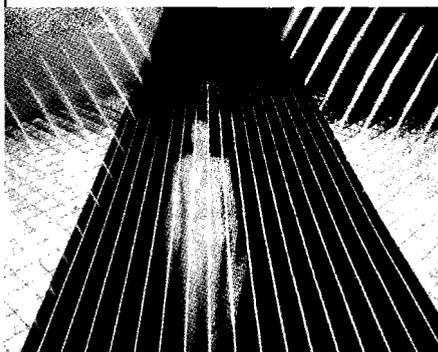


COMUNICACION, GUERRA Y PROPAGANDA**12**

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.

**LA PRENSA EN AMERICA LATINA****68**

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.

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.

Michael Morgan, Justin Lewis, Sut Jhally

Formación de opinión pública

Se sugiere que los medios de Estados Unidos fracasaron drásticamente en su papel de informar. Y la televisión es básicamente responsable de esto. Pero otros claman que triunfaron porque suprimieron el debate y la verdad. Para pensar.

Durante más de seis meses, los sucesos relacionados con la Guerra del Golfo Pérsico recibieron una extraordinaria cobertura por parte de los medios de comunicación colectiva. Desde el período en que comenzaron los preparativos hasta la guerra en sí (desde agosto de 1990 hasta enero de 1991), la cobertura noticiosa fue larga e intensa. Rara vez recibió algún otro acontecimiento en el mundo tanta atención de los medios.

Este estudio explora las consecuencias de esa cobertura y la responsabilidad de la televisión en que la gente adopte creencias y suposiciones acerca de la Guerra del Golfo. En concreto, se quiso saber qué aprendió el público de los medios; y si el público estuvo bien informado sobre los sucesos en el Medio Oriente y sobre la política exterior de Estados Unidos, los resultados sugieren que las contestaciones a estas preguntas son tanto dramáticas como reveladoras.

En plena cobertura de la guerra, los medios de Estados Unidos informaron insistentemente sobre los resultados de algunas encuestas que revelaban que la gente estaba satisfecha con esa cobertura. Esta clase de investigación de opinión, en verdad, revela muchísimo cómo las organizaciones televisivas se ven a sí mismas. Si el propósito es evaluar las noticias como un medio de entretenimiento, entonces es apropiado preguntar a la gente si les gusta lo que están viendo (y esto hicieron los medios); pero, si se les quiere juzgar como un medio informativo, es necesario averiguar que aprendieron las personas. Esto fue lo que se decidió hacer.

Michael Morgan, Justin Lewis y Sut Jhally. Profesores e Investigadores de la comunicación social, Universidad de Massachusetts, Amherst, Estados Unidos.

De manera más general, el estudio también fue inspirado por la preocupación sobre el modo en que los medios presentaban en Estados Unidos (o fallaban en presentar) lo que ocurría en el mundo. Muchos estudios comprobaron los impactos que la televisión logró ejercer en las ideas que tienen las personas sobre el mundo. La televisión, especialmente en sus programas de entretenimiento, proporciona a millones de televidentes un constante flujo de imágenes y descripciones que son una fuente de asunciones y concepciones ampliamente compartidas. Por consiguiente, se quiso saber cómo la televisión, encendida en los hogares norteamericanos un promedio de siete horas diarias, contribuyó a formar opiniones acerca de la guerra del Golfo.

Estas no son preguntas formuladas al azar; están dirigidas al corazón de un sistema en donde la calidad de las decisiones democráticas depende de la calidad de información que se ofrece.

Además, el alto nivel de apoyo público para la guerra en el Golfo, se convirtió directamente en una aprobación

de las actuaciones del Presidente Bush y de un estilo particular de política exterior, sin precedentes en la historia de ese país. En esto hay mucho más en juego que el éxito o fracaso de la ABC o la CNN.

METAS DEL ESTUDIO

En este contexto, la investigación detallada tuvo tres objetivos principales:

- Medir cuánto sabía la gente acerca de los acontecimientos en el Medio Oriente;
- Investigar cómo los niveles de conocimiento varían en función del apoyo a la guerra; y
- Examinar hasta dónde estuvieron relacionadas la variable **exposición a los medios** con las variables **niveles de conocimiento** y **el apoyo a la guerra**.

MÉTODOS Y MEDIDAS

Entre el 2 y 4 de febrero de 1991, se realizaron entrevistas telefónicas a una muestra escogida al azar de 250 personas adultas, en el área metropoli-



Los medios de comunicación "escriben" la historia

tana de Denver, Colorado. Se utilizaron procedimientos de discado digital. La muestra fue estratificada por sexo, con un número igual de hombres y mujeres (125 por cada grupo). El índice de respuesta fue del 60 por ciento.

