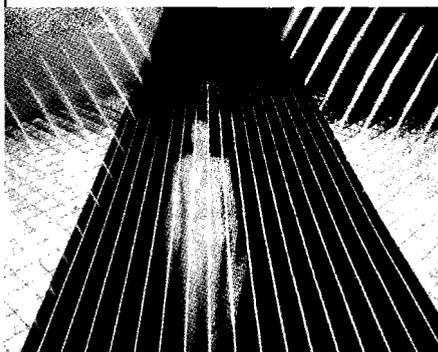


COMUNICACION, GUERRA Y PROPAGANDA

Para qué tantos medios de comunicación, tanta alta tecnología, si en tiempos de guerra no se puede decir la verdad. En el Golfo ganó la madre de todas las censuras.

Francisco Prieto, Miguel Rivero, Luis Eladio Proaño, Michael Morgan, Justin Lewis, Sut Jhally, Kirby Urner, Saheila Amiri, Juan Fonseca, Ana Lucía Bravo, José Sandoval, Mark Jendrysik, Norman Solomon, Bradley Breenberg, Ed Cohen, Hairong Li, José Steinsleger, Peace Net.

12**LA PRENSA EN AMERICA LATINA**

Existen cerca de 7.500 medios de comunicación colectiva en toda la región. Son muchos-muchos. La mayoría entretienen e informan.

Jair Borin, Ana López, Gloria Dávila, Fernando Checa, Zuly Meneses, Mauricio Estrella, Miguel Trespidi, Edgardo Carniglia.

68**CAPACITACION DE PERIODISTAS**

Entrevista a Charles Green, Director de PROCEPER, *Juan Braun* **60**

EL DIRECTO

Entrevista a Paul Virilio, Comunicador, *Ana Lucía Bravo* **65**

ORGANIZACIONES DE COMUNICACION	2	ACTIVIDADES DE CIESPAL	6
EUROPA	4	NUEVAS TECNOLOGIAS	10
AFRICA	5	LIBROS	99

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de CHASQUI.

Carta del editor

La Guerra y la Paz. Muchos seres humanos son violentos, agresivos. Cada tanto, un líder de alguno de los cuatro mundos decide por la guerra. La muerte. Rompe el deseo de la mayoría de vivir en Paz. Se justifica sobre la base de "razones de seguridad nacional". Y difunde a los cuatro vientos a través de elaborados esquemas de propaganda que "su nación tiene la verdad".

Y el pueblo, su pueblo le cree ¿Cómo no le va a creer? Al pueblo se le presenta una sola cara de la verdad. Y las dos caras de la mentira. Muchos medios de comunicación, sus dueños, periodistas, se transforman en tiempos de guerra, en parte substancial del aparato de propaganda de

ese líder, de ese Estado. Y reina la censura, la auto-censura y la recontra-censura. Y la verdad muere.

¿Qué hacer? Simple. Recordar que también nos debemos al pueblo. E informar la verdad, toda la verdad y nada más que la verdad.

Medios. Día a día, poderosos medios de comunicación nos bombardean con miles de mensajes de entretenimiento y de los otros. Así lo prueban las investigaciones realizadas por CIESPAL.

No hay escape para el escape.

Juan Braun

DIRECTOR: Asdrúbal de la Torre. **EDITOR:** Juan Braun. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Nelson Dávila. **ASISTENTE DE EDICION:** Wilman Sánchez. **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Jorge Mantilla, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Lucía Lemos, Jorge Merino, Francisco Ordóñez. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Beltrán (Bolivia); Reinhard Keune (Alemania); Humberto López (Colombia); Francisco Prieto (México); Máximo Simpson (Argentina); Luis Rivera (Puerto Rico). **CONSEJO DE ADMINISTRACION DE CIESPAL:** Presidente, Tiberio Jurado, Universidad Central del Ecuador; miembros

regulares: Marco Encalada, UNP; Fernando Chamorro, UNESCO; Rubén Astudillo, Min. Relaciones Exteriores; Rodrigo Rangel, Min. Educación; Edgar Yáñez, AER; Alba Chávez de Alvarado, Universidad Estatal de Guayaquil. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Eduardo Kingman, Jaime Pozo. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS. Servicios Especiales de IPS, OIP, IJI. Chasqui es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania. Apartado 17-01-584. Quito-Ecuador. Teléfono: 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED. FAX (593-2) 502-487.



