

LAS OPERACIONES PSICOLÓGICAS DEL GRUPO RENDON

en Colombia y su proyección para Venezuela

Carlos Lanz Rodríguez



LAS OPERACIONES PSICOLÓGICAS DEL GRUPO RENDON
EN COLOMBIA Y SU PROYECCIÓN PARA VENEZUELA

Carlos Lanz Rodríguez

Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información;
Av. Universidad, Esq. El Chorro, Torre Ministerial, pisos 9 y 10.
Caracas - Venezuela

www.minci.gob.ve / publicaciones@minci.gob.ve

DIRECTORIO

Ministro del Poder Popular para la Comunicación y la Información

Andrés Izarra

Viceministro de Estrategia Comunicacional

Freddy Fernández

Viceministro de Gestión Comunicacional

Mauricio Rodríguez

Directora General de Difusión y Publicidad

Mayberth Graterol

Director de Publicaciones

Gabriel González

Corrección

José Cuevas

Diseño y Diagramación

Lorena Collins

Depósito legal:

Mayo, 2008. Impreso en la República Bolivariana de Venezuela

**LAS OPERACIONES PSICOLÓGICAS
DEL GRUPO RENDON EN COLOMBIA
Y SU PROYECCIÓN PARA VENEZUELA**

—Carlos Lanz Rodríguez—

I**EL HISTORIAL INOCENTE
DEL GRUPO RENDON (TRG) COMO
AGENCIA PUBLICITARIA**

En la reconstrucción del expediente contrarrevolucionario de este grupo experto en guerra de cuarta generación y operaciones psicológicas vamos a reseñar diversas fuentes:

- La presentación corporativa recogida en la www.rendon.com
- La denuncia periodística que recogen diversos medios.

En el primer caso, la reseña presenta la imagen corporativa de una empresa que utiliza la ciencia y la tecnología de la comunicación con fines mercantiles y al servicio de las peores causas.

Así como se vende la guerra de agresión, aquí también se vende la ‘manipulación propagandística’ bajo la cobertura de la ‘técnica’.

En tal sentido, el Grupo Rendon (TRG) en su portal dice:

La experiencia del Grupo Rendon se basa en 25 años experiencia en política y consultoría de comunicaciones, un comprobado enfoque para el análisis de los medios de comunicación, y el éxito demostrado en la aplicación imaginativa y de varias iniciativas de relaciones públicas.

Hasta la fecha, hemos trabajado en 91 países planificando y dirigiendo los programas de comunicación estratégicos y tácticos a través de África, las Américas, Asia, Europa y el Oriente Medio.

La oficina del Grupo Rendon en Washington DC opera, 24 horas los siete días de la semana, un centro de monitoreo mediático en apoyo a ambos clientes y al personal de Rendon que trabaja en el resto del mundo.

De la misma forma, en dicha página se hace una semblanza del personaje principal de esta firma

John W. Rendon Jr., CEO y presidente en ejercicio del Grupo de Rendon, supervisa nuestras operaciones mundiales. John es reconocido internacionalmente como un experimentado e innovador planificador y operador en comunicaciones estratégicas. Es un destacado defensor de las nuevas y emergentes tecnologías que están cambiando la forma en que las personas, organismos y organizaciones observan, analizan y comunican la información. John ha servido como un alto asesor de comunicaciones a la Casa Blanca, al Departamento de Defensa de los EE UU, altos funcionarios públicos y militares en los EE UU y en el exterior; y para las empresas de Fortune 500. Es un participante en las organizaciones con visión de futuro, como el Highlands Forum y el Aspen Institute, y es un contribuyente clave en los foros internacionales en materia de comunicación estratégica.



Considerado una autoridad en lo que tiene que ver con la información en tiempo real a escala mundial, John realiza conferencias sobre comunicaciones estratégicas, la campaña internacional de gestión, y la gestión de las crisis en universidades en todo el mundo.

Igualmente, El Grupo Rendon emplea estrategias y procedimientos aparentemente neutrales o técnicos para cumplir sus objetivos:

PLANIFICACIÓN: Nuestra metodología de planeamiento de las comunicaciones establece rápidamente objetivos estratégicos, identifica el público y los mensajes, y coloca las prioridades en una línea de tiempo.

APLICACIÓN: El Grupo Rendon es experto a la hora de convertir la investigación y la planificación en campañas de comunicaciones tácticas.

RESULTADOS: Usamos nuestra tecnología de análisis de medios de comunicación para medir la eficacia del mensaje y hacer los ajustes del programa. Estrategias adaptativas aseguran el éxito.

De igual manera, desarrollan una serie de planteamientos en el terreno organizativo:

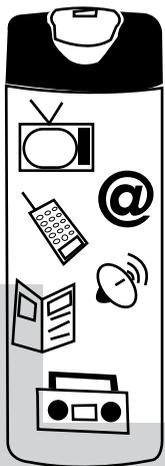
El corazón del enfoque para el Consejo Estratégico de El Grupo Rendon, es una rigurosa metodología de la planificación de las comunicaciones centrada en una reunión de planificación estratégica (SPS).

La reunión de planificación, en efecto, es un dedicado comité de expertos en la materia, avezados estrategas, representantes de clientes, y otros principales planificadores, cuya misión es desarrollar una de varias capas del plan de comunicación.

El SPS evalúa los recursos; analiza las misiones, metas, objetivos, fortalezas y



debilidades e identifica audiencias, mensajes, y los sistemas de suministro. Los más altos estrategias del Grupo Rendon sintetizan los resultados de las sesiones de planificación en mapa de ruta para la implementación de las iniciativas de comunicaciones. El plan incluye recomendaciones para las actividades, la dotación de personal y los calendarios. Vigilancia y mecanismos de retroalimentación, los cuales permiten estrategias de adaptación y ajustes del programa, están ya trazados, como lo son las metodologías para la medición de la eficacia del esfuerzo.



Algunas actividades recomendadas serán adecuadas para las funciones de comunicación interna de un cliente; otras encajarán en el área de de pericia del Grupo Rendon, y aún otras pueden requerir firma de terceros.

El equipo de análisis de EWR clasifica las fuentes de noticias directas por tema y ubicación, las etiqueta de acuerdo con los informes de historia, y se determinan los puntos de alerta para una atención inmediata.

El Grupo Rendon envía correos de alerta vía email, destacando la ruptura de historias de clientes que cumplan con los criterios definidos. Estos suelen rebatir las noticias de la televisión y, en el caso de los medios impresos, a menudo dirigen la primera plana del día siguiente.

El Grupo Rendon genera análisis cualitativos detallados del panorama de los medios de comunicación con reportes semanales ad hoc que destacan las pautas clave y los acontecimientos considerando los intereses y objetivos del cliente.

Los principales estrategias en medios de comunicación del Grupo Rendon



identifican amenazas y oportunidades relacionadas con los objetivos del cliente, y recomiendan rutas de acción.

