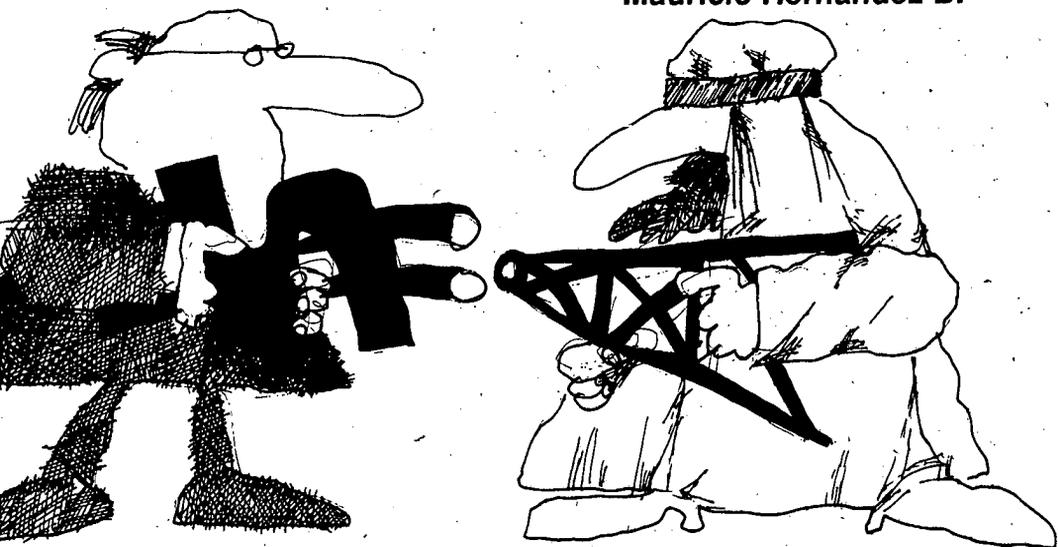

DOCUMENTOS

LA NOTICIA ESPECTACULO

Carolina de Oteyza
Mauricio Hernández B.



La guerra siempre se ha contado después... Pero la guerra en el golfo pérsico no pareciera obedecer a esta afirmación. En efecto, las televisoras occidentales han pretendido desde mucho antes de su inicio contárnosla en vivo y directo, día a día. El éxito de CNN (Cables News Network) se debe en gran parte a su aptitud tecnológica de transmitir los hechos de la guerra con la misma "eficacia" que una pelea de boxeo o el matrimonio de Lady Di. El inicio del conflicto ha sido anunciado y publicitado por las televisoras con los mismos recursos y códigos que el mundial de fútbol o las olimpiadas. Es cierto, pero no es nuevo, pareciera más bien, que esta práctica se está convirtiendo en el nuevo estilo, sobre todo en lo que se refiere a la información internacional. Los acontecimientos de Beijing (jun. 89), los de Berlín (nov. 89) o los de Budapest (dic. 89) también recibieron este tratamiento "espectacular", se cambiaron las programaciones para presentar programas especiales, y estar en contacto permanente con el lugar de los acontecimientos etc... Al fin y al cabo, estos acontecimientos son ricos en tragedias, emociones y dramas, y si estos se presentan además en un plano elemental de lucha del bien contra el mal, se entenderá mejor la fascinación que provoca esta información-espectáculo. En el panorama de hipe-

rinformación en el cual vivimos, esta guerra representa una cierta novedad noticiosa. La televisión banaliza cualquier acontecimiento transformándolo en espectáculo audiovisual: esta afirmación repetida mil veces cobra de nuevo aquí todo su sentido, y es así como vemos todas las televisoras occidentales disputarse la última novela de moda. La guerra en el golfo.

Ahora bien, esta suerte de "lanzamiento publicitario" de la guerra como acontecimiento merecedor de la atención pública mundial tiene consecuencias de naturaleza distinta.

En primer lugar, arrastra en cierta medida a los otros medios de comunicación social a seguir informando con la misma intensidad para no "quedarse atrás". Me explico, las temáticas de "moda" parecieran ser más bien las descripciones "high tec". que el drama humano o a las razones por las cuales se decidió desechar el embargo económico a Irak, pregunta fundamental si las hay para entender el conflicto.

