

Ecuador-Perú
Evaluación de una década
de paz y desarrollo

Claudia Donoso, compiladora

Ecuador-Perú
Evaluación de una década
de paz y desarrollo



© De la presente edición:

FLACSO, Sede Ecuador
La Pradera E7-174 y Diego de Almagro
Quito - Ecuador
Telf.: (593-2) 323 8888
Fax: (593-2) 3237960
www.flacso.org.ec

Corporación Andina de Fomento
Av. 12 de Octubre N24-562 y Cordero
Quito - Ecuador
Telf.: (593-2) 222-4080
Fax: (593-2) 222-2107
ecuador@caf.com
www.caf.com

ISBN: 978-9978-67-204-4
Cuidado de la edición: Adrián Dubinsky
Diseño de portada e interiores: Antonio Mena
Imprenta: Rispergraf
Quito, Ecuador,
1ª. edición: mayo 2009

Índice

Agradecimientos	9
Presentación	11
<i>Francisco Carrión Mena</i>	
Inauguración	15
<i>Adrián Bonilla</i> <i>José Antonio García Beldunde</i> <i>María Isabel Salvador</i>	
Ecuador-Perú: evaluación de una década de paz y desarrollo	27
<i>Claudia Donoso</i>	
 PARTE I: EL ROL DE LA DIPLOMACIA	
El papel de la diplomacia en los Acuerdos de Paz de Itamaraty: una reflexión diez años después desde la perspectiva peruana	39
<i>Fernando de Trazegnies</i>	
El papel de la diplomacia en los Acuerdos de Paz de Itamaraty: una reflexión diez años después mirada desde el Ecuador	51
<i>José Ayala Lasso</i>	
 PARTE II: IMPACTOS Y RETOS FUTUROS DE LOS ACUERDOS DE PAZ EN EL DESARROLLO ECONÓMICO BINACIONAL	
El Acuerdo de Paz Ecuador-Perú: ¿Hubo rédito económico?	71
<i>Manuel Chiriboga</i>	

Impactos y retos futuros de los Acuerdos de Paz en el desarrollo económico binacional vista desde el lado peruano	93
<i>Drago Kisic</i>	

PARTE III: ECUADOR-PERÚ: PAZ E IDENTIDAD CULTURAL

Ecuador-Perú: paz e identidad cultural desde la visión del Ecuador	115
<i>Iván Carvajal</i>	

Ecuador-Perú: paz e identidad cultural desde la visión de Perú	137
<i>Alberto Adrianzen</i>	

PARTE IV: INTEGRACIÓN FRONTERIZA

Integración fronteriza, democracia y sociedad en el Perú. Diez años de paz entre Perú y Ecuador	145
<i>Eduardo Toche</i>	

Logros y perspectivas: Diez años de integración fronteriza Ecuador-Perú	167
<i>Boris Cornejo</i>	

PARTE V: VISIONES DE LA SEGURIDAD, DEFENSA Y DESARROLLO BINACIONAL

Visiones de la seguridad y la defensa	193
<i>Ántero Flores Aráoz</i>	

La visión ecuatoriana de la seguridad y la defensa	199
<i>Javier Ponce</i>	

Seguridad, defensa y desarrollo diez años después	203
<i>Adrián Bonilla</i>	

PARTE VI: MODELO DE NEGOCIACIÓN DE CONFLICTOS Y APLICACIONES

**Modelo de negociación de conflictos:
el caso peruano-ecuatoriano. Aplicaciones eventuales
de este tipo de negociación a otros conflictos** 211
David R. Mares

**El rol de los países garantes en la mediación de la
controversia ecuatoriano-peruana** 227
Heather Hodges

PARTE VII: PERCEPCIONES RECÍPROCAS

**El tratado de paz entre Ecuador y Perú de octubre de 1998:
percepciones recíprocas diez años después** 231
David Scott Palmer

**El instrumento de una fundación política: la diplomacia presidencial
directa. Percepciones recíprocas diez años después** 245
Jorge Morelli

**Guerra del Cenepa:
construcción del discurso nacional en la prensa peruana** 257
Roberto Sánchez

**De “Caín de América” a “Pueblo hermano”:
discurso, imaginarios y representaciones en torno a las relaciones con Perú** 275
Nicanor Benítez

Clausura 289
Rafael Roncangliolo
Francisco Carrión

Guerra del Cenepa: construcción del discurso nacional en la prensa peruana

Roberto Sánchez Montoya*

Introducción

La demarcación definitiva de la frontera peruana-ecuatoriana recién se logró gracias a la firma del Acuerdo de Itamaraty en octubre de 1998. Las negociaciones se iniciaron luego que en 1995 ocurrió un serio enfrentamiento militar en la Cordillera del Cóndor que dejó centenares de muertos¹ y millones de dólares de gasto en armas. A diez años del acuerdo que posibilitó el acercamiento de dos pueblos vecinos, enfrentados por las limitadas capacidades de las elites del poder de ambos países, es necesario dar una mirada reflexiva hacia el pasado reciente con el objetivo de explorar aspectos aún no pormenorizados.

