

## **CAPÍTULO SEGUNDO**

# **LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA EVOLUCIÓN DE LOS CONFLICTOS**

---

---

## LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA EVOLUCIÓN DE LOS CONFLICTOS

ÁNGEL EXPÓSITO MORAS

---

---

### INTRODUCCIÓN

Dicen los expertos en citas que el general MacArthur aseveró durante la guerra de Corea que una sociedad occidental y democrática no puede soportar una guerra que dure más de siete años. Me duele estar de acuerdo con él porque aquello que afirmó este personaje de leyenda, a principios de los años cincuenta, sigue vigente medio siglo después. Apenas ha cambiado el régimen de opinión pública; es más, ha variado para peor y los medios, que en teoría formamos a esa opinión pública mediante nuestra opinión publicada, no hemos hecho más que ahondar la brecha entre los conflictos y el conocimiento social al respecto. ¿Por qué? ¿Cómo puede ser que medios de calidad en España no hayamos sabido o querido trabajar los asuntos de la Defensa y los conflictos armados? ¿Por qué la sociedad española sigue anclada en viejos complejos? En este ensayo pretendo poner sobre el tapete, sin solución precisa alguna porque no soy quién para ello, los elementos que han contribuido a fabricar esta compleja situación.

Por una parte, apuntemos el factor tiempo, porque nuestros enemigos emplean esa variable a su favor. Y es que para ellos no existe. Sin embargo, para cualquier sociedad democrática occidental el tiempo político, y por lo tanto el de la opinión pública, dura cuatro años, es decir, una legislatura. Y al cabo de siete años se está finalizando el período de esas dos legislaturas que en Estados Unidos resultan inevitables para relevar nada menos que al presidente de la nación, de ahí que MacArthur hablara de siete años y no de nueve, diez o catorce.

En sentido contrario, el enemigo actual y asimétrico de occidente no juega con el tiempo como una variable para sus conflictos. La tempora-

lidad simplemente, no existe. Al Andalus sigue siendo tal aunque hayan transcurrido nada más y nada menos de una docena de siglos. Las campañas en Afganistán o Irak duran lo que los aliados quieran o puedan en función de sus poderes políticos, o lo que es lo mismo, en función de las presiones de sus opiniones públicas, porque los malos no tienen opinión pública enfrente a la que rendir cuentas en unas urnas. Peleamos pues, en una clara desventaja. La libertad de información, las Libertades con mayúsculas, tan intocables como necesarias, resultan ser una baza a favor de nuestros enemigos. Querámoslo o no.

Frente a la opinión pública de nuestras naciones nos encontramos con una también existente opinión pública de los estados, aunque fueren fallidos, en los que nos enfrentamos en los conflictos a los que se refiere este Cuaderno de Estrategia. Los afganos también cuentan, como los iraquíes, los kosovares o cualquier otro nacional de un país balcánico. Para las Fuerzas Armadas desplegadas en cualquier teatro de operaciones la comprensión y el encaje con la opinión pública de dicho teatro es clave. En una enorme medida, el éxito o el fracaso de la misión y del conflicto en su conjunto dependerá de la penetración y aceptación posterior de esas Fuerzas entre la opinión pública local. El problema, otro problema por si fueran pocos los existentes, radica en que los medios tecnológicos actuales permiten que en cualquier lugar de la Tierra se conozca todo al instante, tanto por medios periodísticos como por redes sociales. Apenas existen secretos y menos aún, secretos que perduren en el tiempo.

Y ahí los medios de comunicación jugamos un papel esencial. No porque seamos más listos o preparados que nuestros receptores, ni por supuesto los protagonistas de nuestras informaciones, sino porque el sistema está montado así, para bien o para mal. En período de guerra o conflictos la propaganda o la información juega un papel esencial ante la victoria o la derrota. El problema radica en el difícilísimo equilibrio que ha de producirse entre la libertad y el derecho de información, los intereses políticos y las necesidades militares. Un galimatías que se complica en sociedades como la española.

## **LA CULTURA DE DEFENSA EN ESPAÑA**

### **La sociedad española**

Hemos de partir de la base de que ha existido y sigue permaneciendo en el curriculum de la sociedad española, una asignatura suspendida

«sine die», como es la Cultura de la Defensa. Y esto es así por varios motivos: el complejo permanente de la propia sociedad hacia todo lo concerniente a la Defensa y por defecto a los uniformados; por el papel dudoso y cómplice con este complejo de la mayor parte de los medios de comunicación españoles y, por lo tanto, de los propios periodistas y opinadores; por la ausencia de la Defensa como concepto transversal en el proceso educativo en España y, por último, como cuarto componente de la realidad a la que nos referimos, por una excesiva politización partidaria de lo que debiera suponer la Defensa en una sociedad moderna, democrática y occidental.

Los cuatro elementos que he citado anteriormente, unidos y combinados en una misma coctelera, hacen que la situación no sólo haya sido difícil y lo sea en el presente, sino que lo va seguir siendo en el futuro a medio plazo. Y es que todo lo que tenga que ver con los razonamientos sociales son problemáticas más profundas de lo que parecen y, por lo tanto, dependientes de un largo proceso para cualquier cambio.

La sociedad española vive actualmente en un momento de bicefalia o esquizofrenia en todo lo relacionado con la Defensa, pero más aun si unimos el complejo histórico con el devenir de los conflictos militares en los que España ha estado involucrada en los últimos diez años. Admiramos y a la vez sucumbimos en nuestro pasado sin darnos cuenta de que hace mucho tiempo que cambiaron las cosas.

Si comenzamos por el principio, sigue existiendo en el subconsciente de gran parte de la sociedad española un complejo «pos-franquista» en todo lo relacionado con las Fuerzas Armadas. Por un lado siguen existiendo quienes ven a los militares como los herederos del franquismo y hasta de los ganadores de la guerra civil y en el mismo sentido, pero desde un perfil ideológico distinto, los hay que ven a esos mismos militares, en efecto, como la única reserva actual de determinados valores. Sea como fuere, considero justo reconocer que si un estamento social español se ha adaptado como ningún otro a las circunstancias cambiantes de la Transición democrática, éste ha sido el estamento militar. Mucho más que otros círculos profesionales.

