

El bumerán de la desinformación, la reacción a la globalización

Jean Paul Marthoz

Director de la revista Enjeux Internationaux (Bruselas)



“Estamos perdiendo la guerra de la información”, titulaba en enero de 2007 la revista semanal *Newsweek* en un artículo ilustrado con fotografías de atentados en Irak, sacadas por los propios insurgentes con cámaras digitales o teléfonos móviles¹. Como un relámpago, las imágenes de decapitaciones o escenas de carnicerías invaden el espacio mediático global, a través de los GSM, los correos electrónicos y de las cadenas de televisión por satélite, como la muy brutal *Al Zawraa*, ligada a los extremistas sunies iraquíes y difundida hasta febrero de 2007 por el satélite egipcio Nilesat. “Para estas personas, un solo vídeo de estos tiene el valor de una división blindada”, según afirma Robert Steele, quien fuera oficial de inteligencia de los Marines estadounidenses consultado por la revista.

¹ Scott Johnson, “We Are Losing the Info War”, *Newsweek*, 15 de enero de 2007.

*La desinformación
que se estableció
para poder vender
la guerra en Irak
ha dado un giro
y como
un bumerán
le ha dado
en plena cara
a la Casa Blanca*

¡Menudo giro! El gobierno de Bush había gestionado lo relativo a la información y los medios de comunicación con enorme eficacia durante los meses precedentes a la guerra en Irak, llegando hasta el punto de convencer a la mayoría de la opinión pública estadounidense, sin pruebas, de que Saddam Hussein poseía armas de destrucción masiva y que era responsable de los atentados del 11 de septiembre.

Hoy en día, la “maquina de ruido” estadounidense ya no funciona. A pesar de una mayor vigilancia sobre los mensajes electrónicos, el Pentágono no logra frenar el flujo de imágenes de vídeo que saturan Internet y los teléfonos móviles². A pesar de unos medios financieros y técnicos importantes, y el recurso a especialistas experimentados del mundo de las comunicaciones, la Casa Blanca no logra mejorar su imagen en las encuestas que juzgan, periódicamente, la popularidad de los grandes países en el seno de la opinión pública mundial. A principios de 2007, los resultados de un estudio solicitado por el servicio mundial de la BBC³ han sido inapelables: las personas que estimaban que los Estados Unidos tienen un papel positivo en el mundo retrocedieron de un 36% en el 2006 a un 29% en el 2007. Más de dos terceras partes de las personas entrevistadas consideran que la presencia militar estadounidense en Medio Oriente aviva los conflictos.

Aún peor es el hecho de que la credibilidad de la política de información estadounidense está tan mermada que suscita en primer lugar sospechas, y luego dudas. Las afirmaciones de Washington se vuelven contraproducentes y generan las reacciones inversas a aquellas que deberían suscitar. Tras las mentiras sobre las armas de destrucción masiva en Irak, le cuesta mucho a Washington convencer a la opinión pública internacional sobre el genocidio en Darfur, o el apoyo iraní a los extremistas chiíes de Irak.

La desinformación que se estableció para poder vender la guerra en Irak ha dado un giro y como un boomerang le ha dado en plena cara a la Casa Blanca, minando su capacidad de llevar eficientemente el esfuerzo bélico en Irak, y en términos más generales a elaborar una política exterior a la altura de los retos actuales.

No obstante, los problemas que los Estados Unidos se están encontrando en este momento no se deben únicamente al conocido fenómeno del “regador regado”. Importantes tendencias de la esfera mediática mundial –la aparición de nuevos actores como las cadenas de televisión árabes *Al Jazeera* o *Al Arabiya*, la proliferación de tecnologías de guerrilla mediática como los *blogs* o las imágenes en

² “Pentagon keeps an eye on war videos”, *BBC World Service On line*, 10 de enero de 2007.

³ “World View of US Role Goes From Bad to Worse”, *BBC World Service*, 6 de marzo de 2007. www.world-publicopinion.com

GSM, la fragmentación y la exacerbación de diferentes identidades debilitan de forma aún más fundamental la capacidad de los Estados Unidos para imponer al mundo su discurso y su visión. La época de la dominación estadounidense de los medios del planeta, pertenece ya al pasado.

Estas evoluciones no generan simplemente preguntas sobre las relaciones de fuerzas a nivel mundial. También ponen en entredicho directamente la legitimidad del recurso a la desinformación y a la mentira por parte de gobiernos democráticos, que se supone deberían garantizar informaciones creíbles a sus opiniones públicas y parlamentos para que estos puedan desarrollar, con conocimiento de causa sus papeles respectivos de ciudadanos o de representantes electos.

La “máquina de ruido mediático republicana”

“Creemos fundamentalmente en dos factores cuando hablamos de la opinión pública”, nos confesaba hace unos años un responsable de la OTAN, “creemos en su pasividad, al igual que en su racionalidad”.

En contra de la imagen de una opinión pública versátil, inconstante, emocional, varios son los autores que han constatado que la opinión pública se determinaba racionalmente en relación a la información de la que disponía. Poco preocupados por cumplir con su “deber de informar”, muchos son los gobernantes que estiman que por consiguiente deben ofrecer a este público información –o desinformación– que llevará a que la opinión pública apoye las decisiones oficiales. En otros términos, al contrario de lo que se podría esperar por parte de gobiernos fundados sobre la responsabilidad y la representación democrática, no se deben suministrar al público informaciones exactas o completas, si no más bien “informaciones oportunas”.