Sobre la Guerra del Cenepa y la posterior firma de la paz se han escrito una serie de libros que analizan los acontecimientos especialmente desde el punto de vista político, diplomático y militar. Pero no existe una investigación dedicada exclusivamente al papel, de los medios de comunicación en torno al desarrollo y solución del conflicto. Asunto delicado si consideramos que “la historia de los conflictos armados del siglo XX no se puede entender sin detenerse en sus aspectos comunicativos” (Pizarroso Quintero, 2004: 20).

* Egresado de la maestría en Ciencias Sociales, con especialización en Comunicación, por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO – Sede Ecuador

1 Los muertos “según la Asociación Latinoamericana de Derechos Humanos fueron más de 500. Según los Gobiernos, varias decenas. Pero de acuerdo a testimonios de oficiales militares estas habrían sido de más de 1500” (Bonilla, 1996: 35).

Ante esta situación resulta necesario emprender una investigación que nos lleve a una mejor comprensión del periodismo bajo este contexto. En la actualidad, desde el lado peruano, solo encontramos dos publicaciones que, sin ser su objetivo central de estudio, abordan el tema tangencialmente.

El primer trabajo es de Eduardo Toche, quien efectuó un seguimiento a los diarios limeños y realizó un análisis esencialmente político que nos da un panorama cronológico de los acontecimientos. En una referencia sobre el contexto general de los medios indica que “la característica más saltante no fue un ‘cierrafilas’ monolítico tras el Gobierno sino la manifestación de un alto grado de polarización” (Toche, 1998: 15). Estimo que el conjunto de artículos periodísticos que sirvieron de base para esta investigación otorga una sobrevalorada importancia a la prensa opositora al Gobierno, situación que crea un sesgo hacia una amplia confrontación.

Un segundo estudio corresponde a Fernando Rospigliosi que, en su libro sobre las relaciones entre los militares y la prensa, dedica un capítulo al conflicto en la frontera norte. Considera que la mayoría de los “medios de comunicación peruanos atacaron ferozmente al Ecuador (...) siguieron, más o menos dócilmente, la política dictada desde el poder” (Rospigliosi, 2000: 276). Esta apreciación me parece más certera; sin embargo, el interés del investigador por aproximarse a los imaginarios de los militares sobre el periodismo, lo lleva a desarrollar una visión de la comunicación que nos impide comprender mejor el complejo campo mediático.

El objetivo principal de la presente propuesta de investigación es puntualizar como la mayoría de los medios construyeron sus representaciones mediáticas y cuales fueron los factores que más influyeron en la elaboración de las noticias. Hace falta un seguimiento pormenorizado sobre la línea que asumió cada uno de los principales medios de comunicación para identificar que figuras simbólicas se construyeron sobre la guerra y la paz. Asimismo, es necesaria una descripción del contexto en el que se producen estos relatos. Por lo tanto, realizaremos una aproximación a la situación política y social de Perú de mediados de los 90.

Una amplia y profunda mirada a los medios de comunicación masivos nos ayudará a evitar generalizaciones simplistas. Los resultados aportarán una base más consistente a los estudios sociales que busquen profundizar la

relación peruana-ecuatoriana. Esta situación nos obliga a plantear una combinación de teorías con el fin de analizar los mecanismos de influencia del campo mediático en el proceso de construcción social de la realidad.

Metodología de investigación sobre medios

El presente trabajo es un avance de una investigación que incluye los principales medios masivos peruanos entre los años 1995 y 1998. Pero en esta ocasión nos aproximaremos solo a los diarios durante la Guerra del Cenepa.

En el caso específico de los medios escritos la investigación estará centrada en el análisis de contenido de los titulares de las portadas de mayor índice de lectoría. Para su estudio utilizaré herramientas del análisis textual que tiene origen en la lingüística y la semiótica. De esta manera busco profundizar en los significantes, el sentido, la connotación del lenguaje.

Los titulares son mucho más que simples frases encima de los artículos, cumplen un papel importante en el resumen de la esencia noticiosa y jerarquizan la información de acuerdo al tamaño y ubicación. Los lectores se guían de los encabezados para decidir la lectura de una noticia. Por eso los redactores prestan atención especial a la construcción de estas oraciones. “Los titulares son la parte más importante del texto, también indican que información es probablemente la más importante en los modelos que construimos de una situación” (Van Dijk, 1997: 134).

Mientras tanto, las portadas o primera planas constituyen el resumen de lo que el periódico considera como las principales noticias. El director de la publicación, junto con los principales editores, determina cuáles son las noticias más importantes del día. Esta hoja de presentación marca claramente la línea editorial del medio en la que el juego de imágenes y palabras constituyen una unidad semántica sumamente fuerte.

Para la clasificación de la información resulta importante ubicar las huellas o marcas que deja el texto para luego estudiar su distribución en el espacio y tiempo. En base a la información recopilada identificaremos cuáles son los hechos que redundan en los textos, las imágenes que se repiten, los casos singulares, los estereotipos que construyen, las metáforas y

otras figuras literarias que se emplean, qué se intentó ocultar y quiénes fueron los principales protagonistas de las noticias. Finalmente, es necesario realizar comparaciones entre los periódicos con el objetivo de establecer diferencias y similitudes intertextuales entre los diferentes discursos mediáticos.