Desde el ángulo de las vinculaciones del Grupo Rendon con el Pentágono y el Departamento de Defensa de los EE UU, en la página apenas se señala el vínculo con la Diplomacia Pública y de Comunicación Estratégica.

Caracterizando la intervención en nuestro continente, el Grupo Rendon describe un comportamiento profesional, de asistencia técnica o asesoría:

El trabajo del Grupo Rendon en nombre de clientes en las Américas (...) tiene experiencia de alto nivel en campañas políticas y ha conducido la educación pública de escala nacional y campañas de relaciones de medios de comunicación por toda la región. (...) Se ha especializado en programas de adiestramiento de comunicaciones estratégicos, encuestas y supervisión y análisis de noticias que en apoyo a los programas antidrogas. En las Américas, la experiencia de los equipos de TRG incluye:

- *Antigua y Barbuda*
- *Antillas Holandesas*
- *Argentina*
- *Aruba*
- *Bahamas*
- *Barbados*
- *Belice*
- *Bolivia*
- *Brasil*
- *Canadá*
- *Chile*
- *Colombia*
- *Costa Rica*
- *Ecuador*
- *El Salvador*
- *Estados Unidos*
- *Guatemala*
- *Haití*
- *Honduras*
- *Islas Caimán*
- *Islas Turcas y Caicos*
- *Jamaica*
- *México*
- *Nicaragua*
- *Panamá*
- *Perú*
- *Republica Dominicana*
- *Santa. Lucía*
- *Trinidad y Tobago*
- *Uruguay*
- *Venezuela*



II

LA OTRA CARA DE LA MONEDA: EL GRUPO RENDON COMO MERCENARIOS DE LA INFORMACIÓN, VENDEDORES DE GUERRAS Y AGRESIONES



La doctrina Bush de la guerra preventiva y la estrategia global contra el terrorismo, no sólo plantea emplear armas de destrucción desde un punto de vista militar clásico, sino utilizar fundamentalmente la guerra de IV generación y las operaciones psicológicas para justificar las acciones militares y para mejorar la imagen de los EE UU.

Meter van Ham, del Instituto de Relaciones Internacionales de Holanda ('Clingendael'), en su artículo: Mejorar la imagen de EE UU tras el 11-S: el papel de la diplomacia pública, nos señala que en su nueva lucha por ganar la simpatía y el apoyo global para los planes del pentágono, los medios de comunicación, las relaciones públicas y los especialistas en márketing ya no se ven eclipsados por las cerriles políticas de poder y diplomacia clásicas. La conciencia de marca y la gestión de marca dominan ahora la vida norteamericana.

Estados Unidos pretende 'venderse' de un modo diferente y más atractivo. Esto no significa que EE UU se venda

como un producto comercial más, sino, por el contrario, una gestión de la ‘marca EE UU’ en lugar de buscar una nueva marca. La gestión de marca conlleva un proceso de supervisión prudente y, a menudo, comedi-do de las percepciones existentes.

Sin embargo, dado que la diplomacia pública va más allá de la letra impresa y pretende aplicar los métodos y técnicas de comunicación más novedosos, se han contratado agencias especiales y consultoras para buscar nuevas ideas y proyectos que el gobierno de EE UU duda en acometer por sí mismo. En octubre de 2001, el Grupo Rendon, una firma de comunicaciones estratégicas, firmó un contrato multimillonario con el Pentágono y ahora gestiona la imagen de EE UU en 79 países, utilizando una amplia gama de herramientas, como grupos de discusión, páginas web y la transmisión de información a los medios globales de comunicación.

Muy a tono con la anterior conceptualización de la ‘venta de imagen’, Jhon Rendon realiza una autodefinición en 1996 en un discurso en la Academia de

la Fuerza Aérea de EE UU; “Soy un guerrero de la información y un dirigente de percepciones”.

Este perfil de Rendon y su manejo de la ‘percepción’ nos los describe José Carreño Carlón en los siguientes términos:

John W. Rendon, de el Grupo Rendon (la compañía de Relaciones Públicas contratada por la CIA para promover globalmente la idea de invadir Irak y deponer a Sadam Hussein) se presenta —esto es textual— como un profesional que usa la comunicación para instrumentar políticas públicas y cumplir objetivos políticos corporativos. De hecho, así resume su papel en el campo de la comunicación: yo soy un ‘guerrero de la información’ y un ‘gestor de percepciones’. O administrador de percepciones. O manejador, o incluso manipulador de percepciones. Todas éstas podrían ser traducciones posibles de perception manager, como se llama Rendon a sí mismo y como se hacen llamar otros profesionales en la materia.



El perception management fue un concepto que siguió al más antiguo de news management. Esto es, la gestión, administración, manejo o manipuleo de las noticias para influir en la cobertura informativa de los medios en favor de una fuente, actor o corporación. Esta función se apoya en diversas técnicas tendientes a imponerle un giro, un spin, a la información. Por eso se habla de spin control. Son, pues, técnicas para promover la imagen de los actores o las instituciones, pero, en este caso no a través de la publicidad, los spots, los jingles, no, sino a través de la cobertura informativa, en los espacios de las noticias y como si fueran noticias.

Pero las cosas no acaban allí, sino que de ese casi centenario news management —la gestión o manipulación de las noticias— se pasó al concepto más amplio de perception management, que incluye las noticias, pero que abarca muchos otros campos, como la publicidad, las relaciones públicas, etcétera, en la medida en que se trata de manejar, de gestionar creencias

u opiniones, con base en apariencias, si nos atenemos a la definición textual de perception (percepción) que hace el diccionario avanzado de Cambridge.

En efecto, con todos sus adornos, Rendon, el gestor de las percepciones en favor de la guerra de Irak, no es más que un propagandista con ese nuevo nombre, que parece también un tanto cínico. Y este autollamado ‘guerrero de la información’ —entre cuyas armas secretas está el de hacer pasar por información los mensajes propagandísticos— estaría aludiendo también, con este título que se confiere, al hallazgo de Pierre Bourdieu, quien describió a los medios informativos como los nuevos campos de batalla de nuestro tiempo.

Esta evolución profesional del propagandista al gestor de las noticias, al gestor de percepciones, se inscribe en una tendencia más amplia, global, de los medios de comunicación que ha dado lu-



gar a la elaboración de un modelo teórico, llamado precisamente así, modelo de propaganda (Propaganda Model) de los medios informativos, planteado originalmente por Edgard Herman y Noam Chomsky en su libro clásico de 1988, Manufacturing Consent, actualizado en 1994.

La premisa central del modelo de propaganda de los medios informativos, de acuerdo con Herman, es que el dinero y el poder penetran en los medios mediante el control directo o la influencia indirecta y establecen filtros que condicionan, alteran y con frecuencia distorsionan los flujos de la información.

