

Información y poder. Internet como medio alternativo de comunicación en situaciones de conflicto. Un análisis de la «Crisis de los rehenes» en Perú a partir de la lectura de los discursos de los distintos actores sociales intervinientes



Lic. Julieta Galera*

Recibido: 30 de septiembre de 2008

Aprobado: 15 de octubre de 2008

Resumen

En la presente investigación se analiza la toma de rehenes en la residencia del embajador japonés en Perú, ocurrida en Lima entre diciembre de 1996 y marzo de 1997.

Este tema se aborda a partir de dos ejes. En primera instancia, se indagan las influencias existentes entre el desarrollo de las estrategias de información y comunicación, implementadas para posicionarse ante la opinión pública nacional e internacional desarrolladas por el grupo insurgente Movimiento Revolucionario Tupac Amaru (MRTA), y las del gobierno de Alberto Fujimori. El otro eje temático es el análisis de la importancia que tuvo Internet en ese momento como espacio alternativo de comunicación.

En el momento de «la crisis de los rehenes», Perú tenía un gobierno no democrático que poseía una importante maquinaria propagandística. Por ese motivo, es importante evaluar la influencia que tuvo la información emitida por el MRTA sobre la sociedad civil para la construcción de redes, la participación política y la acción social efectiva en el espacio virtual y en el espacio objetivo.

* Universidad de Morón – Morón –Buenos Aires – Argentina. jgalera@sinectis.com.ar

Palabras clave

Información , desinformación, propaganda, Internet, poder movilización social, MRTA.

Information and power. Internet as an alternative communication medium in conflict situations. An analysis of the «Hostage crisis» in Peru from discourses of several social actors involved

Abstract

In this research, I will analyze the taking of hostages in the Japanese ambassador's residence in Peru, which took place in Lima from December 1996 to March 1997.

I will divide the topic in two parts; first of all, I will mention existing influences between information strategy development and communication implemented to be presented before national and international public opinion, developed by «Movimiento Revolucionario Tupac Amarú» and Alberto Fujimori's government. In the second place, I will analyze the importance of Internet in this event, as an alternative communication option.

In that moment, Peru had a non-democratic government, which had an important propaganda machinery. For this reason, it is important to evaluate the influence that information provided by MRTA had on civil society for the construction of networks, political participation, and effective social actions in both virtual and objective spaces.

Key words

Information, disinformation, propaganda, Internet, Power, social movement, MRTA.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación es parte de la tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, denominada «Información y poder. Internet como medio alternativo de comunicación en situaciones de crisis política en los Estados Latinoamericanos», efectuada entre 1998 y 2002.

Durante el siguiente trabajo se toma, como caso de análisis, la operación «Rompiendo el silencio el pueblo los quiere libres», más conocida como la «crisis de los rehenes», efectuada por el grupo Comando Edgar Sánchez del Movimiento Revolucionario Túpac Amaru (MRTA), el 17 de diciembre de 1996 en Lima, Perú, durante la celebración del cumpleaños del emperador Akihito, que finalizó a principios de marzo de 1997.

La toma de la residencia del embajador japonés Morihisa Aoki constituye un caso trascendental para la historia no sólo por la cantidad de rehenes sino por la larga duración del cautiverio de las personas secuestradas en la residencia nipona. No es un hecho menor que más de 500 personas hayan sido privadas ilegítimamente de su libertad y que 72 de ellas hayan permanecido en cautiverio durante casi cuatro meses.

El hecho tuvo una repercusión concreta pero inmensurable en la vida política nacional de Perú y en la comunidad internacional. Pese a esto, habiendo pasado 12 años de la «crisis de los rehenes» en Perú, el tema en cuestión no ha sido objeto de estudio de investigaciones científicas.

Este tema será abordado a partir de dos ejes temáticos. En primera instancia, a partir de una hipótesis que pretende corroborar si «Internet constituye un medio alternativo de comunicación en una situación de crisis estatal en los Estados latinoamericanos», abordaré la influencia existente en el desarrollo de las estrategias de información y comunicación para posicionarse ante la opinión pública nacional e internacional implementadas por el grupo insurgente Movimiento Revolucionario Tupac Amaru (MRTA) y por el gobierno de Alberto Fujimori durante la «crisis de los rehenes».

El otro eje temático de esta investigación es la importancia que tuvo Internet como espacio alternativo de comunicación para la difusión de ideas, opiniones e información durante la crisis.

En ese momento Perú tenía un gobierno no democrático que poseía una importante maquinaria propagandística que limitaba la libertad de expresión y de información a través de los medios masivos tradicionales. Por ese motivo, me parece importante evaluar la influencia que tuvo la información emitida por el MRTA sobre la sociedad civil para la construcción de redes, y para la participación política y acción social efectiva en el espacio virtual y en el espacio objetivo.

Para efectuar dicha investigación fueron fundamentales las teorías sobre información, desinformación, propaganda y Guerra de Baja Intensidad de Guy Durandini, Francisco Sierra Caballero y de Edwards Herman.

Como método de investigación se utilizó la observación no participante –porque la investigación fue realizada asincrónicamente– y el análisis documental de las páginas de los diarios de mayor tirada en Perú, *Expreso* y *La República*; el site oficial del MRTA; sitios de ONG dedicadas a la lucha por los derechos humanos; documentos de listas de discusión; la página de DESCO; y el único portal de Internet que existía en ese momento en Perú: la Red Científica Peruana.

EL CONTEXTO DE LA CRISIS DE LOS REHENES

Para que haya una crisis debe existir un punto de inflexión, una causa que marque un cambio de rumbo en el devenir histórico. Un suceso desencadenado por una trama compleja de causas y efectos, y que al mismo tiempo desencadene una intrincada trama de causas y efectos que deben culminar en la instalación de un nuevo orden surgido por la superación de ese momento de crisis.

El punto de inflexión que produjo una mutación en el desarrollo del proceso histórico, político y económico que estaba marcando el destino económico, político y social del Perú fue la toma de la residencia del embajador japonés, Morihisa Aoki, en Lima, Perú por el Movimiento Revolucionario Tupac Amaru (MRTA).