La mayoría de los que respondieron (89 por ciento) se identificaron como "blancos"; casi una cuarta parte (23 por ciento) sirvió en el ejército; un 10 por ciento tenían un familiar allegado participando en la guerra del Golfo Pérsico. Las edades de los entrevistados fluctuaban entre los 18 y los 86 años, con una media de 44 años. Fueron divididos en tres grupos de aproximadamente el mismo tamaño: 18-32, 33-47 y 48-86 años de edad. La educación se midió en términos de años de escolaridad; menos de la mitad (45 por ciento) terminó la secundaria. La muestra fue dividida en la mitad (14 años de educación) en grupos de educación baja y alta.

La variable "Nivel de Apoyo a la Guerra", se construyó en base a dos preguntas: "¿Apoya usted la decisión del Presidente Bush de utilizar la fuerza militar contra Iraq?" (sí/no) y "¿Describiría su opinión en este sentido como fuerte, bastante fuerte o poco fuerte?" De los 250 entrevistados, 144 (58 por ciento) dijeron "sí" a la primera pregunta y "fuerte" a la segunda; estos entrevistados fueron catalogados como

los que "apoyaban fuertemente" la guerra. A los 65 entrevistados (26 por ciento) cuyo apoyo a la guerra era "bastante fuerte" o "poco fuerte", se les clasificó como que tenían un nivel de apoyo "medio". Los 41 restantes (16 por ciento) fueron codificados como "opuestos o inseguros". El apoyo al uso de la fuerza contra Iraq y la seguridad en su opinión, estuvieron relacionados significativamente; aquellos que apoyan la guerra tienen sentimientos "fuertes" hacia su opinión.

La exposición a la televisión se midió con esta pregunta: "¿Cuántas horas diarias mira la televisión?" El punto medio fue de 3.1 horas, bastante similar a la información recogida en muestras nacionales. Los entrevistados fueron divididos en tres grupos, conforme a sus respuestas: Televidentes débiles (menos de 1.5 horas diarias), televidentes medios (1.5 a 3 horas) y televidentes fuertes (más de 3 horas). Esta medida se interpreta como un indicador válido y confiable de niveles relativos de exposición y no como que proporciona medidas "exactas" de la cantidad de tiempo.

DISEÑO DE LA ENCUESTA

La encuesta se diseñó para que fuera lo más simple y directa posible. Muchas de las preguntas eran de tipo abierto, para evitar empujar a la gente hacia categorías de respuestas que, a lo mejor, ellos por sí solos no habían pensado.

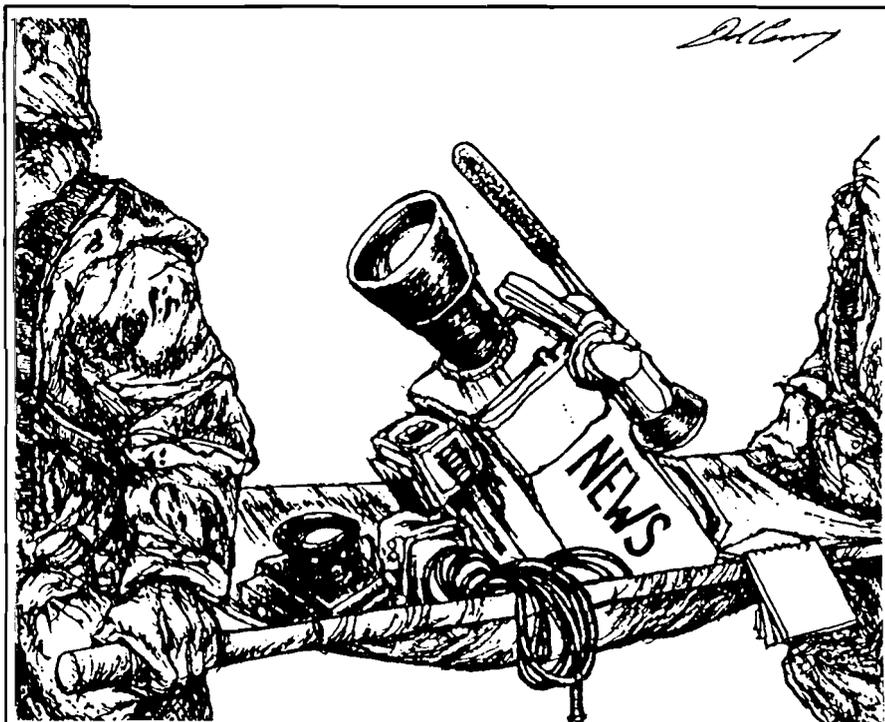
Algunas, como la que trataba sobre el fracaso del Departamento de Estado de avisar a Iraq de las consecuencias que sobrevendrían al atacar a Kuwait reflejaban, de mala manera, la política de guerra de la Administración. Otras, relacionadas con el conocimiento de la gente sobre el uso de armas químicas por parte de Saddam Hussein, podían ser utilizadas para justificar la necesidad de la guerra. En este sentido, se tenía interés en descubrir si el inmenso apoyo del público a la guerra estaba basado en la argumentación moral razonada sobre la liberación de Kuwait, expresada por el Presidente Bush (defensa de la libertad, de la democracia, fronteras internacionales y de la ley); o si el apoyo era **eventual y condicionado** (basado en pensamientos considerados y racionales sobre los problemas específicos del Medio Oriente, las políticas norteamericanas anteriores y actuales sobre la región y los intereses estratégicos norteamericanos).

