

La Identidad Europea de Seguridad y Defensa: los medios de comunicación social y los conflictos armados en la posguerra fría

Ernesto Rodríguez Cuervo
(Escuela de Guerra del Ejército de Tierra)

1. INTRODUCCIÓN

“La propaganda es una de las formas de degradación de la información [...] Y es precisamente en las guerras cuando las tentaciones propagandísticas son más fuertes y virulentas, y más amenazado se encuentra, por lo tanto, el derecho de los ciudadanos a recibir una información veraz”¹

Los conflictos armados son noticia, quizás la “noticia” por antonomasia. Los públicos no pueden permanecer indiferentes ante ellos, especialmente si su nación, su grupo social o los valores que comparten están directamente implicados en los mismos. Del mismo modo, los actores de todo conflicto precisan del apoyo social. Sus objetivos, sus razones, sus actividades, deben tener la mayor difusión posible para alcanzar el éxito. Sin embargo, siempre se procurará ocultar toda información que pueda ponerlo en peligro; bien aquella de la que dependa la sorpresa sobre el adversario, bien los propios errores por lo que puedan implicar de descrédito.

Los medios de comunicación, por tanto, precisan de la información que los actores del conflicto generan -y que no siempre proporcionan- y que sus clientes, los públicos, demandan.

Estas evidentes premisas son la base de las que podrían denominarse “las reglas del juego” en materia de comunicación social y conflictos armados: unas y otras partes se necesitan mutuamente pero no pueden conceder todo lo que la otra parte demanda. Gobiernos y militares no pueden contar todo pero tampoco pueden pretender que los medios se limiten a un papel de caja de resonancia de su propaganda. Los medios tienen derecho a obtener y difundir información veraz sobre lo que está sucediendo, así como a opinar, pero también deben entender que no todo puede estar a la luz.

¹ “La Guerra de la Información”, Editorial ABC, Madrid, 9 octubre 2001, pg. 37

Estas “reglas del juego” han sufrido una profunda transformación en los últimos años debido –sobre todo- a dos razones bien conocidas. En primer lugar, el enorme incremento de las capacidades de transmisión y tratamiento de la información. En segundo lugar, un nuevo esquema de seguridad que ha pasado del enfrentamiento más o menos frío entre dos bloques hegemónicos sustentados en ideologías –y modelos sociales- opuestos entre sí, a un esquema de seguridad más complejo cuyo análisis es precisamente el objeto de este Congreso. En dicho marco, esta comunicación pretende, únicamente, apuntar algunos aspectos e interrogantes que se plantean en la relación entre los medios de comunicación social y los principales actores de los conflictos armados en la actualidad y -en la medida de lo posible- de cara al futuro.

Para ello, quizás no resulte ocioso, tras un brevísimo repaso a la evolución de la comunicación social en tiempos de guerra, enumerar de un modo muy esquemático algunos de los cambios que en la última década se han producido en las sociedades, en los conflictos armados y en la organización y procedimientos de trabajo de los medios de comunicación.

2. DEL TELÉGRAFO AL SATÉLITE: DE LA “ERA INDUSTRIAL” A LA “ERA DE LA COMUNICACIÓN”

Los conflictos armados siempre han constituido “materia informativa”, han jugado un papel importante en el desarrollo de los medios de comunicación a lo largo de la Historia, no sólo en los aspectos tecnológicos, también en su papel social y en su propia estructura.

Afirmar que nos encontramos en la Era de la Comunicación –o de la Información- constituye un lugar común. Tras una “Era Industrial” en la que la disponibilidad de los medios técnicos de producción implicaba la supremacía económica y por ende política, la “Era de la Comunicación” vincula el poder a la disponibilidad de medios técnicos para adquirir, procesar, transmitir y valorar cantidades ingentes de información en plazos de tiempo cada vez más breves.

Pero esta capacidad para gestionar grandes volúmenes de información no tendría tanta significación si no estuviese unida al carácter de popularización de dichos medios, que se han hecho presentes en la vida de la gran mayoría de los ciudadanos de los países económicamente desarrollados y en la de las élites de las zonas del resto del mundo.

¿Cuándo podemos considerar que comenzó la Era de la Comunicación?
¿Es el concepto de comunicación de masas algo realmente novedoso?
¿Podemos considerarla de un modo aislado?

Se repite con frecuencia que el tiempo histórico así denominado habría dado comienzo en 1989 ó 1991, coincidiendo con el fin de la bipolaridad. Pero la lucha por la información es tan vieja como el mundo, los cimientos tecnológicos del desarrollo de la comunicación se establecieron hace más de un siglo y su marco ideológico tiene 200 años. Lo que caracteriza al "gran salto cualitativo" de los últimos años es su popularización, su difusión, como se señaló anteriormente.

Cabría establecer una serie de hitos tecnológicos que hasta la fecha han estado vinculados a grandes cambios en el mundo de la comunicación durante los últimos siglos y que han corrido parejos a la evolución de los conflictos armados y de la propia estructura social.

El telégrafo y el maquinismo. La posibilidad de transmitir información a grandes distancias por procedimientos que sólo la diferían en horas, unido a la capacidad mecánica de imprimir periódicos en grandes tiradas a bajo coste, junto con el desarrollo del ferrocarril, que facilitaba su distribución en tiempos razonables, son los progresos tecnológicos que permiten el nacimiento de la prensa de masas.

La imposibilidad de destacar corresponsales de modo permanente, sólo al alcance de los grandes periódicos, da pie al nacimiento de las agencias de noticias, que suministran diariamente la información a todos los medios a través del telégrafo. La Guerra Civil estadounidense o la de Crimea son los primeros acontecimientos informativos que alumbran agencias como Reuters, seguidos en la entonces primera potencia mundial en diarios como "The Times". Por primera vez en la Historia, un gran porcentaje de la población puede seguir las noticias, aunque aún no de un modo masivo, dado que la prensa escrita se enfrentaba a la gran limitación del entonces todavía alto índice de analfabetismo.