La ocupación de la sede diplomática nipona fue ejecutada por el grupo «Comando Edgar Sánchez» del Movimiento Revolucionario Túpac Amaru. No fue un hecho azaroso que el MRTA haya elegido el día 17 de

diciembre de 1996, momento en que se llevaría a cabo la fiesta de la celebración del onomástico del Emperador Akihito, para ejecutar su operación «Rompiendo el silencio el pueblo los quiere libres». En este operativo fueron tomadas como rehenes más de 500 personas trascendentes para la vida política de Perú. Entre ellas se encontraban diplomáticos, empresarios, funcionarios públicos peruanos, altos mandos de distintas fuerzas de seguridad de Perú y algunos familiares cercanos del Presidente Fujimori.

La toma de rehenes en la residencia del embajador japonés no sólo significaba un golpe al gobierno de Fujimori, también era un revés para dos actores geopolíticos estratégicos: Estados Unidos y Japón, que eran garantes de su gobierno.

De acuerdo con lo planteado por el politólogo Álvaro Vargas Llosa, la toma de los rehenes en la embajada de Japón en Perú, efectuada por el MRTA, se produjo en un contexto político y económico marcado por una creciente incertidumbre social. La clase política había llegado a niveles abyectos de corrupción y el Presidente de la Nación, Alberto Fujimori, no estaba atravesando por el momento de mayor popularidad y prestigio social.

Desde que Alberto Fujimori subió al Poder en 1990 el presidente peruano guio a su país hacia el camino del autoritarismo neoliberal, imponiendo las políticas diseñadas por el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial (BM) y el Consenso de Washington.

En 1992, en respuesta a la creciente inestabilidad de la sociedad peruana y a la

crisis de credibilidad por casos de corrupción que involucraban a parientes directos del Presidente, Alberto Fujimori instituyó un auto golpe, comandado por un triunvirato conformado por Vladimiro Montesinos -asesor presidencial, del SIN y agente encubierto de la CIA-, y el General Nicolás Hermosa Ríos -autoridad máxima de las Fuerzas de Seguridad peruanas-.

Con el apoyo de las fuerzas militares, Fujimori disolvió el Congreso, la Corte Suprema de Justicia y decretó «estado de emergencia nacional». De acuerdo con el discurso de la Administración Fujimori, el objetivo de esta medida era perpetrar una lucha contra el terrorismo de Sendero Luminoso y del MRTA.

En ese momento, el MRTA era un movimiento insurgente inactivo. Sus principales líderes estaban presos en cárceles de máxima seguridad y el movimiento estaba debilitado. No obstante, cabe destacar las diferencias entre Sendero Luminoso, una guerrilla sangrienta y el movimiento insurgente MRTA, un movimiento más politizado, conformado por una coalición de grupos y partidos de izquierda, que durante los años 70 habrían discutido la opción de la vía armada para llegar al poder.

El MRTA es un movimiento político que, a partir de 1984, se dedicó a la lucha revolucionaria con el objetivo de promover la acción, la movilización, la educación, la concienciación y la organización de la sociedad civil para generar cambios políticos en Perú. El politólogo Álvaro Vargas Llosa considera que a diferencia de la otra gran guerri-

lla peruana, Sendero Luminoso, la sociedad peruana consideraba al MRTA un movimiento menor, debido a que su accionar no había dejado grandes cicatrices en la vida del país¹.

La «supuesta» guerra contra el terrorismo fue utilizada por la Administración Fujimori para enmascarar la persecución ideológica ejercida contra civiles opositores al régimen fujimorista, como a líderes de oposición, líderes campesinos y periodistas independientes.

Las nuevas leyes antiterroristas -enmarcadas en la doctrina de la guerra de baja intensidad- dotaron a los militares y a la justicia de súper poderes para implementar una campaña doméstica de contrainsurgencia sustentada con ayuda económica, armamento y capacitación del Pentágono y de la CIA.

Es importante destacar que mientras la información sobre las prácticas perpetradas por el terrorismo de Estado en territorio peruano para lograr la «pacificación nacional» se iban filtrando tímidamente, el auto-derrocado gobierno peruano iba adquiriendo mayor apoyo internacional y se convirtió en un paraíso para las inversiones extranjeras y el apoyo estadounidense, mientras que la implementación de estas políticas económicas neoliberales hizo descender los niveles de vida de la mayoría de la población. En 1996, el 80 % de la población peruana era pobre.

Sin embargo, esto no era percibido por la sociedad civil internacional. De acuerdo con el discurso dominante, difundido a tra-

vés de los medios masivos de comunicación hegemónicos nacionales y transnacionales, Perú era una economía pujante, en crecimiento, un ejemplo para las naciones en vía de desarrollo, un modelo a imitar.

Este fue un logro de Vladimiro Montesinos, cabeza del Servicio de Inteligencia Nacional (SIN) y su división especial de operaciones psicosociales, que montó un importante, eficiente y eficaz aparato de propaganda estatal, de acuerdo con las normas de la doctrina de baja intensidad, implementada para lograr la «pacificación nacional».

Esta trama de relaciones fue determinante para que el MRTA planificara y ejecutara la operación «Rompiendo el silencio» y el desarrollo de la estrategia de comunicación y que el movimiento implementó durante la toma de la residencia diplomática nipona con gran repercusión internacional y, luego, nacional.

DESINFORMACIÓN EN PERÚ

Las estrategias políticas no pueden concretarse o sostenerse por sí solas. Necesitan de un sistema de medios que las sustente. En Perú existía un sistema de propaganda poderoso que demostraba la gran habilidad que poseía el gobierno *«para generar consenso entre las elites, para dar la apariencia de consentimiento democrático y crear un nivel suficiente de apatía entre la población general como para que esta no inter-*

*viniera en la vida política del país y no se opusiera a los planes de la clase dirigente»*².

En Perú la libertad de prensa durante la Administración Fujimori era prácticamente una utopía. Cuando los medios no se alineaban por ideologías o intereses coincidentes, lo hacían por persecución ideológica o prácticas de terrorismo de Estado contra sus trabajadores de prensa.

Después del auto golpe, Fujimori comenzó una cacería de brujas contra cualquier individuo o institución que se opusiese a su régimen. El Servicio de Inteligencia Nacional le impuso a los medios masivos de comunicación un libreto a seguir de acuerdo con sus objetivos de guerra de baja intensidad.

