

jes
519

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR
Facultad de Ciencias de la Educación y de la
Comunicación Social
Tesis monográfica:
*Periodismo y política exterior: ¿La unión
hace la fuerza?*
Autor: Ramiro Pellet Lastra
Materia: Seminario de Investigación Periodística
Cátedra: Raúl Burzaco
UMayo, 1994
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INDICE

Introducción	4
<u>Primera Parte: Opinión pública y notas de opinión</u>	
1. La opinión pública	8
2. La opinión publicada	16
3. Formación de la opinión publicada	24
<u>Segunda Parte: El periodismo y la Guerra de Malvinas</u>	
1. La prensa en Malvinas	39
2. La guerra según <i>The Economist</i>	46
3. La guerra según <i>Somos</i>	56
<u>Tercera Parte: El periodismo y la Guerra del Golfo Pérsico</u>	
1. La prensa en el Golfo	65
2. <i>Time</i> , <i>Newsweek</i> , y el Golfo	72
Conclusión	87
Notas	91

INTRODUCCIÓN

Pocos acontecimientos logran unir con tanto entusiasmo a los ciudadanos de un país como la guerra contra un estado extranjero. En los primeros tramos del conflicto, voces por lo común discordantes se coligan para repudiar al nuevo enemigo y apoyar al gobierno propio; la objetividad se desvanece, y en poco tiempo la irracionalidad y el jingoísmo toman su lugar.

Sin embargo, en una empresa tan delicada como la guerra, al menos los medios de comunicación deberían desprenderse del atuendo belicista que envuelve a su país, manteniendo cierta distancia de las emociones, brindando informaciones veraces, y ofreciendo opiniones equilibradas. En primer lugar, es razonable esperar que los medios sugieran a gobernantes y gobernados una salida al conflicto diferente al uso de las armas. Es también obligación del periodismo prevenir sobre las consecuencias que la guerra puede traer tanto a su país como a su adversario: sangre, muerte, y dolor son los invitados más asiduos a toda conflagración.

En este trabajo, se analizará el papel de la opinión brindada por los medios de comunicación en tiempos de guerra. Nuestra inclinación por el estudio de las relaciones entre naciones, y de la influencia del periodismo en esas relaciones, se origina en 1987, en ocasión de participar de un programa de intercambio cultural en los Estados Unidos. Más tarde el entusiasmo internacionalista nos llevó a explorar otras culturas, otras naciones, mediante

asiduas lecturas y viajes personales a Europa, África, nuevamente los Estados Unidos, y a varios de nuestros países vecinos.

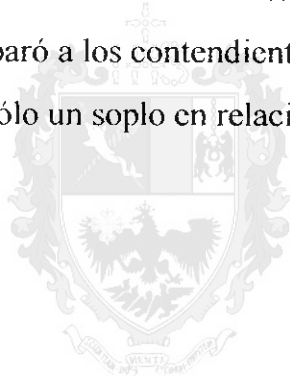
Nuestra investigación parte de la siguiente hipótesis: *¿Apoyan los medios de comunicación social, desde sus notas editoriales, al gobierno de su país cuando decide entrar en guerra?* Además del interrogante central, otras incógnitas intentarán ser develadas con el correr de las páginas: *¿En qué se fundan los argumentos expuestos en las notas de opinión durante una guerra? ¿Se apoyan en reflexiones frías y elaboradas o están regidas por el entusiasmo y el patriotismo? ¿Se busca calmar las aguas o, por el contrario, alentar el fuego?*

Buscaremos las respuestas a nuestras preguntas mediante un análisis de los factores que influyen en la redacción de una nota editorial, y en la importancia que tales notas representan en la formación de la opinión pública. Luego concentraremos nuestra atención en el estudio de dos casos concretos. En primer lugar, veremos cómo se vivió la Guerra de Malvinas en las páginas editoriales de las revistas *The Economist*, de Inglaterra, y *Somos*, de la Argentina. En segundo término, nos encontraremos con las opiniones de prestigiosos columnistas y ensayistas de las no menos influyentes revistas norteamericanas *Time* y *Newsweek*, en ocasión de la Guerra del Golfo Pérsico - 1990/91-.