Para la periodista Betty Brannan Jaén, la intervención del Grupo Rendon en Panamá, por ejemplo, se desconocía, y en tal sentido nos dice:

Dieciséis años después del suceso, de la penumbra de las operaciones clandestinas de la Agencia Central de Inteligencia de Estados Unidos (CIA), ha salido un hombre que alega haber sido una especie de Mago de Oz en todo el esfuerzo por derrocar la dictadura en Panamá.

Ese hombre es John Rendon, y su historia es el tema de un reportaje nada balagador en la más reciente edición de la revista Rolling Stone, publicación estadounidense conocida por su contenido político (<http://www.rollingstone.com/>).

Rolling Stone alega que Rendon se ha hecho rico trabajando como propagandista de la CIA y el Pentágono. La revista lo describe como “el hombre que vendió la guerra en Irak” y afirma que su éxito en derrocar a Manuel Antonio Noriega —bajo un contrato de 10 millones de dólares— fue lo que lanzó su carrera.

Fue en Panamá, donde Rendon primero mostró una habilidad especial para aplicar esta visión y las técnicas de la percepción, creando una imagen criminal de Noriega: naco-traficante, loco, represivo, y al mismo tiempo generando una buena imagen de la oposición y de su candidato, Endara (sujeto éste que terminó posteriormente incriminado).



Citando la entrevista que éste le concedió a la revista Rolling Stone, se cita: “Hemos trabajado en 91 países. Remontándonos a Panamá, hemos estado involucrados en todas las guerras, excepto Somalia”, dijo Rendon.

“Fue Panamá”, agregó Rendon, “la que nos introdujo al ambiente de seguridad nacional”.

Según cuenta la revista, el presidente George Bush padre firmó a principios de 1989 una orden secreta que autorizaba a la CIA para canalizar 10 millones de dólares a la oposición panameña. Había una elección prevista para mayo de ese año en que, como bien recordamos, la oposición se había unido bajo la nómina de Guillermo Endara, Ricardo Arias Calderón y Guillermo Billy Ford. La CIA, sin embargo, dispuso no involucrarse directamente sino buscar un contratista de afuera; ese contratista fue John Rendon.



Rolling Stone

“El trabajo de Rendon”, reporta la revista, “fue trabajar tras bastidores, usando una variedad de técnicas psicológicas y de campaña para colocar al escogido por la CIA, Guillermo Endara, en el palacio presidencial”.

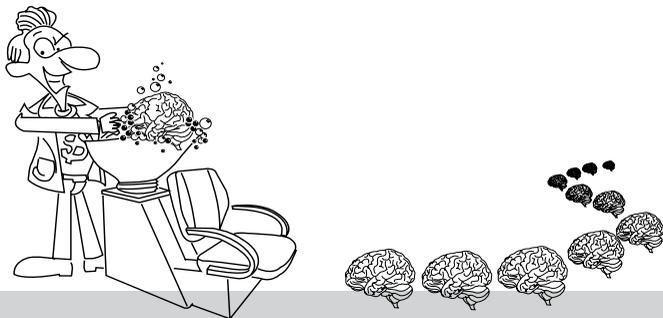
No sólo existen esas referencias sobre la intervención del Grupo Rendon en Panamá, sino que desde el año 2001 vienen apareciendo en diversos medios una serie de artículos y reportajes en los que se reseñan las andanzas encubiertas del Grupo Rendon.

En tal sentido, vamos a describir parte de las actividades de este grupo empleando dichas fuentes que están en <http://www.sourcewatch.org/inde.RendonGroup>

El Grupo Rendon es una empresa de relaciones públicas que ha ayudado a una serie de intervenciones militares de EE UU en naciones como Argentina, Colombia, Haití, Iraq, Kosovo, Panamá, etc.

En los primeros años, el Grupo Rendon emplea a John W. Rendon Jr. (presidente), Richard H. Rendon (vicepresidente), Sandra L. Libby (directora financiera), Derek Beckwith, Patricia Borsari, John Carley (jefe de operaciones), Anne P. Danehy (directora de sondeos), Fred M. Glickman (director de operaciones internacionales), Michael Otis, David Peterson (productor de video), Douglas Wicks (realizador de video).

A través de su red de oficinas internacionales y alianzas estratégicas, el sitio web del Grupo Rendon alardeó en el año 2002, “la empresa ha proporcionado servicios de comunicaciones a clientes en más de 78 países, y se mantiene en contacto con los funcionarios de gobierno, la toma de decisiones y los medios de comunicación en torno al mundo”.



El Chicago Tribune informa que el Grupo Rendon ha obtenido más de \$56 millones del Pentágono para trabajos desde septiembre de 2001.

Según informes de James Bamford, Rendon y su hermano menor, Richard, entraron en la consulta en 1981. A mediados de los años ochenta comenzó a trabajar para los clientes en el Caribe y en otros lugares fuera de Estados Unidos. Su “carrera dio un giro improbable en Panamá, donde su trabajo con los opositores políticos de Manuel Noriega le mantiene directamente en el país a través de la invasión norteamericana en 1989. Como las fuerzas de EE UU invadieron y se retiraron rápidamente, ayudó a la transición del poder”. Esto, a su vez, llevó a los contactos con la CIA y, en 1990, el gobierno en el exilio de Kuwait lo contrató para acompañar al tambor hasta el apoyo a la guerra en el Golfo Pérsico para derrocar al ejército de ocupación iraquí.

Todas estas intervenciones del Grupo Rendon no las realiza de mutuo propio, sino en estrecha coordinación y subordinación a los halcones del Departamento de Defensa de los EE UU.

El Grupo Rendon, dirigido por Jhon Rendon, dio asesoramiento al OSD, el Estado Mayor Conjunto y la Casa Blanca en el desarrollo de la Psyops (guerra psicológica).

El New York Times informó, en febrero de 2002, que los EE UU están utilizando al Grupo Rendon para ayudar a su nueva agencia de propaganda, la Oficina de Influencia Estratégica (OSI: Office of Strategic Influence). Sin embargo, la inspección in situ se disolvió públicamente después de un escándalo por la participación de la nueva oficina en propaganda negra (desinformación).

Por otro lado, el O'Dwyer's PR Daily informó que en junio de 2003 Rendon había ido a trabajar para el conjunto de jefes de Estado Mayor, asesorando en materia de

comunicación estratégica, el análisis de los medios de comunicación y la consulta de servicios de apoyo al Estado Mayor Conjunto, a los comandantes y combatientes.

En abril de 2005, en el O'Dwyer's PR Daily, Rendon informó que “se está reduciendo su actual contrato de \$8.2 MM con los EE.UU en el Departamento de Defensa Comando Estratégico (Stratcom)”. Rendon había sido “manipulador de los medios de comunicación extranjeros” durante alrededor de 15 meses.