La *«Guerra de baja intensidad (GBI) es una estrategia dirigida a liberar guerras que carecen de apoyo popular, por medio de la censura, el ocultamiento y la manipulación informativa de la opinión pública y los propios informadores»*³.

Ese escenario complejo era el principal obstáculo que debía superar el MRTA para alcanzar con éxito sus objetivos políticos y propagandísticos. El contexto que eligió el comando emerretista para llevar a cabo la operación «Romper el silencio» constituía la llave de salida de la celda de silencio que era Perú. El aniversario del emperador Akihito representaba la puerta al mundo, tanto por la magnitud del evento como por el significado del «Tigre asiático» en la vida política y económica de Perú.

El MRTA era consciente de la importancia de la comunicación y la información para

posicionar una determinada visión de mundo, conocía las limitaciones tecnológicas y económicas, y sabía que la censura gubernamental en Perú era una limitación para difundir libremente sus ideas, opiniones e informaciones sobre la realidad peruana, la visión de mundo propuesta por el MRTA, su proyecto político y la información sobre el devenir de la situación de la «crisis de los rehenes». Por esas razones, mediante su estrategia discursiva, el movimiento emerretista intentaba generar conciencia en la sociedad civil sobre la importancia de la comunicación, de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) y la información como elementos de liberación popular.

El comando emerretista conocía bien los beneficios y los riesgos de la operación «Romper el silencio». Por un lado, la toma de la residencia nipona constituía una movida propagandística internacional con la cual se expondría ante la sociedad civil nacional e internacional para lograr reconocimiento y la movilización de la opinión pública mundial. Además, la misma serviría para exponer el régimen del Presidente Fujimori a la vigilancia y fiscalización de los organismos internacionales, las organizaciones de derechos humanos y la sociedad civil global para dejarle poco margen para maniobrar independientemente.

Por otro lado, el MRTA se arriesgaba a que el Gobierno realizara una operación militar y que los integrantes del comando «Edgar Sánchez», que tomó la residencia del embajador Aoky, sucumbieran en el operativo de rescate y se convirtieran en mártires.

ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL MRTA

Para ejecutar el operativo «Romper el silencio», el MRTA desarrolló una importante, eficiente y eficaz estrategia de información.

El MRTA fundamentó su estrategia de comunicación en un profundo seguimiento y análisis de la realidad política, económica y social peruana. El operativo «Rompiendo el silencio» y sus acciones comunicativas fueron producto de una planificación meticulosa. La estrategia de información del MRTA era simple, consistía básicamente en acciones de propaganda, información y contra-información.

La estrategia de comunicación desarrollada por el MRTA estaba dotada de la unidad y coherencia requeridas por una propaganda bien orquestada para evitar mensajes contradictorios y estrategias dispares que pudieran anularse mutuamente. Esto se logró debido a la existencia de un único estratega que otorgaba credibilidad a las diferentes maniobras propagandísticas desarrollada por Néstor Cerpa Cartolini o Isaac Velazco, los dos referentes públicos del movimiento insurgente.

Isaac Velazco era el estratega de la operación y actuaba como intermediario entre Cerpa Cartolini y la realidad circundante. El líder del MRTA estaba incomunicado con el exterior de la residencia por-

que esto era parte de una estrategia militar de debilitamiento y desgaste implementada por el gobierno peruano.

La estrategia de comunicación del MRTA apuntaba a un enemigo claramente definido: el Gobierno de Alberto Fujimori. Su objetivo era utilizar la imagen que el presidente peruano había cosechado en algunos sectores sociales a partir de 1992, cuando el Presidente de la Nación de Perú realizó un auto golpe cívico-militar, reforzarla y potenciarla, oponiéndola a una imagen positiva del movimiento.

Además de estos dos objetivos principales, el MRTA tenía tres objetivos menores. Los tres objetivos en orden de importancia son: exacerbar el descontento social, fundado a raíz de la crisis económica provocada por la implementación del inequitativo modelo de economía de mercado y por la descarada corrupción institucional, para instrumentalizarlo como sustento y legitimación de la lucha emerretista y su proyecto político; lograr consenso social contra el Gobierno de Alberto Fujimori y a favor de la causa del MRTA –léase derechos humanos y anti neoliberalismo– en el plano nacional e internacional; y llamar a la acción a las masas dormidas para que tomaran partido y se movilaran por un cambio en el rumbo económico y político de Perú, para que hicieran valer sus derechos humanos, actuando de acuerdo con la visión de mundo propuesta por el MRTA.

El MRTA era consciente de las limitaciones que tenía para que sus acciones comunicativas tuvieran repercusión mediática en territorio peruano: la existencia de un poderoso aparato estatal de con-

trol informativo que regulaba la actividad periodística de los medios de comunicación.

Por otro lado, es importante destacar que al usar Internet como medio alternativo de comunicación, el MRTA sabía que la única forma de combatir la maquinaria represiva y propagandística del régimen fujimorista, y la falta de respuesta a las denuncias de abusos contra los derechos humanos por parte de los organismos competentes era realizando una acción que captara el interés de la audiencia masiva mundial. La única manera de lograr tal objetivo era llamando la atención de los medios de comunicación y la comunidad internacional para que estos ejercieran presión para que los organismos competentes fiscalizaran el funcionamiento de las instituciones peruanas.

Para ese fin el MRTA desarrolló una importante estrategia de información centralizada en las acciones comunicativas desarrolladas en el espacio virtual. El MRTA diseñó e implementó una estrategia de comunicación que se sustentaba en el uso de Internet como medio de comunicación principal porque esta TIC tiene características que impiden la imposición de mecanismos de control férreos. Esto permitiría que determinada información que fuera censurada en territorio peruano en los medios masivos tradicionales se filtrara en la sociedad civil y fuera re-transmitida en Perú a través de Internet.

El MRTA desarrolló un sitio electrónico denominado «Voz rebelde» mediante el cual pretendía informar a la población civil sobre aquella porción de la realidad que escapaba a su percepción, formar una conciencia crítica en la comunidad nacional e

internacional y generar un espacio nuevo de reflexión, debate y actuación que los medios masivos tradicionales no proveían. Este sitio contenía información sobre la historia, la visión de mundo y el proyecto político del MRTA, sobre la realidad peruana, sobre situación de sus presos políticos encarcelados por el gobierno de Fujimori y enlaces con otros sitios relacionados con la ideología del MRTA.