La preparación de la guerra en Irak ha ilustrado hasta el absurdo esta preocupante fórmula. El gobierno de Bush no podía decir la verdad ante su opinión pública, ya que ésta, presumiblemente, habría considerado que esta guerra sería inútil o peligrosa. Las encuestas mostraban, efectivamente, que la opinión pública mejor informada era a su vez la más escéptica, por no decir la más hostil, ante los planes bélicos.

Consciente del desfase existente entre los objetivos oficiales y el clima de opinión de la población, el gobierno de Bush se embarcó en la creación de un dispositivo sistemático de promoción y ocupación del espacio mediático. Desde que el gobierno de Bush puso en marcha su “lógica de guerra”, los medios de comunicación han sido obje-

El gobierno estadounidense, con el apoyo de sus homólogos británicos y españoles contaminaron sistemáticamente los flujos de información, en nombre de un principio según el cual la “mala información ahuyenta a la buena”

tivo de una campaña sostenida de desinformación oficial, mientras que los periodistas dubitativos o críticos eran agredidos por una jauría de comentaristas ultraconservadores que denunciaban detrás de cada duda la cizaña de la traición. Esta poderosa “maquinaria de ruido mediático”, como la denomina el comentarista David Brock⁴, ha reunido las imponentes capacidades del gobierno estadounidense, su diplomacia pública, y los recursos aparentemente inagotables de una red extremadamente tupida de publicaciones, páginas de Internet, emisiones radiofónicas y programas de televisión que han saturado el espacio mediático intentando intimidar a todo aquel que se opusiera al discurso oficial.

Los principales ejes de esta “comunicación estratégica” son bien conocidos hoy en día y han sido objeto de un diluvio de libros respecto al tema de las “armas de desinformación o de distracción masiva”. El acceso a la información oficial ha estado estrictamente limitado, las conferencias de prensa han sido orquestadas para apartar a los periodistas más molestos, inmediatamente acusados bajo la bandera de la lealtad patriótica de “servir al enemigo”.

Durante la guerra, el sistema de los periodistas “adscritos” (*embedded*) fue presentado como un regalo para los medios de comunicación preocupados de ser mantenidos al margen de la acción (tal y como ocurrió durante la primera guerra del Golfo) pero en su origen fue concebido como una forma de “comprometer” a la prensa, de acercarla al ejército estadounidense y a sus objetivos de guerra.

El gobierno estadounidense, con el apoyo de sus homólogos británicos y españoles contaminaron sistemáticamente los flujos de información, en nombre de un principio según el cual la “mala información ahuyenta a la buena”. Impuso un nivel de ruido ensordecedor para silenciar los demás puntos de vista y subvirtió los conceptos clave del conflicto –terrorismo, democracia, libertades, derecho internacional– para controlar los límites del debate aceptable. Efectivamente, en estos conflictos que son también guerras de palabras, el que las define, domina⁵.

Por otra parte, el gobierno de Bush ha purgado las informaciones preocupantes que provenían de sus propios servicios de inteligencia para no debilitar su propia “lógica de guerra”. En enero de 2004, los periodistas Robert Dreyfuss y Jason Vest ya habían revelado, en la revista *Mother Jones*, de San Francisco, la creación de una unidad secreta en el seno del Pentágono encargada de “preparar” las informaciones⁶. Paul Pillar, que fuera responsable de Oriente Medio de la

⁴ David Brock, *The Republican Noise Machine, Right-Wing Media and How It Corrupts Democracy*, Crown Publishers, Nueva York, 2004.

⁵ John Collins/ Ross Glover (Ed.), *Collateral Language, A Users' Guide to America's New War*, New York University Press, Nueva York, 2002.

CIA, había confirmado estas manipulaciones en un artículo sin concesiones, publicado a principios del 2006 en la revista *Foreign Affairs*⁷. A principios de 2007, una comisión de investigación del Pentágono concluyó que Douglas Feith, un colaborador cercano al Secretario de la Defensa, Donald Rumsfeld, y uno de los jefes de fila del movimiento neoconservador, habían adaptado “de forma inapropiada” las informaciones recogidas de forma de demostrar la necesidad de derrocar a Saddam Hussein. Esto fue lo que el periódico *The New York Times* denominaba, en un editorial mordaz “el taller de construcción de guerras”⁸.

Una opinión pública ignorante

Dentro de esta enorme operación de “gestión de la información”; el gobierno de Bush se ha podido aprovechar de la ignorancia de la gran mayoría de la opinión pública, al igual que de su pasividad ante las cuestiones internacionales. El público estadounidense es efectivamente co-responsable de la desinformación que recibe. En primer lugar, porque ante cada inicio de conflagración bélica, como lo demuestran todas las encuestas, este público aboga por la censura y critica el derecho de la prensa a investigar y a exigir informaciones, aunque esto no impida que posteriormente la condene por no haber sido suficientemente agresiva o crítica. En segundo lugar, porque opta por malinformarse: un 82% del público estadounidense se “alimenta” principalmente de la televisión. Cuando es sabido que ésta última no dedica más que un mínimo espacio para los asuntos internacionales y que lo suele hacer generalmente cayendo en todos los vicios del oficio: la puesta en escena, el chovinismo y la excesiva simplificación. Los grandes medios escritos regionales no son mucho mejores, teniendo en cuenta que lo internacional no ocupa más del 3% del espacio.

