intento que por su acción efectiva. El sueño de saltar las barreras represoras de un Estado errático y caótico ha refrescado las exigencias de la sociedad, que goza con la exhibición marcosiana en el Zócalo, y que busca y gana

los espacios de una nueva manera de informar, menos formal si se quiere, pero a ratos más fresca, festiva y libre de lo que a veces podemos ser los que vivimos del otro lado, en la estructura de los retratadores de elefantes para los grandes públicos.

VI.2. ¿Por qué creemos lo que consumimos? Un descanso en el Mar de las Creencias.

Cierto. ¿Por qué te creo? ¿Por qué prefiero unos medios a otros y me niego tozudamente a admitir algunas de las afirmaciones de ciertos periódicos, o asumo desde el principio que la estación XX o las noticias del canal YYY son fidedignas y creíbles?

Las apelaciones de los medios a nuestra racionalidad parten de un mecanismo no explícito donde la valoración y la validación de las afirmaciones acerca de la realidad no siguen rutas separadas, y que, a pesar de ello, operan con eficiencia en el terreno de la vida social.

La validación de una afirmación respecto del mundo se basa en un proceso lógico y por tanto, se piensa, debería ser enteramente racional. La valoración, por lo contrario, se aloja en los mecanismos irracionales más inherentes al ser humano. Sin embargo, en el fenómeno de adquisición informativa, estos dos niveles de acción social, que se inscriben en una práctica ideológica, no generan reacciones diferenciadas, y no es infrecuente que conduzcan a una sola reacción:

"Es cierto, como señala Barnes, que legitimación, racionalización, autoconsuelo, son demandas que constantemente caen sobre la producción y mantenimiento de todo conocimiento... hay poco o ningún conocimiento que no refleje en su contenido hasta cierto punto la intervención de intereses no reconocidos; no hay conocimiento en que tales intereses no influyan en su organización y distribución. El conocimiento crece bajo del impulso de dos grandes intereses: un interés abierto en la predicción, manipulación y control, y un interés encubierto en la racionalización y la persuasión. Nuestra definición de determinación ideológica la identifica esencialmente como el modo de intervención de este segundo gran interés."²²¹

Es así que la determinación y el ejercicio ideológico no han sido rebasados en la práctica social. La confluencia y convivencia de diferentes formas discursivas en el sentido foucaultiano²²² explican que, hasta el momento, ninguno de los modelos posibles para entender al elefante y que circulan por los medios, haya sido totalmente desterrado. Hasta ahora, no ha sido posible eliminar de las pantallas televisivas a dos o tres *Líderes de Opinión*, por más incomprensibles o reaccionarios o superficiales que resulten entre ciertas comunidades de televidentes (¡hasta el gato Andrés se sienta a escuchar los rollos de Luis Pazos!), y peor aún, los medios se defienden diciendo que son plurales, y en aras de esa bella etiqueta admiten a ejemplares pura sangre de la intolerancia más acabada.

²²¹ Barnes, Barry: *Interests and the Growth of Knowledge*, cit. pos. Pereyra, Carlos: *El Sujeto de la Historia*, Alianza Editorial, México, 1988, p. 170.

²²² Cfr. Foucault, Michel: *El Orden del Discurso*, Archivo de Filosofía, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, s/f.

... Sin embargo, estos y otros personajes asumen su papel en los medios de modo acorde al sistema de operación impuesto por la práctica discursiva del Poder: desde esta perspectiva, fenómenos como la censura, la autocensura o las políticas de comunicación, adquieren la trascendencia que la estructura industrial y empresarial de los medios masivos no permite apreciar en todas sus dimensiones y alcances. "Se sabe que no se tiene derecho a decirlo todo, que no se puede hablar de todo en cualquier circunstancia, que cualquiera, en fin, no puede hablar de cualquier cosa".²²³

Y sin embargo se les cree. Hemos venido a parar al Mar de las Creencias, donde los medios son uno de los transportes ideales, y donde se corre el riesgo de bañar al elefante de docenas de aguas diversas.

¿Es válido creer? ¿Puede haber creencias falsas? La creencia se funda en la valoración de los objetos y fenómenos del mundo y halla su *habitat* natural en el concepto clásico de ideología, y se desarrolla todavía más en las propuestas más tempranas del althuserianismo. A la larga, una narración noticiosa de los acontecimientos se finca en una relación de afinidad que no puede sino estar dada ideológica y discursivamente, de modo que luego se traduzca en la práctica final: el consumo de ciertos medios con sus CSP respectivos, y la constancia, el consumo sistemático y fiel a ciertos columnistas, reporteros, cartonistas o editorialistas: el retrato del elefante es eficaz desde el momento en que la forma discursiva que lo sostiene se imbrica con las formas discursivas en que se

²²³ Op.cit., p. 4.