Durante la crisis de los rehenes, «Voz rebelde»⁴ emitió cada uno de los 16 comunicados oficiales que conformaban la estrategia de información de la operación «Rompiendo el silencio».

El operativo ejecutado por el comando Edgar Sánchez se caracterizó por la emisión continua de información. Cuando en los medios de comunicación masivos tradicionales se producían repliegues informativos sobre el tema de la crisis de los rehenes porque el gobierno había implementado una estrategia de control y silencio absoluto, según normas de la «guerra de baja intensidad», el MRTA continuaba teniendo presencia en Internet y emitiendo comunicados oficiales.

El MRTA basó su estrategia de información en los principios elementales de la propaganda: adelantarse a la propaganda del enemigo y utilizar la propaganda enemiga en beneficio propio tratando de anular el efecto de lo que ya se había grabado en las mentes que se pretendía conquistar.

El MRTA continuamente emitía información por distintos medios. Esta actitud proactiva lo ponía en una situación de ventaja frente al enemigo porque siem-

pre estaba un paso adelante. Esto implicó que a partir de enero de 1997, cuando Fujimori rompió el silencio, el gobierno continuamente debiera realizar maniobras informativas defensivas, reactivas, de contra ataque, que el MRTA terminaba capitalizando en beneficio propio. Estos roles no fueron taxativos, es decir, no fueron permanentes, pero constituyeron los comportamientos dominantes sustanciales de la estrategia de información de cada uno de los actores en pugna.

La importancia de la implementación de Internet en la estrategia de comunicación del MRTA radica en la «emergencia de una nueva razón comunicacional»⁵. Una racionalidad que no admite control social porque en el espacio virtual no existe un centro de emisión de información sino que esta es circulante, que genera una trama de relaciones sociales horizontales, amplía los espacios de actuación a escala planetaria y limita el alcance de las formas de poder institucional territoriales tradicionales.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN FUJIMORI

En respuesta a la operación «Rompiendo el silencio» ejecutada por el MRTA, el Gobierno de Perú implementó una política de información mucho más compleja que la desarrollada por el movimiento insurgente.

La estrategia de la Administración Fujimori contempla la implementación de una diversidad de acciones, tales como operaciones psicológicas y psicosociales, operaciones de diplomacia, propaganda, acciones de guerra, etc., enmarcadas en una doctrina más acabada: la doctrina guerra de baja intensidad. Tanto Edward Herman como Francisco Sierra Caballero afirman que esta doctrina ha sido probada en numerosos y diversos campos de acción desde hacía décadas, y perfeccionada por los estrategias del Departamento de Defensa de Estados Unidos. Cabe destacar que durante la «crisis de los rehenes» el gobierno peruano contó con asistencia, orientación y control militar permanente de las Fuerzas de Operaciones Especiales estadounidenses en el campo de operaciones.

La suma de toda esta importante experiencia no ayudó a Fujimori a capitalizar la propaganda emerretista a favor de los objetivos de la estrategia gubernamental. Esto es consecuencia de las características intrínsecas de la política de información implementada por el Primer Mandatario peruano desde que asumió la presidencia.

La política de información de la Administración Fujimori presentaba una concepción jerárquica y centralizada de la información, que concebía al gobierno como un actor que debía poseer la facultad para detentar el control absoluto de la información. La Administración Fujimori manejaba la información con recelo.

Pasó casi un mes hasta que el gobierno de Fujimori estableció una estrategia de información estructurada, continua y coherente. Hasta después del 7 de enero de 1997,

el gobierno de Perú había permanecido casi en absoluto silencio, efectuando algunas acciones aisladas como la implementación de mecanismos de rumor, filtración, mentira y unos pocos pronunciamientos públicos oficiales. A esa altura de la crisis, el MRTA se había posicionado en la prensa y en la opinión pública nacional y extranjera, y había cosechado una imagen positiva.

La noción de información inherente a las TIC estaba en conflicto con la concepción admitida e implementada por el gobierno de Fujimori. Parecería que la Administración Fujimori no había estado aprendiendo las nuevas políticas sobre información que Estados Unidos venía desarrollando a través de distintas agencias gubernamentales - como la Rand Corporation, la CIA, la USIS, etc.- después del 1 de enero de 1994 cuando se produjo el levantamiento zapatista en Chiapas en el espacio virtual.

Información e Internet en Perú

En Perú, Internet se desarrolló por el cometido de una asociación sin fines de lucro, la Red Científica Peruana, que además constituía el principal portal de ese país andino. En 1996 en Perú apenas el 0,5% de la sociedad tenía acceso a Internet (Petrella, R., 1998) (Sarmiento, R; 1997, p. 33).

El portal de la Red Científica Peruana permitía el acceso a los sitios de numerosos medios de comunicación peruanos y extranjeros, distintas dependencias del Estado, como ministerios, secretarías, las fuerzas armadas, gobernaciones, municipios, la Defensoría del Pueblo, organismos no gubernamentales, sedes embajadas extranjeras en Perú, etc.

Desde el inicio de la crisis de los rehenes, aparentemente, el Gobierno de Perú no tuvo una estrategia de información propia en el espacio virtual.

Desde el comienzo de la «Crisis de los rehenes», la Red Científica Peruana⁶ inició una campaña de recolección de firmas virtuales como procedimiento para que la sociedad civil demostrara su solidaridad con los rehenes de la residencia del embajador japonés y manifestara su condena al accionar del MRTA. Es difícil discernir si esta acción estuvo digitada por el SIN o no.

Los medios de comunicación sustentaban la versión de que el hecho de que el hermano de José Soriano, mentor y gerente general de la Red Científica Peruana, haya permanecido como rehén en la residencia nipona fue el disparador de esta campaña contra el MRTA en el espacio virtual. Pero no sería descabellada la hipótesis que esta podría responder a una estrategia de información y propaganda negra contra el MRTA desarrollada por el SIN porque esta intervención de la Red Científica Peruana no fue una acción aislada.