Las diferencias entre ambas contiendas no deben ser soslayadas. En Malvinas, ambos gobiernos pusieron en juego su propia supervivencia en las frías aguas del Atlántico Sur. La Junta argentina y el Gabinete británico buscaron recuperar en la bruma de las Islas Malvinas el poder que perdían día a día en las calles de sus países.

En lo que se refiere al Golfo Pérsico, allí también hubo coincidencia de intereses, pero de otra índole. Ya no se peleaba por prestigio, sino que cada bando se esforzó por controlar buena parte del petróleo mundial, y por erigirse definitivamente como potencia dominante. En el caso de Irak, su meta fue regir los destinos de Oriente Medio. En el caso de los Estados Unidos, el objetivo fue dejar en claro cuál es la única superpotencia en el concierto de las naciones.

Las similitudes también merecen ser destacadas. En ambos casos se enfrentaban una dictadura y un gobierno democrático. En ambos casos la brecha económico-militar que separó a los contendientes fue abismal. Además, la duración de estas guerras fue sólo un soplo en relación a otros conflictos del siglo veinte.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

PRIMERA PARTE:
Opinión pública y notas de opinión.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

CAPÍTULO 1

LA OPINIÓN PÚBLICA

TODO GOBIERNO NECESITA CONTAR CON LA OPINIÓN PÚBLICA A SU FAVOR CUANDO DECIDE ENTRAR EN GUERRA. PERO ¿DE QUÉ SE TRATA, EN DEFINITIVA, LA OPINIÓN PÚBLICA? EN ESTE CAPÍTULO ANALIZAREMOS SU CONCEPTO Y SU FUNCION.

Desde sus comienzos, el hombre ha visto desfilar una extensa gama de gobiernos, y una no menos variada serie de gobernantes. Reyes tribales, jefes de clan, monarcas divinos, líderes religiosos, emperadores, zares, príncipes, presidentes, primeros ministros, han gobernado de manera teocrática, autocrática, oligárquica, democrática, totalitaria. Dentro de esta variedad, que incluye regímenes tan distintos en esencia y tan distanciados en el tiempo como la democracia ateniense, los señoríos samurais del Japón, y el totalitarismo stalinista, los estudiosos de la ciencia política encuentran un punto en común: aunque en general se proclama lo contrario, siempre son unos pocos los que mandan y otros muchos los que obedecen.

Ejercer poder no es otra cosa que lograr ser obedecido, pero conseguir obediencia no es tarea fácil. El monarca debe ser seguido por sus súbditos, el señor feudal por sus vasallos, y el presidente por los ciudadanos. Si los gobernados se niegan a obedecer, el gobernante pierde legitimidad y autoridad, y su régimen termina por derrumbarse bajo el silencioso grito de las urnas o a través de la violencia revolucionaria. Cuando la mayoría dominada se siente

abrumada y sofocada por la minoría dominante, esta última cae y cede el terreno a una nueva minoría conductora.

Vemos entonces que el pueblo, lejos de ser pasivo espectador de su historia, se deja gobernar siempre y cuando el gobierno de turno haga las cosas bien... o siempre que aparente hacer lo correcto.