Rendon trabaja para Stratcom en la cobertura de los medios de comunicación extranjeros, comunicaciones estratégicas, en sus operaciones de psyops y en la guerra global contra el terrorismo. De acuerdo a O'Dwyer's, las tareas específicas incluyeron el seguimiento de los medios de comunicación, así como la construcción de las bases de datos de los principales comunicadores y medios de comunicación, el análisis de la percepción de las acciones de EE UU y de la comunicación, y la identificación de las vulnerabilidades.

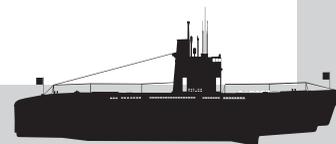
También el portal del Departamento de Defensa de los Estados Unidos informó, el 27 de septiembre de 2005, en un comunicado de prensa sobre los nuevos contratos, que el Grupo Rendon ganó en un año \$6.4 millones de dólares por contratos con el Ejército para la “comunicación estratégica de apoyo a las operaciones”, en Bagdad.

Desde el punto de vista de las intervenciones puntuales en diversos territorios, el Grupo Rendon posee un amplio prontuario según un conjunto de reseñas periodísticas:

1.- Como ya indicamos, en 1989, el Grupo Rendon fue misionado para participar en Panamá, desprestigiando a Noriega a través de la guerra sucia, como fase preparativa de la invasión militar. Al mismo tiempo, preparó la fase de transición con Guillermo Endara, quien se convirtió en el presidente de Panamá. Rendon le construyó una ‘imagen positiva’ haciendo énfasis en cómo debería dar entrevistas, cómo debía hablar cuando salen ante

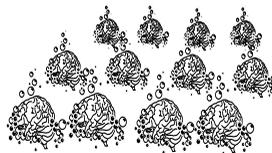
los votantes. Los informes de prensa en el momento señalaron abiertamente que el gobierno de los EE UU había aportado diez millones de dólares a la oposición panameña y los pagos al Grupo Rendon se hicieron a través del Dadeland Bank con la participación de Carlos Rodríguez, dirigente de un partido, que era entonces socio en ese banco.

2.- En julio de 2005, **Judicial Watch** publica un documento que había obtenido por la Ley de libertad de información que indica que el grupo Rendon facturó a la Marina de los EE UU 1,6 millones de dólares para los trabajos en 2001 para influir en una votación sobre si parte de la isla puertorriqueña de Vieques seguiría sirviendo como un campo de bombardeo. La misión de Rendon fue desarrollar métodos y procedimientos para aumentar el apoyo entre ciudadanos de Vieques votar en el referéndum de 6 de noviembre de 2001 por la opción de continuación de las operaciones de la marina de Vieques.



3.- Rendon fue uno de los principales agentes de la CIA en el esfuerzo por alentar el derrocamiento de Hussein. La CIA no tenía los mecanismos para alcanzar este objetivo, por lo que el Grupo Rendon fue contratado para ejecutar una encubierta anti-Saddam como campaña de propaganda. Rendon trabajó en producción de videos y radioparodias ridiculizando a Saddam Hussein, una exposición de fotografías de atrocidades iraquíes y los guiones de radio pidiendo a los oficiales del ejército iraquí al defecto.

En febrero de 1998 un informe de Peter Jennings, citando registros obtenidos por ABC News, puso de manifiesto que el Grupo Rendon había gastado más de \$23 millones de dólares en el primer año de su contrato con la CIA. Se trabajó en estrecha colaboración con el Congreso Nacional Iraquí (CNI), una coalición de oposición de 19 organizaciones iraquíes y kurdas, cuyas principales tareas



fueron ‘recoger información, distribuir propaganda y reclutar disidentes’. Según ABC, Rendon sugirió el nombre para el Congreso Nacional Iraquí y canalizó 12 millones de dólares de financiación encubierta de la CIA entre 1992 y 1996.

Escribiendo en The New Yorker, Seymour Hersh dice que el Grupo Rendon le pagó cerca de un centenar de millones de dólares de la CIA por su labor con el INC.

4.- Guerra en Irak: el falso video del Pentágono. La historia de la soldada Jessica Lynch, heroína de propaganda (por Red Voltaire). La terrible historia del soldado Jessica Lynch convulsionó a Estados Unidos: cayó en una emboscada y luchó como una leona. Herida, fue capturada por los iraquíes que la torturaron y violaron, pero las Fuerzas Especiales la liberaron y la llevaron de nuevo a los Estados Unidos donde la aclaman como una heroína.

Presentada durante una conferencia de prensa del Comando Central, con el apoyo de un video, supuestamente «verdadero», esta historia, completamente inventada por un gabinete de comunicaciones del Grupo Rendon, fue promocionada en los artículos falseados de los diarios New York Times y del The Washington Post. Una intoxicación para hacer creer a todos una apariencia gloriosa a una expedición neocolonial.

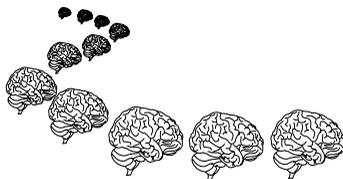
Para realizar esa magnífica operación, el Grupo Rendon recurrió a periodistas famosos: A Jayson Blair, del New York Times, se le agradeció por lo que hizo. Este asunto permitió descubrir que falseaba sus artículos desde siempre, interrogando testigos imaginarios para obtener palabras de choque. Evidentemente, el Grupo Rendon conocía los métodos periodísticos de Blair, mientras sus colegas los ignoraban, lo que dice mucho de la vigilancia de los periodistas por los servicios de inteligencia, o la colaboración entre estos. Luego, el Grupo Rendon recurrió al reporte

ro del The Washington Post, responsable del espacio CIA, Vernon Loeb. Hasta hoy no ha sido sancionado, probablemente porque sus colegas no creyeron nunca que hubiera sido un «antiguo» agente de los servicios secretos y por consiguiente no se sorprendieron de sus actuaciones. Finalmente, el resto de la prensa se hundió en la intoxicación con la rapidez que provoca el no querer quedarse atrás de sus competidores. La máquina se embolsó gracias al carácter carneril de la profesión. Sin embargo, el éxito de esta fábula se basa ante todo en un resorte psicológico. Se difundió en el momento en que la opinión pública de Estados Unidos comienza a darse cuenta de que el ataque a Irak no es una guerra de liberación, sino una invasión. Las proezas imaginarias de Jessica Lynch dan un aliento de gloria y heroísmo a lo que no es más que una operación colonial. Desean creer que esta guerra es noble y que «los Estados Unidos son generosos». El Grupo Rendon ofrece ese sueño.



5.- La prensa informó en octubre de 2001 que el Pentágono ha adjudicado a Rendon en un período de cuatro meses, \$ 397 mil en un contrato para manejar los aspectos de los ataques militares de EE UU en Afganistán. Rendon y funcionarios del Pentágono se negaron a discutir detalles de la empresa del trabajo, que incluyó la supervisión internacional de los medios de comunicación, la realización de grupos de enfoque, la creación de un sitio web sobre la campaña de los EE UU contra el terrorismo, y recomendar a los medios militares de los EE UU para contrarrestar la desinformación y mejorar su propia política pública de comunicaciones.