Poco tiempo después de iniciada la crisis de los rehenes, la Red Científica Peruana removió de su portal todas las salas de chats, los foros de discusión y los *newsgroups* que abordaban temas relacionados con el MRTA y censuró el acceso a todos los sitios de información vinculados directamente con el MRTA. El portal Yahoo actuó del mismo modo.

Además, la Red Científica Peruana instaló una página que contenía información sobre la historia del MRTA, sobre sus accio-

nes más recientes y sobre el saldo de víctimas de la violencia ejercida por el movimiento insurgente. Esto podría constituir una acción –aislada o no– de propaganda negra⁷ y contra-información para contrarrestar los efectos positivos la información circulante en el espacio virtual.

Una acción que sí demostraba evidencias claras de formar parte de la estrategia de información del gobierno fue la campaña de propaganda negra iniciada por la agencia internacional de información Reuters y el diario estadounidense The Wall Street Journal contra Arm The Spirit (ATS). Este último es un colectivo que difundía información sobre grupos radicales que apoyaban al MRTA y retransmitía información sobre la crisis de los rehenes proveniente de fuentes del movimiento insurgente y de la prensa internacional.

ATS comienza a ser víctima de una importante campaña de difamación por parte de los medios mencionados con antelación. La misma tenía como objetivos restarle credibilidad como fuente de información y contrarrestar el poder de la información sobre la crisis de los rehenes y el MRTA que este colectivo ponía en circulación.

Por otro lado, el sitio electrónico del Centro de Desarrollo y Promoción Social (DESCO) comenzó a emitir un resumen semanal sobre la «crisis de los rehenes» producido con noticias diarias sobre la cobertura de la crisis, emitido en los medios de comunicación gráficos capitalinos de mayor tirada. Estos boletines mostraban una visión de la realidad muy balanceada y contenían información de los medios independientes que no favorecía al gobierno; esto no pare-

ce responder a una estrategia de información oficial, aunque es probable que existiera relación entre DESCO y el SIN, y que con esta actitud la Administración Fujimori buscaría revertir en el exterior la imagen de controlador y censor de los medios de comunicación que el MRTA estaba difundiendo y que era apoyada por los informes de los periodistas extranjeros.

La lógica horizontal, desestructurada y descentrada del espacio virtual no encajaba con la lógica de la política de información habitual de la Administración Fujimori. El gobierno de Perú no comprendió que no podía implementar los mismos mecanismos de control férreos en el ciberespacio que en el espacio objetivo porque el espacio virtual no admite un bloqueo absoluto.

Vladimiro Montesinos, cabeza del SIN, y el Presidente Fujimori no supieron comprender que la fórmula para ganar una batalla en el espacio virtual era poner en circulación información. Poner en circulación un gran caudal de información a través de los diferentes recursos que ofrece la red – salones de *chat*, *newsgroups*, foros de discusión, *mails*, sitios electrónicos– para facilitar la reproducción exponencial de la misma, de modo que si este no lograba revertir la presencia del enemigo en el espacio virtual, al menos pudiera competir con él en un mismo nivel.

En cambio, la Administración Fujimori decidió imponer el control de la información y salió desfavorecido. Si bien es cierto que el gobierno no supo comprender o no pudo adaptar su estructura a la lógica del espacio virtual para poner en marcha una estrategia de información que hiciera frente a la im-

portante competencia comunicativa desarrollada por el MRTA, la realidad indica que este no era ajeno a lo que sucedía en el espacio virtual con el movimiento insurgente. El gobierno seguía de cerca las acciones comunicativas que el MRTA realizaba en el espacio virtual y capitalizaba la información allí recabada para desarrollar su estrategia de información en el espacio objetivo y contrarrestar los efectos que este pudiera estar causando en la opinión pública.

A diferencia de éste, el MRTA conocía mejor la racionalidad virtual, supo aprovechar las ventajas que esta ofrece y consiguió conquistar el espacio virtual logrando en gran medida alcanzar los objetivos de su operación y originando un importante fenómeno de participación social en el mundo virtual y objetivo.

INTERNET COMO MEDIO ALTERNATIVO DE COMUNICACIÓN

En su estrategia de comunicación el MRTA rescata la importancia de la comunicación y de las TIC como medio alternativo de comunicación que permite, a aquellos sujetos que por diferentes motivos no tienen acceso o posibilidad de participar en los medios de comunicación manejados por la elite dominante o que responde a sus intereses expresarse libremente, otorgándoles una posibilidad de transmitir su propia visión de la realidad y de comunicar todo aquello que no pueden expresar por otros medios debido a la censura y la persecución

ideológica existente en un contexto regido por un gobierno autoritario.

El MRTA ponía en relieve la importancia de la prensa alternativa como espacio de lucha y resistencia, como espacio de conocimiento y reconocimiento, como espacio para la generación de solidaridad y cooperación, y no como una instancia de enajenación social, en contraposición a las funciones de los medios masivos tradicionales. De acuerdo con lo que plantea Regina Festa,:

... no hay comunicación alternativa y popular sin propuesta de proyecto alternativo de sociedad; los espacios políticos y democráticos son los que definen la viabilidad de ese tipo de comunicación; el origen de esa comunicación se da en la misma medida en que surgen nuevas condiciones y donde se articula una nueva temática social; la comunicación alternativa aparece por exigencias del proceso político y no como instrumento capaz de transformar por sí sola la realidad social; la adopción de nuevos instrumentos se da a medida del avance del capitalismo por un lado, y de las fuerzas sociales por el otro, las que, como dice Paulo Freire, aprenden con la realidad que las determina⁸.

La prensa alternativa *«actúa sobre los grandes acontecimientos políticos, aprovechando la politización y el interés natural que despierta»*⁹, y se caracteriza por fomentar el cambio mediante la promoción de un espíritu crítico en los receptores a través de la presentación de una visión completa, organizada y educa-

tiva de los acontecimientos que dejaría abierto un espacio para la discusión social.

Todos estos fundamentos básicos de la prensa alternativa son premisas en las que el MRTA basó su estrategia de información en el sitio electrónico *Voz ebelda*.

De acuerdo con la propuesta del MRTA, durante la «crisis de los rehenes» Internet cumplió la función de una prensa alternativa que ayudó a darle acceso al público a otra visión de la realidad que le era inaccesible a través de los medios tradicionales y posibilitó la existencia de un espacio de confrontación de información, de análisis, de debate, de actuación o simplemente de observación y desafío al poder político.