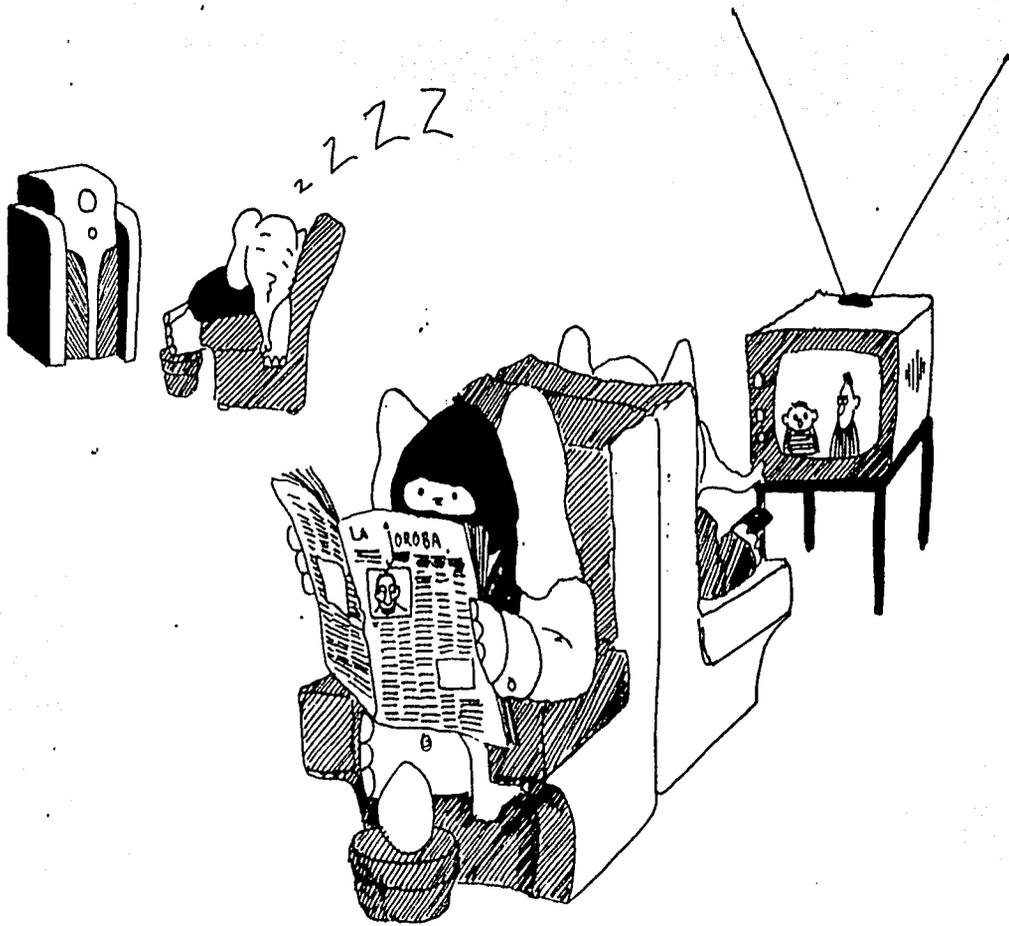
desarrollan las valoraciones y las creencias racionalizadas de los consumidores de información, que eligen y apoyan al retratista de su preferencia:

"El receptor del discurso lo valora conforme a criterios de afinidad cuando se identifica con sus formas discursivas de tipo valorativo y propositivo porque coinciden con la manera en que el receptor vive sus intereses particulares, entonces se hace una lectura aceptante del discurso e, inclusive, con un deslizamiento injustificado, con frecuencia transita de la valoración positiva a dar por sentada la validación del discurso"²²⁴.

El reclamo de realidad del que hablaba Lyotard al referirse a la circulación de los grandes relatos-discursos sociales, es cumplido en la acción de los medios. Muy probablemente, los consumidores que escapan a los estándares de la información puedan advertir que, si los que adquieren indiscriminadamente tanto el Telenoticias de canal 40 como el Monitor de Radio Red, además del Muchas Noticias del Canal 9, se dicen bien informados (Fig. 21), es porque asumen todo ese bombardeo noticioso como el satisfactor de su necesidad de saber qué pasa en el mundo, con el cual podrían avanzar en el proceso interminable de la oferta noticiosa sin caer en las tentaciones de los sesudos intelectuales o en la reducción populachera del Primer Impacto.

Es incluso hasta probable que estas numerosas versiones de la realidad sean cuestionadas por los segmentos más críticos de los grupos consumidores de la información noticiosa. Sin embargo, si la enunciación del CSP ha sido elaborado

²²⁴ Pereyra, C., op.cit., p. 171.



(Fig. 21)

de modo eficiente y contiene las pruebas de los hechos; si sabemos que los medios dicen la verdad, ¿Por qué habría de dudarse de esa representación de lo real?²²⁵

VL3. Atrapados en la práctica ideológica: consumimos aunque no lo queramos.

Sin embargo, aunque la crisis de credibilidad haya desgastado la tradicional eficiencia y operación informativa, no es posible negar el carácter omnipresente de los medios de fines de siglo, ni su papel como vehículos directos para la circulación social del conocimiento.

Aún los que presumen de críticos reconocen que en estos días ya no basta con un apacible consumo unidireccional de medios si se quiere estar bien informado. La insistencia del Poder, del Estado, por reciclar algunas de las instancias informativas más desgastadas, obliga hasta a los columnistas más ácidos, y a los diarios más independientes a no perderse la emisión noticiosa de las diez y media de la noche, porque allí estarán las señales inequívocas de las líneas las actitudes oficiales ante los acontecimientos. Hasta la llegada del gobierno federal panista y la coexistencia con diversas fuerzas políticas, ya casi se

²²⁵ Vide Foucault, Michel: *Esto no es una pipa. Ensayo sobre Magritte*, Anagrama, Barcelona, 1989. En *Esto no es una pipa...*, el juego de la representación implica una trampa en el proceso de ver y aceptar la representación de los objetos. ¿Es esto una pipa? ¿Es esto una manzana? juego con el sueño, la representación de la pipa o de la manzana. Pero es el mismo caso del Rinoceronte de Dürero: nunca una pipa o una manzana fueron más reales.

había olvidado, en el entorno mexicano, de los presidentes o funcionarios que se toman la real molestia de telefonar a ciertos noticieros para apuntalar afirmaciones o imágenes oficiales.