El conocido como "periodismo de empresa" nace con el siglo XX, desbancando al modelo del periodismo ideológico, propio del XIX. Las empresas necesitan alcanzar grandes tiradas, para obtener rentabilidad; para ello, deben hacer su producto más atractivo, con contenidos a menudo más ligero sin que ello sea incompatible con el desarrollo de la denominada "prensa de calidad".

Pero son **la radio y el cine** quienes van a acercar la información –y la valoración- a millones de ciudadanos. Son también los años del auge de los totalitarismos, del acceso al poder de dirigentes procedentes de clases medias e incluso bajas. Es precisamente en esos años cuando la radio comienza a entrar en casi todos los hogares. Una radio en cada familia acomodada. Pero los acontecimientos que convulsionan a la sociedad reúnen a grupos numerosos en los barrios populares en torno a la a menudo única "radio de galena" del vecindario.

En cuanto al cine, son los hogares quienes se trasladan a las salas de proyección. La posibilidad de incorporar sonido y -sobre todo- su desarrollo expresivo, le permiten superar su etapa inicial de medio de puro divertimento y le convierten en un medio de transmisión de valores e ideologías. No se puede entender el período de entreguerras sin tener presente la estadounidense "El nacimiento de una nación", las rusas "Octubre" o "El Acorazado Potemkin" o la alemana "El triunfo de la voluntad".

Estos medios generan una gran revolución en la relación entre el ciudadano y el gobernante. Éste adquiere dimensión humana, es visto y oído, puede dirigirse a millones de personas de modo directo. Es difícil imaginar la Guerra Civil Española o la II Guerra Mundial abstrayéndonos de la radio y de los documentales y noticiarios cinematográficos. La información como producto de consumo masivo (y el afán de todo grupo de poder por controlarla) nace precisamente en estos años.

Un rasgo que hasta entonces caracteriza al periodismo de guerra es su militancia, ya sea ideológica, como en el caso de la Guerra Civil española o nacionalista, como es el caso de las dos Guerras Mundiales. Una vez que la nación ha entrado en guerra, los medios contribuyen a dicho esfuerzo; no lo critican.

La televisión. Los años 50 en los Estados Unidos y los 60 en Europa abren al mundo los ojos de millones de personas. El "modo de vida americano" penetra en los hogares, europeos primero, asiáticos, iberoamericanos, africanos después, sin que el receptor llegue a ser plenamente consciente, dado que si algo caracteriza a la televisión es su omnipresencia sin requerir ningún esfuerzo por parte del receptor. Pero también penetran en casa los conflictos bélicos. No merece la pena extenderse en el conocido efecto que la Guerra de Vietnam ejerció en la opinión pública a través de la televisión. No obstante, conviene recordar que los medios no criticaron la intervención militar durante los primeros años, hasta que el número de bajas comenzó a desbordarse. Los Estados

Unidos aprenderían varias lecciones que continúan aplicando: el conflicto no debe ser largo ni el número de bajas elevado. Los medios no deben gozar de tal libertad de acceso a las fuentes que puedan disponer de toda la información sin ninguna restricción.

Los satélites y la informática, en cuyo desarrollo el sector de Defensa ha jugado un papel decisivo, multiplican de modo exponencial la capacidad de proporcionar información en menos tiempo a más personas, especialmente desde la difusión de las utilidades de estos medios a nivel popular en los años 90. Las nuevas tecnologías aportan un salto cualitativo: la interactividad. El ciudadano deja de ser un receptor pasivo de información. El usuario adquiere una capacidad para seleccionarla, recibirla y, lo que es más importante, generarla. Las nuevas tecnologías presentan sin lugar a dudas un reto sobre la transformación del ejercicio del poder y su relación con los ciudadanos.

Podemos deducir de estos hitos que todo el proceso de evolución de los medios de comunicación presenta una serie de características comunes:

- Cada avance está vinculado a la producción a precio competitivo de "herramientas comunicativas" que precisan un desarrollo tecnológico pero también industrial y comercial. Cada avance arraiga en la potencia dominante -Gran Bretaña primero, Estados Unidos, después, sin olvidar hoy a China, Japón o Alemania- que a través de él difunde sus valores e ideología. No importa que dicho país ya no precise fabricar el producto, pero precisa controlar la red comercial.
- Ese mismo avance genera una modificación de las relaciones entre gobernantes y ciudadanos, les acerca mutuamente.
- Quien posee mayor capacidad para adquirir y explotar información tiene mayor posibilidad de alcanzar sus objetivos políticos o de vencer en un conflicto bélico. Esta lucha por la información ha constituido históricamente el principal motor de este proceso tecnológico y estructural. La capacidad de información de los Estados Unidos en la actualidad le permite, no sólo situarse en ventaja, sino ejercer una función de "árbitro" mundial, al compartir parte de esta información con sus aliados, asegurando en gran medida el mantenimiento de los vínculos que le interesan.²

² Ver Nye, Joseph S. Jr. y Owens, William A., "Estados Unidos y el poder de la información", en *Política Exterior*, 51, X - Madrid, Mayo/Junio 1996.

MÁS SOCIEDAD Y MENOS ESTADO

Como es bien sabido, la desaparición en Europa del modelo comunista, la "mundialización" de la economía, el proceso de la Unión Europea, la creciente importancia de la información y los servicios sobre la capacidad de producción de bienes, como factores más destacables, están modificando parte de la estructura de nuestra sociedad.