A lo largo del periodo de escalada hacia la guerra, un cierto número de medios de comunicación, en particular en la prensa alternativa estadounidense ofrecieron informaciones críticas, poniendo en entredicho los argumentos oficiales, sin embargo la mayor parte de la opinión pública se situó deliberadamente más allá del alcance de mensajes que la perturbarían. “¿Es posible hacer una gran labor periodística si al público no le interesa?”, se preguntaba Evan Cornog, en la prestigiosa *Columbia Journalism Review*. En este contexto, es la información oficial, gubernamental, la que domina todos los espacios, fija las jerarquías de la información y la que marca el tono.

6 Robert Dreyfuss/Jason Vest, “The Lie Factory”, *Mother Jones*, enero 2004.

7 Paul Pillar, “Unheeded Intelligence”, *Foreign Affairs*, marzo/abril 2006.

8 “The build-a-war workshop”, *International Herald Tribune*, 12 de febrero de 2007.

Además la mayoría de la prensa de masas lo adoptó sin mayores problemas. “Los medios de comunicación estadounidenses no han desempeñado su papel, que es de servir de contrapeso y equilibrar el ejercicio del poder, tal y como lo exige la teoría clásica de la democracia”, escribía Susan D. Moeller, de la Universidad de Maryland, como conclusión de una investigación en profundidad de la cobertura mediática sobre las armas de destrucción masiva⁹. “Las cadenas de televisión no cubren la guerra”, denunciaba Sheryl McCarthy en el periódico diario *Newsday*, “la promocionan”¹⁰. “La prensa ha sido amordazada y se ha auto-amordazado”, confirmaba la periodista estrella de la CNN, Christiane Amanpour¹¹.

“El periodismo estadounidense”, según me confesaba en el 2005 una responsable de una organización profesional de Nueva York, “ha inspirado desde hace mucho tiempo al resto del mundo por su independencia, sus métodos y sus fórmulas. El periodismo de investigación, los programas de noticias, *Sixty Minutes*, el caso *Watergate*, la *CNN*, el *New York Times*, *Rolling Stone*, han sido maravillosas exportaciones. Hoy en día, ya no ofrecemos más que programas de televisión inconsecuentes, programas voyeurísticos, y debates pueriles. Y exponemos ante el mundo nuestro conformismo y nuestras chapuzas”.

El descalabro

En las semanas que siguieron a la caída de Saddam Hussein, la Casa Blanca echó las campanas al vuelo, felicitándose por la eficacia de su “máquina de ruido”. Impresionados, algunos países incluso se lanzaron a imitar la política de comunicación oficial estadounidense. En la Asamblea Nacional francesa, se creó una comisión especial dirigida por el diputado conservador Jacques Myard para diseñar una “diplomacia pública” que fuera tan eficaz como la de los Estados Unidos.

Sin embargo, Washington perdió el control del mundo de los medios de comunicación con sorprendente rapidez. En abril de 2004, grabaciones de video piratas filmadas por sus propios soldados hicieron que estallase el escándalo de las torturas inflingidas a los prisioneros de la cárcel de Abu Ghraib en Irak. Meses después, las imágenes mostrando una patrulla rematando a un prisionero durante la batalla de Faluya, en Irak, generaron controversia en el seno de una de las operaciones de propaganda que se consideraba de las más sofisticadas de la historia. Cada día, las cadenas internacionales ofrecían imágenes de un país devastado, destrozado por una creciente oleada de atentados y hundiéndose en una cruenta guerra civil.

⁹ Susan D. Moeller, *Media Coverage of Weapons of Mass Destruction*, Center for International and Security Studies at Maryland (CISSM), Maryland University, 9 de marzo de 2004..

¹⁰ *Newsday.com*, 20 de marzo de 2003.

¹¹ John Plunkett, “CNN star reporter attacks war coverage”, *The Guardian*, 16 de septiembre de 2003.

La guerra en Irak una vez más ha demostrado que no basta con dominar el universo de los medios de comunicación global, con recurrir a expertos del mundo de la publicidad y de las relaciones públicas, como Karen Hughes, que fue nombrada para encabezar la diplomacia popular estadounidense, o incluso con poseer unas excepcionales capacidades técnicas de comunicación, para “enmarcar” el discurso internacional e imponer su propia lectura de los acontecimientos.

La guerra asimétrica, tan devastadora como lo es sobre el terreno, también dicta las leyes en el campo de batalla de las comunicaciones. Equipados con sencillos aparatos de telefonía móvil, o de pequeñas cámaras digitales, difundidas por informáticos y “webmasters” que dominan a la perfección las nuevas técnicas de la información, los grupos terroristas y los insurgentes logran inyectar reportajes de choque en el corazón mismo de una nebulosa mediática que se ha emancipado de sus obligaciones tradicionales¹².

De hecho, los Estados Unidos, su gobierno al igual que sus medios de comunicación privados han perdido la situación de monopolio que gozaban respecto de los flujos de información provenientes de los campos de batalla. Ya han pasado los días en los que la cadena CNN podía reservar a su corresponsal Peter Arnett la exclusividad de emitir desde Bagdad durante la primera guerra del Golfo. Nuevas cadenas de televisión –*Al-Jazira*, *Al-Arabya*, *TeleSur*, *France 24*– al igual que millares de páginas de Internet ofrecen ahora sus propias visiones sobre el mundo. Visiones, que además suelen ser totalmente opuestas al mensaje que quiere transmitir Estados Unidos.