Así, aunque no se les crea, se les consume, si se quiere seguir en la dinámica exigencia del estar bien informados, que ya se aparece a los hombres de estos días como un ineludible de la vida moderna. "La noticia se alimenta precisamente de eso, de un verosímil que es a la vez 'peor que falso' y más real que lo real"²²⁶

Ese "peor que falso" es, al mismo tiempo, "mejor que nada"; mejor que la ignominia de la desinformación. De este modo, la dependencia con respecto a los servicios de los medios se cumple y se consolida: ya no importa si nuestros procesos valorativos aceptan el paquete cotidiano con cabezal azul o verde, o si se prefiere la emisión de las 9:30 de la noche o la de las 10:00. La dependencia del estar bien informado se ha convertido, al fin en una más de las características inherentes a la vida de los hombres. Si en los años sesenta Althusser afirmaba que aquellos aparatos ideológicos de estado buscaban la continuidad y operación de un Estado Represor, las intenciones actuales de la represión bien pueden confiar en la ya ineludible inercia del vértigo informativo. "Se desvanecen progresivamente las jerarquías y estratificaciones del orden cultural clásico: los sistemas de reenvío sólo son verificables de arriba hacia abajo, de las cúspides de

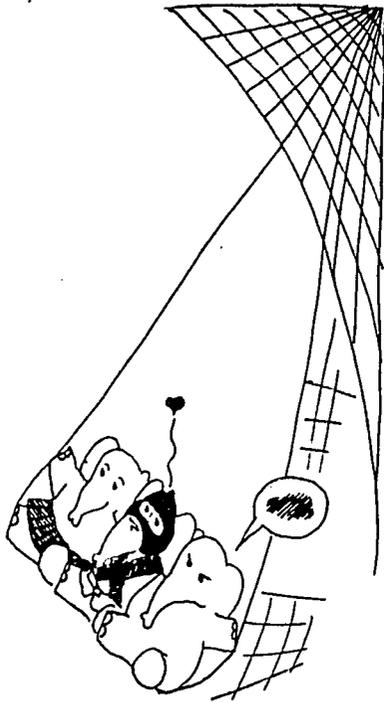
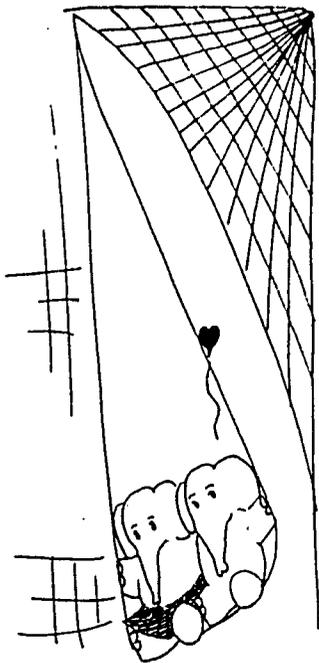
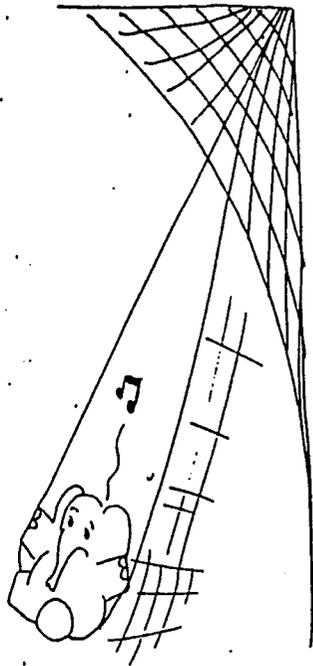
²²⁶ Martín Barbero, Jesús: *Procesos de Comunicación y Matrices de Cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*. Gustavo Gili/Felafacs, México, 1990, p.57.

la legitimidad hasta las periferias de la reproducción, sino que existe un conjunto de movimientos inversos que impregnan los campos establecidos del saber²²⁷

En esta dinámica, podremos creer o no creer en los asertos de las entidades que efectúan una cobertura periodística. A pesar de ello, la gente llama por las mañanas a las radiodifusoras para saber por dónde pasará la marcha de las tres de la tarde, o para encontrar alivio a sus penas emocionales. Bien pueden entrar estos consumidores en animadas polémicas a través del fax o del teléfono, descalificando lo que acaba de decir al aire el arrogante en turno sin destruir a los cientos o miles de leales consumidores de esa fotografía del elefante.

El enorme mecanismo reconstructor del elefante toca nuestras más caras creencias y nos mueve a la defensa frente al monstruo. A la larga, y esto será otra tesis, siempre puede uno terminar por apagar el receptor o cambiar de canal o de periódico, sin que esto signifique la tragedia final para los atrevidos que se atreven a contradecirnos. El mecanismo de adquisición es infinito y circular. En el Mar de las Creencias hay sitio para muchos elefantes...