LA HISTORIA NO CONTADA

La encuesta, como muchas otras realizadas durante este período, mostraba que una vasta mayoría de entrevistados (84 por ciento) apoyaban la decisión del Presidente Bush de utilizar la fuerza militar contra Iraq.

Muchos entrevistados (más de dos tercios) describieron su opinión en este sentido como **muy fuerte**; y una mayoría (58 por ciento) estaba preparada a pagar la guerra con impuestos más altos. Uno podría esperar que ideas tan firmes sobre un asunto político tan discutido, estuvieran basadas en un sólido conocimiento de los hechos. Pero, se descubrió que en este caso no era así. Se encontró que mucha gente, a pesar de los meses que la televisión había dedicado a cubrir esta historia, se encontraban alarmantemente mal informados.

Ciertamente, sorprendía encontrar un nivel relativamente bajo de reconocimiento de algunos de los actores más importantes de esta guerra. Por ejemplo, menos de la mitad de los interrogados (42 por ciento) podían identificar al General Colin Powell, Comandante en Jefe de las Fuerzas Aliadas, quien recibió gran atención por parte de los medios de comunicación. Pero la falta de conocimiento es mucho más profunda y tiene consecuencias mucho más serias, que si la gente puede o no identificar Generales.



The Miami Herald

Se formularon un número de preguntas sobre los acontecimientos en el Golfo, incluyendo la reciente historia de la política exterior de Estados Unidos en la región y algunos datos básicos sobre el Medio Oriente. Las brechas más sorprendentes en el conocimiento de la gente, tenían relación con la información que podría tener efectos negativos en la imagen que proyecta la Administración de que esta es una "guerra moral o justa". El fracaso de la Administración Bush en desanimar a Iraq a atacar a Kuwait, por ejemplo, está bien documentado. Como mínimo, la postura agresiva que tuvo después la Administración hacia Iraq, reflejó un cambio de decisión, más bien que una inconsistencia. La gran mayoría de los entrevistados no solo ignoraban la actitud inicial de la Administración, sino que creían en una consistencia de la política norteamericana, que era totalmente ficticia.

ESTADOS UNIDOS NO AMENAZO A HUSSEIN

Se preguntó a la gente cómo respondió el Departamento de Estado norteamericano en julio de 1990 (antes de la invasión), cuando Saddam Hussein informó que usaría la fuerza contra Kuwait. Solamente el 13 por ciento respondió correctamente (que Estados Unidos señaló que no tomaría ninguna acción); mientras que el 74 por ciento dijo que Estados Unidos amenazó a Hussein con imponer sanciones; y un 65 por ciento dijo que la Administración prometió apoyar militarmente a Kuwait. Esto es lo mismo que escribir de nuevo la historia en la conciencia colectiva. Y no hay duda que la Administración Bush fue la beneficiaria de este desacuerdo profundo. Después de todo, es mucho más fácil apoyar fuertemente la decisión de la Administración de ir a la guerra, si se piensa que el Presidente fue consistente y si se cree que Saddam Hussein fue "advertido".

Los que critican la política de guerra, dicen que Estados Unidos es hipócrita cuando reacciona con tanta violencia ante una ocupación en el Medio Oriente, mientras ignora o apoya otras en la misma región. En términos de apoyo público para la guerra, esta manera de pensar es importante ya que la mayoría de los interrogados (53 por ciento) declararon que Estados Unidos debería intervenir con fuerzas mili-



The Miami Herald

tares para restaurar la soberanía de cualquier país, que fuera ilegalmente ocupado (en comparación con solo un 18 por ciento que apoyaba la intervención para proteger los intereses del petróleo). Lo que esto sugiere es que (a menos que estén defendiendo una serie de intervenciones militares) mucha gente desconoce que existen otras ocupaciones en el Medio Oriente o en cualquier otra parte del mundo. Esto es importante, porque ese desconocimiento puede socavar la piedra angular de la moralidad de la política de guerra.