Se trata de una sociedad que no ha roto con su pasado pero que está en un profundo proceso de transformación, con avances y retrocesos. Hay más pluralidad y hay más xenofobia. Hay más europeísmo y más nacionalismos radicales. Hay más posibilidad de estar bien informado y a la vez somos más manipulables. Son las dos caras de la misma moneda. No se trata aquí de opinar si la sociedad de hoy es mejor o peor que la de hace 10 años. Ni una cosa ni otra. Lo que es probablemente indiscutible es que es diferente.

Sociedad en la que están integrados los medios de comunicación, los gobiernos y los ejércitos y que -más a menudo de lo deseable- se ven implicados en mayor o menor medida en conflictos armados y sin cuyo "retrato robot" es difícil analizar el papel de unos y otros en esos momentos.

La progresiva **democratización de la mayoría de las naciones europeas** -no siempre tan fácil como a todos nos gustaría- modifica las actitudes de los ciudadanos hacia el poder en gran parte de nuestro continente. De ser criticado en voz baja -que lo era- el poder político y sus decisiones ha pasado a ser objeto de debate público. La libertad de información y opinión dejan de ser letra muerta y comienzan a ser un derecho fundamental a proteger. La conclusión es evidente: el papel de la prensa en las nuevas democracias es fundamental como contrapeso, como garantía de una verdadera democracia. Volveremos sobre esta reflexión en el siguiente epígrafe.

La desaparición de la confrontación² permanente o el alejamiento del fantasma de la guerra nuclear han generado en los ciudadanos una **sensación de mayor seguridad**, una mayor preocupación por otros temas u otros riesgos de gran actualidad en estos días: terrorismo, narcotráfico, delincuencia organizada, migraciones, riesgos ecológicos o sanitarios... Es decir, la mayoría de los europeos (aunque con matices, porque cada nación tiene sus propios problemas y percepciones) perciben que su seguridad no depende de sus ejércitos, o al menos en menor medida que en el pasado. La seguridad se deriva -o se percibe- más como el resultado

de la cooperación, el desarrollo económico o una policía eficiente, lo que no significa forzosamente que no se tema, y mucho, a aquello que sea percibido como riesgo.

Como es lógico, los **ejércitos disminuyen de tamaño y el servicio militar obligatorio va desapareciendo** de la mayoría de las naciones, lo que permite que las Fuerzas Armadas dejen de ser vistas como una cortapisa para el proyecto de vida de los ciudadanos varones. Por el contrario, la percepción que sobre ellos tiene ahora la mayoría de los connacionales se obtiene fundamentalmente a través de los medios de comunicación, no de la experiencia personal.

El Estado pierde progresivamente importancia en la vida de las personas. Interviene menos en la economía, deja de poseer medios de producción o de transporte. Cada vez hay **más sociedad y menos estado**. Las empresas dejan de estar en manos públicas y nacionales y tienden a pertenecer a sociedades privadas y multi o transnacionales.

El proceso de la **Unión Europea** no está al margen de los cambios en los estados, dada su progresiva cesión de soberanía. Sin embargo, a las personas no les resulta fácil asumir una "ciudadanía europea". Como suele decirse, no es fácil que alguien "muera por Europa". Este proceso de "ensanchamiento" del espacio político hace que las personas miren más hacia sus referencias cercanas, hacia la **región, comunidad autónoma**, sin que ello signifique forzosamente oponerse a la integración. En resumen, los ciudadanos necesitan adaptar su "espacio de referencias" a una nueva realidad y el Estado nacional es cada día menos esa referencia. Los medios de comunicación también reflejan estas tendencias.

Por otro lado, las **organizaciones no dependientes de los gobiernos** (excepto en materia económica en muchos casos), se convierten cada vez más en agentes sociales debido al proceso expuesto y al hecho de la creciente preocupación por los derechos humanos, no sólo en nuestros países sino también fuera de ellos.

Los europeos somos conscientes de tener un alto nivel de vida, no sólo en materia económica, sino también en el disfrute de dichos derechos. Los valores de **solidaridad, de respeto a la vida y a la pluralidad** tienen por tanto -al menos teóricamente- una importancia creciente, hasta el punto de poder ser los factores en función de los cuales la opinión pública apoye o rechace la participación en un conflicto armado.

Las **movimientos migratorios y los cambios demográficos** resultan también fundamentales para entender las actitudes de los europeos en estos momentos. Somos más viejos y más variados. Compartimos valores democráticos pero somos más plurales en materia cultural, idiomática, religiosa, etc... con toda la riqueza y la fuente de fricciones que todo implica.

En resumen, se trata de una sociedad cada vez más plural desde casi todos los puntos de vista, que tiende a integrarse a la vez que a aislarse, con ciudadanos más activos, más preocupados por los derechos humanos, por el medio ambiente, por estar bien informado, pero quizás más individualistas, más recelosos de la intervención de los poderes públicos. Una sociedad que ve los conflictos armados con otro punto de vista, que no se moviliza por las mismas cosas que se movilizaban sus padres o sus abuelos, que es más exigente con sus gobiernos, pero que también es vulnerable a la desinformación y la propaganda, venga de donde venga.

Este es un esbozo muy básico de algunos aspectos del público de los medios de comunicación, de los votantes y contribuyentes. Todos somos parte de esta sociedad, periodistas, gobernantes o militares inclusive.

MÁS COMUNICACIÓN Y MENOS "MEDIOS"

La estructura de la comunicación social se enmarca en los mismos parámetros ideológicos que el resto de la actividad social. Hasta hace pocos años se consideraban dos modelos: el liberal y el socialista. El segundo mantenía la propiedad de los medios de comunicación y hacía de ellos una herramienta de transmisión ideológica del Estado. El modelo liberal considera la libertad de información y de opinión un pilar indispensable del "sistema de contrapesos entre poderes", la principal garantía de la "transparencia democrática". Al mismo tiempo, la propiedad privada de los medios convierte a éstos en fuentes de beneficio económico. Aquel medio que -al no generar interés en el público, atrayendo publicidad- no constituya un negocio rentable, desaparece.