EL PROCESO DE LUCHA, RESISTENCIA Y MOVILIZACIÓN SOCIAL EN EL ESPACIO VIRTUAL

El hombre es un ser social y lo que lo diferencia de otros seres vivos es la cultura. Néstor García Canclini plantea que

... cuando nos referimos a cultura, estamos hablando de fenómenos que contribuyen, mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el sistema social. Pero los sujetos, a través de la cultura, no sólo comprenden, conocen y reproducen el sistema social; también

elaboraran alternativas, es decir, buscan su transformación¹⁰.

El especialista en comunicación, Jesús Martín-Barbero indica que tanto la comunicación como la cultura le exigen a la política recuperar su dimensión simbólica –su capacidad de representación, de construcción de los vínculos entre los ciudadanos, de generación de sentimiento de pertenencia a una comunidad– para enfrentar la erosión del orden colectivo que caracteriza a nuestros tiempos.

En ese sentido, las TIC constituyen un espacio alternativo para las prácticas colectivas y un ámbito para la constitución de órdenes sociales alternativos. Todo lo que circula por Internet es producto de relaciones sociales, y al mismo tiempo estas relaciones sociales son constitutivas de un nuevo orden social en el espacio virtual.

Por su parte, el investigador Jesús Galindo Cáceres plantea que esto sucede porque

... Internet promueve una estructura social distinta a la actual, pero aún estructurada en buena parte por la vigente y hegemónica. Pero es vital distinguir la diferencia, la lógica de la dominación supone una jerarquización y un control central que la nueva estructura no respalda. La lógica de red de relaciones e interacciones horizontales impulsa otras formas sociales de no dominación, más bien de cooperación y participación¹¹.

En el espacio virtual, las luchas que existen en el espacio objetivo se reproducen. El

MRTA, a través de su estrategia de comunicación, transmite información sobre esas luchas, así como también lo hacen todos aquellos actores sociales que representan los intereses de la clase subalterna, como las ONG, los «medios alternativos electrónicos» y los sujetos sociales independientes que se identifican con esas causas y re-producen y re-semantizan los conflictos sociales existente en el espacio objetivo.

Las TIC representan nuevas y distintas formas de mediación que constituyen nuevos modos de experimentación de los vínculos de cohesión social. Internet revela una lógica distinta a la del espacio objetivo para mediatizar las relaciones sociales, la cultura y la acción política.

Internet está recuperando y re-construyendo la dimensión simbólica de la vida política de los sujetos. Esta tecnología permite que se generen nuevas formas de comunicación, conexión y comunión, y de experimentar vínculos de identidad y solidaridad colectiva entre los individuos que participan en el espacio virtual.

El espacio virtual es un nuevo espacio público que estaría conformado por la acción común de todos los actores sociales que tienen la posibilidad económica, tecnológica y cognitiva de acceder a Internet. La generalización del uso de Internet implica la ampliación de la esfera privada de un grupo privilegiado de individuos que adquieren la posibilidad de experimentar un nuevo modo de interacción con la sociedad civil.

De acuerdo con lo que plantea Alejandra Jara, «*Los vínculos tecnológicos no aseguran una comunicación efectiva ni crean de por sí co-*

munidades, pero sí facilitan el contacto y el conocimiento necesario para fortalecer la integración de los individuos y de las organizaciones y promover nuevos espacios de vinculación social y de acción política»¹².

Esa vinculación social dependerá fundamentalmente de los valores compartidos, de la cultura de la participación, de las capacidades para actuar sinérgicamente y generar redes, del fortalecimiento de la comunicación horizontal y de la capacidad que posean estos actores para lograr acuerdos hacia el interior de las sociedades para concretar acciones.

Estas redes populares tejen una trama social que va desarrollando una institucionalidad nueva, fortaleciendo a la sociedad civil, haciendo presentes rasgos de nuevas relaciones sociales, de sujetos colectivos, configurando nuevos territorios de pertenencia, nuevos espacios de acción social, política y cultural, y nuevos escenarios de organización y lucha social.

El espacio social que comparten los individuos es el universo virtual conformado por *chats*, foros de discusión, *newsgroups*¹³ y sitios electrónicos.

La trama de relaciones que se desarrolla en Internet demuestra que el único campo de acción política no es el Estado, que la política y la acción política pueden seguir siendo posibles, aún más allá de los límites geográficos de un Estado-nación.

Esto implica la aceptación de las redes sociales como una alternativa de poder y como un espacio de control y de interacción con las instituciones dominantes, como un

espacio de reinserción de la sociedad civil en la praxis política y de resemantización de la política, que ya no implica la toma de poder sino el ejercicio de la ciudadanía desde un nuevo espacio de actuación pública, que sería la esfera privada del individuo en el universo virtual.

Estas redes sociales, políticas o culturales que se dan en la red pueden tejerse de diversas maneras. Pueden estar constituidas por sujetos individuales, por la interacción entre individuos particulares y las ONG o por ONG, grupos sociales o instituciones, preexistentes o no en el espacio real.

Considero que este último tipo de redes sociales son las más importantes de éstos tres clasificaciones porque estas ONG se unen por un interés común para expandir su capacidad de información, educación, acción y decisión, así como su poder de resistencia y negociación con otros actores dominantes.

Por sus características, lazos solidarios duraderos, cohesión social, identidad colectiva, capacidad de acción, de decisión y de influencia, prestigio, reconocimiento social, legitimidad, etc. en el espacio virtual y en el mundo objetivo, constituyen redes valiosas para la concreción de acciones políticas tanto en la esfera pública del espacio virtual como del mundo objetivo. Por lo tanto, me parece importante detenerme en este punto de análisis.