Menos de una tercera parte de los entrevistados (31 por ciento), estaba consciente de que Israel ocupa tierras en el Medio Oriente y solamente un 3 por ciento conocían que Líbano está ocupado por Siria. A pesar de las repetidas resoluciones de las Naciones Unidas, condenando ambas ocupaciones, algunos afirmaban que la ocupación de Israel era más "justificable" que la de Iraq. Lo que está claro en la encuesta es que muchas personas no están en posición de hacer una evaluación como esa, porque conocen una ocupación pero desconocen la otra. La negativa de la Administración Bush a "relacionar" los dos asuntos estuvo, por lo tanto, sancionada por una población que no tenía idea de lo que ello significaba.

CONCEPCION ERRONEA DE LA REALIDAD

Igualmente, mientras que la petición de Kuwait se conoció enseguida, solamente un 15 por ciento fueron capaces de identificar la Intifada, protesta palestina contra la ocupación israelí. Además, solo el 48 por ciento estuvo consciente de que Estados Unidos formó parte de la pequeña minoría de las Naciones Unidas, que votó en contra de buscar un arreglo político para el conflicto palestino-israelí. Esta fue casi la misma cantidad (12 por ciento) de aquellos que sugirieron que Iraq era culpable en este asunto (no se necesita señalar la ironía de esta concepción errónea). Este entendimiento limitado, hace más fácil que el Presidente aparezca con consistencia moral y que invoque la "ley internacional" como una base para el ataque a Iraq y la ocupación a Kuwait.

Esta noción se sustenta también con la idea de que Saddam Hussein, como Adolfo Hitler, es un loco al que hay que detener. Aunque no es posible comentar sobre las inclinaciones de Saddam Hussein por la megalomanía, vale la pena anotar que la invasión a Kuwait por parte de los iraquíes fue motivada, por lo menos en parte, por un razonamiento económico ordinario. Una de las razones mejor documentadas para la invasión iraquí, fue la insistencia de Kuwait de bajar el precio del petróleo, una política que estaba ago-

tando la economía iraquí; sin embargo, solamente un 2 por ciento de la muestra fue capaz de identificar a esta como una razón para la acción iraquí. Mientras que para mucha gente, esta historia no justifica la invasión, ello hace que sea más difícil retratar al líder iraquí como un lunático hambriento de poder. Por otro lado, no poder entender esta historia, hace que sea más plausible el intento de la Administración de pintarlo como el líder más diabólico desde Hitler (es bueno recordar que Pol Pot, Pinochet o Asaad, también podrían clamar por esta distinción).

AUDIENCIA SELECTIVAMENTE DESINFORMADA

Mientras que la mayoría de los entrevistados tuvo dificultad con las preguntas sobre el Medio Oriente o sobre la

política exterior de Estados Unidos, hubo algunas áreas sobre las que la gente contestó con más confianza. La mayoría de la muestra (81 por ciento) sabía el nombre del misil que usaron para derribar a los Scuds iraquíes (el Patriot). La mayoría de la gente (80 por ciento) conocían el hecho de que Hussein usó armas químicas contra Irán y miembros de la población de su propio país. Este conocimiento sugiere que la gente no es "ignorante" de todo en general; más bien, están desinformados selectivamente. Hay algunas cosas, en otras palabras, que muchos televidentes conocen. Sin embargo, así como los datos desconocidos no son neutrales, tampoco lo son los conocidos.

Igualmente, el conocimiento de las atrocidades cometidas por Saddam Hussein (las que, brutales como son,

no son raras en un mundo lleno de dictadores con escaso respeto por las vidas humanas), apoyan claramente el caso moral de la Administración en su contra. Así, por ejemplo, cuando se les preguntó si Estados Unidos debería intervenir por la fuerza, contra líderes que asesinan a un número significativo de civiles, el 58 por ciento respondió positivamente (menos de la mitad de esta cantidad, 28 por ciento, dijo que no). Si esta posición moral fuera aplicada consistentemente, Estados Unidos habría invadido muchos países que la Administración apoya. Esto sugiere que el conocimiento de la gente sobre los abusos de Saddam Hussein contra los derechos humanos, se combinan con el desconocimiento de otros que, de la misma forma, violan los derechos humanos.