Por lo tanto, habría que desmontar el primer axioma por falso. Ni los militares son los herederos del franquismo, ni suponen la única salvaguarda de determinados valores patrióticos. Por un lado, se trata de un estamento profesional clave en cualquier sociedad moderna, occidental y democrática y, por otra parte, han demostrado una lealtad

constitucional fuera de toda duda. Si a ello le unimos la capacidad de aprendizaje y su interrelación con las alianzas mundiales a las que España pertenece, entonces tendremos la fórmula perfecta para eliminar los prejuicios y para que desaparezcan los complejos atávicos hacia las FF.AA.

Pero el día a día y las decisiones políticas en todo lo referente a la Defensa nacional y al papel de nuestras Fuerzas Armadas en los conflictos en el exterior marcan la agenda y, por lo tanto, van configurando, minuto a minuto, las decisiones de las opiniones públicas. Me refería líneas atrás a las operaciones españolas en el exterior en los últimos diez años y fundamentalmente, dejando a un lado las misiones en los Balcanes o las puntuales operaciones humanitarias, a las misiones en Irak y Afganistán. Si apartamos las polémicas meramente políticas sobre la participación o no en dichas operaciones y sobre las retiradas o los plazos para los repliegues, cabría preguntarse tanto en un caso como en el otro: ¿La sociedad española –insisto que tanto en un caso como en el otro– ha estado bien informada de dichas operaciones?

Creo modestamente que no. Sencillamente, no, pero los razonamientos de esta respuesta se irán viendo a lo largo de este ensayo. Lo que sí cabe adelantar es que difícilmente, por no decir que de manera imposible, una sociedad puede opinar con fundamentos sólidos y razonables, aunque fueren discrepantes, sin todos los elementos sobre la mesa, o, al menos, sin todos los datos políticos y lógicos de algo tan complejo como una decisión de intervención en un conflicto armado. Dicho de otro modo, o se dice la verdad, aunque duela y hasta el punto operativo razonable, o los miembros de una sociedad democrática no pueden valorar en su justa medida las decisiones correspondientes. La ecuación es muy sencilla: a mayor desinformación, mayor posibilidad de error en las conclusiones por parte de la ciudadanía, de ahí la importancia de los medios de comunicación en todo este proceso.

## **Los medios de comunicación**

A fuerza de ser sinceros y a modo de autocrítica constante, los medios de comunicación jugamos un papel esencial en el proceso de formación de la opinión pública española –quizás exageradamente– y, por lo tanto, aunque parezca un contrasentido, jugamos otro papel clave en la desinformación de esa misma sociedad.

Con franqueza, durante muchos años, casi desde los inicios de la Transición democrática española, los medios de comunicación, salvando excepciones por supuesto, han participado de ese complejo social hacia todo lo referente a los uniformados. Bien es cierto que episodios como el 23-F no ha ayudado precisamente a la imagen de las FF.AA. pero también es absolutamente verdad, que los periodistas, por lo general, hemos abanderado cierta «progresía» en contra de los uniformados, fuera el que fuese el color de dicho uniforme. Y no era, ni es, lógico.

Quiero pensar que en la actualidad esa dolencia mediática se va solucionado a fuerza del conocimiento mutuo, pero aún queda mucho, mucho trecho que recorrer y trabajar para limpiar de impurezas absurdas ese camino. Quizás sea cuestión de tiempo, pero hasta entonces, convendría reconocer la verdad para empezar por aquello de un buen diagnóstico.

De entrada, considero que la opinión en España tiene una fuerza demasiado considerada por los políticos y por nosotros mismos, los periodistas, como forjadores de la opinión pública. Siempre mantuve que si los receptores de las opiniones periodísticas conocieran en profundidad y con detalle nuestra formación en general, se llevarían las manos a la cabeza. Bien es cierto que esta tesis no es la más compartida por mis colegas, pero si soy sincero, debo plasmarla así en este trabajo.

En el proceso de traslado de ese periodismo de opinión hacia las materias de la Defensa, deberíamos plantearnos también un par de cuestiones: ¿Sabemos los opinadores en qué consisten en profundidad los conflictos internacionales en los que las FF.AA. españolas están metidas de hoz y coz? ¿Estos opinadores hemos viajado lo conveniente a esas zonas o a esos propios conflictos para opinar no sé si con veracidad, pero por lo menos con conocimiento de causa? Las preguntas son retóricas porque las respuestas son evidentes: no y no.

Por lo tanto y volviendo a la conclusión del epígrafe anterior referido a la sociedad española, resulta imposible que los medios llevemos a cabo adecuadamente nuestra labor de intermediación entre el poder y la sociedad cuando no estamos capacitados, por complejo o por ineficiencias propias, para trasladar los mensajes correspondientes. El conocimiento no obstaculiza la crítica, sino todo lo contrario, luego que nadie deduzca de mis impresiones que tiendo hacia el pensamiento único, más bien al revés. Se trataría de que desde la pluralidad y la capacidad de crítica o aplauso se informara y opinara con conocimiento de causa. Y para ello hace falta que el periodismo se relacione más con las Fuerzas Armadas.

Y para ser más concreto, es necesario que los periodistas, o mejor dicho, que los jefes de las redacciones y los opinadores, nos involucremos más con las FF.AA. y sepamos más en concreto qué pasa allí donde se desarrollan las misiones de nuestros soldados.

Un par de preguntas retóricas más: ¿Cuántos directivos de medios o de redacciones han viajado a zonas de conflicto? ¿Cuántos tertulianos, columnistas u opinadores han llevado a cabo esos mismos viajes? Mejor no nos respondamos a nosotros mismos porque de lo contrario, el sonrojo resultaría vergonzante.

Y sin embargo, es así. El «negocio» está montado de tal manera o, para ser más precisos y menos coloquial, el proceso social de la opinión pública está organizado con tal sistema, que el periodismo se ha convertido en una clave demasiado importante como para no tomarse en serio las cosas que lo merecen. Y no hablamos de partidos políticos, de «dimes y diretes» de tal o cual político de turno. No. Hablamos de cosas serias, de la vida y la muerte, de nuestra bandera en guerras, del papel de las Fuerzas Armadas en el exterior y de las decisiones más importantes que cualquier gobierno democrático pueda acometer durante sus mandatos, cuales son participar o retirarse en un conflicto armado.