En octubre de 2001, Karen P. Hughes, entonces consejera del presidente George W. Bush, “trabajó con el especialista en relaciones públicas, John Rendon, para crear el Centro de Información



de la Coalición (CIC); Laura Flanders, que se describe como una ‘red de respuesta rápida’ (con oficinas en Washington, Londres, e Islamabad) creada para responder a antiestadounidenses de noticias que aparecen en cualquier parte del mundo”. [15]

El **New York Times** informó en abril de 2004: “Los Estados Unidos ha contratado a una empresa de comunicaciones con base en Washington, el Grupo Rendon, para reforzar la oficina de comunicaciones del presidente Karzai”. A Diciembre de 2005, Chicago Tribune perfila la historia del trabajo de Rendon en Afganistán, incluido un contrato de \$1.4 millones, otorgados a principios de 2004,



para ayudar al presidente de Afganistán, Hamid Karzai, y sus relaciones con los medios de comunicación; un contrato de \$3,9 millones, a finales de 2004, para contratar y entrenar

a cinco medios de comunicación afganos, a todos los especialistas y el apoyo a la lucha de la publicidad, y un tercer contrato, en virtud de su examen a fines de 2005, un período de tres años frente al trabajo de relaciones públicas en lucha.

6.- El Grupo Rendon trabaja para el Ministerio de Defensa de Colombia desde la primavera de 2004. Con la coordinación con los EE UU del Plan Colombia, Plan Patriota y el actual Plan de Seguridad y Democracia, Rendon ha creado una estructura organizativa para impulsar la psyops (“guerra psicológica”) contra Venezuela en una estrategia global en Nuestra América, tal como lo reseñamos más adelante.



III

PRESENCIA DEL GRUPO RENDON EN COLOMBIA COORDINANDO LA GUERRA PSICOLÓGICA EN EL PLAN SEGURIDAD Y DEMOCRACIA DE URIBE

Narrando las peripecias del Grupo Rendon en Colombia, Javier Darío Restrepo, del diario El Colombiano, de Medellín, nos narra lo siguiente:

En la página web del Grupo Rendon se afirma que ha trabajado en 80 países, y entre ellos menciona los contratos con el Ejército, la Marina, la Fuerza Aérea y la Policía de Colombia, entidades con las que este grupo elaboró programas de entrenamiento de comunicaciones estratégicas y un programa multifacético para el Ministerio de Defensa en coordinación con el Departamento de Defensa de Estados Unidos. Franklin Foer, en The New Republic, 20-8-02, describía el trabajo de Rendon como una estrategia de golpes efectistas, respuestas veloces que deslumbraban al público y frases breves fáciles de recordar: la CIA, sin embargo, ante sus desmesurados costos y su trabajo amateur de propaganda negra, decidió realizar una auditoría a la empresa.

Este es el perfil del asesor contratado por el ministro Juan Manuel Santos para el partido de la U y luego para el Ministerio de la Defensa, en donde parecería que ha estado detrás de campañas como la de las cartas de póker con las imágenes de los jefes guerrilleros.

Pero lo más revelador es el estilo mantenido en la acusación contra Rafael Pardo, reproducido en dos ocasiones contra Carlos Gaviria e intentado contra el senador Petro en cabeza de su ex esposa. Todos estos intentos desinformativos, si no son suyos, tienen la misma torpe marca Rendon. Ellos son de izquierda, luego tienen que ser malos: el hecho no está comprobado, pero no hace falta verificar y si ellos lo desmienten, era la aclaración que necesitábamos, que fue la singular lógica manejada por el ministro Santos en el episodio The Guardian. En cada caso tuvo que rectificar, pero el daño ya estaba hecho y de eso se trataba.

J. Rendon se ha definido como un guerrero de la información y un administrador de la percepción, tan eficaz que convirtió a los periodistas durante las guerras del Golfo en dóciles turistas bélicos a quienes los mandos militares les mostraban lo que querían cuando querían, según el estudio de Naief Yabha sobre Guerra y Propaganda.

Trasladar esta guerra de la información al Ministerio de Defensa equivaldría a convertir en política oficial el uso de la mentira, la calumnia y la desinformación, que son las armas de la propaganda negra de Rendon.

Copiar la política de la tercera vía, del primer ministro Blair, fue un intento torpe, pero inocuo, pero trasplantar lo peor de la política de engaño de los presidentes Bush, los contratistas de Rendon, es degradar aún más la política colombiana.



Desde que comenzó el Plan Colombia en 2002, el Pentágono norteamericano ha usado a los grupos mercenarios y los 'contratistas' en las operaciones encubiertas y en las tareas de guerra sucia.

El periodista Sergio Gómez Maseri nos dice que con el nacimiento del Plan Colombia, en el año 2000, el papel de los 'contratistas' se expandió dramáticamente. Tan sólo el año pasado estas compañías recibieron más de 150 millones de dólares en pagos por operaciones en el país. Es decir, casi el 50 por ciento de los 370 millones que Estados Unidos dedicó a Colombia durante el 2002 para financiar operaciones militares y policiales, cayeron en sus manos.

Pero mucho permanece oculto. Por tratarse de un asunto de seguridad nacional, el informe no detalla, por ejemplo, qué hacen los contratistas que trabajan directamente para el Pentágono, que anualmente invierte en el país otros 100 millones de dólares. De todas maneras, se tienen ahora nuevas luces sobre un fenó-

meno creciente. Para muchos es una forma de mantener a raya la burocratización del Estado y evitar que la presencia de EE UU se note demasiado.

Se trata de empresas privadas que contratan a militares retirados, ex agentes de la CIA y del FBI, entre otros, para que operen en las guerras más complicadas del mundo a nombre de Washington. Hasta ahora, los detalles sobre quiénes son y qué hacen estos 'mercenarios' era todo un misterio, y alrededor de ellos se han tejido diversas leyendas. Sin embargo, y en vista de episodios en los que se han visto comprometidos —como la caída en las selvas de Colombia de una avioneta Cessna, en febrero, en la que viajaban cuatro de estos contratistas—, se ha abierto una pequeña ventana a su recóndito mundo.

El Congreso de Estados Unidos ordenó por primera vez al Departamento de Estado —apelando a la debida transparencia— presentar un informe



semestral con el detalle de las funciones de las empresas, los montos que reciben por su trabajo, los planes que existen para transferir sus obligaciones a Colombia y los riesgos que tienen que afrontar los empleados.

Caracterizando la presencia de TRG en este contexto, el citado periodista señala que cincuenta por ciento del dinero norteamericano para el Plan Colombia se dedicó a una campaña de imagen del Ministerio de Defensa. El monto representa casi la mitad de lo que ese país entregó a Colombia el año pasado. Por la estrategia de comunicaciones del Ministerio de Defensa se cancelaron US \$2,4 millones.