Aun los gobiernos más represivos y totalitarios necesitan del consentimiento de los ciudadanos para poder mantenerse al frente de un Estado. Hitler organizaba referéndum para medir su grado de popularidad, y Stalin se esforzó en crear su imagen de dios, de héroe y, al decir de George Orwell, de Hermano Mayor. Demócratas y dictadores, reyes y presidentes, han aprendido la importancia de tener de su lado la voz del pueblo, que en los tiempos modernos pasó a denominarse *opinión pública*. "Para ser justo", dijo Napoleón, "no basta con hacer el bien; es necesario, además, que los gobernados estén convencidos de ello. La fuerza se funda en la opinión. ¿Qué es el gobierno? Cuando le falta la opinión, nada".¹

Según K. Young, la opinión pública consiste en las opiniones sostenidas por el público en cierto momento, y surge a raíz de un conflicto sobre algún valor común.² Es decir que no se trata de un estado permanente, de un sentir perdurable, sino de un consentimiento unánime frente a un problema concreto.

El consenso no surge de la noche a la mañana, sino que es el resultado de un lento proceso de asimilación de información, debate de ideas, ponderación de argumentos, y elección de alternativas. Young reconoce cinco etapas en la formación de la opinión pública³:

- Algún tema o problema comienza por ser definido por ciertos individuos o grupos interesados, como un problema que exige solución.
- Se emprenden investigaciones sobre el tema, al tiempo que éste es debatido en público y en los medios de comunicación.
- Se adelantan soluciones posibles. Hay apoyos y protestas; se acentúan las emociones.
- Se alcanza cierto consenso, fruto de conversaciones, discursos, debates y escritos. El consenso rara vez es unánime, sino mayoritario.
- Una vez alcanzado el consenso, el gobierno pone en práctica la ley aprobada, el proyecto apoyado, etc.

El proceso de formación de la opinión pública comienza con la definición de un tema, pero ¿qué tema? En las sociedades preindustriales, la opinión pública abarcaba problemas locales. Cada individuo, en sus conversaciones cotidianas, se enteraba de todo cuanto acontecía en su comunidad. Pero a partir de la Revolución Industrial y de la creciente urbanización que aquélla trajo consigo, el ciudadano se encontró viviendo en un mundo cada vez más interdependiente, y en ciudades tan vastas que la mayor parte de los hechos que allí acontecían no podían ser advertidos ni por él ni por su círculo de amigos y vecinos. El nuevo trabajador urbano debió enfrentarse a problemas de dimensiones globales, por lo que pasó a depender en gran medida de fuentes indirectas de información. Había llegado la hora de gloria para el periódico, el pionero de los medios de comunicación social.

Según Raúl Rivadeneira Prada, los medios hoy en día *"actuarían como proveedores de tópicos para el intercambio de ideas entre las personas; en*

efecto, lo que escribe un diario o lo que se ha oído por radio y visto en la televisión y el cine incluye parte del repertorio de charlas en el hogar, la oficina, el café, el taller". ⁴

Por ser los administradores de la información, los medios intervienen en el proceso de formación de la opinión pública desde su mismo origen, y lo hacen en dos sentidos. Por un lado, seleccionan los hechos que habrán de difundirse públicamente, muchos de los cuales se transformarán en temas de debate. Aquello que los medios omiten, lo que por negligencia, falta de pericia, o intereses políticos o comerciales nunca se refleja en las noticias, difícilmente tendrá discusión pública. Por otro lado, la opinión del público se ve influida por el tratamiento que los medios dan a las noticias y por los comentarios editoriales.

M. De Fleur señala tres modos en que los medios pueden influir las decisiones de los individuos: *"Primero, el contenido de la comunicación masiva puede **reforzar las pautas existentes** y conducir a la gente a creer que determinadas formas sociales son apoyadas por la sociedad. Segundo, los medios pueden crear **nuevas convicciones compartidas** con respecto a tópicos en los cuales el público ha tenido poca experiencia previa. Tercero, pueden **cambiar normas preexistentes** y, por tanto, llevar a la gente de una forma de comportamiento a otra".* ⁵

El peso de los medios es indudable y, como se verá más adelante, los empresarios periodísticos de la actualidad detentan gran capacidad de influir en la formación de la opinión pública. Pero tanto la televisión como la radio y la prensa gráfica están allí, al alcance de quien tenga la habilidad necesaria para