Peace Net

Cobertura del conflicto

Pero, esta vez, solamente estaban Peter Arnett y sus compañeros en la habitación de un hotel en Bagdad, con los oficiales de prensa. Nunca en la historia de las comunicaciones humanas, se tuvo tanto tiempo y medios de comunicación tan poderosos, para transmitir tan poca información. Como lo señaló el crítico de *Los Angeles Times*, David Shaw: "En la noche del miércoles, con cientos de millones de telespectadores atentos al comienzo de las hostilidades, los únicos hechos sobre los que reporteros y locutores podían informar con certeza, era que Estados Unidos y sus aliados habían lanzado un ataque".

Los norteamericanos estuvieron durante cuarenta y ocho horas reducidos a vivir de videos, en los que las bombas atacaban objetivos dudosos mientras los locutores, dioses de la imparcialidad objetiva, no actuaban como analistas o críticos sino, simplemente, como maestros de ceremonias de un telemaratón del Pentágono.

¿Qué estaba pasando? "Nadie lo sabía", escribió Shaw en el *Times*. ¿Nadie? Los reporteros de la televisión que cu-

bren la Casa Blanca le preguntaron a Bush ¿qué estaba pasando? "Todo es tal como ustedes lo están describiendo", contestó con evidente satisfacción.

Hay que darle crédito a quien se lo merece: Si es que existió cualquier comprobación de la realidad ésta se debía al equipo de la CNN y a John Simpson, quienes permanecían en la capital iraquí porque ignoraban "un aviso extraoficial dirigido a las redes norteamericanas en Bagdad, supuestamente originado en fuentes de la Administración, que decía que Estados Unidos atacaría el Hotel Al Rashid". La Casa Blanca calificó de una "fabricación" los informes sobre el aviso. Walter Cronkite y, ocasionalmente, Peter Jennings, trataban de recordarle a la gente que todo lo que estaban escuchando provenía de una sola fuente.

MIRAR LA TV, "UN DEBER PATRIOTICO"

Pero, aparte de esto, la cobertura televisada jamás había sido tan mala, desinformativa y entrampada. Frente a una audiencia nacional, con hombres y mujeres norteamericanos en el frente corriendo riesgos, cualquier pregunta an-

te las cámaras en contra del conflicto podía tomarse como implícitamente desleal. Así que emergieron una solemne procesión de "genios" hablantes: Consultores de seguridad, militares retirados, expertos en terrorismo, consultores en armas que explicaban el posible significado de lo que no se había dicho y cuál sería el próximo paso de la coalición. Y en ninguna parte de este "show" se habló del por qué de la guerra o de la conveniencia de hacerlo. La NBC, en particular, parecía belicosa. El locutor Tom Brokaw se hizo cargo de explicar en repetidas ocasiones y con muchas palabras lo malvado que era Saddam Hussein.

Sin nada que decir, las redes comenzaron una desenfadada competencia para ganarle a sus competidores en decir nada. Siempre que surgía algo que pudiera ser una buena noticia, las que una vez fueron organizaciones noticiosas, no se detenían a verificarla o a profundizarla sino que, simplemente, transmitían diálogos a gritos, entre confusos editores y reporteros.

Esto ha continuado así: Mientras escribo esto, la NBC ha interrumpido un juego de fútbol para presentar un boletín: Un corresponsal en Darán gritando y gesticulando ante sus compañeros con una máscara de gas puesta en su cara. Poco después, otra red hizo lo mismo: Una breve nota presentando lo que él creía que estaba sucediendo, seguido de un video del reportero gritando y gesticulando ante sus compañeros con una máscara de gas colocada en su cara. Esta visión nada edificante surgió ante millones de pares de ojos, porque la cobertura a tiempo completo les decía que éste era un acontecimiento importante que sucedía una vez en la vida. Mirarlo era un deber patriótico. Según se les dice a los periodistas, la función de las noticias en una democracia, es la de informar con vigorosos debates públicos, estar seguros de que se discuten libre y completamente todos los puntos de vista; y actuar como un "broker" y observador justo y desinteresado ante las controversias. Esto es un clisé. Y a continuación se tiene este otro clisé: Que en tiempos de guerra, la función de los medios en una nación moderna es la de reunir apoyo, suprimir y aislar el disentimiento, orquestar y controlar las respuestas emocionales en masa, publicar todas las noticias buenas y suprimir las malas y, sobre todo, apoyar a los soldados y ganar. ■