El Grupo Rendon, a un costo de 2,4 millones de dólares, hace y desarrolla la estrategia de comunicaciones del Ministerio de Defensa.

Para esta labor, este grupo recluta agentes y subcontrata sus servicios. Al lado de su propio personal en el campo, interviniendo directamente, construye equipos con personal local, dividiéndose las tareas:

- Una parte del equipo se concentra en la justificación ideológica del Plan Colombia, Plan Patriota o Seguridad democrática.
- La otra parte desarrolla coordinadamente las operaciones de propaganda o psyops (guerra psicológica).

En tal sentido, el Grupo Rendon opera en Colombia con un equipo coordinado por Germán Espejo, experto en comunicación estratégica y en asuntos militares, trabajando en llave con Alfredo Rangel, ‘violentólogo’ que asesora directamente a Uribe y preside la Fundación Seguridad y Democracia, convertida en la cobertura institucional para el desarrollo de los planes guerrilleros del Pentágono.

En el caso de Germán Espejo, como operador ancla del Grupo Rendon en Colombia, posee los siguientes antecedentes, desde Marzo 2001- Mayo 2004:

- Consultor en Seguridad y Asuntos Internacionales.
- Asesor de Rendon Group para el Ministerio de Defensa Nacional.
- Diseño, ejecución y evaluación de iniciativas de comunicación estratégica.
- Elaboración de documentos de análisis estratégico y de inteligencia política.
- Coordinador y Miembro de la Delegación Colombiana de la Plenaria del Grupo Bilateral de Trabajo entre el Ministerio de Defensa Nacional de Colombia y el Departamento de Defensa de los Estados Unidos, febrero de 2003. Washington, Estados Unidos.
- Coordinador y Miembro de la Delegación del Grupo de Dirección del Grupo Bilateral de Trabajo entre el Ministerio de Defensa Nacional de Colombia y el Departamento de Defensa de los Estados Unidos. Abril de 2004. Washington, Estados Unidos.

Por otro lado, posee como credenciales académicas los siguientes cursos estudiados en algunos centros vinculados a la problemática militar:

- Universidad de Postgrados de la Armada de los Estados Unidos. Curso de Planeamiento de Operaciones de Mantenimiento de Paz. Julio 2003. Monterrey, CA. Estados Unidos.
- Universidad de Defensa Nacional de la República Popular China. Curso Superior de Defensa Nacional. Febrero - julio 2002. Beijing, China.

Entre sus diversas publicaciones como mentor de la actual línea militar del régimen de Uribe, están:

- Colombia y Ecuador: Dos visiones de seguridad, una frontera. (Con César Restrepo). Fundación Seguridad y Democracia. Febrero, 2006.
- Problemas transnacionales de seguridad: Desafíos para Colombia y la cooperación en la región andina-brasileña. (Con Paula Peña). Friedrich Eber-

- tStiftung (Fescol). Septiembre, 2005.
- Putumayo: del protagonismo del Plan Colombia al olvido del Plan Patriota. (Con César Restrepo). Fundación Seguridad y Democracia. Julio, 2005.
 - La encrucijada del ELN (con Juan Carlos Garzón). Fundación Seguridad y Democracia. Bogotá, Colombia. Junio, 2005.
 - Operaciones extraterritoriales: Riesgos y alternativas. Fundación Seguridad y Democracia. Bogotá, Colombia. Febrero, 2005.
 - El gasto en seguridad y defensa en Colombia: De la contención a la ofensiva. (Con Andrés Villamizar). Fundación Seguridad y Democracia. Bogotá, Colombia. Noviembre, 2004.
 - El repliegue de las Farc: Derrota o estrategia. (Con Juan Carlos Garzón).
 - Fundación Seguridad y Democracia. Bogotá, Colombia. Octubre, 2004.
 - Cambios en la comunidad de inteligencia de los Estados Unidos. Fundación Seguridad y Democracia. Bogotá, Colombia. Agosto, 2004

En el caso de Alfredo Rangel, posee entre sus antecedentes:

- Investigador de la Universidad de los Andes.
- Asesor presidencial de Seguridad Nacional.
- Consultor del Banco Interamericano de Desarrollo.
- Consultor del Departamento Nacional de Planeación, investigador de Colciencias, Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología.
- Asesor del Ministerio de Defensa.
- Editorialista del diario El Tiempo y consultor y conferencista nacional e internacional sobre temas de paz y seguridad.
- Actualmente es Director de la Fundación Seguridad y Democracia y columnista de la revista Cambio.
- Autor de decenas de artículos y ensayos sobre el conflicto armado y los procesos de paz en Colombia.
- Autor de los libros Colombia: Guerra irregular en el fin de siglo, 1998; Guerra Insurgente. Conflictos en Malasia, Perú, Filipinas, El Salvador y Colombia, 2001. Guerreros y políti-

cos. Diálogo y conflicto en Colombia. 1998, 2002, 2003.

Ambos autores son los que vienen legitimando el actual Plan de Seguridad Democrática impulsado por el gobierno de Bush a través de la administración de Uribe.

Este plan es una formulación de carácter geopolítico dirigido a preservar y consolidar los intereses del imperio en Sudamérica, con énfasis en la región andina. De allí sus características:

- Conquista de mercados y control de las materias primas (fundamentalmente las energéticas) a través de los tratados de libre comercio.
- Presencia militar norteamericana bajo el pretexto del combate global al terrorismo y al narcotráfico
- Muro de contención a los procesos de cambio en la región.
- Desarrollo de aprestos operacionales para una agresión militar contra Venezuela.

Estos tópicos permiten comprender las orientaciones básicas del Plan Seguridad Democrática, formulado por Germán Espejo y compañía, bajo la coordinación del Grupo Rendon:

- El enfrentamiento a la insurgencia colombiana hace parte de un combate global a la revolución en la región.
- La necesidad de la presencia militar yankee obliga a oponerse a la solución política del conflicto y boicotear el intercambio humanitario de prisioneros.
- La solución militar involucra desconocer la soberanía nacional de los países vecinos y el desarrollo de “operaciones extraterritoriales” o persecución en caliente de los guerrilleros.

Tanto Germán Espejo como Alfredo Rangel, han venido imponiendo sus concepciones guerrerristas, asesorando a la oligarquía colombiana en la manera en que debe ser derrotada la insurgencia:

En los diversos ensayos de los referidos autores publicados por la Fundación Seguridad y Democracia, encontramos lineamientos estratégicos para la solución militar, incluyendo la intervención militar en Ecuador y Venezuela.