“Cuando la CNN muestra el misil que se lanza desde un portaaviones”, nos explicaba en el 2005 el director de informaciones de *Al Jazeera*, “nosotros difundimos las imágenes de dónde explota”. Incluso si con anterioridad, los públicos filtraban, o incluso “leían al revés” las informaciones que les llegaban de los medios de comunicación occidentales, la aparición de nuevos actores mediáticos han transformado significativamente la descodificación del mundo y de su actualidad más candente.

No obstante, en 2003, hubo distintas narraciones del conflicto iraquí: la opinión pública de los países de la “coalición de la voluntad” [*coalition of the willing*], de la “Vieja Europa” y del mundo árabe, no han visto ni entendido la misma guerra. El monopolio de la recopilación de imágenes se quebró, no exclusivamente ante la aparición de nuevas cadenas árabes, pero también por la presencia de otras cadenas de televisión, no estadounidenses, presentes en Irak, como por ejemplo *France 3* que filmó los disparos de un tanque estadouniden-

*La guerra
asimétrica,
tan devastadora
como lo es sobre
el terreno,
también dicta
las leyes
en el campo
de batalla de las
“comunicaciones”*

¹² “Mobile phone captures Iraq’s cruelty”, *BBC World Service Online*, 3 de enero de 2007

La pluralización de la información hace que sea ilusorio pensar en un control mundial de la información

se contra el Hotel Palestina, el hotel de los periodistas en Bagdad, incidente que el 8 de abril de 2003 causó la muerte de varios periodistas, incluyendo al cámara español José Couso Permuy, que trabajaba para la cadena de televisión española *Telecinco*¹³.

Una dominación ilusoria

La pluralización de la información hace que sea hoy en día ilusorio pensar en un control mundial de la información. Este brusco giro no proviene únicamente de la aparición de nuevos actores sobre el mercado de la *global news*. Expresa también la posibilidad que ofrecen, tanto Internet como las cadenas de televisión por satélite, de emanciparse de los monopolios estatales o comerciales. Hace unos pocos años, una mayoría de los habitantes del planeta estaban condenados a ver la información en una única cadena de propiedad estatal. Hoy en día, la mayoría de las cadenas de televisión oficiales han sido desplazadas por “intrusos” que logran, gracias a las antenas “parabólicas”, saltarse las fronteras y las censuras. En el mundo árabe, especialmente, estas han tomado el relevo de las cadenas oficiales nacionales, pero también, y muy a menudo, han relevado a las cadenas internacionales, como las cadenas de televisión francesas en el Magreb, o la CNN y la BBC en Oriente Medio.

Anteriormente, en las “dictaduras amigas”, los Estados Unidos se mantenían callados ante este control de la información. Hoy en día, varios factores convergen para hacer que tal complacencia sea más difícil de sostener. El gobierno de Bush ha adoptado oficialmente una retórica de promoción de la democracia que no le permite gran margen de maniobra, y las organizaciones para la defensa de la libertad de expresión están permanentemente alertas, sometiendo los países autoritarios y sus padrinos internacionales a una cortina de fuego de indignación. Del mismo modo, técnicamente, a pesar de las medidas de control que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones adoptadas por países como Túnez o Arabia Saudí, es cada vez más difícil bloquear la libre circulación de la información. Por todas partes del mundo árabe, las cadenas de televisión por satélite más dinámicas han destronado a las televisiones estatales, y han reducido el espacio que otrora habían conquistado las cadenas de televisión occidentales. A pesar de la vigilancia y la represión, millares de *blogs* se desarrollan, desacreditando los discursos oficiales¹⁴.

¹³ José Couso, *La Mirada incomoda*, H.A.C., Madrid, 2004.

¹⁴ Faiza Saleh Ambah, “New Clicks in the Arab World”, *Washington Post*, 12 de noviembre de 2006.

Esta evolución no afecta únicamente a los regímenes autoritarios locales, sino también la capacidad que tiene Washington de controlar los flujos de información provenientes de países clave, en el seno de los cuales organizaciones de la oposición son capaces, en la actualidad, de superar las barreras de la censura.

Este fenómeno incluso se hace patente en los Estados Unidos, donde la información difundida por la Casa Blanca había gozado durante mucho tiempo de un aislacionismo mediático. Hasta hace muy poco tiempo, el residente en Madison o en Santa Fe estaba condenado a leer el periódico local de la zona, por lo general poco interesado en las noticias internacionales, o de ver las conexiones regionales de los telediarios muy convencionales de las grandes redes de Nueva York: NBC, ABC y CBS. En estos últimos ha podido conectarse a una multitud de cadenas internacionales, y gracias a Internet, se puede acceder a centenares de periódicos y revistas extranjeras que brindan una visión a menudo radicalmente distinta del mundo. Durante la invasión de Irak en el 2003, un 49% de los visitantes de la página web del periódico británico *The Guardian* residían en los Estados Unidos. Distribuido por la red de cadenas públicas *Public Broadcasting System* (PBS, por sus siglas en inglés), la BBC ha observado como su público estadounidense ha crecido en un 18%. Por otra parte, las ventas de la revista semanal británica *The Economist* han aumentado en un 66% en el mercado estadounidense a lo largo de la década de los noventa.