Pero el esquema liberal no es tan sencillo ni el socialista ha desaparecido totalmente con la caída del comunismo. Ambos modelos son los dos extremos del esquema. Los estados, temerosos del poder de los grupos económicos, poseen medios de comunicación, a menudo no rentables, que basados en el principio del interés general, aseguren la presencia de las instituciones públicas ante la ciudadanía. Al mismo tiempo, impone

restricciones legales a la explotación de los medios adjudicando frecuencias de radio o televisión, exigiendo transparencia sobre la propiedad de éstos o tratando de impedir su concentración en pocos propietarios. Pero los medios públicos se enfrentan al dilema de entrar a competir en el mercado para abaratar costes, rebajando calidades y asegurando su "capacidad de penetración masiva", o mantienen esquemas de calidad y servicio público, rechazando la publicidad y ofreciendo contenidos poco atractivos a los grandes públicos, lo que provoca que sus mensajes lleguen a un número reducido de ciudadanos, desvirtuando la verdadera razón de su pervivencia.

En cuanto a los medios privados, ¿dan al espectador lo que éste desea o tratan de modificar la conducta del consumidor en beneficio de los intereses comerciales de sus patrocinadores? Probablemente las dos afirmaciones sean ciertas al mismo tiempo. Nadie ofrece un producto que no prevé que será favorablemente recibido, pero al mismo tiempo procura inducir el consumo de nuevos productos (y a menudo de nuevos valores)

¿En qué medida los intereses públicos y privados convergen? Podemos afirmar que en no pocos casos. Los medios privados defienden el sistema ideológico y político existente. Quien quiera subvertir dicho orden no posee la capacidad de acceder a los medios privados. Los medios públicos defienden a su vez la estructura económica.

Internet puede llegar a significar la ruptura del modelo. Una página "web" no requiere apenas inversión económica, no precisa disponer de una planta de impresión ni de un sistema de distribución. No necesita una concesión de frecuencias o licencias. Sin duda, ideologías "fuera del sistema" pueden ahora disponer de una plataforma desde la que ofrecer información y, sobre todo, opinión alternativa. Muchas de las páginas web se parecen más al modelo de prensa ideológica del siglo XIX que a la prensa de empresa del XX. Por otra parte, la Red permite una comunicación más directa entre el emisor, quien genera la noticia, y el receptor sin necesidad del hasta ahora indispensable "intérprete de la realidad", el periodista y el medio de comunicación. Es decir, hay más flujo de información, pero la importancia de los medios podría tender a disminuir.

En cualquier caso, es evidente que la pluralidad dispone de nuevas alternativas. En el caso de los conflictos armados, se puede romper las fronteras y proporcionar los puntos de vista de aquellos que no pueden exponerlos por otra vía. Pero Internet también es útil a la calumnia, la

desinformación, la propaganda gris y negra... La fiabilidad de las informaciones que aparecen en la Red es a menudo menor que la de los medios cuyas firmas, responsables o sedes sociales son conocidos.

La Red plantea múltiples interrogantes aún por responder que hoy por hoy sólo podemos intuir pero que sin duda va a modificar la estructura de la comunicación social en general y de ésta en los conflictos armados en particular.

El desarrollo tecnológico nos lleva a olvidar a menudo que, pese a su enorme desarrollo, Internet sólo llega a un número muy pequeño de hogares en el mundo, constituyendo un factor más de la brecha entre sociedades de las "tres olas" que consideran Alvin y Heidi Toffler:³ sociedades agrícolas, industriales y de la información.

Se intuyen cambios en el horizonte, pero hoy por hoy, la mayoría de los habitantes del mundo reciben información a través de la televisión, de los periódicos y, sobre todo, de la radio, que en los conflictos armados adquiere una importancia capital en todos los continentes. Un ejemplo ilustrativo es el lanzamiento sobre Afganistán de aparatos de radio que no necesitan pilas junto con la ayuda humanitaria, así como la emisiones de radio en su propio idioma.

Los medios de comunicación también están cambiando por dentro. En primer lugar, en cuanto a la propiedad de los mismos. Cada vez hay menos medios en manos de un propietario, individual o familiar. Los medios tienden a agruparse en cadenas y éstas participan en grupos multimedia, generalmente pertenecientes a sociedades anónimas transnacionales. Es decir; cada vez menos un medio tiene un solo propietario y un solo propietario un solo medio. Deja de ser frecuente que los medios de un país pertenezcan a propietarios de la misma nacionalidad. Quien no se agrupa, difícilmente compite. Quien no compite, desaparece.

La distribución territorial de los medios también se ve modificada. La prensa local y regional vive un período de auge debido a las razones anteriormente expuestas. Ahora bien, muchos de estos medios de ámbito geográfico limitado pertenecen a grupos multimedia. Por otro lado, se tiende a constituir medios o alianzas de carácter europeo. Diversos periódicos de diferentes países comparten artículos de fondo o crónicas

³ Ver Toffler, Alvin y Heidi. "Las guerras del futuro". Plaza y Janés, Barcelona, 1994

de corresponsales, se constituye una cadena de noticias de ámbito europeo que intenta competir -sin mucho éxito- con las estadounidenses CNN ó CBS...

También cambia la forma de trabajar en los medios y el perfil del propio trabajador de los medios de comunicación. Los medios tecnológicos permiten reaccionar con menos tiempo. El efecto que viene provocando no es un aumento en la calidad de la información, sino a menudo todo lo contrario. La urgencia prima sobre el análisis. Un retraso de un hora puede "quemar" una noticia. En muchos casos, ya no se "vive al día", se "vive al minuto". La mentalidad -y necesidad- de empresa llevan a tal competitividad en la que a menudo se contrasta poco la información, se "ilustran" noticias que proporcionan ciertas cadenas de televisión sin detenerse a verificar si son verdaderas o si, como es más habitual, no están reflejando un punto de vista particular, incompleto, sesgado...