Germán Espejo, en el texto Operaciones extraterritoriales: Riesgos y alternativas, justifica la persecución en caliente invocando la ‘Doctrina de Seguridad’:

Simultáneamente, el concepto de seguridad nacional tiene cada vez más aristas que tocan no sólo situaciones y temas de carácter interno o nacional, sino al mismo tiempo una multiplicidad de temas y aspectos internacionales que tienen una enorme importancia a la hora de valorar la preservación de la seguridad de un Estado.

Independiente de contar o no con la autorización del Consejo de Seguridad de la ONU, una situación de conflicto o pre-conflicto se ha consolidado históricamente como un escenario típico de operaciones extraterritoriales, muchas de ellas encubiertas.

En una situación de pre-conflicto, es decir, en los días o meses anteriores al inicio de las confrontaciones entre fuerzas armadas de dos o más países, se puede notar un tipo de operaciones extraterritoriales. Estas corresponden normalmente a misiones desarrolladas por unidades de fuerzas especiales de las fuerzas armadas o de unidades operativas de los servicios de inteligencia de un Estado, que realizan operaciones encubiertas en territorio enemigo para facilitar o hacer más contundentes las acciones ofensivas de las propias fuerzas cuando se inicie la confrontación.

Si bien es cierto que, en ningún momento, estas operaciones fueron aprobadas por el Consejo de Seguridad de Naciones Unidas, también lo es el hecho de que en este escenario no se discuten ni aprueban este tipo de operaciones. De hecho, no hay un foro internacional donde los gobiernos del mundo debatan sobre estos temas. Para ir más lejos, no existe una prohibición expresa o una regulación internacional para este tipo de operaciones,

más allá de los principios consignados en la Carta de Naciones Unidas y otros tratados internacionales.

... la legitimidad de estas operaciones residirá en cada caso en las justificaciones o motivos que cada parte involucrada argumente a la hora de defenderlas o condenarlas. En cualquier caso, sería absurdo pensar siquiera en el establecimiento de una institución o foro internacional con estos fines. La esencia de una operación encubierta es precisamente esa, su confidencialidad absoluta.

Esta concepción es defendida por Alfredo Rangel cuando justifica la agresión contra Ecuador en un artículo publicado en *El Tiempo* el 9 de marzo de 2008:

La primera prioridad colectiva es la seguridad y que, por tanto, para alcanzarla hay que estar dispuestos a asumir riesgos y a pagar costos, sean estos diplomáticos o económicos.

Para eliminar a 'Raúl Reyes', el Gobierno decidió incursionar en territorio ecuatoriano, y por esta incursión ofreció disculpas al Gobierno ecuatoriano. (...) Los computadores de 'Raúl Reyes' confirmaron de manera fehaciente que la presencia de las Farc en Ecuador ha tenido el beneplácito y el apoyo del alto gobierno de este país, y que la alianza de Chávez con las Farc supera todas las sospechas.

Afortunadamente, el costo diplomático de la muerte de 'Reyes' en territorio ecuatoriano fue relativamente bajo, pues muchos países comprendieron las razones de Colombia para proteger su seguridad, y por ello no hubo una condena ni en la OEA ni en la Cumbre de Río. Ese bajo costo se ha visto compensado con creces, no sólo con la eliminación del líder guerrillero, sino con el ballazgo de un filón de pruebas documentales que le permitió a Colombia develar ante el mundo la actitud hipócrita que basta ahora han tenido los gobiernos de Chávez y Correa: apoyar a las Farc mientras aparentaban un comportamiento leal con el Estado colombiano.



Aquí no sólo aparece la justificación del asesinato de Raúl Reyes, sino que se evidencia el alcance de lo que hemos denominado 'operación laptop' como filón de supuestas pruebas.

Estamos en presencia de una argucia típica del Grupo Rendon: vender una mentira como verdad.

En pleno desarrollo está la operación en estos momentos, y desde ya se puede prever su desarrollo:

1.- Para intentar darle algún grado de veracidad a los supuestos hallazgos en las computadoras, se hicieron acciones que resultan de inteligencia previa: captura de un contrabandista de armas solicitado por Interpol y el allanamiento de una casa en Costa Rica donde encontraron dólares guardados presuntamente por las FARC.

2.- Diversos desertores acomodan testimonios en concordancia con el supues-

to contenido de documentos: existencia de campamentos en el lado fronterizo de Ecuador y Venezuela, aprovisionamiento de armas y explosivos, financiamientos.

3.- La comisión de Interpol va a certificar parcialmente, en los próximos días, la validez de las experticias digitales, con lo cual cualquier cosa vale en las laptops.

4.- Con este 'filón de pruebas documentales', según Alfredo Rangel, algunas ONG, partidos de oposición o individualidades, intentarán acusaciones ante tribunales internacionales contra el comandante Chávez y los legisladores republicanos arreciarán las iniciativas para exigir la incorporación de Venezuela a la lista de países terroristas.

5.- En el orden lógico de este tipo de guerra informativa, no debe sorprender a nadie la ejecución de un ataque en la frontera como operación encubierta.

IV

La presencia del Grupo Rendon en Venezuela y las operaciones psicológicas en curso

Considerando la ubicación de las Guerras de IV Generación que desarrolla el imperio y sus socios criollos contra el proceso bolivariano y las operaciones psicológicas (psyops) asociadas, reseñadas con antelación y, en particular, la presencia de una fuerza de tarea bajo el monitoreo del Grupo Rendon, consideramos urgente mapear la situación en el siguientes orden:

1.- Se viene desarrollando una campaña sistemática en función del deterioro de la imagen del comandante Chávez, y la construcción de un arquetipo para su asesinato político-físico y moral, siguiendo el expediente del caso Noriega, construido por el Grupo Rendon, donde se contempla un juicio internacional, incorporar al país a la lista de organizaciones terroristas, preparar las condiciones para una invasión, o producir ingobernabilidad y proyectarla electoralmente.

En tal sentido, se viene impulsando una matriz temática en diversos medios: radio, prensa y televisión, internet, con el objetivo de construir una ‘imagen negativa’ o criminalizada del presidente:

- Divulgación de indicadores sobre de la ruptura emocional y pérdida de confianza de la base chavista.
- Promoción y divulgación de la impopularidad creciente del Presidente.
- Trabajo de la ‘percepción’ como improvisado.
- Ataque al entorno familiar.
- Reiteración propagandística de los vínculos con el narcotráfico y la guerrilla.
- Acento en el fracaso como gobernante, resaltar informaciones verificadas de tal hipótesis.
- Acusación de profesar una ideología castrocomunista y alianza con países forajidos.
- Tratar de demostrar fallas y limitaciones.