²²⁷ Piccini, Mabel (ed): *La imagen del Tejedor. lenguajes y políticas de la comunicación*. Gustavo Gili/Felafacs, México, 1990.



VII. Conclusiones: Mar de Bestias Mayores, donde los medios juegan a las carreras entre sí y la autora cae en la cuenta de que hay vocaciones filosófico-teóricas necesarias (después de todo).

"Así pues, de no ser por los elefantes
no existiría esta página.
(Tampoco la lengua castellana ni Occidente)"

José Emilio Pacheco

"Ante una cultura de reacción por todas partes, se necesita una práctica de resistencia"

Hal Foster

"Esto no es cierto, porque el periodismo nunca ha sido una ciencia exacta"

Joaquín López-Dóriga

De muchos modos tiene razón López-Dóriga. Hacer periodismo no es lanzarse de repente, convertido en sesudo científico social, a encontrar la clave de los acontecimientos sociales, creer que las cosas son como se las imaginan las víctimas del complejo de "vaca sagrada", o atreverse, en un alarde arrogante, a afirmar que se posee la única e ineludible versión fiel de los hechos. Eso se queda para los encargados de asegurar los procesos de circulación y rentabilización de los medios que elaboran paquetes informativos que han de ser, precisamente, creíbles. De otra forma, no valdrían ni el papel en el que se escriben -en borrador- sus contenidos.

Al final, y puesto que las cosas ocurren independientemente de nuestras preocupaciones intelectuales, este ensayo no intenta dilucidar si la realidad existe o no, aparte de nuestras especulaciones y delirios epistemológicos. Ese breve paréntesis donde se indaga en el conocimiento de los hombres, es tan sólo una parte de la reflexión global que he hecho en este trabajo, porque al fin del viaje por los mares de monstruos, signos, elefantes y creencias, me doy cuenta que, queriendo hacer teoría de la comunicación, he terminado por hacer filosofía de la comunicación y del periodismo.

Tarea nada desdeñable, creo yo. ¡Hace tanto que los periodistas serios, los que cada jornada se parten las neuronas para que el lector puede escucharlos, leerlos o verlos al día siguiente, desdeñan sin compasión la mitad de los instrumentos teóricos que, en épocas lejanas, en un aula igualmente remota, les narraron! ¡Es tan cierto, ahora, en el México de estos días, que centenares de aspirantes a periodistas o a (¡ay!) comunicadores y anexos contemplan con horror sus tiras de materias, sin saber para qué les servirá estudiar "Teorías de la Comunicación", cuando lo que ellos quieren es incrustarse de inmediato, en un universo de medios de comunicación, que, cada día, les reserva menos expectativas de desarrollo!

Así pues, qué he de concluir, sino que es preciso, e ineludible en estos tiempos de demonios sueltos, la recuperación de la dimensión profesional en la tarea cotidiana del que informa. Cierto es que, McLuhan o no McLuhan, el periódico tiene que salir mañana, y queda poco tiempo para hacer el editorial, y menos todavía para reflexionar si a los que viven de la producción y difusión de la

información les quita el sueño el no recordar nada de la asignatura cursada en la Universidad, si es que pasaron por allí, y ojo, que nadie se sienta desdorado.

Pero, y también independientemente de McLuhan o Eco o Barthes o Sebeok o Foucault, es cierto que la descripción del proceso de constitución del Conjunto Signico Periodístico esbozado en los capítulos dedicados a una reivindicación de la alternativa semiótica para la lectura de los fenómenos de comunicación e información, es una de entre muchas llaves, muchos cordeles para caminar con relativa seguridad en el reino de todos los días, y yo quisiera (y si mi pobre abuela tuviera ruedas...) que los sueños semióticos de Peirce encontraran en los intelectos frescos y antisolemnes una pequeña pista para entender la tarea periodística como una perpetua lectura de los hechos, que hiciera a los colegas mejores y más fieles, más serios informantes.

La adopción del instrumental semiótico y el análisis de las estructuras argumentativas de los paquetes de información que se ofrecen a públicos específicos permite, a partir de la descripción de los ejes de significación de su construcción física, y a partir de la explicitación de las premisas del mecanismo legitimador, encontrar los fundamentos de la aceptación social, de la rentabilización del trabajo periodístico, así como de quienes lo ejercen.

En el desarrollo de todas estas premisas, ciertamente, encontramos el fundamento de la credibilidad de los medios, mediante los mecanismos de valoración y validación social, que todavía nos permiten, como consumidores

sistemáticos de información, aferramos a una versión en particular de los acontecimientos, a un retrato del elefante.

En ese sentido, la explicitación de los procesos de argumentación y significación de los paquetes informativos que se consumen en la sociedad mexicana adopta un espíritu pedagógico, y aspira a que los futuros *savants*, los integrantes de esa comunidad presumiblemente "especializada", se entrenen en la habilidad semiótica de promover las producciones informativas que elaboran con un alto grado de eficiencia y rentabilidad.

Podría concluir aquí, afirmando que el propósito del trabajo ha sido más bien modesto, mostrar cómo un modelo semiótico-argumentativo que bien podría llamarse de inspiración lógico-epistemológica, puede proveer de elementos de lectura a profesionales de la información incrustados en procesos de diversa complejidad: desde el reportero mundo y lirondo, hasta los que tienen a su cargo tareas más sofisticadas técnicamente, y más complejas políticamente: aquellos que cada día toman las decisiones respecto al encabezado principal y las imágenes de una primera plana, o las palabras y la construcción de un noticiero televisivo o radiofónico.