Y es en los conflictos armados donde más en evidencia quedan estas limitaciones. Todos tenemos en mente imágenes verdosas en la televisión en las que aparecía algún disparo aislado de un cañón antiaéreo presentado -y aceptado- como un bombardeo "como pueden ver en las imágenes", avalanchas de refugiados por cientos de miles donde conviene a no se sabe quién donde no llegaban a unos miles quienes se desplazaban y verdaderas catástrofes y exterminios que pasan inadvertidos a nuestros ojos...

Eso no significa que los medios se resignen a la situación. La constitución de grupos económicamente fuertes son un primer paso. Si no se dispone de una capacidad económica, no se puede acceder a las fuentes, enviar corresponsales, etc...

El otro paso fundamental es un nuevo perfil del trabajador de los medios. Es bien sabido que no todos los que trabajan en ellos son periodistas. Hasta la revolución tecnológica que se produjo en la prensa escrita a partir de los años 80 con redacciones y plantas de impresión informatizadas, el mayor porcentaje de los empleados de los periódicos estaban en los talleres. Ahora hay más redactores en proporción, pero también hay gráficos, documentalistas, maquetadores, todos ellos más y más implicados en el producto final: el periódico, el reportaje, el informativo.

Pero al periodista que en la actualidad cubre un cubre un conflicto armado, ya sea como enviado especial, ya sea desde la redacción, se le exige más y más. Resulta indispensable hablar idiomas, emplear

adecuadamente el ordenador y los medios de transmisión, conocer y entender los antecedentes del conflicto, disponer un conocimiento básico de los procedimientos de las Fuerzas Armadas, acceder a diversas fuentes (ONG,s., militares, políticos, diplomáticos, ciudadanos de a pie...) y todo ello sin olvidar las habilidades del "corresponsal clásico": instinto de supervivencia, olfato para la noticia, saber esquivar a la competencia y sobrevivir...

No se trata de que el periodista deba ser un "super hombre" o una "super mujer", pero si pretende no ser una mera correa de transmisión de los grandes medios o de las agencias de noticias, alguien con criterio que no se deje desinformar o manipular, debe tener criterio, y este se obtiene con el estudio y la experiencia; necesita oficio...

Si a ello se le añade que los conflictos armados no suelen ser deseados por la mayoría por razones obvias y -sobre todo- la precariedad en el empleo y las retribuciones manifiestamente mejorables en la mayoría de los casos, junto con la idea a menudo extendida de la escasa rentabilidad económica de cubrir los conflictos "sobre el terreno", es inevitable llegar a algunas conclusiones.

Si a un conflicto armado se envía a alguien advertido con poco tiempo, escaso conocimiento, sin un "status" en su propio medio que le garantice cierta autonomía o independencia, si sólo se acude unos días al principio del conflicto y se regresa acompañando a una autoridad que realiza una visita de 24 ó 48 horas, los peligros saltan a la vista: la información que se proporcione es difícil que sea de calidad, las posibilidades de ser desinformado se multiplican...

En palabras del Profesor de la Facultad de Ciencias de la Información de Universidad Complutense y Subdirector del diario "El Mundo", D. Felipe Sahagún:

Los medios, especialmente la televisión, han reforzado las peores tendencias. Han transformado cada crisis en un circo y a cada reportero que la cubre en un show-man detrás de los leones, de secuestro en secuestro, de guerra en guerra. Sin tiempo para la reflexión sobre el origen y los resultados. Lo importante, para los principales medios, hoy es estar. "La CNN estuvo allí". Lo que diga o haga, una vez en el lugar, es secundario. Si no hay imágenes, no es noticia. El conflicto deja de ser real

para el lector, oyente y espectador. La realidad es lo que lee, ve y oye. Lo demás no existe.⁴

Resultado: una sociedad deficientemente informada sobre ese conflicto. Y una pregunta inevitable: ¿estamos bien informados desde el punto de vista cualitativo, no sólo cuantitativo?

Sin embargo, hay que ser optimistas. Los periodistas procuran estar mejor preparados, sus jefes suelen entenderlo cada vez mejor y, sobre todo, los clientes (lectores, oyentes, espectadores) tienden a ser más exigentes.

NO PAZ, NO GUERRA

Hasta ahora se han mencionado los conflictos armados en múltiples ocasiones, pero es inevitable reseñar algunos aspectos que influyen directamente en el campo de la comunicación.

En primer lugar, como es bien sabido, los conflictos armados tienen lugar cada vez menos entre estados, lo que dificulta la labor del periodista. Ya no se trata de acreditarse ante dos bandos enfrentados y sujetos del Derecho Internacional. A menudo una o las dos partes lo rechazan, sus estructuras no están claramente definidas, o -como en el caso de los conflictos secesionistas- el hecho de cubrir las actividades de los "rebeldes" es a menudo considerado por la otra parte como "connivencia con terroristas".

Otro aspecto bien conocido es que cada vez está menos claro cuándo se está en guerra, si es que existe alguna. Hay operaciones quirúrgicas, acciones antiterroristas, luchas de liberación, imposiciones de la paz... Sobre el terreno, los matices son necesarios y quedan claros, pero las opiniones públicas, sobre todo si su nación tiene fuerzas implicadas en el conflicto, cada vez están más confusas. ¿Estamos en guerra? ¿Estamos en paz?

Lo cierto es que desde 1991, en Europa no hemos tenido un solo día de paz en todo el continente. Pero tampoco es faltar a la verdad que no se ha producido ninguna guerra entre estados tal como la habíamos entendido hasta entonces.