El reflejo de girar hacia los medios de comunicación internacionales ha crecido a medida que muchos medios de comunicación estadounidenses reducían su cobertura internacional. Era lícito creer después de los atentados del 11 de septiembre de 2001, que la prensa estadounidense se habría replanteado su excesivo “ombliquismo” y habría incrementado su cobertura internacional. Pero no fue así. Tras un periodo de aparente interés por noticias de otras partes del mundo, la mayoría de los medios de comunicación volvieron rápidamente al ámbito del periodismo de proximidad. Sometidos a los imperativos de la rentabilidad financiera, que les imponen sus accionistas, la mayoría de las grandes cadenas de periódicos o redes de televisión han continuado con su política de recortar los recursos de sus redacciones, y sobre todo de aquellas destinadas al tratamiento de la información internacional. A principios de 2007, el prestigioso periódico *The Boston Globe* clausuró sus últimos tres despachos en el extranjero. En 2002, había 188 corresponsales estadounidenses destinados en el extranjero, en 2006, esta cifra se había reducido a 141.

Asistimos de hecho a una “reapropiación” de la información global por parte de los medios de comunicación locales

Filtros de identidad

Los Estados Unidos deben enfrentarse a un auténtico bomerán en lo que respecta a la globalización mediática que ellos mismos impulsaron. So pena de disgustar a Noam Chomsky y su retórica sobre la dominación estadounidense de los medios de comunicación globales, la visión de un mundo inmerso en las informaciones y las opiniones Made in USA es imperfecta. Si la presión de los Estados Unidos en el ámbito cultural es enorme y se extiende hacia todos los rincones del planeta, incluso en aquellos lugares donde las poblaciones autóctonas le son políticamente más hostiles, su capacidad de imponer su mirada respecto de la información es bastante más limitada de lo que parecería a primera vista.

Es cierto, que el desequilibrio en lo relativo a la producción y difusión de las información global sigue siendo muy marcado: tres grandes agencias de prensa mundiales –*Reuters*, *Associated Press* y *Agence France Presse*– junto con dos “mayoristas de imágenes”, *Reuters TV* y *APTN*, forman un oligopolio en el segmento clave de la “materia prima” de la información. Por otra parte, el poderío económico, político, cultural y militar de los Estados Unidos le brinda a este país la posibilidad de “fijar el orden del día” del resto del mundo y confiere, inevitablemente, a los principales medios de comunicación estadounidenses una ventaja comparativa excepcional en el ágora global. Pero, esta realidad no es más que un aspecto de un panorama bastante más complejo y diversificado.

Asistimos de hecho a una “reapropiación” de la información global por parte de los medios de comunicación locales. “No debemos considerar a los países y a las culturas como receptores pasivos, presos de un proceso de mundialización único y proveniente de fuera”, recordaba justamente Andrea Semprini en un informe relativo a la CNN¹⁵ en 2005. “En este sentido, es necesario diferenciar claramente entre la mundialización de la difusión de la información y la mundialización de su recepción. Algunos medios de comunicación son capaces hoy en día de difundir informaciones al mundo entero. Pero esta lógica de difusión homogénea se topa con las lógicas de recepción, que por su parte siguen siendo muy heterogéneas y están sometidas a claves de lectura y a planos de fondo socioculturales totalmente distintos”.

Este fenómeno no hace más que fortalecerse. La globalización, presentada como el instrumento imparable de la americanización, ha exacerbado las reacciones identitarias y ha provocado una tremenda fragmentación del espacio mediático alrededor de ideas o de eslóga-

¹⁵ Andrea Semprini, *CNN et la mondialisation de l'imaginaire*, CNRS Editions, París, 2000, p.16.

nes –étnicos, religiosos, culturales, y políticos– que obstaculizan toda la estrategia de dominación del discurso global. “El mundo no se ha vuelto plano, sino mas rugoso”, escribe Andres Ortega. “Cabe llamarlo la globalización de las diferencias. Al tiempo que se suprimen fronteras físicas surgen con más fuerza otras barreras mentales. Junto a un proceso de homogenización, se produce otro de fragmentación del mundo”¹⁶.

Respuesta inadecuada

Ante estas evoluciones, el gobierno de Bush ha respondido mediante una huída hacia delante en sus políticas de comunicación. Tras la constatación de los fracasos en su estrategia de influencia, el gobierno estadounidense ha reforzado sus programas de “diplomacia pública”. Se ha dedicado a la creación de estaciones de radio y cadenas de televisión que se emiten en árabe, sin verdaderos resultados.

El gobierno republicano está especialmente mal preparado para enfrentarse a los nuevos retos en el ámbito de los medios de comunicación. No es fácil hacer borrón y cuenta nueva después de tantos años marcados por un verdadero autismo, o incluso por una política del desprecio, ante las opiniones y susceptibilidades del resto del mundo. El unilateralismo de la Casa Blanca en lo que respecta a Irak, no ha sido, en realidad, una táctica expeditiva adoptada en nombre de las acuciantes necesidades de la lucha contra el terrorismo. Es más bien la expresión más fundamental de una filosofía particular, casi mesiánica, de las relaciones internacionales. “Nuestra política exterior”, afirmaba el coronel W. Patrick Lang, Jr, que fuera responsable de la inteligencia militar estadounidense en Oriente Medio, “tende a postular que todo el mundo quiere ser estadounidense. En los meses que precedieron al inicio de la guerra en Irak, era frecuente escuchar a personas aparentemente bien educadas, decir que los árabes, y en particular los iraquíes no tenían un modo de vida válido, y que sería mejor para ellos que se deshicieran, cuanto antes, de todas estas “antiguallas”, de sus tradiciones, de sus instituciones sociales y de sus valores. Hemos invadido Irak, con el convencimiento de que en cada iraquí había un estadounidense que esperaba nacer. (Es por este motivo) que hemos destrozado toda verdadera esperanza de un desenlace positivo en Irak”¹⁷.