Esto viene a ser igual a un conocimiento altamente selectivo de la historia contemporánea, con toda la información desagradable removida cuidadosamente. Es una visión del mundo que permite a la gente construir una impresión muy equivocada de la política exterior de Estados Unidos, basada en una creencia ingenua de estar en el lado de los "muchachos buenos" en contra de los "malos".

CONOCIMIENTO Y APOYO PARA LA GUERRA

Los niveles de conocimiento relativamente bajos, sobre aspectos principales de la situación en el Medio Oriente y los verdaderos patrones de la clase de cosas que sabía el público y cuales no, sugieren que el apoyo a la guerra fue formado sobre la base de conocimientos selectivos y distorsionados. Es decir que muchos de esos hechos desconocidos, podrían minar las partes claves del argumento moral de la Administración. En principio, los datos muestran una estrecha relación entre conocimiento y rechazo a la guerra. En otras palabras, mientras más sabe la gente, es menos probable que apoyen la política de guerra.

No se pretende decir que están en lo correcto las personas que se oponen a la guerra y que aquellos que ofrecen su apoyo están equivocados; pero si que el estudio muestra una clara relación entre el conocimiento y la opinión y que las cosas que la gente no conoce tienden a socavar la posición moral de la Administración; es plausible que se piense que un aumento en el conocimiento puede llevar a un aumento en

Tabla 1. Grado de Apoyo para la Guerra y Creencias Seleccionadas

Apoyo para la Guerra	Género		Edad			Educación		
	General	Femenino	Masculino	Joven	Maduro	Viejo	Baja Alta	
Porcentaje que dijo que "Kuwait era una democracia" (antes de la invasión)								
Fuerte	29	30	27	31	28	27	33	23
Mediano	19	19	18	21	15	18	31	8
Opuestos	12	19	0	30	7	6	11	14
Gama	-.34	-.26	-.48	-.12	-.49	-.47	-.26	-.37
Significación	.01	.08	.02	.29	.03	.04	.09	.05
Porcentaje que sabía que Estados Unidos había notificado a Iraq que no actuaría								
Fuerte	10	14	8	5	11	15	9	13
Mediano	11	10	12	11	10	12	11	11
Opuestos	27	26	29	20	43	19	11	41
Gama	.32	.22	.43	.47	.48	.06	.10	.42
Significación	.02	.15	.03	.07	.02	.42	.36	.01
Porcentaje que pensó que Estados Unidos amenazó con proteger a Kuwait por la fuerza								
Fuerte	72	73	71	70	77	67	81	59
Mediano	63	68	59	61	55	77	75	54
Opuestos	46	56	29	40	50	44	61	32
Gama	-.32	-.24	-.43	-.30	-.45	-.21	-.30	-.30
Significación	.00	.07	.00	.06	.01	.15	.05	.03
Porcentaje que pudo identificar la "Intifada"								
Fuerte	13	6	18	10	21	6	4	23
Mediano	15	13	18	14	10	24	7	22
Opuestos	24	19	36	0	43	25	11	36

COMUNICACION, GUERRA Y PROPAGANDA

la opinión fuertemente asociada a aquel.

Hay muchos ejemplos de este patrón y algunos se incluyen en la Tabla 1.

SIMPATIZANTES Y Oponentes A LA GUERRA

De esta manera, es probable inferir que aquellos que apoyaban la guerra fueron llevados equivocadamente a suponer que esta era "una guerra por la democracia". No se afirma que la Administración Bush promovió activamente la falsedad de que Kuwait era en verdad democrático, pero toda esa palabrería acerca del "legítimo gobierno de Kuwait" y el hecho de que Estados Unidos estaba empleando sus fuerzas militares para "liberarlo", llevó a algunos a esa conclusión.

Igualmente, muy pocos entrevistados (13 por ciento) sabían que Estados Unidos dijo a Iraq que, si invadía Kuwait, no tomarían ninguna acción. La Tabla 1 demuestra que era probable que los oponentes a la guerra podían saberlo; solo el 10 por ciento de los simpatizantes fuertes estaban conscientes de que Estados Unidos habían fallado en no advertir a Iraq, de que reaccionarían ante una invasión, en comparación con el 27 por ciento de los oponentes. Este patrón se da para todos y el margen de diferencia es significativo.

Adicionalmente, la Tabla 1 muestra que el 72 por ciento de los simpatizantes fuertes, contrario a un 46 por ciento de oponentes, pensaban erróneamente que Estados Unidos había dicho que apoyarían a Kuwait con el uso de la fuerza. Esta diferencia se mantiene significativamente fuerte en todos los subgrupos.