Empero, este ensayo no ha querido pasar por ingenuo, y es obligado reconocer que el agotamiento pragmático de las estructuras discursivas del poder, originado del declive de las instituciones que colaboran en el ejercicio cotidiano de la autoridad, socava diariamente la eficiencia de nuestras coberturas informativas. El propio poder, desde sus habituales prácticas y vicios, propicia el discurso nunca

enunciado pero conocido de la reconstrucción del acontecer a la medida de necesidades. Las relaciones entre los medios y el gobierno, veta de polémica nunca resuelta del todo, construidas en buena parte con sobreentendidos, malos entendidos y líneas muy directas, dan pauta a nuevas reconstrucciones elefantinas, que por desgaste y uso imprudente, se vuelven inútiles y faltas de credibilidad.

Es el abuso de la desinformación lo que inutiliza los mecanismos de construcción signífica periodística, cada uno tan válido como el que más, desde una perspectiva técnica. Es ese abuso, característico de la impericia política, ese afán de desaparecer impunemente cuanto no ayuda al reforzamiento de los regímenes vigentes, el que a la larga provoca severas crisis de credibilidad que lesionan en sus cimientos, la efectividad de las operaciones simbólicas elaboradas con propósitos periodísticos.

La credibilidad, recordemos, no se finca en la capacidad de proporcionar el trozo de cadáver de la víctima, cosa por demás poco viable, para que cada quien lo guise como se le antoje, sino presentar el crimen de manera verosímil, creíble, apoyada en la argumentación constante de esos medios, que alegan, en cuestiones informativas, siempre dicen la verdad, que siempre ofrecen pruebas, y siempre se acercan fielmente a la Realidad.

Vaya pues este ensayo teórico-filosófico-literario como una crónica del viaje por diversos campos del conocimiento humano con el que, de muchas maneras, estamos involucrados los periodistas; vaya este trabajo como un llamado de

atención a los colegas más jóvenes, hijos de la sofisticación tecnológica y la acendrada carrera de ratas por ganar la noticia, esos periodistas jóvenes, a veces víctimas de una severa infección de *yuppismo* arrogante, olvidan que la esencia de la cobertura periodística es una lectura racional y ética de la profesión, expuesta en estos tiempos, a tantas malas pasadas instrumentadas por el mundo de a deveras.

En las condiciones actuales, el periodista que ejerce seriamente su profesión ha de tener ojos aguzados para leer el mundo; y ejercer la "política del elefante", para variar, narrada por los hermanitos Salinas: "Tener orejas muy, muy grandes, para escucharlo todo siempre; tener una cola muy chica, para que no se la pisen, una piel muy gruesa, para que no lleguen y hieran la calumnia o el elogio desmedido, y las cuatro patotas sobre la tierra, para no olvidarse de la realidad".

Para esa lectura, suele hacer falta un entrenamiento, y si algunos de los caminos que aquí se bordean al compás de "El Ruido de Fondo" de Miguel Ríos (recuerden: el mundo es mejor sin *dolby*) dan alguna pista teórica o práctica para el análisis de la tarea periodística y para el análisis de los medios, bien habrá cumplido sus objetivos.

Parte de ese viaje ha sido recorrer el mar de supuestos que todavía dominan en el sistema educativo mexicano, donde estamos expuestos a crecer sin un ápice de espíritu científico, tan necesario para caminar en los tiempos oscuros. Si hubo un alto deliberado en los recovecos del pensamiento científico y en los procesos de construcción del discurso de la ciencia, es porque a nosotros, los

periodistas producto del proceso de profesionalización de la actividad, nos es fácil ceder a la tentación de la teoría, de la imaginación fácil o de creer, sencillamente, que el mundo es como lo esbozan las "teorías de la comunicación" (así de vasto y basto) sin entender bien a bien para qué podrían servirnos, si a fin de cuentas todo lo que queremos durante el último año de la carrera es librarnos de todo y salirnos a la Realidad.

Decidí que lo importante y/o interesante y/o divertido era adquirir la capacidad de "entrar y salir" de la noción de cientificidad para fijar/encontrar el límite del cacareado saber científico, que implica un estatus que las denominadas "Ciencias de la Comunicación" todavía luchan por alcanzar.

De hecho, y como sugiere Lyotard, esta entrada-salida de la cientificidad y sus cánones, es el primer salto para, con los mismos instrumentos que me han sido dados, desarmar el sueño de la razón, el sueño de la modernidad y la racionalidad; no por inutilidad, sino para, a modo de infante que destripa el despertador, rebuscar entre sus mecanismos de funcionamiento y desactivar en la medida de lo posible, el aprendizaje pernicioso de los moldes rígidos que bloquean la imaginación científica de los hombres, y con ello los obliga a vivir sumidos en falsas búsquedas de la verdad, de la verdad-monstruo que revitaliza cada día a los desgastados discursos del poder.

Es cierto que sin el sueño de la modernidad no existiría esto que ahora llamamos **saber científico**, pero cada día es más difícil a los legos entender su carácter instrumental y muchas veces ese saber se acerca peligrosamente a una

interpretación religiosa, como si estuviéramos viviendo de nuevo la Edad de la Oscuridad. Sirva el Discurso del Elefante como una llamada de atención, porque, ya lo dijo el sabio Eco, monstruos ya hemos creado bastantes.