La investigación comprende el estudio de cuatro diarios:

1. El Comercio: fue el diario de más alta lectoría durante este período. Según diferentes encuestas sus noticias son consideradas como las de mayor seriedad.
2. Expreso: mantuvo una línea editorial muy cercana al fujimorismo. Apoyó abiertamente la política económica neoliberal y el autoritarismo del régimen.
3. La República: fue el principal medio escrito opositor al gobierno de Fujimori. Su director fue un parlamentario de tendencia centro izquierdista.
4. Ojo: es un tabloide con una línea sensacionalista que mantenía altas ventas en el segmento popular. Aunque su especialidad no era la política se mantenía cercano al poder de turno.

Como resultado final tendremos una muestra representativa de los periódicos de mayor consumo por parte del público y que a la vez nos otorga variadas perspectivas. Habrá un conjunto heterogéneo de construcciones noticiosas desde la oposición, el oficialismo, la derecha, la izquierda, el sensacionalismo y la “seriedad”.

Contexto político-social peruano

Un primer paso para conocer mejor la situación peruana es acercarnos al clima de opinión que se vivía en el Perú de 1995. Por esta razón he realizado un breve resumen de los principales acontecimientos ocurridos des-

de 1990, año en que Alberto Fujimori llegó a la presidencia, y que resultan claves para entender como el nuevo mandatario fue construyendo su imagen en el poder.

El primer gobierno de Alan García sumió a Perú en una situación de crisis que socavó el sistema democrático. En 1988 las reservas internacionales del país llegaron a sus niveles mínimos. La burocracia estatal creció de manera descomunal. La hiperinflación llegó en 1990 a 7.649 por ciento según cifras oficiales del Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú-INEI. Al final del gobierno de García el PBI per cápita había caído hasta niveles similares de los años sesenta (Web y Fernández Baca, 1991). A este panorama hay que agregar que los movimientos subversivos de inspiración marxista Sendero Luminoso y el MRTA, arremetían cada vez con más violencia registrándose en 1989 el mayor número de asesinatos de funcionarios y autoridades estatales. En 1990 casi el 30 por ciento del territorio peruano se encontraba en estado de emergencia por la violencia política (CVR, 2003). La gran mayoría de las ciudades sufrían continuos racionamientos de agua potable y energía eléctrica, además de una creciente escasez de productos en los mercados.

Ante esta caótica situación, en las elecciones presidenciales de 1990 muchos peruanos se fijaron en un candidato crítico de los partidos políticos tradicionales que transmitía un mensaje sencillo de cambio sin una fuerte base ideológica. Alberto Fujimori, líder del recién fundado Movimiento Cambio 90 terminó derrotando al candidato favorito de la elite limeña, Mario Vargas Llosa. Una gran parte de la población nacional creía en la necesidad de un cambio urgente de los actores políticos en el poder.

A los pocos días de la toma de posesión del nuevo gobernante, se impuso una serie de medidas de emergencia como el aumento del precio de productos básicos y tarifas de servicios públicos, el libre cambio de divisas, la eliminación de subsidios a la industria y la liberalización del comercio exterior. Increíblemente la mayoría de estas ideas fueron propuestas por Vargas Llosa y criticadas duramente por Fujimori en la campaña electoral. Los precios se “dispararon”. El *diesel* fue el más afectado, llegó a cotizarse hasta 32 veces por encima de su valor del día anterior (Murakami, 2006). Esta alza afectó directamente la vida cotidiana en todo el Perú. Sin

embargo pese a esporádicas protestas no se produjeron grandes desmanes. La mayoría de la población cansada de la larga hiperinflación otorgó el beneficio de la duda a la política de “shock” que el nuevo presidente consideraba necesaria. Estas medidas frenaron la galopante hiperinflación prácticamente a partir del siguiente mes de aplicadas. Así por ejemplo, la inflación de octubre de 1990 fue 9 por ciento, cifra de un sólo dígito que no se veía desde hacía más de dos años (Murakami, 2006). Pese al incremento de la pobreza, que en 1991 llegó a cerca del 60 por ciento de la población, Fujimori comenzaba a construir una legitimidad que tiene mucho que ver con el carácter de caudillo. Estaba reduciendo la inflación que el anterior Gobierno fue incapaz de controlar.

En 1991 se registraron algunas escaramuzas entre patrullas militares en la zona no delimitada de la frontera con Ecuador que fueron superadas rápidamente con un pacto de caballeros entre las Cancillerías. Lo último que le podía ocurrir a Perú bajo estas circunstancias era una guerra externa. Fujimori alcanzó a su homólogo ecuatoriano Rodrigo Borja una propuesta para terminar con la demarcación de la frontera bajo el marco del Protocolo de Río de Janeiro. Posteriormente Ecuador propuso un arbitraje del Papa. Perú descartó esa figura pero continuó el diálogo. En 1992 Fujimori se convirtió en el primer presidente peruano en visitar Quito para presentar los detalles de la propuesta. Este problema había sido invisibilizado por las autoridades nacionales a lo largo de la historia. Ecuador era visto en el imaginario limeño como un pequeño país al que siempre se había derrotado en anteriores enfrentamientos. Sin embargo, pese a una serie de conversaciones diplomáticas, el asunto no prosperó.