Durante la «crisis de los rehenes» existieron tres tipos de redes sociales conformadas por ONG, grupos sociales o instituciones, cuya diferenciación estaba dada por

la trascendencia de la influencia social de sus acciones políticas:

- Red de ONG que realizaron campañas de participación y movilización social que no trascendieron el espacio virtual. Estas campañas repercutieron en la opinión pública perteneciente al espacio objetivo pero no tuvieron eco en el universo objetivo. En su mayoría fueron campañas relacionadas con la libertad de expresión y contra la censura en Internet.
- Red de ONG que realizaron campañas de apoyo al MRTA, participación y movilización social que tuvieron cierto grado de influencia en el espacio objetivo. Estas acciones impulsadas desde el espacio virtual produjeron que un número reducido de individuos se movilizara a un espacio físico concreto y realizara ciertas prácticas sociales características del mundo objetivo y de su orden social.
- Red de ONG preexistentes en el espacio objetivo que poseen prestigio y legitimidad social que desarrolló importantes campañas para fomentar la participación, la movilización y la concienciación social -a través de Internet y de los medios de comunicación tradicionales- para ejercer presión sobre las instituciones nacionales y los organismos multilaterales para que pusieran en funcionamiento sus mecanismos de control para producir un cambio en el orden político existente en el marco de un Estado-nación determinado.

ACCIONES DE INFORMACIÓN Y CONTRA- INFORMACIÓN: LA ADMINISTRACIÓN FUJIMORI CONTRA LA «LA CADENA DE CAMPAÑAS DE ACCIONES DE DERECHOS HUMANOS»

Pese a que el operativo militar Chavín de Huántar, que fue planificado por el gobierno de Perú para rescatar a los rehenes del MRTA de la sede diplomática japonesa, fue un éxito rotundo en los niveles político, militar y mediático, los organismos de derechos humanos no percibieron percibir lo mismo.

En primera instancia, a pesar de las reservas que guardaban algunos de los principales medios en sus líneas editoriales sobre algunos puntos destacados del operativo, ningún medio negó el éxito y el acierto de Fujimori al digitar la ejecución del operativo Chavín de Huántar.

En el plano político, durante el efímero primer instante de euforia social, la operación «Chavín de Huántar» le sirvió al gobierno como recurso para inyectar una dosis de credibilidad a las cúpulas militar y del Servicio de Inteligencia Nacional (SIN), para incrementar su nivel de popularidad entre la sociedad civil peruana y reposicionar la ima-

gen deteriorada de liderazgo y autoridad de Alberto Fujimori, que era el objetivo de la campaña de desinformación y propaganda que el SIN y su división de operaciones psicosociales estaba implementando.

Mientras que en Perú los medios de comunicación nacionales se hacían eco de la versión oficial y triunfalista del operativo «Chavín de Huántar», algunos medios de prensa japoneses así como la cadena de campañas de acciones de derechos humanos, conformada por organismos como Amnesty International¹⁴, Human Rights Watch y APRODEH, hicieron circular en Internet versiones extraoficiales sobre la ejecución extrajudicial de los miembros del comando Edgar Sánchez. La versión se hizo cada vez más fuerte.

El aparato de propaganda estatal estaba gravemente dañado por el accionar de los medios de comunicación internacionales y de los organismos protectores de los derechos humanos que habían iniciado campañas individuales y conjuntas en el espacio real y en el espacio virtual.

Amnesty International¹⁵, Human Rights Watch y APRODEH conformaron una red que trabajó mancomunadamente para difundir información sobre la situación de los derechos humanos en Perú, su política carcelaria, su política anti-subversiva, las continuas violaciones sistemáticas del Estado peruano a las legislaciones internacionales vigentes y refrendadas por la Constitución nacional peruana.

La importancia de esta red de actores no gubernamentales radica en que sus acciones individuales o conjuntas trascendieron Internet y tuvieron repercusión e influencia sobre las instituciones estatales y en los

medios de comunicación tradicionales pertenecientes al espacio objetivo, de manera que contribuyeron a que un problema local -las ejecuciones extrajudiciales durante el operativo «Chavín de Huántar»- tuviera repercusión global, y a que la repercusión global de esa problemática se tradujera en acciones concretas en el plano local: la denuncia, la investigación y la difusión de los resultados del caso que contribuyó a que la opinión pública de la sociedad civil peruana tomara conciencia de la situación política real que afrontaba su país, que conociera los mecanismos de control social y la existencia de un aparato estatal de represión instalado en la sociedad para mantener el poder del triunvirato Montesinos-Hermosa-Fujimori y sostener su impunidad a cualquier precio.

A partir de la implementación de las diversas campañas de propaganda contra el Gobierno de Alberto Fujimori coordinadas por la «La cadena de campañas de acciones de derechos humanos», el gobierno perdió el control absoluto del poder.

CONCLUSIONES SOBRE EL PODER DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS TIC EN SITUACIONES DE CRISIS

La importancia de la implementación de Internet en la estrategia de comunicación del MRTA radica en la emergencia de una nueva razón comunicacional. Una racionalidad que no admite control social porque en el espa-

cio virtual no existe un centro de emisión de información sino que esta es circulante, que genera una trama de relaciones sociales horizontales, amplía los espacios de actuación a escala planetaria y limita el alcance de las formas de poder institucional territoriales tradicionales.

La lógica horizontal, desestructurada y descentrada del espacio virtual, comprendida y utilizada como herramienta en la estrategia de comunicación del MRTA no encajaba con la lógica de la política de información habitual de la Administración Fujimori. El gobierno de Perú no comprendió que no podía implementar los mismos mecanismos de control en el ciberespacio que en el espacio objetivo porque el espacio virtual no admite un bloqueo absoluto. El SIN (Servicio de Inteligencia Nacional) no supo comprender que la fórmula para ganar una batalla en el espacio virtual era poner en circulación información. La Administración Fujimori decidió imponer el control de la información y salió desfavorecido.

La información circulante en Internet, emitida a partir de la «crisis de los rehenes» por los medios de comunicación y por los organismos protectores de los derechos humanos en el espacio real y en el espacio virtual, produjo un importante daño en el aparato de propaganda estatal del gobierno de Alberto Fujimori y su guerra de baja intensidad.

La puesta en circulación de información a partir del accionar del MRTA y la apertura de espacios de comunicación no sólo constituyeron un nuevo campo de acción política para luchar contra el orden social domi-

nante y contra los intereses de la clase hegemónica, sino que contribuyeron a fortalecer el tejido social de la sociedad civil peruana y a promover nuevos espacios de vinculación social y de acción política.