En segundo lugar, ha creado deliberadamente muchas expectativas acerca de la transparencia y de la exhaustividad de la información sobre el conflicto por iniciarse. Si las televisoras están instaladas en el lugar de los acontecimientos con todo su arsenal tecnológico, desde mucho tiempo antes que empezara la guerra, lo mínimo que se puede esperar es que esta va a ser cubierta de manera tal, que no se nos va a escapar un solo detalle y en consecuencia, la información que va a brindar tiene que ser objetiva. ¿Objetiva?

A) Las virtudes del vivo y directo

La transmisión en vivo y directo tiene obviamente muchas ventajas pero presenta también problemas mayores que si bien no afectan mayormente la transmisión de un partido de fútbol, tiene efectos nefastos sobre la transmisión de una guerra. El estilo en vivo y directo impide por definición cualquier proceso de reflexión, verificación de información, análisis crítico, comparación etc., lo que lleva a los comentaristas a decir cualquier cosa o incluso a limitarse a traducir lo que dicen los demás. A este respecto fue elocuente la realidad informativa de los medios televisivos occidentales en los primeros días del conflicto. No insistiremos sobre el hecho que Venezuela no constituyó una excepción a este respecto. Las televisoras lo iban a contar todo. De hecho, en los primeros días obsesionados por el vivo y directo y por la primicia, contaron de todo" la guerra iba a ser corta, cuestión de días, los aliados habían neutralizado la fuerza aérea Iraki en el suelo, los centros de comandos Iraki habían sido destruidos gracias a unos bombardeos "quirúrgicos" etc. etc. El vivo y directo no le teme a las contradicciones.

Pero la realidad de la guerra agotó rápidamente este estilo periodístico, las llamadas telefónicas desde un hotel de Bagdad, los mapas, las tomas de archivo, o, tubazo de los tubazos, la foto del ángulo de tiro de un bombardero donde se aprecia la sofisticación para alcanzar un blanco, no satisfacen al público que se aburre oyendo unos comentarios sin mucho que decir fuera de algunos lugares comunes cuando no se transforman en pésimos traductores simultáneos.

El estilo CNN demuestra entonces que estar en vivo y directo no es una garantía de saber más y en consecuencia de informar mejor. Las mismas televisoras que se prestaron al bombardeo informativo inicial rectificaron disminuyendo la intensidad, cambiando de estilo y en algunos casos de comentaristas.

Ahora bien, cabe preguntarse sin embargo, ¿cómo tal despliegamiento de tecnología comunicacional, con los costos que implica, ha podido "olvidar" que desde Viet Nam, ninguna nación en guerra ha permitido a los periodistas, y menos aún a los de las televisoras, ver la guerra de cerca? Recordemos el trato a los periodistas en la guerra las Malvinas (82), en la intervención en Granada (83) o en la invasión de Panamá (89) para sólo citar casos latinoamericanos .

Es obvio que las Fuerzas Armadas aprendieron la lección de Viet Nam en cuanto al efecto de las imágenes de guerra sobre las opiniones públicas, como bien explicó A. Pasquali (1).

La censura se encuentra plenamente justificada en nombre del secreto militar, lo que en parte no carece de cierta lógica. Sin embargo, es evidente que se busca el efecto opuesto al efecto "mediático" de Viet Nam. Se trata de ocultar lo más que se pueda el sufrimiento, el dolor y el horror. No hay que preocuparse ya que la guerra de hoy es limpia, aséptica, hasta se le pide prestado el léxico a la medicina: "es quirúrgica". Se parece mucho a la guerra de los juegos de videos: blancos alcanzados y tablas estadísticas de "bajas" de lado y lado. Vemos entonces cómo los medios de comunicación sociales se convierten al lado de los misiles en armas importantes del conflicto. El control de estas armas es sin embargo más difícil que el de los aparatos bélicos. El tiempo desgasta y algunos periodistas corresponsales de guerra engañaron la censura.

B) El Espectáculo en los medios impresos

Desde el inicio de la Guerra, el miércoles 16-1-91, el control y la censura se aplicó igualmente a los medios impresos. Lo expresado por comentaristas internacionales días antes, en cuanto a que la primera baja del conflicto iba a ser la información, se convirtió en una realidad.