Regresando a la coyuntura local, el discurso contra los “políticos tradicionales” había crecido. El mandatario los acusaba de estar enquistados en el parlamento y el poder judicial. El 5 de abril de 1992 cerró el congreso e intervino las principales instituciones estatales con el apoyo de las Fuerzas Armadas. Además, se detuvo a los principales líderes de la oposición; inclusive durante las primeras semanas los militares controlaron los medios de comunicación con la complacencia de la mayoría de sus propietarios (Rospigliosi, 2000). Fujimori recibió un abrumador apoyo de la población que reclamaba mano dura y orden. Las manifestaciones que reclamaron respeto al orden democrático fueron escasas.

Fujimori, como jefe del autodenominado Gobierno de Emergencia y Reconstrucción Nacional, implementó fuertes medidas antisubversivas. Catalogó el delito de terrorismo como traición a la patria para poder aplicar la pena de cadena perpetua y estableció el sistema de jueces con rostro cubierto para juzgar a los acusados de terrorismo, entre otras medidas incluso de corte paramilitar. Con las nuevas disposiciones se cometieron violaciones de derechos humanos y hasta crímenes², pero en general eran vistos como un mal necesario e inevitable en la lucha antiterrorista. La gran justificación a esta política se dio en septiembre de 1992. Luego de permanecer en la clandestinidad durante más de una década fue detenido Abimael Guzmán, un ex profesor universitario de filosofía que se había convertido en el líder mesiánico de Sendero Luminoso, agrupación que aplicaba una doctrina ortodoxa del comunismo. Tras su detención y la de otros cabecillas la estructura partidaria "senderista" se desmoronó poco a poco.

El presidente obtuvo nuevamente el respaldo mayoritario de la población, consolidando su figura de eficiente autócrata. En noviembre de 1992 se realizaron elecciones de un congreso constituyente. La agrupación fujimorista se consolidó como la primera fuerza con más de la mitad de los escaños. La Carta Magna fue refrendada en octubre de 1993 por un referéndum popular. Finalmente, la Constitución entró en vigencia en 1994 con una fuerte ola de privatizaciones y un alto ingreso de inversiones al país. Esta situación se tradujo en un año de bonanza con el crecimiento del PBI de cerca del 13 por ciento.

El Gobierno, con dinero en sus arcas, desarrolló una política clientelar con los sectores más pobres. Fujimori fue proclamado por su aparato de propaganda y sus seguidores como el salvador del Perú con miras a las elecciones de 1995. Lo más curioso de esas elecciones fue la ausencia de una campaña mediática, porque el periodismo estuvo abocado a cubrir el conflicto del Cenepa como tema principal de su agenda. En todo caso, los candidatos estaban obligados a comentar ese único tema. En la práctica recién hubo un mayor espacio mediático para temas electorales unos 15 días antes del sufragio.

2 Las denuncias periodísticas contra algunos elementos de las fuerzas armadas, no solo por violaciones de derechos humanos, sino también por vínculos con el narcotráfico, creó en los militares una fuerte desconfianza hacia cierto sector de la prensa que se mantuvo aun durante la guerra del Cenepa.

Propaganda y discurso nacional en los medios

En enero de 1995 los medios de comunicación peruanos comenzaban a “calentar” la cobertura sobre las campañas para las elecciones de abril cuando se informó sobre las primeras escaramuzas militares en la frontera norte. El 14 de enero el diario La República publicó en la portada: “Perú exhorta al diálogo a Ecuador”. Pero en los días posteriores estos incidentes fueron minimizados pasando a ser tratados en las páginas interiores. Recién a partir del 27 de enero, luego de estallar un fuerte enfrentamiento, el tema regresó a la portada del diario con el título de “¿Ecuador rompe la paz!”. En general, los titulares de los periódicos se llenaron de consignas nacionalistas y de ataques al Ecuador.

Ante conflictos bélicos, el aparato de propaganda del poder político-militar busco, a través de estrategias informativas, difundir la idea de una justa defensa de la patria ante la agresión del invasor extranjero que nos quiere destruir. En este escenario los medios se convirtieron en un elemento clave en la búsqueda de la cohesión social. Sin embargo, los reflejos del lado peruano fueron lentos³. En el artículo “La otra guerra; la informativa”, publicado el 9 de marzo, en un suplemento especial del diario El Comercio, se da cuenta que hasta el 14 de febrero Perú no había atendido eficientemente los requerimientos de las agencias internacionales de noticias. La nota periodística recoge declaraciones del director de la agencia ANSA, Alberto Ku King, quien señaló que la reacción había sido tardía, y la información oficial que suministraron, en términos generales, había sido confusa. Asimismo, el director de la agencia DPA, Gonzalo Ruiz, indicó que hubo un exagerado hermetismo del lado peruano.