## **La educación y la formación**

El papel de los medios ha de quedarse, ni más ni menos, en el que le corresponde dentro del proceso informativo y dentro del rol social que se les atribuye en cualquier sociedad democrática occidental. El resto, es decir, el trabajo previo a los medios y las consecuencias profundas para la sociedad ha de venir de la mano de la educación y de su formación. Y los periodistas no somos ni profesores ni catedráticos universitarios aunque, a veces, bien es cierto que nosotros mismos así nos lo creemos.

Por ello es trascendental que la sociedad se interrelacione con sus FF.AA. desde la edad más temprana posible. Que nadie entienda que promuevo que los militares formen a los niños en las guarderías, en absoluto, se trataría de establecer al modo de otros países como Estados Unidos, Francia o el Reino Unido una interconexión entre los militares y los respectivos ciclos educativos. Bien pensados, cada uno a su nivel, pero normalizando una relación evidente que funciona allí donde se practica. Preguntemos si no, a las escasas universidades que llevan a cabo proyectos en común con el CESEDEN o con unidades concretas de los

ejércitos y de la Armada, así como los proyectos conjuntos de investigación entre empresas y organismos militares o los escasísimos centros de enseñanzas medias que hayan puesto en marcha algún proceso similar. Si se quiere, se puede, y el concepto que los alumnos obtienen de esos militares con los que se interrelacionan es infinitamente más sano que el que obtuvimos nosotros, sin ir más lejos, desde mi generación escolar, de secundaria en plena Transición democrática o universitaria. Ya va siendo hora, digo yo, de eliminar esos complejos cuando se debe evitar la formación y el nacimiento de los mismos, es decir, cuando los adultos de mañana son estudiantes hoy. No habría nada más que copiar modelos ya existentes en nuestro entorno.

El problema radica en que esas intenciones chocan frontalmente con una realidad política y administrativa que imposibilita a todas luces ese tipo de procesos. Y es que apenas existe una autoridad educativa que coordinara tales intenciones o ideas; al contrario, habría que encontrar 17 acuerdos, si no más, entre las respectivas consejerías autonómicas de Educación y casi las capitanías correspondientes. Un disparate imposible de ejecutar. Bien es cierto que esto sería más imposible en ciertas Comunidades Autónomas y que en la mayoría no se plantearía el problema con la misma dimensión.

Pero ¿por qué ni siquiera en estas CC.AA. que juegan a favor de la cuestión se llega a la solución lógica de esa interrelación? Volvemos a lo de siempre: un complejo complicado y atávico que reaparece cada dos por tres, mezclado con la política autonómica y el concepto de Nación que en asuntos como este, escuece especialmente.

No obstante, cuando se habla de formación, conviene hacer un punto y aparte en la preparación y estudios de los protagonistas de la información. A fuerza de ser sincero, no vale que el periodismo analice las cosas desde la atalaya de la actualidad sin reparar en el nivel de los analizados.

No he visto a lo largo de mi vida laboral y periodística, un cuerpo de profesionales con la formación y los valores que manejan y alcanzan los miembros de las Fuerzas Armadas en general y los españoles en particular. Yo mismo, cuando firmo este artículo dirijo el medio de comunicación con más historia de España, el diario ABC. Si parto de la base de que mi nivel podría ser el de un general de división si jugáramos a una escala entre periodismo y milicia...¿De verdad mi formación es la equivalente a ese general? ¡Ojo!, que yo me pongo como ejemplo, pero todos los directo-

res cumplirían este desequilibrio por mucho que se afanen en aparentar lo contrario. Y no pongo nombres ni apellidos.

Si descendemos el nivel de responsabilidad, ¿un director adjunto tiene el nivel educativo de un general de brigada? ¿Un redactor jefe tiene equivalencia con un coronel? Es más, un redactor recién contratado con su carrera de Ciencias de la Información finalizada tiene el nivel de un soldado profesional?

Esto sí que es una lucha asimétrica. Sin embargo, el mango de la sartén está en la mano de los periodistas. Por lo general, y que me excusen las excepciones que a buen seguro existen, cabría aceptar esta exclamación: ¡Qué sociedad más extraña hemos construido en la que los mejor formados dependen ante la opinión pública de aquellos cuyo nivel educativo no sólo es cuestionable, sino que resulta hasta escandaloso!

## **La Política y la Defensa**

Alrededor de todo lo anterior, es decir, la opinión de la sociedad española, el papel y la mediatización de los periodistas y la educación y la formación de esa sociedad, sobrevuela no un fantasma –sonaría demasiado peyorativo– sino una realidad política que enmaraña todo y que en el caso español interfiere de manera decisiva y no siempre acertadamente en la Defensa y en los conflictos armados.

Por supuesto que la Defensa y los militares han de estar condicionados al poder democrático de turno elegido en las urnas –resulta obvio decirlo pero nunca sobra escribirlo–, faltaría más. Pero no es menos cierto que hay determinadas cuestiones donde la transversalidad debería ser infinita. Los Asuntos Exteriores, la Seguridad, la lucha antiterrorista, la política energética y la educación. ¿Estamos seguros que en estos temas, siquiera en alguno de ellos, la política española está a la altura? Que cada uno se responda a sí mismo.

En lo concerniente a la Defensa, ni que decir tiene que la política ha de marcar el terreno, pero debería considerar lo menos posible los asuntos militares como un capítulo más de la actividad partidaria cotidiana, ni siquiera, cuando se tratara de temas puntuales o decisiones concretas.

En este sentido, la participación española en misiones internacionales, ya sean misiones de paz, de imposición de la paz, humanitarias o directamente de intervención en una guerra, deberían alejarse lo máximo

posible del debate político diario y de ese modo o de manera simultánea, alejarse del debate periodístico-político en el que los periodistas participamos a diario y con profusión.