Finalmente, en relación con el levantamiento palestino en el West Bank, la Tabla 1 muestra que el doble de oponentes a la guerra que simpatizantes identificaban la Intifada (24 a 13 por ciento). Este patrón persiste en todos los subgrupos excepto entre los entrevistados más jóvenes.

En cuanto a las preguntas de "opinión", hubo también algunas diferencias sorprendentes entre los simpatizantes y oponentes a la guerra. Cuando se les preguntó si Estados Unidos debería intervenir en otros países, los simpatizantes estuvieron mucho más dispues-

tos a apoyar la acción militar. Por ejemplo, el 63 por ciento de los simpatizantes fuertes en comparación con el 27 por ciento de oponentes a la guerra, pensaban que Estados Unidos debería intervenir militarmente para proteger los derechos humanos, en caso de que un ejército guerrillero tomara el poder y asesinara a civiles. De igual manera, el 65 por ciento de los simpatizantes, en comparación con el 15 por ciento de los oponentes, pensaban que Estados Unidos debería intervenir militarmente en el caso de que se produjeran ocupaciones ilegales de países extranjeros.

Vale la pena notar que los simpatizantes también ofrecen estimados mucho más bajos (tres o cuatro veces) de la pérdida de vidas, particularmente

del lado iraquí. Está claro que en los dos grupos existen diferentes percepciones acerca de los efectos de la guerra.

LOS MEDIOS, EL CONOCIMIENTO Y LA OPINION

De hecho, el estudio reveló que las noticias de la televisión confundieron más que clarificaron. Además, se descubrió que las correlaciones entre ver televisión y el conocimiento, eran casi todas negativas. En resumen, **mientras más televisión vio la gente, menos sabía.** En la Tabla 2, se incluyen algunos ejemplos de esta aseveración. La tabla muestra que, a mayor cantidad de televidentes, mayor cantidad de personas creen que en Kuwait existía democracia antes de la invasión.

Tabla 2. Exposición a la televisión y creencias seleccionadas sobre la guerra

Observación	General	Género		Edad			Educación	
		Femenino	Masculino	Joven	Maduro	Viejo	Baja	Alta
Televisión								
Porcentaje que dijo que "Kuwait era una democracia" (antes de la invasión)								
Fuerte	16	11	20	20	12	17	28	10
Mediano	21	25	19	31	15	17	26	17
Opuestos	32	35	29	28	38	30	34	29
Gama	.29	.39	.16	.12	.49	.28	13	37
Significación	.01	.01	.19	28	.01	.11	22	03
Porcentaje que sabía que Estados Unidos había notificado a Iraq que no actuaría								
Fuerte	17	18	17	5	29	17	22	15
Mediano	15	17	13	14	12	17	11	18
Opuestos	8	12	3	0	10	11	4	17
Gama	-.25	-.16	-.41	-.17	-.40	16	- 52	.04
Significación	.06	.22	.05	.32	.05	.28	.02	.42
Porcentaje que pensó que Estados Unidos amenazó con proteger a Kuwait por la fuerza								
Fuerte	59	64	53	50	60	67	78	49
Mediano	65	70	61	67	64	64	83	48
Opuestos	70	67	74	67	79	63	70	71
Gama	.15	.03	.26	.21	.29	-.04	- 22	.22
Significación	.08	.42	.05	.14	.06	.42	.11	.08
Porcentaje que pudo identificar la "Intifada"								
Fuerte	22	18	27	5	36	25	22	23
Mediano	15	9	20	14	18	14	4	27
Opuestos	10	7	13	6	14	8	2	25

Tabla 3. Porcentaje que Apoyó la Guerra "Fuertemente" y exposición a la TV.

Exposición general a la TV	Género			Edad			Educación	
	General	Femenino	Masculino	Joven	Maduro	Viejo	Baja	Alta
Ligero	47	39	53	45	36	67	33	51
Mediano	52	45	58	41	64	55	58	47
Fuerte	76	71	81	89	79	63	80	67
Gama	.30	.32	.31	.40	.49	.03	.44	.13
Significación	.001	.01	.02	.01	.001	.43	.001	.17
Exposición a Noticiarios de TV								
Ligero	48	45	52	52	41	50	44	52
Fuerte	60	56	64	53	66	60	68	52
Gama	.19	.19	.17	.05	.43	.27	.32	.07
Significación	.08	.14	.20	.40	.02	.20	.04	.35

El doble de los televidentes poco frecuentes, comparado con los televidentes muy frecuentes, conocían la posición de Estados Unidos de no tomar ninguna acción si Kuwait era invadido.