3 En Ecuador ocurrió lo contrario. Edison Narváez relata que las estrategias de propaganda se realizaron prontamente, con la intervención de más de 100 especialistas. Participó el Ministerio de Defensa, la Secretaria Nacional de Comunicación y CIESPAL. Tras “los primeros incidentes fronterizos los días 9 y 10 de enero, el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, dando cumplimiento a la planificación del Plan Militar de Guerra, decidió, el día 15 de enero de 1995, centralizar en el Centro Coordinador de OPSIC la planificación y ejecución de la Guerra Psicológica. (...) El 20 de enero se puso en ejecución la campaña ‘Ecuador Amazónico’, a fin de regular las actividades de manejo de la información” (Narváez, 2004: 280-281).

Guerra del Cenepa: construcción del discurso nacional en la prensa peruana

Cabe recordar que desde la I Guerra Mundial se desarrollaron grandes campañas de propaganda planificadas desde los Estados que “persegúan crear una respuesta uniforme: el apoyo de los ciudadanos a los intereses gubernamentales” (Bordería, 1998: 355). Se consideraba que la propaganda era el conjunto de “técnicas persuasivas y de información [que] permiten desplegar con eficacia las funciones inductivas sobre los individuos, creando pautas de conducta, actitudes y comportamientos” (Pizarroso Quintero: 1999). El papel de los receptores en la interpretación de los mensajes era secundario. Laswell (1988) consideraba que el público se guiaba por los sentimientos de forma débil y subdesarrollada, aunque tenía en cuenta que había que evaluar esas reacciones.

Regímenes fascistas y comunistas desarrollaron un control total sobre los medios de comunicación atribuyendo a la propaganda poderes casi sin límites. Mientras tanto, en las democracias occidentales el poder era propenso a emplear una estrategia de censura y desinformación, más oculta o enmascarada, con la colaboración de las permisivas industrias culturales. McCombs (1985) consideró que estructurar agendas temáticas para que sean abordadas por los medios puede tener éxito de incidencia. Teniendo en cuenta que no se puede decir a la gente cómo pensar, pero sí se pueden fijar los temas sobre los que la gente ha de pensar. En un línea similar, Neumann señaló que los medios de comunicación “suscitan los temas y los ponen sobre la mesa” obligando al público a comentar principalmente la agenda mediática (Noelle Neumann, 1994: 202).

Pero la explicación funcionalista-determinista de la comunicación no es suficientemente convincente para explicar cómo se inducen opiniones a una sociedad. Las teorías sobre los medios poderosos son muy discutibles. Además, la agenda o temas que abordan los medios y el tratamiento que dan a las noticias responden a un complejo sistema de trabajo y de intereses que es muy difícil de ser manipulado permanentemente. Por ejemplo, en Perú las elecciones presidenciales de 1990 fueron ganadas por un desconocido Alberto Fujimori, mientras que el laureado escritor Mario Vargas Llosa resultó derrotado pese a contar con un amplio apoyo de los principales medios de comunicación y del poder económico. Existen muchos ejemplos que demuestran que el control de los medios de comunicación ha fracasado ante el desborde popular. Varios consensos fácticos

se han derrumbado con escasa participación del periodismo tradicional. Para que un discurso logre cierto éxito debe estar básicamente en armonía con las características culturales y sociales del pueblo. El político debe estar en permanente retroalimentación con sus bases. Debe emplear una discursividad en sintonía con la idiosincrasia de la comunidad.

Otro punto que debemos tener en cuenta es que el nacionalismo y la defensa de la patria forman parte de un arraigado imaginario que los periodistas poseen desde la etapa previa a la consolidación de las naciones modernas. En términos de Anderson (1993) la prensa tuvo un importante rol en la difusión de los procesos independentistas americanos y en la formación de una identidad criolla. Actualmente, resulta sencillo ver que la práctica periodística tiende a engrandecer historias de compatriotas que por ejemplo cosechan “éxitos” más allá de nuestras fronteras. Si nos vamos a los deportes encontramos que las crónicas de triunfos en torneos internacionales son verdaderos relatos épicos. Con estos antecedentes resulta casi evidente prever como se comportarán los medios frente a conflictos bélicos que involucren a su nación. Generalmente, durante el inicio de una guerra el periodismo hace gala de su nacionalismo olvidando que habitualmente proclama que su deber es informar buscando la verdad. En este punto cabe recordar que a mediados de febrero de 1995, en pleno conflicto del Cenepa, el director del diario El Comercio, Alejandro Miro Quesada Garland, integró una misión especial conformada por diplomáticos y personalidades peruanas que viajó al extranjero difundiendo la posición nacional sobre la disputa fronteriza. Lo que consolida esa fuerte identificación de los medios con los valores patrióticos.

Regresando a la propaganda que desarrolló Perú para difundir su versión de los hechos, aparte de las misiones de personalidades que viajaron a diferentes países reuniéndose con altos dignatarios y periodistas, no hubo gestos de unidad en la elite política. Se propuso convocar a ex presidentes, pero el fujimorismo, que se había constituido con un discurso feroz contra la “partidocracia”, vetó la propuesta. También se planteó la idea de que se juntara a los candidatos presidenciales, pero la iniciativa tampoco prosperó. El ex secretario general de la ONU, Javier Pérez de Cuellar, se ofreció a interceder por Perú ante líderes mundiales, pero como era candidato presidencial su apoyo no se tomó en cuenta. “El hecho

de que el presidente en ejercicio fuera a la vez candidato hizo prácticamente imposible la articulación de un sólido consenso político en torno a él” (Toche, 1998: 40).