El “excepcionalismo estadounidense”, ese sentimiento según el cual los Estados Unidos tienen un “Destino Manifiesto”, el de un pueblo elegido por la providencia para ofrecer al mundo la libertad y la pros-

El unilateralismo de la Casa Blanca es la expresión de una filosofía particular, casi mesiánica, de las relaciones internacionales

¹⁶ Andrés Ortega, “La fuerza de los pocos”, *Foreign Policy en español*, febrero/marzo 2007.

¹⁷ W. Patrick Lang, Jr., “What Iraq Tells Us About Ourselves”, *Foreign Policy*, Edición en Internet, febrero 2007.

La recuperación de la credibilidad y de la confianza en este ámbito estratégico que es la información será una de las principales tareas a las que deberá dedicarse el próximo gobierno estadounidense

peridad, ha inspirado profundamente y finalmente ha acabado por cegar a los neoconservadores, estos aprendices de brujo de la política estadounidense hacia Oriente Medio. Corregir la estrategia actual significa por tanto algo más que una adaptación de su política de imagen. Se trata, más bien, de reconsiderar las relaciones de Estados Unidos con el mundo, tal y como lo sugerían autores como Stephen Walt¹⁸, o Anatol Lieven y John Hulsman¹⁹, partidarios de una política exterior “más madura”, que demostrase cierta sabiduría y saber estar, y sobre todo que sea más atenta a las complejidades de un mundo que, cómo ya lo definía en 1941 el poeta peruano Ciro Alegria, “es ancho y ajeno”.

El bumerán de la desinformación

Hay otro elemento, igual de fundamental, que afecta gravemente la capacidad de convencer de la Casa Blanca. Gato escaldado del agua fría huye: la opinión pública, tanto la estadounidense como la internacional, se ha vuelto cada vez más reticente ante los mensajes provenientes de Washington. La desconfianza es la regla, lo cual obstaculiza las capacidades de influencia de la diplomacia pública estadounidense.

Los Estados Unidos, pagan de esta forma muy cara la maquinaria de desinformación que crearon tras los atentados del 11 de septiembre para convencer a la opinión pública de la necesidad de derrocar a Saddam Hussein. Cuando Colin Powell declaró en 2004 que se perpetraba un genocidio en Darfur, incluso las personas más preocupadas por los crímenes del gobierno sudanés se acordaron, con amargura, de las declaraciones del ex Secretario de Estado en el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas sobre la presencia de armas de destrucción masiva en Irak, poco antes de la invasión. El regimen dictatorial sudanés se ha aprovechado de este clima de sospecha generalizado que afecta a la diplomacia estadounidense para proseguir con su brutal política represiva contra las poblaciones civiles del oeste del país, prolongando una de las crisis humanitarias más graves de este principio de siglo.

La recuperación de la credibilidad y de la confianza en este ámbito estratégico que es la información será una de las principales tareas a las que deberá dedicarse el próximo gobierno estadounidense. A pesar del descalabro sufrido por la imagen de los Estados Unidos en el mundo, en gran parte debido a ciertas políticas adoptadas por el

¹⁸ Stephen M. Walt, *Taming American Power*, W.W. Norton & Company, Nueva York, 2005.

¹⁹ Anatol LIEVEN/John HULSMAN, *Ethical Realism. A Vision for America's Role in the World*, Pantheon Books, Nueva York

actual gobierno ante cuestiones tan emblemáticas como los conflictos de Oriente Medio o el calentamiento global, el poder de atracción de “los Estados Unidos” y su “poder suave” (según el concepto de *soft power* desarrollado por el Profesor Joseph Nye) , son aún reales. Pero la recuperación de la confianza implicará un giro radical, alejado de los bulevares y callejones de la mentira, lejos del *Big Lie* y las *sweet little lies*, como las llamaba el excelente Paul Krugman en las páginas del periódico *New York Times*²⁰.

Es posible que el nuevo Jefe de Estado, suponiendo que pertenezca al ala más iluminada del partido Demócrata, se inspirara de John F. Kennedy que, en 1961, nombró como cabeza de la Agencia de Información de los Estados Unidos, a uno de los periodistas más respetados del país, Ed Murrow, héroe de CBS News, cuya batalla con el “cazador de brujas” Joseph Mc Carthy fue llevada a la gran pantalla por George Clooney en la película *Buenas noches y buena suerte*.

Sus frases más famosas han conservado toda su pertinencia: “una nación de borregos merece un gobierno de lobos”, “nosotros no podemos defender la libertad más allá de nuestras fronteras si la abandonamos en casa”.

El despertar del periodismo

Evocar a Edward R. Murrow nos lleva a preguntarnos sobre el periodismo estadounidense y sobre su papel como cuarto poder en el marco de la política exterior de este país. La prensa estadounidense se había adormecido antes de los atentados del 11 de septiembre, y pasó después, según se explicó anteriormente, a participar sin tomar distancia de la lógica de la guerra. Si bien es cierto que los mejores y los más brillantes ya han entonado el *mea culpa* y someten ahora al gobierno a una barrera de fuego, sus cicatrices y sus dudas permanecen.