No se trata de no criticar o apoyar; no quiero decir que en determinados asuntos, por delicados que sean se mire hacia otro lado. Lo que creo es que las sociedades maduras aceptan los cambios de gobierno y por lo tanto de políticas, con determinadas líneas rojas matizables pero no cambiables. En el campo de juego delimitado que nos ocupa, las operaciones militares no deberían ser batalla de debate partidario, ni desde el Gobierno que las promoviere, ni desde la oposición correspondiente. De este modo, los medios tampoco entraríamos a dicha liza, sino que plantearíamos los temas –los medios serios, obviamente, que haberlos ‘haylos’– desde un prisma crítico y de debate o análisis, sin colores partidarios nítidos. Este creo que es el quid de la cuestión.

Más que la despolitización de la Defensa se debería tender a la «despartidización». De lo contrario, como ha ocurrido casi siempre hasta ahora, los principales perjudicados serán los propios militares, las misiones correspondientes y, en definitiva, la sociedad española que ve en el debate diario cuestiones y capítulos que nunca deberían formar parte de dicha agenda.

No se trata de calcar modelos porque cada país y cada sistema de gobierno tiene sus peculiaridades, pero deberíamos echar un vistazo a lo acontecido con el último relevo presidencial en la Casa Blanca y el modo, con su significado correspondiente, aplicado por Barak Obama al mantener como secretario de Defensa a Robert Gates, el mismo «ministro» que terminó la legislatura de George W. Bush junto al asesor presidencial en materia de Seguridad, el general James Jones, que también ocupó ese cargo con Bush, hijo. Todo un símbolo de gobierno de concentración. Eso es reconocer la cuestión como un tema de Estado y lo demás podría entenderse como jugar con la Defensa como una cartera política más. Y no lo es.

Por otra parte, conviene ir aproximando a la opinión pública y a quienes la conformamos al menos en la teoría a los nuevos conceptos de guerra y al nuevo modelo tan variado como peligroso en enfrentamientos y conflictos. La guerra ya no es una contienda entre dos ejércitos uniformados, identificables, regidos por las normas mínimas y por unos poderes políticos o institucionales. En absoluto.

Convendría ir formando a los votantes y a la ciudadanía en general para que comprendiese que un conflicto ya no es una batalla en una guerra declarada en las Cortes o en el Parlamento de turno. Ahora el conflicto es un asalto de piratería en el Indico porque conlleva una auténtica crisis en la opinión pública afectada y porque implica a diplomáticos, analistas, agentes de Inteligencia, unidades de Intervención... desde el infante de marina hasta el presidente del Gobierno. A la vez, el terrorismo se ha convertido en ese fantasma incontrolable al que no basta combatir con blindados o bombarderos. La gente seguro que lo sabe, pero conviene recordárselo y explicarle la verdad de las cosas y la importancia de las decisiones que al respecto se han de tomar desde los poderes políticos.

Y para ese recordatorio es fundamental una vez más el papel de los medios de comunicación. Tampoco pretendo que se organicen romerías a «PRT's» esparcidos por las distintas regiones del mundo, ni visitas prefijadas a los centros de Inteligencia. Lo que sí me parece evidente es que determinados representantes de los medios, bien escogidos, con importancias claves en sus respectivas redacciones, tengan contacto permanente o al menos posibilidad de establecer dichos contactos con fuentes oficiales y dignas de crédito en los Servicios de Información o Inteligencia. Nadie va a revelar secretos de Estado –o eso espero– pero si no se saben las cosas desde su verdadera profundidad, resulta muy difícil por no decir imposible transmitir determinadas opiniones a la sociedad. O se sabe o no se conecta. El problema para la autoridad política o de seguridad es discernir quién ha de ser quien posea esos contactos y quién no. Pero para eso se les paga.

No pretendo que resulte una obviedad lo que voy a decir a continuación, pero lo creo sinceramente: es mucho más difícil explicar a la opinión pública el porqué de la guerra de Afganistán y nuestra presencia allí, que la intervención en El Salvador bajo el mandato de ONUSAL. Los dos son conflictos internacionales, ambos tienen mandato de la ONU, en los distintos teatros de operaciones ha habido soldados españoles...pero Afganistán se corresponde con el nuevo modelo de guerra, con ese tipo de conflictos explicables si se quiere, pero muy difíciles de comprender, sobre todo, si el ciudadano tampoco se esfuerza en entender las cosas. Y de nuevo aparece el rol de los medios de comunicación de masas.

Como experiencia personal destaco el experimento desarrollado en el seno del CESEDEN tras la iniciativa de un grupo de alumnos de varios

cursos monográficos y de Defensa Nacional llevados a cabo en el centro. Se trató de oficializar en cierta manera el contacto permanente entre los oficiales y los civiles a través de ADALEDE, una asociación en la que comparten actividades y agenda militares y periodistas, diplomáticos, políticos o ingenieros. En suma, un colectivo para la interrelación entre civiles y uniformados.

El resultado tras los pocos años de existencia de dicho grupo es extraordinario. Decenas de conferencias, visitas, foros y seminarios han permitido demostrar que la conexión entre unos y otros no solo es útil sino que sirve para eliminar los prejuicios mutuos. ¿Cuántas tarjetas de visita y números de teléfono móvil se habrán intercambiado entre los unos y los otros a los largo de estos pocos años de existencia de ADALEDE? Muchísimas.

No se trata de ser elitistas, en absoluto, pero el CESEDEN se ha convertido en un punto de encuentro porque mantiene su carácter de formación militar abriendo sus aulas a países aliados y especialmente de Hispanoamérica, pero a la vez ha permitido que civiles de casi todos los ámbitos se sienten en sus pupitres. Es, pues, muy importante ese proceso de selección previa del alumnado que va desde periodistas que muestren interés personal o profesional por asuntos de Seguridad a empresarios o ingenieros relacionados con el mundo de la Defensa, pasando por políticos de las comisiones parlamentarias respectivas, diplomáticos o profesores.

El prisma de las cosas cambia radicalmente. Los conflictos adquieren una dimensión que para los profanos resultaba desconocida y ese nuevo escenario permite posteriormente transmitir sensaciones y conocimientos a la sociedad de otro modo. Podríamos decir que la opinión pública recibe mejor los impactos sobre la Defensa si provienen de un civil, que si esos mismos puntos de vista surgen de un militar.