En el campo de batalla, quizás el único hecho que dio cierto protagonismo mediático al ejército peruano ocurrió cuando Fujimori acampó, del 23 al 25 de febrero, en una base logística cercana a la zona de combate. Desde ahí se desplazó acompañado de una delegación de periodistas hasta la recuperada Cueva de los Tayos. En el lugar se izó la bandera nacional y se entonó el himno de Perú. La imagen del presidente con su tropa dio la vuelta al mundo y sirvió como un espaldarazo a los combatientes. Esta actitud rememoró un gesto parecido que tuvo el ex-presidente Fernando Belaúnde, cuando en 1981 las fuerzas armadas recuperaron una posición tras un choque militar en otra zona de la Cordillera del Cóndor.

Esteriotipos

El *habitus* nacionalista de los medios, la propaganda del poder político-militar y la gran aceptación popular de Fujimori, se concatenaron para que los principales diarios mostraran en sus portadas un respaldo unánime en defensa de la soberanía mientras que paralelamente embestían contra el invasor.

Los medios de comunicación no representan de modo equilibrado a los heterogéneos protagonistas de un suceso. Más bien representan al otro, al diferente, desde el estereotipo que simplifica el relato. Los periodistas valoran en la noticia “un tema claro que pueda comunicarse sin contradicciones (...) algo con lo que el lector pueda identificarse por hallarse próximo física o psicológicamente” (Noelle Neumann, 1994: 194).

En las reducciones mediáticas encontramos generalmente “simulacros del bribón, del parricida, pero solo son estereotipos para recriminar y condenar (...) basados en la distorsión que supone sostener que lo que no es como soy yo (...) es desvío” (Marro, 2002: 86). En ese sentido, los procedimientos que practican un lenguaje violento son considerados por

Judith Butler como una vía que niega la posibilidad de comprender lo desconocido. “La violencia del lenguaje consiste en su esfuerzo por capturar lo inefable y destrozarlo, por apresar aquello que debe seguir siendo inaprensible” (Butler, 1997: 27).

En el caso de una guerra, es preciso que la nación vea que “el enemigo, no solo exhibe costumbres, modos de ser y visiones del mundo distintos de los propios, sino que ni siquiera merece ser considerado como miembro del género humano” (Huici, 2004: 63). Sólo de esta manera, es posible que un hombre de pueblo convertido en soldado marche al frente de batalla, empuñe el arma y dispare a matar a su similar. Para los combatientes “los enemigos no son hombres; (...) [sino] animales repugnantes y ridículos” (Huici, 2004: 64). Los militares peruanos y gran parte de la población reducían a los ecuatorianos a la condición de monos, simios o gorilas, primates que no pueden ser considerados seres pensantes.

Estos sustantivos también llegaron a la prensa peruana. El diario de corte sensacionalista Ojo fue uno de los que más abuso de estos vocablos. Permanentemente ridiculizó y atacó en su primera plana. Veamos algunos ejemplos: “Monos se corren” (7 febrero); “Simios tramposos se burlan de los garantes” (8 de febrero); “Nos tumbamos 2 aviones monos” (13 de febrero); “Monos cuelgan de la cola a Durán Ballén” (18 de febrero); “Monos locos violan cese el fuego” (29 de marzo).

Sin embargo, también debemos considerar que los estereotipos que promueven los medios responden a procesos de construcción cultural de la realidad que han sido previamente interiorizados por una comunidad. El sobrenombre de mono era usado coloquialmente para referirse a los ecuatorianos, pero durante el conflicto el sustantivo se reforzó y potenció negativamente. Ya no eran solo monos, sino también locos, tramposos, asesinos, etc. Como indica Gustavo Abad “los medios no representan por sí solos la violencia, en los medios se representa una noción de violencia que ya está anidada en la sociología colectiva (...) y lo que hacen estos es consagrarla en su dimensión simbólica” (Abad: 2005, 26).

Cabe señalar, que inclusive el diario Expreso, que se caracteriza por mantener una línea sobria, sucumbió al sensacionalismo, quizá exacerbado por su cercanía al fujimorismo. El 20 de febrero tituló en su portada: “El mono corre más rápido que terruco”, en referencia a que los ecuato-

rianos, según el comandante del frente, eran más cobardes que los terroristas al momento de sostener enfrentamientos. Mientras que el 12 de febrero los soldados del Perú fueron calificados como “rambos” peruanos.

La opinión pública como control social

La simplificación periodística de los acontecimientos facilita la generación de una opinión pública. Los estereotipos se transmiten fácilmente logrando asociaciones positivas o negativas. Contribuyen a la creación de consensos, es decir procesos de conformidad, o indignación colectiva. Por estas razones resulta importante exponer cómo “los medios de prensa categorizan la acción social, determinan los sujetos activos y pasivos de la misma, explican los procesos y les atribuyen causas y/o significados” (Vasilachis, 1997: 226).