Las Fuerzas Aliadas capitaneadas por los Estados Unidos, establecieron el llamado Pool de noticias dirigido desde el Pentágono, donde las cadenas de TV norteamericanas CNN y CBS como dijimos anteriormente, montaron el gran show y así el mundo siguió una Guerra al estilo Rambo, donde el Silvester Stalone fué la tecnología de punta o la "Big Science" de Occidente. Sin embargo en los medios impresos, en particular algunas agencias noticiosas, no se adaptaron al rol exigido por el Pentágono.

Por ejemplo, la agencia francesa France Press emplazó una demanda judicial en los Estados Unidos contra el Pentágono, por su derecho a informar en el conflicto. Igualmente entre los periodistas que cubrieron la Guerra del Golfo el malestar fue grande. Incluso en una rueda de prensa el comandante de las fuerzas norteamericanas, general Norman Schwarzkopf tuvo que retirarse por diferencias con los periodistas acreditados en esa reunión.

El desagrado de la prensa en Arabia Saudita, donde está el comando de las fuerzas aliadas fue captado por un comerciante oportuno, quien sacó al mercado la "camiseta sin nombre" como una forma de burla a la censura, que lucieron muchos periodistas acreditados en la capital Saudita.

La camiseta de todas las tallas tiene un mapa dibujado que representa los contornos de Arabia Saudita, Kuwait e Irak. Veddah, la principal ciudad del país situada en el mar Rojo se llama "Somewhere" (en algún lugar) En el centro Riad, la capital administrativa, se ha convertido en "Someplace" (en algún sitio).

Dahrán, la más importante base norteamericana del Golfo, figura bajo el nombre de "Someplace else" (base aérea no identificada) En la espalda de la camiseta, figura la inscripción: "This may not be hell, but we can see it from here (esto tal vez no sea el infierno, pero desde aquí podemos verlo) (2).

En los Estados Unidos la información de la Guerra despertó otro debate en la prensa. Algunos pensaron que la cadena de TV CNN y, en particular su corresponsal en Bagdad, Peter Arnett mostraba simpatía por Irak. El Washington Post (el conocido diario del caso Watergate) comentó que este corresponsal en ningún caso sirvió a Irak y agregó que los irakies no tenían la necesidad de la cámara de Arnett, puesto que estos dominaban bien las técnicas del video. Señalaba el diario que lo que necesitaban los iraquíes era mostrar el sufrimiento de Irak con un acen-

to neozelandés y una sigla CNN y que la solución no consiste en restringir las actividades de la prensa, sino incitar a la opinión pública a ejercer su sentido crítico.

Otro periódico norteamericano, Baltimore Sun, estimó que "la censura tiene por único objetivo hacer una guerra políticamente aceptable, para la opinión pública norteamericana. Los norteamericanos pueden aceptar lo que se ha hecho hoy en el Golfo, pero pueden cambiar de opinión mañana y esto es lo que la censura tiende a evitar".

El Pool de noticias controlado por los Estados Unidos obtuvo el éxito esperado al presentar el problema de la Guerra del Golfo, como una simple perspectiva de blanco y negro, es decir los Aliados son buenos, campeones de la libertad, el otro bando son los malos.

En nuestro país el bombardeo de noticias por TV, como de los cables de las agencias de noticia occidentales, ha producido también sus efectos y lamentablemente fueron escasas las opiniones críticas, con análisis balanceados que se levantaron contra esta guerra por el control del petróleo. Nuestros diarios son repetidores de información de los países industrializados y sólo hemos podido apreciar ciertos destellos en algunos periódicos nacionales, que han ofrecido a los lectores algo más que el Show de Rambo made in USA.

Por si fuera poco participar en la serie del golfo con su primera parte "la madre de las batallas", y su segunda "la madre de las derrotas", ahora los medios obsecuentes con la política informativa norteamericana se aprestan a celebrar la "madre de las fiestas" con motivo de la recepción de los guerreros victoriosos del imperio, que han asegurado el control de los precios internacionales del petróleo para el mantenimiento del "American Way of life".

Notas:

- 1) Intervención en Foro: La Guerra en el Golfo, organizado por la revista El Ojo de Huracán 29/01/91, en el Ateneo de Caracas
- 2) Cable Agencia AFP. El Universal 06/02/91, pág. 1-3.

Suscribase a la

revista