## **OPERACIONES DE PAZ Y PERIODISTAS**

### **El proceso informativo**

Cuando se habla de periodismo y de periodistas se tiende a simplificar la cuestión. No se trata de profundizar en la asignatura de Teoría de la Comunicación o en el capítulo de géneros de la asignatura de Redacción Periodística, pero lo cierto es que en función del momento de la informa-

ción, de su soporte y de su medio, así habría de plantearse el tema. No es lo mismo un «urgente» que un reportaje, ni la opinión de un contertulio en un medio de referencia o un «confidencial» en una página web. Cada cosa en su sitio, por orden y bien catalogada. Los militares saben mucho de organizar procesos y prever escenarios. Mi duda es si los responsables en comunicación corporativa o los estrategas de comunicación de los departamentos de Defensa lo tienen tan claro.

Del mismo modo hay que diferenciar –y eso nos llevaría a otro ensayo de estrategia– entre medios serios y los que no lo son tanto y hasta nada en absoluto. No es lo mismo ni tiene la misma relevancia la opinión de un medio de referencia que la opinión del medio que no lo es. Sea cual fuere su soporte técnico. No es igual un editorial de un gran diario norteamericano que ese mismo artículo de opinión editorial en un diario de un estado concreto. Como no tiene las mismas consecuencias una crítica severa y analítica de un periodista de referencia que la que formule un supuesto experto de no se sabe qué en una web de visitas y financiación sospechosas. Tampoco lo es. La dificultad radica en discernir quiénes son unos y otros. Y por parte del difusor de la información –Ministerio de Defensa o portavoces militares– respetar a todos pero tener claro el peso de los unos y la escasa influencia de los otros. No es fácil pero ahí está el quid de la cuestión.

En el proceso en sí, todo empieza con la noticia. No olvidemos que sin noticia no hay nada. Los clásicos de las grandes agencias de noticias, género al que nos hemos sumados el resto de medios con la aparición del periodismo digital, mantienen la terminología de «flash», «urgente» o «bulletin». No debería ser más que una línea, un fogonazo por el que tratando del tema que nos ocupa, se adelanta el suceso o la decisión. Más allá de que el desarrollo informativo va formando la información con el paso del tiempo, ese primer «flash» es muy importante porque en el subconsciente de la opinión pública o en el receptor de la información, ese primer impacto es el que queda en muchos casos.

Cuando mueren dos guardias civiles y su traductor en un atentado en Qala-i-Naw, ya puede explicar el ministro de turno las causas poco después, que sean cuales fueren, el receptor de la información entiende que los guardias civiles han muerto en una acción bélica, no en un atentado terrorista aislado. Para comprender un momento y su desarrollo es necesaria una formación previa de esa misma opinión pública. No vale quejarse luego de malas interpretaciones.

Tras el urgente, la noticia se va conformando con más datos, detalles, nombres... y se configura una realidad del suceso que se enmarca en el conjunto de la operación de paz. Es entonces cuando entran en funcionamiento el resto de dispositivos del sistema. ¡Ojo! Que este proceso se desarrolla cada vez de manera más rápida, casi inmediata. Si hace muy pocos años para recibir un análisis o una opinión había que esperar al periódico del día siguiente o a la tertulia de por la noche, hoy se puede ver un videoblog o una columna urgente en cualquier web, minutos después del urgente. Ello implica que el difusor de la información –en los casos que nos ocupan sería el Ministerio de Defensa– deba tener todo atado y bien atado a la hora de soltar el urgente del suceso porque la cascada a continuación es imparable.

Y cuando me refiero a tenerlo atado y bien atado, quiero decir que se deben haber planificado los distintos escenarios posteriores. Es decir, facilitar los reportajes intermedios, dar la información verdadera y afrontar la crisis, porque sin duda un ataque es una situación de comunicación de crisis, dando la cara y con la verdad por delante. Pero muy difícil gestión tiene una situación como ésta, si con anterioridad, los redactores de esas informaciones no tienen claro el entorno de lo sucedido. ¿Por qué? Pues porque el resultado final es que el receptor de la información, la gente normal y corriente, recibe impactos informativos y se forma un juicio sin haber tenido la información y la conciencia previa.

En la introducción de este ensayo me refería a la importancia que el general MacArthur daba a las opiniones públicas democráticas. Sin duda que tenía toda la razón y el tiempo no ha hecho más que corroborar sus tesis. Pero parece que la clase política en general en cualquier país de occidente se deja llevar en demasiados casos por esas opiniones públicas, vía encuestas, más que por la lógica de las cosas, más que por la verdad de las decisiones. Y no lo olvidemos: todo empieza por la noticia, una a una, conformando los juicios de la sociedad.

Otro género de gran influencia es el reportaje. La vistosidad, ya sea en televisión o meramente gráfico y redactado, su aportación al entretenimiento y su capacidad de penetración hace que dicho género resulte de gran relevancia para el receptor. Es ahí, fundamentalmente donde aparece la cuestionada pero a mi juicio inexorable figura del «empotrado».

Si somos sinceros no hay otra fórmula con ciertas garantías de seguridad que ese empotrado ya sea en misión de paz o en cualquier otro

tipo de conflicto militar. No se puede ir por libre en determinados teatros de operaciones, al igual e insisto en mi intento de sinceridad, que no se puede contar cualquier cosa. Los nuevos medios digitales y la imposibilidad de poner puertas al campo hacen que esas normas éticas de cierto autocontrol periodístico sean casi imposibles, de ahí que insista en la necesidad de diferenciar entre medios serios o de referencia y el resto. Pero a ello me referiré en otro capítulo de este trabajo.

La dificultad para el «empotrado» es no dejarse influenciar, más allá de lo razonable, por su entorno, por sus fuentes y acompañantes que en verdad son los propios militares protagonistas de la operación. Si te crees uno de ellos y lo cuentas tal cual acabas como Rolling Stones y el cese del general McChrystal, aunque en ese caso concreto parece que tan solo se anticipó una decisión ya tomada.

No obstante, por lo general, la relación entre periodistas, que no suelen ser periodistas cualesquiera, y sus fuentes o contactos resulta ser absolutamente profesional y, casi siempre, satisfactoria para ambas partes del proceso informativo. Pocas veces un militar habla mal de un periodista empotrado y muy pocas veces ese reportero habla mal de la unidad que le cayó en suerte para trabajar. Solo hace falta elegir bien esa interrelación y trabajar profesionalmente desde un lado de la trinchera y desde el otro. Y nunca mejor empleado el símil.