Siguiendo los conceptos de Noelle Neumann (1994) sobre la opinión pública como control social, hallamos que se trata de una fuerza cuyo valor radica en sus funciones morales antes que intelectuales. El componente emocional es decisivo antes que la calidad de los argumentos. El 13 de febrero el presidente Alberto Fujimori anunció que las tropas ecuatorianas habían sido desalojadas de nuestro territorio y que Perú declaraba unilateralmente un cese de fuego. Al día siguiente aparecieron titulares excesivamente triunfalistas. Los medios no se habían tomado la molestia de constatar la información. Se dejaron llevar por la corriente nacionalista que dominaba el clima de opinión. La República anunció: “Tiwinza es nuestra”; Expreso colocó: “Tiwinza liberada”; Ojo tituló: “¡Victoria!”; El Comercio indicó: “El Perú desalojó a invasores y declaró cese del fuego”. Sin embargo, al día siguiente los enfrentamientos continuaron con la misma intensidad. Además, ningún periodista peruano pudo llegar hasta Tiwinza, la última zona de encarnizados combates.

Con el ex-secretario general de la ONU, Javier Pérez de Cuellar, sucedió un fenómeno que también lo podríamos enmarcar como generado por el ambiente belicista y potenciado por su condición de candidato presidencial. Exigía una acción militar más contundente contra Ecuador. Una persona que había sido distinguida por su acción a favor de la paz mundial, ahora resultaba que pedía la expulsión militar del último solda-

do ecuatoriano del territorio nacional antes de sentarse a dialogar. Los diarios del 18 de febrero señalaron que Pérez de Cuellar rechazó la Declaración de Paz por considerar que se comprometen los intereses de la Nación y otorgaba concesiones indebidas al Ecuador.

Una reacción similar ocurrió con el diario *La República*, un periódico de centro izquierda cercano a los grupos de derechos humanos. Una vez que iniciaron las negociaciones para el cese al fuego, y durante la separación de las tropas, mostró un carácter militarista que no se le conocía. Aparte del clima de opinión de carácter patriótico, en este caso el director de *La República*, Gustavo Mohme Llona, tenía un papel muy activo en la misma agrupación política de Pérez de Cuellar. Por tal motivo faltando pocas semanas para las elecciones buscaron mostrarse sumamente críticos con el Gobierno para intentar capitalizar la corriente nacionalista en votos. Por ejemplo, como respuesta a la portada de *Expreso* que titulaba: “Zona franca para el Ecuador en el Amazonas”; un par de días después aparecía en *La República*: “¡NO! A zona franca para Ecuador”.

En la opinión pública como control social no hay espacio para quien piensa distinto. Sin duda, es un planteamiento que marca distancia de la opinión pública como resultado de la deliberación racional de ciudadanos informados que buscan llegar a un consenso. Este es un proceso que excluye y segrega al diferente. Los que se sienten minoría se ven obligados a callar su opinión por el miedo al aislamiento social. Prefieren evitar cualquier posibilidad de verse expuestos a la picota pública.

La Guerra del Cenepa provocó el aislamiento de quienes pensaban diferente. Mario Vargas Llosa y su hijo Álvaro tuvieron una opinión discrepante de la posición oficial peruana y llegaron a ser acusados ante la justicia como traidores a la patria. Toda persona con una opinión discordante era invisibilizada o maltratada en los espacios mediáticos. El Comercio del 8 de febrero, en la página A6, titulaba: “Peruanos en Miami declaran traidor a Álvaro Vargas Llosa”. Al día siguiente un titular en la portada de *Expreso* decía: “Los Vargas Llosa del lado del Ecuador”.

Luego de iniciada la separación de tropas, a mediados de marzo de 1995, continuaban siendo importantes las noticias de ciertas escaramuzas, tensiones diplomáticas y los destapes de venta de armas. Pero a la vez, en los diarios peruanos, aparecieron ocasionalmente otras informaciones

que robaban el protagonismo al tema peruano-ecuatoriano. El tema se terminó de diluir de las portadas los primeros días de abril. Ahora, el interés de las primeras planas era netamente electoral. Faltaban escasos días para el 9 de abril, día de las elecciones en las que Fujimori ganó en primera vuelta con el 64 por ciento de los votos.

Conclusiones

A pesar de la demora en la implementación de una eficiente oficina de comunicación y tras la “patinada” que significó anunciar una prematura victoria sobre el Ecuador, la figura de Fujimori no se vio afectada políticamente. Llegaba con un clima de opinión favorable a su gestión. Tenía a su favor haber terminado con la hiperinflación que agobió al país durante varios años. Asimismo, se percibía que estaba ganando la guerra interna contra Sendero Luminoso. Sus prácticas autoritarias se tradujeron en una relativa estabilidad para la población cuando el país estaba al borde del abismo. Además, la Guerra del Cenepa sirvió para unir más al pueblo alrededor del patriotismo, pese a que el resultado del conflicto dejó una sensación de empate con sabor a derrora, que por cierto ninguno de los medios observados valoró como una clara perdida peruana. Es más, en el campo diplomático la Cancillería difundió como un gran logro que el Ecuador se sentase a negociar respetando el Protocolo de Río de Janeiro.