2.- Las estrategias y lineamientos de Guerra Psicológica que vienen empleando forman parte de las experticias que han alcanzado mundialmente, tal como lo hemos reseñado anteriormente. En este proceso de manipulación propagandística juegan un papel importante la manera en que se ‘informa’, el contenido y

las técnicas aplicadas por los medios informativos. La función de distorsión de la realidad, de ocultamiento y enmascaramiento de los procesos en los medios informativos, se realiza a través de procedimientos tales como:

- Presentación de una visión sesgada de los hechos. La manipulación en este caso persigue dar una visión unilateral de que acontece, se fragmenta la información que aparece sin génesis, descontextualizada, sin nexos explicativos de fondo.
- A la presentación de la información se le da un ‘tratamiento distraccionista’. Sutilmente se trata que los hechos pasen inadvertidos, con interpretaciones o versiones alejadas de la verdad, con técnicas de diagramación que minimizan o destacan poco los hechos. De esta forma se genera un ‘envasado’ elaborado con diversos recursos e imágenes que posee como resultado una información distorsionada. De tal manera que, en general –salvo excepciones– lo que aparece en

al prensa, radio, cine, televisión, es lo que el imperio y sus operadores psicológicos quieren que aparezca y sea creído. Desagregando más detalladamente estos procedimientos (que pueden ser leídos dentro de una estrategia o lineamientos básicos), encontramos las siguientes estrategias psicológicas enemigas centradas en temas como la problemática de inseguridad personal, desabastecimiento, insalubridad, etc.

- Partiendo de cualquier dato, error, déficit, opinión suelta sobre cualquier fenómeno o ejes temáticos como el desabastecimiento o la inseguridad, por ejemplo, tratan de generalizar y proyectar el fracaso: nada se ha hecho y nada sirve. Tratan de enlazar los nueve ejes temáticos de la guerra sucia, que anteriormente resumimos, descalificando la obra de gobierno y exagerando cualesquier fallas, reales o inventadas.
- Realizan comparaciones sobre promesas o contrastaron los resultados ob-

tenidos en gobiernos anteriores, tratando de culpabilizar a la revolución, lo que hace necesario descontextualizar las problemáticas y borrar sus raíces históricas.

- Las palabras del comandante Chávez, sus actos y movilizaciones son tratadas con fotos, titulares y reportajes negativos, manipulando cifras con medias verdades o falsedades.
- De la misma manera, la información sobre cualquier suceso, como suelen ser algunos accidentes, tragedias naturales, tensiones políticas o conflictos sociales, se descontextualizan y aparecen como una intoxicación informativa que evita el escrutinio público de una manera veraz y transparente.
- Proyección de tendencias negativas, con esos datos parciales como fracaso y futuro incierto.
- Se manejan informes noticiosos como guerra sucia, donde nadie asume la responsabilidad por lo que se dice, no se confirma la fuente ni las autoridades,

igualmente son adulterados partiendo de algún estudio previo.

- Se trata de encuadrar alguna frase, algún acto presidencial con algún suceso que genere antipatía o rechazo emocional, como suelen ser las tragedias, muertes, caos, incertidumbre.
- Se extrapolan las experiencias, tomando las imágenes o los símbolos que desprestigian, como es el caso de las 'colas' o las libretas de racionamiento en el socialismo real.
- Tratan de adaptar el mismo mensaje a diversos contextos y grupos sociales.
- Presentan los datos asociados a voceros o sujetos sociales que intentaban dar veracidad o cierto grado de legitimidad a la información.
- Trabajan formas veladas, insinuaciones indirectas como componentes subliminales para focalizar en Chávez los males nombrados.
- Promueven un tipo de razonamiento simplificado que evite el análisis más o menos profundo.
- Presentan a la oposición como opción en la solución de la problemática, prometiendo un futuro promisorio.

3.- Los anteriores temas generadores y estos lineamientos son trabajados por un equipo que el Departamento de Estado de EE UU conceptuó como Equipo de Medios de Acción Rápida (RRMT, por sus siglas en inglés) y en el cual tiene una destacada actuación el Grupo Rendon, cuya capacidad para 'vender' una guerra quedó demostrada en Irak, y su competencia para criminalizar a cualquier figura política quedó también demostrada en el asesinato político de Noriega y la invasión a Panamá. (Ver la caracterización de este grupo en el material del Grupo Rendon y la GP).

La pesquisa sobre este grupo, sus teorías y métodos de guerra psicológica, su participación en el Plan Colombia, nos han conducido hasta sus ideólogos. El historial personal de estos sujetos, sus escritos y sus asesorías a las Fuerzas Armadas Colombianas, nos indica que el Grupo Rendon no es una metáfora o una simple denuncia periodística. Recomendamos examinar con rigurosidad los plantea-

mientos realizados por estos autores en sus ensayos publicados por la Fundación Seguridad y Democracia, donde encontramos la justificación de las ‘operaciones extraterritoriales’, como la llevada a cabo en Ecuador. El problema fronterizo trabajado por los referidos autores y sus respuestas es una antesala que legitima cualquier agresión contra Venezuela.

El equipo del Grupo Rendon montó en Colombia la ‘operación Laptop’ aprovechando contextualmente el asesinato de Raúl Reyes, y está en desarrollo su exponenciación, siendo replicada en Venezuela por tentáculos que cada día se hacen más evidentes.

Desde nuestra perspectiva se puede visualizar un mapa de relaciones y actores en Venezuela vinculándose a esta trama como operadores externos, operadores anclas, operadores difusores, operadores legitimadores.

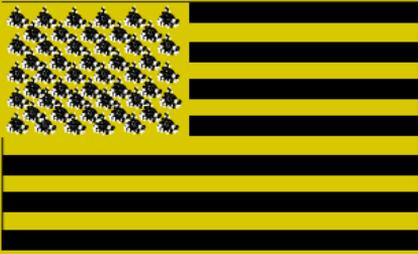
4.- De esta caracterización se desprende un conjunto de tareas, entre las que están:

- Contribución a la construcción de una estrategia comunicativa integral como política de Estado, saliendo de la inercia y la dispersión del esfuerzo.
- Impulso de una nueva racionalidad comunicativa, con énfasis en la información veraz y oportuna. Especial atención en la matriz de criminalización del Cdte. Chávez, que reseñamos al comienzo de estas líneas, lo cual demanda una especie de alertas tempranas que permita enfrentar esta matriz de guerra sucia.
- Seguimiento y evaluación de los temas generadores y las estrategias de guerra psicológica desarrolladas por los diversos operadores, en la prensa escrita, en la radio, televisión e internet. Se trata de una búsqueda abierta haciéndole seguimiento y análisis de contenido a diversos colum-

nistas, páginas de internet, programas de radio, etc.

- Impulso de acciones en correspondencia con la anterior caracterización.
- Articulación del esfuerzo del conjunto de medios en manos de sectores populares y del Estado (emisoras comunitarias, televisión y radio).
- Combinación de la propaganda de calle con los medios de mayor alcance, reivindicar el diálogo cara a cara.
- Diversificar la vocería, por arriba y por debajo, con anclaje sociocultural.

24 de Marzo de 2008



Ministerio del Poder Popular
para la **Comunicación y la Información**