⁴ Sahagún, Felipe. "Actuación de los medios de comunicación en los conflictos del siglo XXI" en VI Curso Internacional de Defensa, "Los horizontes estratégicos para el siglo XXI", Servicio de Publicaciones de la Academia General Militar, Zaragoza, 1999, pg. 377

Ha cambiado también la propia forma del conflicto, en función de su presentación audiovisual. Los atentados terroristas tan de actualidad constituirían el ejemplo extremo; cómo no se busca la destrucción de un objetivo que proporcione una ventaja militar concreta, sino la exhibición "en vivo y en directo" ante millones de personas, de la capacidad de destrucción y muerte. No se busca destruir las fuerzas adversarias; es la voluntad y la cohesión de la población lo que se quiere socavar. La guerra psicológica en su más genuina expresión.

Pero también en el enfrentamiento entre fuerzas militares se tiene en cuenta la presentación audiovisual. La no exhibición de cadáveres o de heridos, la cuidada selección de las imágenes que se proporcionan a los medios, procurar que aparezcan fuerzas de todas las naciones participantes, son aspectos que deben tenerse en cuenta, y no sólo debido a criterios más o menos "perversos". Como señala la "Doctrina de Empleo de las Fuerzas Terrestres" del Ejército español,

El empleo de fuerzas militares causa gran impacto en la sociedad. Ello hace que actualmente hayan cobrado importancia decisiva los siguientes aspectos:

Respaldo legal, amparado en el derecho internacional y en las leyes nacionales.

Apoyo de la opinión pública que debe respaldar en todo momento la decisión política y, en consecuencia, las operaciones que realizan las unidades militares en defensa de los intereses nacionales.

Apoyo de los medios de comunicación social, no sólo por su influencia en la opinión pública, sino como instrumento para ofrecer la información oportuna y veraz que la sociedad demanda sobre el desarrollo de las operaciones.

Estos aspectos pueden condicionar las decisiones políticas y traducirse en limitaciones impuestas a las operaciones militares, tanto en su alcance y procedimientos, como en su duración. Estas limitaciones influirán en el planeamiento y conducción de las operaciones, en mayor medida cuanto más elevado sea el escalón de mando.⁵

Resulta impensable decidir el empleo de fuerzas militares, así como planear o conducir operaciones sin tener en cuenta los factores mencionados. El empleo de fuerzas militares causa gran impacto en la sociedad, como se ha señalado. Quieren saber por qué, cómo... Son ciudadanos, no súbditos. Un ejército -y un gobierno- de una sociedad

⁵ Mando de Adiestramiento y Doctrina. "Doctrina Empleo de la Fuerza Terrestre", 2ª edición, 1998, pg. 3-5

democrática no pueden desenvolverse en un conflicto de espaldas a la legalidad y a los valores compartidos por aquella.

Otro de los aspectos a tener en cuenta en los conflictos actuales, apuntado en la cita de la Doctrina, es la influencia de factores que antiguamente se consideraban de nivel político o estratégico. La tecnología ha acortado las distancias. Ya no hay unos criterios para los políticos y otros para los militares. Éstos ya no conducen las campañas con una directiva del nivel superior de carácter muy general y con una gran autonomía. En la actualidad, lo que ocurre en la zona de operaciones se conoce de inmediato en el resto del mundo, la información se puede actualizar en tiempo real, una actuación errónea de una pequeña unidad o del piloto de un avión puede poner en entredicho la propia misión. Las consultas son permanentes, las órdenes, más exhaustivas. Los niveles son cada día más permeables.

Las bajas son uno de los aspectos que ha cobrado gran importancia en los conflictos armados; no sólo las propias, que se procuran minimizar e incluso evitar, sino también las de civiles e incluso las de los combatientes adversarios. Puede parecer un contrasentido, pero a la luz de los valores compartidos en nuestra sociedad, puede resultar un planteamiento coherente. Se puede asumir el empleo de la fuerza, pero el respeto a la vida es un principio asumido, de ahí que toda muerte evitable produzca un enorme rechazo.

Las operaciones de paz, si bien no son nuevas, han alcanzado un gran protagonismo en la última década. Cada vez es más habitual ver fuerzas militares no beligerantes, "en una guerra pero no en guerra", una forma diferente de operaciones militares.

Las organizaciones internacionales y no gubernamentales son también protagonistas en los conflictos, que no de los conflictos. Su presencia alerta a menudo a las opiniones públicas sobre la evolución de los mismos. Son una valiosa fuente para los informadores. Hoy resulta difícil concebir un conflicto armado sin su presencia.

Por último, el carácter multinacional de la mayoría de las operaciones militares, al menos de aquellas en las que participan las Fuerzas Armadas españolas, aporta un aspecto a considerar. La seguridad compartida implica muchas ventajas, especialmente de carácter político y económico pero también su complejidad. Sobre el terreno, ralentiza el proceso de toma de decisiones, suele obligar a adoptar decisiones de compromiso, el concepto de obediencia de las órdenes no se entiende exactamente igual

en todas las naciones... En materia de comunicación, los intereses de las naciones no son siempre los mismos, aunque se actúe como aliados...

3. MEDIOS Y GOBIERNOS

Regímenes mayoritariamente democráticos, una sociedad más plural e informada, un concepto de seguridad diferente, unos medios de comunicación social cada vez más globales y con mayores capacidades, unos conflictos armados diferentes y probablemente más complejos... ¿Cómo se relacionan unos y otros? ¿En qué medida se influyen mutuamente en situaciones de crisis?

Hay dos posibles respuestas a estas preguntas. Una teoría es la de entender que los medios, aunque cada vez más privados, no son realmente independientes del poder político. Éste se vale de los medios para llamar la atención de la opinión pública sobre aquellos conflictos donde hay un interés de intervenir de una u otra forma. Se presentan de un modo maniqueo, se manipula la información, se crea un estado de opinión favorable a la intervención... Los medios actuarían como una herramienta de la máquina de propaganda gubernamental, como fue el caso en los años 30 o recientemente, por desgracia, en muchos casos en los Balcanes.