Los grandes medios de comunicación masiva de Perú exaltaban el nacionalismo y atacaban al enemigo. Ahora, luego de 10 años de la firma del Acuerdo de Itamaraty, ¿Qué tanto hemos avanzado los peruanos en el reconocimiento del ecuatoriano y viceversa?, ¿La integración económica es garantía de una mayor tolerancia?, ¿Seguimos reproduciendo los estereotipos que buscan, conciente o inconcientemente, anular al otro?, ¿Cómo trabajar con el periodismo sensacionalista? Qué podemos hacer cuando un diario deportivo de Lima publica en su portada la frase: “A freír monos”, justo antes del más reciente partido de fútbol entre Ecuador y Perú ¿Es un signo de que pese a los millones invertidos en la integración binacional la cosa no ha caminado como quisiéramos? O simplemente deberíamos celebrar el ingenio popular y no darle demasiada importancia. Estas son algunas inquietudes que quedan para el debate.

Lo que sí me queda claro es la imposibilidad de generar espacios deliberativos racionales en los medios de comunicación durante situaciones de conflicto. Precisamente el conflicto es una muestra de que el diálogo ha fracasado. Por ello, los períodos de paz y tranquilidad deben ser aprovechados al máximo. Hay que evitar caer en el error de solo conversar cuando estamos en vísperas de problemas. Estos son momentos para debatir ideas, conocer mejor nuestros lugares de enunciación y quizás horrorizarnos al ver nuestras actitudes del pasado o del presente. Esta es la única forma para encontrar un espacio más tolerante con el otro, un lugar de toma de conciencia de la necesidad de una comunicación intercultural entre identidades que se necesitan mutuamente para su desarrollo.

Bibliografía

- Abad, Gustavo (2005). *El monstruo es el otro: la narrativa social del miedo en Quito*. Quito: UASB.
- Anderson, Benedict (1993). *Comunidades imaginadas: Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bonilla, Adrián (1996). "Proceso político e intereses nacionales en el conflicto Ecuador-Perú" en *Nueva Sociedad* Nro. 143 Mayo-Junio: 30-40 http://www.nuso.org/upload/articulos/2499_1.pdf (visitada el 12-10-2008).
- Bordería, Enric ed. (1998). *Historia de la Comunicación Social*. Madrid: Síntesis.
- Butler, Judith (1997). *Lenguaje, poder e identidad*. Madrid, Síntesis.
- Comisión de la Verdad y Reconciliación (2003). *Informe Final*. Lima: CVR.
- Huici, Adrián (2004). "De asesinos natos a guerreros programados: Masculinidad y puntos ciegos en la propaganda de guerra". En *Culturas de guerra: Medios de información y violencia simbólica*, ed. Fernando Sierra y Fernando Contreras, 57-69. Madrid: Cátedra-PUV. Instituto Nacional de Estadística e Informática-INEI, Perú.

- Laswell, Harold (1985). "Estructura y función de la comunicación en la sociedad". En *Sociología de la comunicación de masas II: Estructuras, funciones y efectos*, ed. Miquel Moragas, 50-68. Barcelona: Gustavo Gili.
- Marro, Mabel (2002). "Roland Barthes: el lenguaje de los discursos, la ciencia de los signos, la práctica del texto". En *Seis semiólogos en busca del lector*, ed. Victorino Zechetto, 79-124. Buenos Aires: CICCUS-La Crujía.
- McCombs, Maxwell (1985). "La comunicación de masas en las campañas políticas: información, gratificación y persuasión". En *Sociología de la comunicación de masas III: Propaganda política y opinión pública*, ed. Miquel Moragas, 95-121. Barcelona: Gustavo Gili.
- Murakami, Yusuke (2006). *Perú en la era del Chino: la política no institucionalizada y el pueblo en busca de un salvador*. Lima: IEP-CIAS.
- Narváez, Édison (2004). *Operaciones psicológicas: El arte de la persuasión*. Quito. Ministerio de Defensa del Ecuador.
- Noelle Neumann, Elizabeth (1994). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- Pizarroso Quintero, Alejandro (1999). "Historia de la Propaganda". En *Historia y Comunicación Social* Nº 4: 145-146.
<http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/11370734/articulos/HICS9999110145A.PDF> (visitada el 10-08-2008)
- Pizarroso Quintero, Alejandro (2004). "Guerra y comunicación: Propaganda, desinformación y guerra psicológica en los conflictos armados". En *Culturas de guerra: Medios de información y violencia simbólica*, ed. Fernando Sierra y Fernando Contreras, 17-55. Madrid: Cátedra-PUV.
- Rospigliosi, Fernando (2000). *El arte del engaño: Las relaciones entre los militares y la prensa*. Lima: Tarea.
- Toche, Eduardo (1998). "El conflicto con Ecuador y la política interna". En *Perú-Ecuador: Entre la guerra y la paz*, Lima: Desco.
- Van Dijk, Teun (1997). *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós.
- Vasilachis, Irene (1997). *Discurso político y prensa escrita: un análisis sociológico, jurídico y lingüístico*. Barcelona: Gedisa.
- Webb, Richard y Graciela Fernández Baca (1991). *Perú en números*. Lima: Cuanto.