Hablar de elefantes fue un suceso afortunado y levemente serendipítico. Cuando este trabajo ya había configurado al Subelefante Marcos, al susodicho se le ocurrió escribir una subversiva fábula de elefantes, asociados con hormigas y revoluciones ("Decía Julio Cortázar que decía Marcel Duchamp que los elefantes son contagiosos, y decía Julio que él agregaría que las revoluciones son también contagiosas..."), explicadas como una correlación ineludible y de imprevisibles resultados. No estoy segura si han andado por aquí algunas hormigas (el Sub afirma que se esconden por millares tras las orejas paquidérmicas) y sería demasiado arrogante pretender la perpetración de un texto con intenciones revolucionanas. Con todo, si ve a un elefante acuértese de esto:

"Cuando veo un elefante, en las afueras de un circo o en un zoológico, se me contagia casi inmediatamente y sé que me miran con secreta complicidad, dándome a entender que se preparan para rebelarse. Seguro es que las jaulas no ni tampoco las cadenas que los atan. Las romperán un día e irán felices a retozar, por fin, en los jardines y a comer todo el algodón de azúcar que quieran (todo elefante que se respete enloquece de gusto con el algodón de azúcar y con retozar en los jardines y mejor si tienen una fuente) Por esto, y por otras cosas, hay que hacer una revolución..."

EPILOGO: Como veía que resistía, fue a llamar a otro elefante.
¿De qué sirve mirar con los ojos del comunicólogo?

"Los expertos me aseguraron que siempre hay un rinoceronte en cruceros como este"

Federico Fellini

Depende, dice el Rinoceronte de Durero, metiendo baza en donde no lo llaman, ahora que el Elefante se ha tomado un respiro en su apasionado discurso acerca de la lectura del mundo. Depende, porque, el que por nomenclatura institucional resulta después de cuatro años "comunicólogo", "licenciado en periodismo", "licenciado en periodismo y comunicación colectiva" y cuatro docenas más de calificativos, ha sido una de las preocupaciones esenciales de este trabajo, lleno de elefantes subversivos y rinos traviesos; poblado de franciscanos medievales, quesos imaginarios y triángulos curvos.

Si revisamos el espectro del aparato de comunicación masiva, en nuestro futuro inmediato, sólo encontraremos el acrecentamiento de los parámetros de competencia que desde hace unos años norman el quehacer periodístico, de modo tal que la exigencia de la inmediatez y la cobertura con tiempo limitado, la necesidad de presentar al menos, cada mañana, la nota que todos los otros también llevan, se convierten en uno de los caminos ineludibles para el que reporta o para el que prepara un paquete informativo.

La globalización informativa, apoyada en una cada vez más eficiente estructura tecnológica rebasar, dentro de no mucho tiempo, los juegos mongoloides de televisión "interactiva" del canal 13 que ahí siguen, y algunos productores, seguramente, comenzarán a planear aplicaciones más edificantes. Bajo ese escenario, es seguro que seguiremos elaborando -y consumiendo- retratos y retratos de elefantes con o sin pasamontañas, elefantes que ofrecen velar por la seguridad de la sociedad, al tiempo que se ponen discretas batas fascistas, del mismo modo que es probable que algún elefante se dedique a mostrar el rostro más democrático y libertario de la sociedad, pues ya se sabe que los elefantes, por naturaleza, son altamente subversivos.

Igualmente, y como ya apuntaban en el febrero decreciente algunos semanarios estadounidenses, el consumo de tecnología ya es un hábito arraigado en la cultura occidental, a la que, en versión modestísima, pertenecemos. Es de esperarse que la acción y la cobertura de los medios de comunicación se acrecienten y agilicen, y aunque seguramente no hay, ni habrá en mucho tiempo condiciones para la constitución de esa "aldea global" macluhiana con la que algunos acelerados a veces amenazan, lo cierto es que los consumidores de información nos pareceremos cada vez más.

Ante esa cultura de reacción que uniforma, es preciso ejercer la resistencia de la que hablan los filósofos de la posmodernidad. El ejercicio periodístico de esa resistencia ha de apuntar a que nos volvamos, si no "objetivos", sí veraces y verosímiles retratadores de paquidermos.

Sólo nos queda, para cerrar y seguir escribiendo el artículo del próximo sábado, a la autora, al Rinoceronte más Rinoceronte de todos los Rinocerontes, al Elefante con pasamontañas, al Snark y bichos que lo acompañan, decir que las verdades útiles siempre se tiran, y sólo sirven para subir un pedacito más en la montaña de información; para decir que las anteojeras caballunas e ideológicas abundan, que son perniciosas para los periodistas y hay que cuidarse de ellas, y que a eso se refiere Francois Lyotard:

"Los problemas que plantea la resistencia a la que me refero, apenas si han comenzado. Tendremos, tendrás que elaborarlos. Yo sólo quiero decirte esto:

Siguiendo esta línea, uno no se encierra en una torre de marfil, uno no vuelve la espalda a los nuevos medios de expresión con que nos dotan las ciencias y las técnicas contemporáneas, sino que uno busca lo contrario; con ellos y por ellos, uno procura testimoniar lo único que cuenta, la infancia del encuentro, la acogida que se hace a la maravilla que sucede (algo), el respeto por el acontecimiento. No olvides que tú has sido y eres eso mismo, la maravilla acogida, el acontecimiento respetado, las infancias unidas de tus padres".