Uno de los descubrimientos más sorprendentes tenía que ver con la percepción de la gente sobre cuánto daño causó el intenso bombardeo de la coalición a Iraq y a sus tropas. Cuando se pidió a la gente que hiciera un estimado de las muertes iraquíes, los televidentes poco frecuentes dieron un estimado promedio de 9 mil 848 muertes (hasta el 4 de febrero de 1991); mientras que los televidentes muy frecuentes ofrecieron una cantidad promedio de 789 (8 por ciento del estimado de los televidentes poco frecuentes). Esto no afecta la exactitud, sino la percepción relativa; era claro que los televidentes muy frecuentes, estaban más inclinados que los televidentes poco frecuentes, a creer que la guerra se estaba librando de un modo limpio y eficaz, con bombas "smart" que solamente dañaban edificios. No hay duda que la falta de imágenes visuales sobre muertos, ayudó a mantener la creencia de la limpieza de los bombardeos.

EL USO DE LOS MEDIOS Y EL APOYO PARA LA GUERRA

Existe una relación positiva extremadamente fuerte entre la cantidad de tiempo invertido en ver televisión y el

apoyo a la guerra. La **Tabla 3** muestra que menos de la mitad (47 por ciento) de los televidentes poco frecuentes, en comparación con tres cuartas partes (76 por ciento) de los televidentes muy frecuentes, apoyaban muy "fuertemente" la decisión del Presidente Bush de utilizar la fuerza militar contra Iraq. Esta relación es constante entre los subgrupos, aunque es más débil entre los que tienen más educación y no se mantiene entre los de más edad.

Es importante hacer hincapié en que casi todo el mundo veía algunos noticiarios de televisión, durante el período en que se recogieron los datos; casi el 80 por ciento informó que veía las noticias todas las noches.

CONCLUSIONES E IMPLICACIONES

Los resultados sugieren que los medios de Estados Unidos fracasaron drásticamente, en su papel de informar. A pesar de la intensa cobertura que se hizo durante meses, la mayoría de la gente no conocía los hechos básicos de la situación política existente en el Medio Oriente o acerca de la historia de la política de Estados Unidos hacia Iraq. La televisión, como fuente de "información", de la que depende la mayoría de la gente, es particularmente responsable de esto. Aunque el apoyo a la guerra era extraordinariamente fuerte, este se basaba por lo menos en parte, en conocimientos incorrectos o incom-

pletos. El apoyo a la guerra, aunque inmenso, pareció más bien frágil ya que, mientras más sabía la gente, estaban menos dispuestos a apoyarla.

No se puede culpar al Pentágono o a la Administración Bush por presentar solamente aquellos hechos que podían conseguir apoyo para su causa; después de todo, no es su trabajo proporcionar al público una visión equilibrada. La culpabilidad de esto recae claramente en los medios, particularmente en la televisión, responsable de la transferencia inmediata de todos los hechos de guerra. El estudio sugiere que estos fallaron en cumplir con su deber.

La tendencia de la televisión a presentar opiniones parciales, está afectada por los imperativos económicos de un sistema sustentado en la publicidad. Fue necesario dotarle a la cobertura noticiosa de un tono optimista para retener a los anunciantes, ya que nadie quería que su producto estuviera rodeado de imágenes de muerte, dolor y destrucción. El problema, visto por la objetividad periodística, es que este tono optimista fue utilizado por la Administración Bush para intentar vender al público su política de guerra.

La pregunta que surge de los resultados es significativa: ¿Hubiese existido menos apoyo para la guerra si los medios informaban mejor al público? Este estudio indica que la contestación a esta pregunta es sí o, simplemente, estarían menos dispuestos a hacerlo. Un conocimiento profundo haría más difícil que la gente aceptara la guerra basándose en un razonamiento moral.

Consecuentemente, los medios fallaron en su "deber de ser objetivos" ya que ellos comunicaron datos que apoyaban la política de la Administración y no informaron sobre los que eran contrarios a la misma. Su mensaje consistía de tres afirmaciones: 1) "El enemigo es un demonio encarnado", 2) "Estamos ganando" y 3) "Dios está de nuestro lado". Estos mensajes tienen una curiosa similitud con los que profería el gobierno iraquí y los medios de ese país. Pero, se supone que en Estados Unidos, el gobierno y los medios, son independientes y distintos.

Esto sugiere que los medios norteamericanos deberían reexaminar muy seriamente la forma en que ellos cubren los sucesos relacionados con su política exterior, como la Guerra del Golfo.