El modelo opuesto consistiría en entender que los medios presionan a los gobiernos presentando aquellos conflictos que son de interés económico de los propietarios de los grupos multimedia, a menudo también propietarios de más empresas. Implicaría asumir que los gobiernos son meras marionetas de los grandes grupos financieros...

No es fácil conocer la verdad, pero probablemente esté a caballo de ambos modelos. En realidad, los dos efectos pueden producirse de modo simultáneo. Es indudable que sólo se nos presenta una parte de lo que sucede en el mundo y que la verdad total es imposible. Vemos unos conflictos y no otros, la realidad suele ser compleja y a menudo la presentación que de ellos se hace es demasiado esquemática, en blanco y negro. Pero no es menos cierto que no se puede ignorar la tendencia a concentrarse en aquello en lo que se concentran los medios estadounidenses, pero que los análisis suelen tener matices, que en Europa no todo es un calco de aquello que dice la CNN.

En cualquier caso, las posibles soluciones se apuntaron con anterioridad. Europa necesita medios autónomos con capacidad competitiva,

periodistas con fuerte formación y, sobre todo, una política propia, también en materia informativa. Si generalmente los gobiernos de la Unión Europea tienen actitudes y puntos de vista divergentes y a menudo opuestos sobre los conflictos, es difícil hoy por hoy aspirar a ver puntos de vista netamente europeos.

PERIODISTAS Y MILITARES

Son los propietarios, los editores y directores de los medios quienes establecen la línea editorial de los medios respecto a los asuntos concretos. Son ellos quienes deciden la actitud del medio frente a un determinado conflicto, al igual que es competencia del gobierno la decisión de intervenir en él y la concreción de los objetivos, el grado de implicación, los medios a aportar, etc...

Una vez decidida la línea editorial por un lado y la intervención militar y su modalidad por otro, son periodistas y militares quienes deben realizar la cobertura informativa y conducir y ejecutar las operaciones militares sobre el terreno. ¿Son sus intereses los mismos? Esta claro que no. Unos están allí para informar en la línea que le han marcado su medio, los otros para cumplir la misión en las condiciones determinadas por los niveles político y estratégico. ¿Significa eso que están enfrentados? No necesariamente.

Que la censura ha existido (y existe, llámesele como se le llame) es innegable. Que los medios tratan de obtener toda la información posible (más que la competencia) y que los militares de ocultarla (más que el enemigo), también. La historia del periodismo de guerra es una historia de evolución de situaciones de encuentro y desencuentro, de operaciones militares que han contado con el apoyo de los medios y de otras constantemente criticadas, de momentos en los que los medios han trabajado con libertad y de momentos de censura explícita o encubierta.

El paso de Vietnam al Golfo (pasando por Granada y Panamá, no conviene olvidarlo) es un ejemplo ilustrativo. Los militares estadounidenses -y su gobierno- decidieron que los medios no deberían volver a tener la oportunidad de conocer de primera mano lo que ocurría en la zona de operaciones. Como ya se señaló anteriormente, en Vietnam dispusieron de gran libertad porque no criticaban (como no lo habían hecho en la II Guerra Mundial ni en Corea). Sólo cuando la guerra se prolongó, las bajas aumentaron y la victoria que se esperaba fácil y rápida no llegaba (tampoco la derrota), comenzaron las críticas y la narración de

los errores y abusos cometidos por miembros de las Fuerzas Armadas, cuando ya era tarde para que éstos diesen marcha atrás de un modo eficaz en su relación con la prensa. En el Golfo, las "reglas de juego" se establecieron desde el primer momento:

Pocos días antes de la ruptura de hostilidades, se hicieron públicas en todos los periódicos del mundo la lista de las informaciones que, según el Pentágono, en ningún caso debían aparecer en los medios de comunicación:

Informaciones numéricas concretas acerca de las tropas, aviones, sistemas de armas, equipos o suministros, incluso aquellas cantidades de munición o combustibles transportadas para el apoyo de unidades o a disposición de unidades de combate.

Fotografías, incluidas tomas aéreas o de satélite, que pudieran revelar específica localización de fuerzas militares o que mostrasen el nivel de seguridad en instalaciones militares o campamentos.

Identificación concreta de los puntos de salida de los aviones.

Información sobre actividades de inteligencia, incluidos objetivos, métodos y resultados.

Durante una operación, específicas informaciones sobre los movimientos de las tropas, despliegues tácticos y disposiciones de fuerzas.

Informaciones sobre la efectividad o inutilidad del camuflaje, coberturas, engaños, objetivos, fuego directo o indirecto, espionaje o medidas de seguridad del enemigo.

Información específica que identifique aviones o barcos perdidos mientras las operaciones de búsqueda y rescate se planean y llevan a cabo.

Información sobre vulnerabilidades o número de bajas que pudieran ser utilizadas contra las fuerzas de los Estados Unidos y sus aliados.⁶

Sin duda, unas reglas claras y restrictivas que dieron origen a protestas entonces, que no prosperaron porque nadie estaba dispuesto a dejar de cubrir el conflicto, y que se reiteraron una vez que éste finalizó. No obstante, el problema no es tanto el verse limitados en el trabajo como la sensación de haber sido utilizados para engañar al enemigo, actuando como medio de transmisión de informaciones falsas.

Como señala el hoy Secretario de Estado de los Estados Unidos, Colin Powell,

⁶ Pizarroso Quintero, Alejandro, "La guerra de las mentiras. Información, propaganda y guerra psicológica en el conflicto del Golfo", Eudema, Madrid, 1991, pg. 122

“By the time Cheney, Norm (Schwarzkopf) and I went on television, we understood the dynamics. We were talking not only for the press assembled in front of us; we were talking to four other audiences –the American people, foreign nations, the enemy and our troops”⁷

Y es que es precisamente ese carácter global de los medios de comunicación social lo que constituye una tentación y un riesgo. Una tentación, porque se presta a valerse de ellos engañar al enemigo, lo que puede llegar a entenderse e incluso a justificar. Pero es también un riesgo, porque una democracia no tolera, antes o después, que se mienta (o se induzca a error) a los propios ciudadanos, a las propias tropas y a los periodistas.