BIBLIOGRAFÍA:

Andión, Mauricio/Beller, Walter: *Guía de Investigación Científica*, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, 1983.

Anstóteles: *Organon. Tratado de Lógica*. México, Porrúa, 1987.

Arvide, Isabel: *Crónica de una guerra anunciada*. Editorial Grupo Siete, México, 1994.

Augé, Marc: *El Viajero Subterráneo: un etnólogo en el metro*. Gedisa, Barcelona, 1987.

Azuela, Arturo/Labastida, Jaime/Padilla Hugo: *Educación por la Ciencia*. Grijalbo, México, 1979.

Balle, /Emery: *Los Nuevos Medios de Comunicación*, Fondo de Cultura Económica, México, 1989.

Barthes, Roland: *Mitologías*. Siglo Veintiuno Editores, México, 1985.

Beller, Walter/García, Rolando/Mureddu, César: *Epistemología, Teoría de la Ciencia y Práctica Universitaria*, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, 1981.

Berger /Luckmann: *la construcción de la realidad social*, Amorrortu, Buenos Aires, 1989.

Cebrián, Juan Luis: *El Tamaño del Elefante*. Alianza Editorial, Madrid, 1987.

Dürer, Albert: *Dürer. postcard book*, Taschen, Germany, 1993

Eco, Umberto: *El Nombre de la Rosa* Lumen, Barcelona, 1987.

Eco, Umberto: *Apostillas a El Nombre de la Rosa*. Lumen, Barcelona, 1988.

Eco, Umberto/Sebeok, Thomas (eds.): *El Signo de los Cuatro. Dupin, Holmes, Peirce*. Lumen, Barcelona, 1989.

Eslava Galán, Juan: *En busca del unicomio*, Planeta, México, 1987.

Foster, Hal (comp): *La Posmodernidad*, Kairós, México, 1988.

Foucault, Michel: *El Orden del Discurso*, Facultad de Filosofía y Letras, Serie *Archivo de Filosofía*, sff.

Foucault, Michel: *Esto no es una pipa. Ensayo sobre Magritte*. Anagrama, Barcelona, 1989.

Gamdo, Manuel: *Lógica Matemática*, Tecnos, Barcelona, 1988.

Gornís, Lorenzo: *Teoría del Periodismo*. Paidós, México, 1991.

González de Alba, Luis: *La Ciencia, la calle y otras mentiras*, Cal y Arena, México, 1989.

González de León, Ulalume/ Carroll, Lewis: *El Principio del Placer*, Era, México, 1979.

Guajardo, Horacio: *Elementos de Periodismo*, Gemika México, 1982.

EZLN: *Documentos y Comunicados*, Era, México, 1994.

Leñero, Vicente/Marín, Canos: *Manual de Periodismo* Grijalbo, México, 1987.

Lyotard, Jean François: *La posmodernidad explicada a los niños*, Gedisa, México, 1988.

Lyotard, Jean François: *La Condición Posmoderna*. Cátedra, Barcelona, 1987.

Martín Barbero, Jesús: *Matnces de Cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*. Gustavo Gili/Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felaface), México, 1990.

Martin Vivaldi, Gonzalo: *Géneros Periodísticos* Paraninfo, México, sff.

Méndez Asensio, Luis/Cano Gimeno, Antonio: *La guerra contra el tiempo*, Editorial Temas de Hoy, México, 1994.

Meyer, Philip: *Periodismo de precisión*, Bosch Comunicación, Madrid, 1993.

Peirce, Charles Sanders: *Collected Papers* (8 vols.), Harvard Press University, Cambridge, Mass., 1967.

Peirce, Charles Sanders: *La Ciencia de la Semiótica*. Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 1986.

Pereyra, Carlos: *El Sujeto de la Historia*. Alianza Editonal, México 1988.

Pérez Tamayo, Ruy: *Cómo acercarse a la ciencia* Limusa/Conaculta, México, 1989.

Pérez Tamayo, Ruy: *¿Existe el Método Científico?* El Colegio Nacional/ Fondo de Cultura Económica, México, 1990.

Piccini, Mabel (ed): *La Imagen del Tejedor. Lenguajes y políticas en la comunicación*. Gustavo Gili/Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs). México, 1990.

Ruz Castañeda, María del Carmen *La Prensa: Pasado y Presente de México*, Instituto de Investigaciones Bibliográficas, UNAM, 1987.

Sánchez, Enrique/Fuentes, Raúl: *Algunas Condiciones para la Investigación Científica de la Comunicación en México*. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, México, 1989.

Schaffner, Nicholas: *The Beatles forever* Cameron House, New York, 1978.

Sebeok, Thomas/Umkier Sebeok, Jean: *Sherlock Holmes y Charles S. Peirce: El Método de Investigación*. Paidós, Barcelona, 1987.

Serrano, Sebastián: *Signos, Lengua y Cultura*, Anagrama, Barcelona, 1981.

Sona, Carlos: *Información y Derecho a la Honra*, Mitre, Barcelona, 1981.

Terrou, Fernand: *La Información*, Monte Avila, Caracas, 1969.

Trejo Delarbre, Raúl: *Chiapas, la Comunicación Enmascarada*, Diana, México, 1994.