## **La opinión**

En lo referente a la opinión, entramos en harinas de otros costales. Podríamos diferenciar entre la columna y el «tertuliano», con el ensayo o artículo e fondo en otro nivel. En los primeros casos los opinadores suelen ser periodistas cualificados y especializados en la opinión generalista, mientras que para el análisis en profundidad se emplean especialistas más o menos editorializados en función del medio.

Y aquí sí que se aprecia más que en ningún otro género la cualificación, el rigor y la seriedad del medio y del firmante de la opinión. Haciendo de nuevo algo de autocritica, existe una importante falla por desconocimiento de determinados temas internacionales y/o de seguridad. Si preguntamos a muchos de nosotros mismos las fronteras que circundan Afganistán o el resto de estados implicados en la región correspondiente del planeta, nos llevaremos una ingrata sorpresa. Si páginas atrás me referí a la formación de la sociedad para la formación de la opinión pública,

capítulo crítico al margen merece la formación del periodista como paso previo a la formación de esa sociedad.

Y si hablamos de la teoría, ya sea geografía, historia o técnica, qué decir del conocimiento «in situ» de las cosas. En un reciente viaje a Afganistán, confesé a un amigo que esas escasas jornadas me daban, personalmente lo confieso, material para opinar durante meses. Y es que se trata de mantener la llama viva y el conocimiento más concreto posible de las cosas. Cualquier lector de este trabajo corroborará a buen seguro esta afirmación: la gran diferencia entre un «tertuliano» y otro radica en si uno u otro está informado de lo que habla o tan solo toca de oído. Pues eso.

Capítulo aparte merecen los ensayos o artículos de fondo. En el caso de ABC, la prestigiosa «Tercera» es un ejemplo palpable de la influencia de una sección, modelo que otros diarios de referencia han continuado con distinto éxito y penetración. Y volvemos así al planteamiento que expuse anteriormente: una noticia concreta de un acontecimiento referido a una operación militar puede salir por mil sitios o medios, se enfoca de manera tan dispar como cabeceras existen y se modela con tantas opiniones como opinadores surjan, todo esto es evidente; pero la verdad del experto, el análisis y la opinión fundada, formada y profunda, la marca quien sabe de las cosas. Ese artículo de fondo, ante determinadas élites intelectuales, sociales o profesionales tiene una fuerza y una penetración mucho de mucha mayor cualificación que la tertulia. Quizás no sea así ante el conjunto de la opinión pública, porque hay más gente que oye la radio en el coche que la que lee una Tercera, pero hay que esforzarse por que coexistan una cosa y la otra. Sin menospreciar ninguna de las posibilidades, hay que trabajar desde los medios y desde las fuentes pero discernir importancias, relevancias y consecuencias.

El periodismo anglosajón tiene mucho que enseñarnos al respecto y, consecuentemente, nosotros tenemos mucho que aprender. Yo apuesto por la responsabilidad y la seriedad a la hora de tratar las materias trascendentales. La Defensa lo es y en el campo de la concreción, las operaciones militares y los conflictos bélicos precisos, lo son en la misma medida. De ahí que deban convivir los géneros y compatibilizar la columna de un opinador con la profundidad de un analista. Todo lo que sea profundizar en esa interrelación entre el medio y el experto, incluido por supuesto el profesional de las Fuerzas Armadas, solo puede beneficiar el proceso informativo y el proceso de formación de la opinión del

medio y de la sociedad. Y en España, esto falla o, al menos, no funciona como debiera.

Desde el punto de vista editorial, como en botica, ha de haber todo tipo de opiniones pero los medios por lo general deberíamos tender en consecuencia con lo expuesto anteriormente a un especial cuidado a la hora de ensartar este tipo de asuntos. No es lo mismo opinar sobre una decisión política cualquiera que sobre una operación militar o una decisión relacionada con la Defensa. La seriedad ha de resultar máxima, el contenido del editorial exactamente igual y han de ser los comités editoriales de los respectivos medios –serios, obviamente– los que deban tratar estas cuestiones con la profundidad necesaria. Se habla y se opina de vida y de muerte, de política con mayúsculas y de decisiones con posibles derivadas históricas. No deberíamos olvidarlo.

### **El periodista y el portavoz**

Supongo que todo el mundo sabe el chiste del dentista: aquel en el que el paciente, ya aposentado en el potro de tortura le advierte al odontólogo, refiriéndose a salva sea la parte del propio doctor: «¿A que vamos a llevarnos bien?». Pues eso. La relación entre el periodista encargado de una información o un reportaje y el portavoz encargado de informar o tratar a ese periodista ha de ser profesional y hasta «deportiva» en el amplio sentido del término. Por lo general funciona el proceso, reconozcámoslo, pero también existen particularidades tanto por un lado como por el otro.

Hay que advertir que en materia de Defensa la experiencia es un grado mayor que en otras secciones periodísticas. Así, colegas de medios importantísimos tienen un plus de fuentes y de conocimientos técnicos cuanto mayor sea su experiencia y el tiempo dedicado a esta sección. En el caso contrario, también por lo general, la experiencia de los responsables de comunicación en materia de Defensa suele estar condicionada y muchas veces hasta perjudicada, casi inexorablemente, al momento político correspondiente. Seguramente no pueda ser de otro modo, pero para ese «dircom» este espacio temporal de su gestión es un hándicap.

Y me refiero fundamentalmente de los Oficiales de Información Pública, los «píos» en el argot periodístico. Si se me permite la broma, no es que píen demasiado precisamente, pero su labor resulta fundamental cuando la relación entre el informador y el pío es fluída y seria. Sin

embargo, en multitud de ocasiones el periodista español de turno suele buscarse la vida con «píos» de otros contingentes porque el acceso a la información resulta, en demasiadas ocasiones, más fluida con portavoces de otras nacionalidades. La causa fundamental de esta falta de conexión proviene del control político que en muchos momentos se lleva a cabo sobre la información y que nuestros aliados suelen tener ya solucionado. Pero no pretendo que este apartado suene a crítica pura porque por mi parte resultaría injusto no reconocer que se ha evolucionado mucho en los últimos tiempos y para bien, aunque sigue quedando ahí un poso de desconfianza que, cuando hablamos de medios serios o de referencia, debería ir limándose. Y se está haciendo.