La clave de la comunicación social es la credibilidad. Entre la fuente y el medio y viceversa, entre éste y el público. Minarla constituye un error a largo plazo. ¿Significa esto que el periodista tenga derecho a disponer de toda la información en un conflicto armado? No, evidentemente. Hay límites que todo periodista entiende y que deben quedar claros desde el primer momento: la seguridad de las fuerzas propias y el cumplimiento de la misión. Dar a conocer información que ponga en peligro a cualquiera de las dos es un acto de irresponsabilidad por parte del militar. Pero no es menos cierto que estos límites no deben ser pretexto para ocultar errores, delitos, abusos o mera incompetencia. Los ciudadanos tienen derecho a estar informados sobre los que hacen los poderes públicos y a opinar sobre ello, pero los militares tienen derecho a que su vida no corra peligros supletorios porque alguien quiera asegurar una primicia.

Los ejércitos necesitan el apoyo de su sociedad. Sólo explicando lo que hacen pueden llegar a contar con él en una sociedad democrática. El periodista necesita información para cumplir su misión, pero es deseable que haga de ella un uso responsable

No es cierto que unos y otros estén enfrentados “per se”. Es un problema de comprender las necesidades del otro, de aprender, de asumir que en Europa, en el año 2001, ya no estamos a los “dos lados de la trinchera”, que unos y otros nos necesitamos mutuamente y que estas sociedades cada vez más libres, si disponen de una fuerzas armadas y de unos

⁷ “A medida que Cheney, Norm (Schwarzkopf) y yo fuimos yendo a televisión, entendimos la dinámica. No sólo estábamos hablando para la prensa reunida ante nosotros; estábamos hablando para otros cuatro públicos: el pueblo americano, las naciones extranjeras, el enemigo y nuestras tropas” **Powell, Colin, con Persico, Joseph E.** “*A Soldier’s Way. An Autobiography*”, Hutchinson, Londres, 1995, pg. 529.

medios de comunicación social preparados y eficientes, podrán ejercer mucho mejor su libertad, aprenderán mucho antes a “preservar a las generaciones venideras del flagelo de la guerra”.⁸

⁸ Preámbulo de la Carta de las Naciones Unidas

BIBLIOGRAFÍA

Cebrián, Juan Luis. "La Red", Suma de letras, S.L., 2000

González, Marta. "Radio B92, el difícil camino de una emisora independiente en la desintegración de Yugoslavia" en Historia y Comunicación Social, número 4, 1999, Servicio de Publicación de la Universidad Complutense.

Mando de Adiestramiento y Doctrina. "Doctrina Empleo de la Fuerza Terrestre", 2ª edición, 1998.

Martínez Teixidó, Antonio (Director), Romero Serrano, José y Calvo Albero, José Luis, "Enciclopedia del Arte de la Guerra", Planeta, Barcelona, 2001

Montes, Francisco J. "La historia más reciente: los canales "sólo noticias" de televisión", en Historia y Comunicación Social, número 2, 1997, Servicio de Publicación de la Universidad Complutense.

Muñelo Alarcón, Gonzalo, "Sociología del cine de guerra", Capitanía General de la VII Región Militar, Valladolid, 1987

Nye, Joseph S. Jr. y Owens, William A. "Estados Unidos y el poder de la información", Política Exterior, Madrid, 51, X, Mayo - Junio, 1996.

Orive Riva, Pedro (compilador), "Del Golfo Pérsico a los Balcanes. Dos guerra en la era "multimedia" Editorial Complutense, Madrid, 1994

Pizarroso Quintero, Alejandro, "Historia de la Propaganda. Notas para un estudio de la propaganda política y de guerra", Eudema, Madrid, 1990 (2ª ed. ampliada, 1993)

Pizarroso Quintero, Alejandro, "La guerra de las mentiras. Información, propaganda y guerra psicológica en el conflicto del Golfo", Eudema, Madrid, 1991.

Pizarroso Quintero, Alejandro, "La historia de la propaganda: una aproximación metodológica", en Historia y Comunicación Social, número 4, 1999, Servicio de Publicación de la Universidad Complutense, Madrid.

Powell, Colin, con Persico, Joseph E. "A Soldier's Way. An Autobiography", Hutchinson, Londres, 1995.

Rodríguez Cuervo, Ernesto "Más allá del espacio de batalla", Revista Ejército, julio-agosto, 2000.

Sahagún, Felipe. "Actuación de los medios de comunicación en los conflictos del siglo XXI" en VI Curso Internacional de Defensa, "Los horizontes estratégicos para el siglo XXI", Servicio de Publicaciones de la Academia General Militar, Zaragoza, 1999.

Sánchez Jiménez, José, "Los mass media", Cuadernos del Mundo Actual, Historia 16, Madrid, 1994.

Sartori, Giovanni, "Homo videns, la sociedad teledirigida", Taurus, Madrid, Marzo, 1998

Timoteo Álvarez, Jesús, "Del Viejo Orden informativo", Universidad Complutense, Madrid, 1985.

Timoteo Álvarez, Jesús, "Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX. El Nuevo Orden Informativo", Círculo de Lectores, Barcelona, 1988.

Toffler, Alvin y Heidi. "Las guerras del futuro". Plaza y Janés, Barcelona, 1994

Varios autores. "La Sociedad Española ante la Defensa y los Conflictos Internacionales". Fundación por la Modernización de España, Madrid, 2001