Según un reciente informe²¹ de la Carnegie Corporation, el periodismo estadounidense está atravesando una verdadera “crisis de confianza”. Crisis que proviene menos de errores individuales que de la estructura misma de la industria mediática y de la forma según la cual ha definido su propia misión. A lo largo de los últimos veinte años, los gestores se han hecho con el poder en el seno de las redacciones²². Financieramente, su intervención ha sido en su conjunto bastante eficaz: márgenes de beneficio del 20% se consideran nor-

20 Paul Krugman, “Sweet Little Lies”, *The New York Times*, 9 de abril de 2007.

21 Christopher Connell, *Journalism's Crisis of Confidence. A Challenge for the Next Generation*, Carnegie Corporation of New York, 2006.

22 Doug Underwood, *When MBAs Rule The Newsroom*, Columbia University Press, Nueva York, 1993.

males en el ámbito de la prensa. Pero también han impuesto normas y exigencias de rentabilidad que han debilitado las capacidades de recopilación y de tratamiento de las informaciones, y privilegian al periodismo más miope. Las cifras hablan por sí solas: mientras que los beneficios de la prensa diaria han aumentado en un 207% entre 1991 y 2000, los puestos de trabajo en las redacciones no han crecido más que en un 3%²³. Este tratamiento de choque ha sido especialmente duro en las grandes cadenas, que controlan a la mayoría de los periódicos regionales estadounidenses.

La creciente influencia de los financieros ha llevado, en muchos casos, a lo que se denomina bajo el título de “conglomeración”; es decir la integración de los medios de comunicación en el seno de grupos industriales y financieros muy decididos a no dejar que “sus” periodistas comprometan, mediante reportajes “incongruentes”, los beneficios del grupo en su conjunto.

La concentración de los medios de comunicación no ha mejorado la situación. En 1983, Ben Bagdikian, que por aquel entonces era el director de la Escuela de Periodismo de la Universidad de California, había escrito un libro llamado *Media Monopoly* que describía, con preocupación, la creciente concentración de los medios de comunicación estadounidenses. Este libro va ya por su sexta edición y a lo largo de los años, el número de grupos mediáticos estadounidenses que controlan más de la mitad de la audiencia ha pasado de cincuenta en 1983 a seis en 2000. “Por primera vez en la historia de los Estados Unidos”, escribía, “las fuentes de informaciones, de comentarios y de ocio más diseminadas en el país están controladas por seis empresas, de las cuales dos son extranjeras, y que están entre las mayores empresas del mundo”²⁴.

Paradójicamente, esta concentración coincide con una proliferación en el número de los medios de comunicación, gracias al empuje de la tecnología (satélites de comunicaciones, GSM, Internet, etc.) que encumbran al espacio mediático y dan cierta ilusión de pluralismo. Pero, tal y como señala el informe *State of the News Media 2006*, “si bien hay cada vez más medios de comunicación, cubren cada vez menos temas. Los grandes acontecimientos son tratados cada vez más del mismo modo por periodistas generalistas que disponen de un número limitado de fuentes y de muy poco tiempo”.

Estas evoluciones, según destaca este mismo informe, fortalecen la capacidad de los “fabricantes de informaciones”, y sobre todo del gobierno para controlar lo que la opinión pública “merece saber”. “El gran problema”, escribían Leonard Downie Jr. y Robert Kaiser, respec-

²³ The Project for Excellence in Journalism, *The State of the News Media 2004*, Washington, www.journalism.org

²⁴ Ben Bagdikian, *The Media Monopoly*, Beacon Press, Boston, 2000, p. viii.

tivamente director ejecutivo y redactor jefe adjunto del periódico Washington Post, “es que ya no hay suficientes noticias en los noticieros, y que se acusa de sesgo izquierdista a lo que es la misión vital del periodismo: el escepticismo respecto de las autoridades y las vacas sagradas”. En otras palabras, y según los autores del destacable *The News About The News*, el sistema mediático estadounidense funciona actualmente contra los valores que propugna el periodismo: cuando la propia Constitución le otorga una sirena, la transforman demasiado a menudo en un megáfono para los gobernantes.

La guerra en Irak ha demostrado el aislamiento en el que se encuentran los periodistas y los medios de comunicación, que ante la fórmula consagrada, se atreven a “decir la verdad al poder”. Los periodistas, en su conjunto, se han dejado enmarañar en un sistema de desinformación oficial orquestado por los servicios de comunicaciones de la Casa Blanca, del Departamento de Estado y del Pentágono. Han abdicado, sin oponer gran resistencia, de su papel como “guardianes” [watchdog], responsables, según les conmina la Constitución de los Estados Unidos a proteger a los ciudadanos contra las mentiras y los abusos de poder. “¡Y es ahora que nos lo dicen!”, exclamaba Michael Massing, uno de los observadores más (im)pertinentes de la prensa estadounidense; “Porqué no nos han informado más sobre las mentiras y los tapujos [de la Casa Blanca] durante esos meses en los que el gobierno nos vendía su versión, es decir, cuando podríamos haber marcado la diferencia ... Muchos periodistas sabían todo esto, y sin embargo, pocos fueron los que eligieron hablar de ello”²⁵.

Permitieron que les robasen su función fundamental que es de definir la información, de discernir, entre la plétora de acontecimientos del día, lo que es importante y lo que es cierto. Dejaron en manos de otros, de aquellos que deberían haber controlado, el poder de determinar no sólo la agenda y la jerarquía de la información, sino aún más grave, los acontecimientos que merecen ser cubiertos y tratados.