En esa relación entre periodista y «P.I.O» hay una importante serie de puntos intermedios que van desde el responsable de comunicación del cuartel general de turno hasta el portavoz de la misión en concreto. Por encima del uno y del otro suele haber una instrucción política que, debo admitirlo, en el proceso informativo resulta en muchas ocasiones un serio obstáculo. Y pienso, también con sinceridad, que por lo general los países de nuestro entorno con los que nos relacionamos y trabajamos habitualmente en misiones OTAN tienen ese proceso mejor solucionado que nosotros. Quizás esté mejor organizado el proceso tanto desde el lado de la comunicación corporativa de la Defensa, como desde el ángulo del periodista o del medio.

Insisto en el concepto de medio serio o de referencia a la hora de protocolarizar esa relación. Hay que conocer al periodista, hay que analizar su trabajo y su intención, pero además hay que conocer al medio y a sus responsables. De ahí, y nunca me cansaré de repetirlo, la trascendencia de la formación en materia de Defensa debe expandirse por todos los niveles del periodismo, desde el «plumilla» al jefe intermedio, llegando si es preciso al mismísimo consejo de Administración.

¿Pero estamos las empresas periodísticas, los reporteros, los opinadores y por supuesto los directivos, capacitados para tal axioma? Por lo general, no. Lo más sencillo a la hora de redactar este breve ensayo es echar la carga de la culpa hacia el emisor del mensaje, su politización y su dependencia jerárquica, pero al menos hay que repartir, no sé en qué porcentaje, la culpa esta difícil relación. Las Fuerzas Armadas, por mil y una causas no se saben «vender» bien, pero quizás, los medios, cualquiera de los que como yo escribimos o decidimos, tampoco sabemos «comprar».

No quiero terminar este apartado sin referirme a la importancia y delicadeza de este tipo de informaciones. Los periodistas tendemos a trivializar en exceso el contenido de nuestras informaciones y, ni qué decir, de nuestras opiniones. Puede que consideremos igual un entrecomillado de un político que una crónica deportiva. Asistimos, por lo general a un proceso en el periodismo español tendente a trabajar los distintos temas de un mismo modo, sin darnos cuenta de que con las cosas de comer no se juega. No es lo mismo hablar de un conflicto armado en el que están involucradas las Fuerzas Armadas españolas, que comentar la declaración del ministro de turno o del secretario de organización del partido tal o cual. No es lo mismo.

Y no es así porque se traten temas de vida o muerte, que también y nunca mejor dicho, sino porque la especificidad de las cuestiones a abordar y la propia seguridad de los protagonistas de la información debiera hacernos parar un minuto. Los periodistas que abordan con especialización la sección de Defensa lo saben bien. Y cumplen.

Porque la excelencia y peso de los medios de comunicación también se ve en esta sección de manera especial. Nuestros colegas internacionales, los grandes diarios del Reino Unido, Estados Unidos, Francia o Alemania, destacan por sus excelentes secciones de Internacional, Economía, Opinión y en particular por la subsección de Defensa. Y es que este debería ser un «plus» a considerar en la clasificación de los medios. Un diplomático amigo me dice con frecuencia que el peso internacional de los países no se mide tanto por la fuerza de su diplomacia, sino por la importancia de sus Fuerzas Armadas. Y lo dice desde una embajada. Si trasladáramos la ecuación podríamos asegurar que el nivel de referencia y excelencia de los medios de comunicación se debería tasar por la relevancia que se diera en sus páginas a determinadas secciones, entre ellas, sin ningún género de dudas, a la Defensa.

Para concluir, otra pregunta retórica: ¿Cumplimos en España esa característica si nos comparamos con los medios más importantes de nuestro entorno?

## **LA SECCIÓN TRANSVERSAL**

### **Un difícil encaje**

Si partimos de la base de la frase del general McArthur que enuncié en la introducción de este trabajo, la Defensa es una cuestión de interés

nacional en primer término, de ahí que los organismos dependientes, el Ministerio correspondiente y por lo tanto los informadores deban estar engrosados o relacionados directamente con la sección Nacional de los medios. Pero la cosa se complica cuando hablamos de conflictos internacionales con nuestros soldados de por medio. Analicemos algún ejemplo diario en la vida de una redacción.

Por desgracia con demasiada e inexorable frecuencia, en las redacciones de los periódicos se produce la siguiente situación: salta la noticia (ya sea por fuentes propias, por agencia o por otro medio competidor) de un ataque a una patrulla española con resultado de muertes. Se desatan los procedimientos habituales de recopilar más datos, establecer una estrategia de opinión y de complementos informativos a este «flash» y llega el momento de la decisión clave: ¿Dónde va encuadrada dicha noticia

Parece que no, pero hay muchos elementos que complican la cosa: no debe costar mucho imaginarnos esos componentes distintos: en efecto esa patrulla atacada pertenecía al Ejército español, pero el suceso se produce en Afganistán, al mando de un general italiano, atacados por unos terroristas procedentes de Pakistán y para colmo, el fallecido es de origen colombiano. Quizás en la batalla posterior intervinieron helicópteros de combate italianos.

Si ese mismo incidente se hubiera producido contra una patrulla británica, la solución hubiera sido evidente y rápida... todo a Internacional, pero en cuanto aparece la bandera española en el hombro de uno de los soldados, entonces acabará en Nacional. ¿Estamos seguros de que esa es la decisión correcta? Personalmente yo tengo dudas, porque inmediatamente después, lo que haremos será politizar en clave doméstica ese ataque.

¿Hasta dónde quiero llegar con el ejemplo anterior, que por cierto, no es en absoluto una invención sino que ha sucedido tal cual, con todos los elementos expuestos? Pues sencillamente a que la transversalidad de las cuestiones de Defensa nos va a llevar a replantearnos el orden de las secciones y la inclusión de unos temas u otros en las mismas.