Tyler, Tony/Carr, Roy: *The Beatles, an illustrated record*, New English Library/Times Mirror London, 1981

Uribe, Hemán: *Ética Periodística en América Latina*, UNAM, México, 1984.

Vázquez Montalbán, Manuel: *Las Noticias y la Información*, Salvat, Barcelona, 1973.

Warren, Carl: *Géneros Periodísticos Informativos*, ATE, México, s/f.

Watzlawic, Paul: *La Realidad Inventada*, Gedisa, Buenos Aires, 1988.

Zaid, Gabnet: *De los libros al poder*, Grijalbo, México, 1988.

HEMEROGRAFIA

El Financiero, Domingo 2 de enero de 1994

El Financiero, Lunes 3 de enero de 1994.

El Financiero, Domingo 20 de febrero de 1994.

El Financiero, Viernes 10 de febrero de 1995.

La Jomada, Domingo 2 de enero de 1994

La Jomada, Martes 4 de enero de 1994.

La Jomada, Sábado 5 de febrero de 1994.

La Jomada, Domingo 6 de febrero de 1994.

La Jomada, Lunes 7 de febrero de 1994.

La Jomada, Martes 8 de febrero de 1994.

La Jomada, Viernes 10 de febrero de 1995

El Heraldo de México, Lunes 6 de junio de 1994

El Heraldo de México, Miércoles 8 de junio de 1994.

Reforma, Sábado 1 de enero de 1994.

Reforma, Lunes 3 de enero de 1994.

Reforma, Jueves 6 de enero de 1994.

Reforma, Jueves 3 de Marzo de 1994.

The New York Times, Domingo 20 de febrero de 1994.

La Prensa, Viernes 10 de febrero de 1994.

ARTÍCULOS:

Abelleira, Angélica: *La función del periodista es averiguar, antes de juzgar o analizar*. Entrevista a Vicente Leñero en *La Jornada*, domingo 29 de mayo de 1994.

Bellinghausen, Herman: *Comunicados: la fase semántica del conflicto en la Lacandona*. en *La Jornada*. lunes 7 de febrero de 1994.

De la Lama, Alfredo: *Sobre la Naturaleza del Método Científico*, en *Revista de Educación Superior*, ANUIES, 1987.

Hernández, Bertha: *Los Medios ante el discurso del Poder* (encuesta de opinión), en *Revista Mexicana de Comunicación*. año 3, número 10, febrero-marzo de 1990.

Hemer, Irene: Entrevista a Rogelio Naranjo. *Rino*. año 1, número 4, junio de 1991.

Juárez, Miguel Angel: *Olía a Sangre Ocosingo*, en *Reforma*, sábado 15 de enero de 1995.

López Portillo, Margarita: *Al Comandante Marcos (para mí no es sub)*, en *Proceso*, 28 de febrero de 1994.

Magú, et.al.: *Nos trae a punta de comunicados en: El Tataranieto del Ahuizote*, suplemento ocasional de *La Jornada*. jueves 24 de febrero de 1994.

Marcos y su historia de la danta bastarda para consumo editorial. en *La Jornada*, viernes 15 de julio de 1994.

Maza, Enrique: *El reto de Marcos: Zedillo debería valorar: mejor no pierdo aquí para no perder algo más grande*. en *Proceso*, 5 de diciembre de 1994,

Ser pueblo y conocer la sierra son nuestras armas: Marcos, en *La Jornada*, martes 4 de enero de 1994.

DOCUMENTOS:

Beller, Walter: *Introducción al Simposium "¿Qué es la Realidad?"* México, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, Junio de 1986

Comunicados del Comandante Marcos del 5 de enero al 22 de febrero de 1994, Dirección de Síntesis y Análisis de la Información, Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, 1994

Guillén Vicente, Rafael Sebastián: *Filosofía y Educación (prácticas discursivas y prácticas ideológicas) (sujeto y cambio histórico en libros de texto oficiales para la educación primaria en México)*, tesis profesional, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México, 1980.

FUENTES VIVAS:

Entrevista a Víctor Roura, jefe de la sección cultural de *El Financiero*, México, 16 de marzo de 1993.

Entrevista a Ruy Pérez Tamayo, médico patólogo, profesor emérito de la UNAM y miembro de El Colegio Nacional, México, 16 de enero de 1995.

Entrevista a Pedro Camacho Marín, subdirector de *El Heraldo de México*, México, 7 de abril de 1995.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA:

Borges, Jorge Luis: *Manual de Zoología Fantástica*, Fondo de Cultura Económica, México, 1983.

De Kruiff Paul: *Cazadores de Microbios*, Diana, México, 1976.

Duby, Georges: *El Año Mil*, Gedisa, Barcelona, 1988.

Hernández, Bertha (comp.) *Salario Mínimo para Periodistas*, coedición de la Fundación Manuel Buendía A.C., y la I Asamblea de Representantes del Distrito Federal, México, 1990.

Kuhn, Thomas: *La estructura de las revoluciones científicas*, Fondo de Cultura Económica, México, 1985.

OBRAS DE CONSULTA:

Diccionario Lexis 22, Circulo de lectores, Barcelona, 1977.

Diccionario Durvain de la Lengua Española, Madnd, 1967

Abbagnano, Nicola *Diccionario de Filosofía* Fondo de Cultura Económica, México, 1985.