El caso de la «crisis de los rehenes» en Perú es un ejemplo que demuestra cómo las TIC fomentan la acción sinérgica de organizaciones comunitarias unidas por un interés común y potencian su capacidad de información, influencia, acción, alcance, de lucha, de resistencia y de imposición frente a los actores pertenecientes al sector dominante.

Como todo medio de comunicación, las TIC están investidas de poderes antagónicos: informar y desinformar, hacer circular la información, deformarla o bloquearla, facilitar la organización comunitaria o desarmarla volviéndola inofensiva. La tecnología no es neutra. Los usos sociales de la tecnología dependen de la ideología, de los intereses y de los fines de quien la utiliza.

La «crisis de los rehenes» constituyó un caso paradigmático en el que una tecnología de información y comunicación transnacional, implementada para la difundir información libremente, contribuyó al cambio de relaciones de fuerza existentes entre los sectores dominantes y subalternos en el marco de un Estado-Nación.

En conclusión, durante esta situación de conflicto, Internet constituyó un medio alternativo de comunicación y participación social global que contribuyó a que cambiara el orden establecido en un territorio determinado.

NOTAS

- ¹ VARGAS LLOSA, Álvaro. La contenta barbarie Pág. 42-43 Editorial Planeta. Barcelona, 1993
- ² HERMAN, Edward S. El modelo de propaganda revisitado. Pág. 15 Revista Voces y Culturas. N° 14 II, Barcelona. 1998
- ³ Francisco Sierra Caballero. Comunicación e insurgencia. La información y la propaganda en la guerra de Chiapas. Pág. 128 Editorial HIRU. México, 1997
- ⁴ Voz Rebelde: MRTA sitio oficial. www.voz-rebelde.de Consultada: octubre 1998.
- ⁵ MARTÍN-BARBERO, Jesús De los medios a las mediaciones. Pág. XIII Convenio Andrés Bello. Bogotá, 1998
- ⁶ Red Científica Peruana. www.rcp.net.pe/ www.rcp.org.pe/ www.listas.rcp.net.pe Consultada: 1998.
- ⁷ Ver concepto en DURANDINI, Guy La Información. La desinformación y la realidad. Paidós Comunicación. Buenos Aires, 1995
- ⁸ FESTA, Regina Movimientos sociales, comunicación popular y alternativa. Pág. 29 en FESTA, Regina y LINS DA SILVA, Carlos E. Comunicación popular y alternativa. Ediciones Paulinas. Buenos Aires, 1986
- ⁹ RODRÍGUEZ PEREIRA, Raimundo La prensa alternativa vive. ¡Viva la prensa alternativa! Pág. 69 en FESTA, Regina y LINS DA SILVA, Carlos E. Comunicación popular y alternativa Ediciones Paulinas. Buenos Aires, 1986
- ¹⁰ GARCÍA CANCLINI, Néstor. Ideología, cultura y poder. Pág. 60 Buenos Aires: Oficina de publicaciones del CBC de la Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, 1997
- ¹¹ GALINDO CACERES, Jesús Comunidad virtual y cibercultura. El caso del EZLN en México. Pág. 342. en SIERRA CABALLERO, Francisco Comunicación e insurgencia. La información y la propaganda en la guerra de Chiapas. Editorial HIRU. México, 1997
- ¹² JARA, Alejandra Las redes comunitarias en el ciberespacio: el caso de la Argentina. Pág. 209 en FINQUELIEVICH, Susana: ¡Ciudadanos, a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio. Ediciones CICCUS – La Crujía. Buenos Aires, 2000
- ¹³ A-Infos a-Infos-d@tao.ca majordomo@tao.ca consultada: 1998; Arm the Spirit: ats@etext.org consultada: 1998; Forum solidaridad con Perú: prs@amauta.rcep.net.pe Consultada: 1998; International Freedom of Expression eXchange (IFEX) ife@xweb.net Consultada: 1998. Voz Rebelde Voz_rebelde@cl_hhcomlink.de consultada: 1998.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Durandini, Guy. 1995. *La Información. La desinformación y la realidad*. Buenos Aires: Paidós Comunicación.

Festa, Regina. 1986. Movimientos sociales, comunicación popular y alternativa. En Festa, Regina y Lins Da Silva, Carlos E. *Comunicación popular y alternativa*. Buenos Aires: Ediciones Paulinas.

Galindo Cáceres, Jesús. 1997. Comunidad virtual y cibercultura. El caso del EZLN. México. En Sierra Caballero, Francisco. *Comunicación e insurgencia. La información y la propaganda en la guerra de Chiapas*. México: Editorial HIRU.

García Canclini, Néstor. 1997. *Ideología, cultura y poder*. Buenos Aires: Oficina de publicaciones del CBC de la Universidad de Buenos Aires.

Herman, Edward S. 1998. El modelo de propaganda revisitado. *Revista Voces y Culturas*. No. 14 II, Barcelona.

Jara, Alejandra. 2000. Las redes comunitarias en el ciberespacio: el caso de la Argentina. En Finkelievich, Susana: *¡Ciudadanos, a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio*. Buenos Aires: Ediciones CICCUS – La Crujía.

Martín-Barbero, Jesús. 1998. *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Petrella, Ricardo. 1998. Temores de una tecnoutopía. En Ramonet, Ignacio. *Internet, el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación*. Madrid: Alianza Actualidad.

Rodríguez Pereira, Raimundo. 1986. La prensa alternativa vive. ¡Viva la prensa alternativa! En Festa, Regina y Lins Da Silva, Carlos E. *Comunicación popular y alternativa*. Buenos Aires: Ediciones Paulinas.

Sarmiento, Ricardo. 1997. El imperio de Soriano. *Revista Internet World*. N° 11. Buenos Aires: Editorial Antártica.

Sierra Caballero, Francisco. 1997. Antecedentes y contexto político de la guerra total. La información, la propaganda y la guerra psicológica en Chiapas. En Francisco Sierra Caballero. *Comunicación e insurgencia. La información y la propaganda en la guerra de Chiapas*. México: Editorial HIRU.

Sierra Caballero, Francisco. 1998. Información, propaganda y contrainsurgencia: la guerra psicológica en México. Barcelona: *Revista Voces y Culturas*. No. 14 II.

Vargas Llosa, Álvaro. 1993. *La contenta barbarie*. Barcelona: Editorial Planeta.