Reforma

Las reflexiones que surgen del seno del periodismo estadounidense se refieren a la manera según la cual puede dirigirse la política exterior de los Estados Unidos, y deberían, por tanto, ser seguidas con detenimiento en el resto del mundo. Durante los años tumultuosos que siguieron a los atentados del 11 de septiembre –es relevante recordarles y rendirles un homenaje– un número importante de

²⁵ Michael Massing, “Now They Tell Us!”, *The New York Review of Books*, 26 de febrero de 2004.

medios de comunicación estadounidense no perdieron su rumbo, cumpliendo con la función crítica de la que hablaban Robert Kaiser y Leonard Downie. *Mother Jones*, el *Washington Monthly*, *The American Prospect*, *The Nation*, páginas web como las de *AlterNet* o *CommonDreams.com*, ofrecieron una información disonante y muy profesional. A pesar de los errores de su periodista estrella, Judith Miller, los editorialistas del *New York Times* lograron mantener su sangre fría ante la “lógica de guerra”. Por otra parte, algunos periodistas de grandes medios de comunicación (*Walter Pincus* en el *Washington Post*, la oficina nacional de la cadena Knight-Ridder) han cumplido obstinadamente con su deber de informar, a menudo contra la posición editorial de sus gerencias. En el *New Yorker*, una revista semanal cuya tirada sobrepasa frecuentemente los 1,5 millones de ejemplares, el que se conoce como el “artista de las exclusivas”, Seymour Hersh, ha realizado, a lo largo de los últimos cuatro años un trabajo de una calidad excepcional, publicando encuestas robustas y preocupantes sobre el Pentágono, los neoconservadores, o incluso la práctica de la tortura en la prisión de Abu Ghraib.

Hoy en día, gran parte de la prensa, ha recuperado el rumbo. Siguiendo el ejemplo del *Washington Post* que ha desvelado el escándalo en el hospital militar Walter Reed en Washington, donde se maltrata a los soldados estadounidenses heridos en Irak. La voluntad de reconsiderar el periodismo ha salido de los círculos restringidos de la prensa alternativa para incluir a importantes personalidades del sistema mediático. Constatando el malestar en su oficio, dos grandes nombres del periodismo, Bill Kovach y Tom Rosenstiel, crearon en 1999 el *Committee of Concerned Journalists*²⁶ alrededor de la idea que “el objetivo principal del periodismo es ofrecer a los ciudadanos las informaciones exactas y fiables de aquello que necesitan para funcionar dentro de una sociedad libre”.

Su iniciativa se convirtió posteriormente en un proyecto para la excelencia en el periodismo que se beneficia del apoyo de numerosos profesionales del sector, y que cuenta con la simpatía de algunos grandes patronos de prensa. Su apuesta es ambiciosa: se trata de refundar el periodismo estadounidense, de redefinirlo, asignándole objetivos de calidad y de independencia en un contexto que rehabilita la noción de contrapoder y de interés público²⁷.

²⁶ www.journalism.org/ccj.

²⁷ Bill Kovach/Tom Rosenstiel, *The Elements of Journalism. What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*, Crown Publishers, Nueva York, 2001.

Periodismo y democracia

Esta reflexión sobre los fundamentos de la profesión, sobre su “excelencia”, se inscribe en un debate mucho más amplio sobre el papel del periodismo y la información en el seno de la democracia, ya que el contexto de la lucha contra el terrorismo ha crispado las autoridades y ha reducido el margen de maniobra de la prensa. Aquellos que se reconocen en este movimiento de “periodistas preocupados” quisieran volver a la labor de producir informaciones verdaderas, real news, es decir, retomando la expresión del periodista historiador, Richard Reeves, “información que ustedes y yo necesitamos para preservar nuestras libertades”.

“Las realidades a las que nos enfrentamos deberían hacer sonar las señales de alarma”, escribía en 2003 Bill Moyers. Este personaje emblemático de la profesión, ex redactor jefe del “tabloide responsable” –Newsday (Long Island, Nueva York) y respetado presentador de emisiones del estilo de Arte en la cadena pública PBS– no pensaba estar dramatizando excesivamente la cuestión cuando declaró por motu proprio: “Un gobierno responsable y libre fundado sobre el consentimiento del pueblo, no puede existir sin una opinión pública bien informada ... No es únicamente la causa del periodismo que está en juego hoy en día, si no la de la libertad en sí misma”²⁸.

La democracia, sobre todo en tiempos de crisis, necesita esencialmente una prensa audaz, curiosa y dinámica, un periodismo que sirva como salvaguarda ante las derivas del poder y los arrebatos de la opinión pública, que se atreva a enfrentarse a las intimidaciones y las manipulaciones, por mucho que sean “patrióticas”, del Estado y sus complementos.

También necesita un gobierno que reconozca su obligación de verdad y que acepte, aunque le cueste, el papel crítico de los medios de comunicación. Es con estas condiciones que los Estados Unidos podrán restaurar su credibilidad en el ámbito global de los medios de comunicación...

Traducido por Leandro Nagore

*La democracia,
sobre todo
en tiempos de
crisis, necesita
esencialmente
una prensa audaz,
curiosa
y dinámica, que
se atreva
a enfrentarse a
las intimidaciones
y las manipula-
ciones del Estado,
por mucho que
sean “patrióticas”*

²⁸ Bill Moyers, “Keynote Address to the National Conference on Media Reform”, 8 de noviembre de 2003, www.commondreams.org.