Como lo indican los resultados, ello significa que hay que tener una mayor preocupación con los hechos históricos, que con la opinión y las interpretaciones "oficiales" sin sustento.

UN PROCESO CICLICO

Estos resultados insinúan que se debe tener un mayor cuidado al utilizar las encuestas de opinión pública. El estudio implica que las encuestas no validan la política actual; al contrario, simplemente reflejan el fracaso de los medios noticiosos para permitir que el público tenga una opinión informada. En otras palabras, las encuestas de opinión no reflejan a un conjunto de ciudadanos tomando decisiones racionales e independientes; mas bien, reflejan mucho los prejuicios de los medios de comunicación de Estados Unidos.

Desafortunadamente, esto puede convertirse en un proceso cíclico. Una vez que empezó la guerra, el "establishment" político de Estados Unidos cerró filas alrededor del asunto. La cobertura de los medios reflejó esta opinión estrecha que, a su vez, influyó en la opinión pública. Los medios, por consiguiente, estuvieron en capacidad de justificar su parcialidad con la noción de que ellos simplemente estaban reflejando la opinión pública —permitiéndole que solidificara sus ideas sobre el

tema— y así sucesivamente. Tocar asuntos más amplios, podría fomentar posiciones confusas antes que morales y evitar las malas interpretaciones que caracterizaron a la opinión pública durante la guerra del Golfo.

Estos datos no "prueban" que los medios produjeron un bajo nivel de conocimientos o que "causaron" que los simpatizantes de la guerra apoyaran con tanto entusiasmo ese conflicto. Existen muchas explicaciones e interpretaciones de los resultados. Podría ser que los oponentes a la guerra se tomaron más trabajo para encontrar información "correcta" (que de hecho, estaba disponible), para argumentar su posición; esto es, sus opiniones pudieron producir su mayor conocimiento. Y pudiera ser que los simpatizantes de la guerra, tendían a ver más televisión porque lo que veían en ella confirmaba y satisfacía sus opiniones. Sin embargo, los datos sugieren un proceso en el que el apoyo a la guerra, los bajos niveles de conocimiento y la exposición de los medios, interactuaban todos entre sí y se reproducían de modo dinámico y sistemático.

LOS MEDIOS: DERROTADOS O TRIUNFALISTAS

Más allá de los complejos argumentos que distraen la atención sobre las "causalidades" de estos datos, las pre-

guntas más importantes son: ¿Por qué, en una sociedad ostensiblemente democrática, los medios han sido cómplices en opacar los análisis críticos independientes y la política gubernamental oficial? ¿Por qué han sofocado el debate y silenciado las voces opositoras? ¿Por qué estuvieron tan dispuestos para que se les utilizara tan hábilmente como armas de desinformación, dirigidas tanto al público norteamericano como a la dirigencia militar iraquí?

Algunos han criticado las conclusiones de este estudio, que los medios "fallaron" en su "deber" de proporcionar información "correcta", afirmando que ellos, en verdad, "triunfaron" de manera brillante en suprimir el debate y en lavar el cerebro del vasto público norteamericano, para que demostrara un fervor patriótico de tipo vitriólico. Estas son teorías conspiradoras que deben ser rechazadas.

Es más factible y más fácil pensar que se pueden encontrar las contestaciones a esas preguntas en la naturaleza económica (comercial), de las estructuras dominantes de los medios, dentro de la sociedad contemporánea norteamericana. Esta estructura explica que las decisiones de los medios sobre cómo presentar la guerra fueran, en parte, dirigidas por el miedo de ser acusados de "antinorteamericanos"; de estar obstruyendo la erradicación del supuesto "síndrome de Vietnam"; y por la necesidad de entregar a las audiencias anunciantes en la "predisposición mental" apropiada, que fueran conducentes a mensajes comerciales. Por lo tanto, en vez de que fuera el resultado de cualquier explícita "conspiración", los medios necesitaban minimizar cualquier mensaje potencialmente controversial y que pudiera inquietar a la audiencia.

La "solución" de los medios constituyó la salida a este dilema. Mucho mejor hacer flamear la bandera y propagar desinformación (en nombre de la "seguridad militar"), que realzar el debate e inquietar a la audiencia con información inconfortable y, en consecuencia, posiblemente alienar a los anunciantes. El resultado final, es una mezcla problemática de apoyo a las soluciones militares violentas, audiencias patrióticas alegres y ofuscación de la realidad.



© 1991 INTERNATIONAL COPYRIGHT BY CARTOONISTS INC., N.Y.C., U.S.A. The Miami Herald