### **Sección por sección**

Ya he mencionado mis certezas sobre la imbricación de las cuestiones de Defensa con los asuntos de Internacional. No se entendería el mundo si los departamentos de Asuntos Exteriores y los de Defensa

o Seguridad no fueran de la mano tanto en las agendas políticas como en cualquier análisis de estrategia. Es más, al igual que los periodistas debemos hacer el esfuerzo para favorecer esa interrelación, desde las estructuras administrativas se deberá tender a la unión total de la política internacional con la Seguridad. Porque los dossiers son los mismos. En todos los países ha sido así siempre, lo que ocurre es que aquí, por complejos ya citados o por desconocimiento, parece que nos resistimos a ello.

En algunos medios de comunicación se produce ya la simbiosis entre el especialista en Asuntos Exteriores y que ese mismo redactor haga lo propio en Defensa. En teoría no es mala solución, siempre que se le dotara de medios a esa macroárea y no recayera en exclusiva en un solo periodista. Como estrategia informativa está bien adoptada, pero por lo general, el consecuente reparto de medios, resulta insuficiente.

Y tras Internacional, aparece la sección de Economía. En los cursos del CESEDEN o en cualquier informe de estrategia ya se conectan perfectamente ambas áreas. ¿O es que el conflicto de Afganistán no tiene implicaciones económicas, ya sean éstas presupuestarias o energéticas? ¿O es que las Bolsas no tiemblan según se decida una cosa u otra en un conflicto armado? ¿Y el turismo o el sector aeronáutico?

No quiero decir con esto que los colegas de la sección de Economía deban tener las claves geográficas, estratégicas o de seguridad de un teatro de operaciones de todas las regiones del planeta. En este aspecto, creo que debe ser desde la dirección de una redacción desde donde se marquen las grandes áreas de trabajo e interconectar a las secciones por abajo. Si el de arriba falla en este intento, entonces es imposible que los equipos de periodistas tengan clara la interconexión de los temas o de las noticias concretas.

Las misiones de paz en las que han intervenido las Fuerzas Armadas o de Seguridad españolas han tenido, como no podía ser de otra manera, un enorme trasfondo económico en clave doméstica y presupuestaria, pero también para el conjunto de la economía mundial. No lo olvidemos.

En otro sentido, la defensa es Política, así con mayúsculas y es Seguridad interior. Por lo tanto, las conexiones con el Ministerio del Interior y todo lo que ello conlleva, también merece un capítulo o una reflexión aparte. Porque en el caso concreto español, los servicios de Inteligencia están dirigidos por un general y casi siempre ha sido así, y esos mismos

servicios de Información trabajan el terrorismo nacional e internacional. Y en las misiones de paz colaboran y de qué manera policías y guardias civiles. Y cuando uno de éstos resulta asesinado quien sale a dar la cara no es el titular de Defensa, sino el de Interior.

Como experiencia personal, recuerdo en mi último viaje a Afganistán cómo en el mismo aeropuerto de Kabul se entremezclaban GEO's de la Policía Nacional con militares de los dos Ejércitos y de la Armada. Comedidos distintos en un pequeño espacio pero dentro de una misma misión. O cómo en la base de Qala-i-Naw se diferencia a un guardia civil de un legionario, por los distintivos del uniforme porque a cierta distancia, apenas se aprecia.

Como conclusión, creo que el periodismo ha de tender a la unificación de algunas subsecciones o áreas hacia una gran sección denominada «Seguridad» donde se incluya todo lo relacionado con conflictos armados, misiones de paz, economía estratégica, seguridad interior y exterior, terrorismo nacional o internacional e Inteligencia y servicios de información.

Los nuevos modelos de guerra, el difuso enemigo exterior e interior y el terrorismo en general, no sólo han cambiado los sistemas de Defensa e Inteligencia en todo el mundo –pensemos si no en la piratería actual– sino que deben cambiar a los periodistas que abordemos esos temas para que los apreciemos y, por lo tanto, los estudiemos como un todo, con un gran angular y no con el teleobjetivo preciso que nos acerca a la instantánea. Hay que abrir el ángulo de la perspectiva y formarnos para que los árboles nos dejen ver el bosque.

## **LA TORMENTA PERFECTA DE LOS MEDIOS**

En los últimos años, especialmente a partir de 2006, los medios de comunicación asisten a lo que denomino una «Tormenta Perfecta» en la que confluyen una serie de elementos que padecen a la vez y sin piedad alguna de las circunstancias: la revolución digital, el cambio en el cliente, el nuevo periodismo y la crisis económica. Todo ello, a la vez y sin contemplaciones, hacen que esa tormenta sea absolutamente perfecta y no sé si de imprevisibles consecuencias, pero casi. Y es que más allá de las derivadas empresariales, resulta más importante aún cómo influyen todos esos fenómenos en las coberturas informativas, en el periodismo en sí y en particular en los conflictos armados.

## **La revolución digital**

A buen seguro lo que está sucediendo en nuestros días en lo referido a este oficio del periodismo es lo más importante desde la invención de la imprenta por Gutenberg. Nunca en tan poco tiempo se han llevado a cabo tales avances tecnológicos y tamaña revolución industrial como la que estamos viviendo en directo.

El periodista puede trabajar en cualquier soporte –papel, radio, televisión o digital–, tan solo con un aparato en sus manos y lo más importante, desde cualquier lugar del mundo. Prácticamente antes de ayer, ese mismo periodista tenía que transportar un equipo ENG de televisión, teléfono vía satélite y esperar a que en la sede central de su redacción le acogieran el material. Hoy, una persona puede grabar con su móvil, transmitir por Internet, editar en una mesa de edición portátil, grabar sonido y transmitirlo como un correo...y ni qué decir tiene este proceso con los textos, las fotografías o las crónicas de radio.

Nunca he creído en el periodista-orquesta, el reportero que como el muchacho músico de la estación del Metro toca la guitarra, hace sonar la armónica, mueve un cascabel en un tobillo y además canta. Quiero decir que técnicamente es posible lo que antes de ayer parecía ciencia ficción y que por ello, un urgente ya no tarda unos minutos en llegar a las redacciones, ya es cuestión de segundos que ese mismo «flash» llegue a la opinión pública en general, lo que trae consigo consecuencias positivas en cuanto al acceso a la información, y negativas, porque no todo lo inmediato tiene por qué ser exacto.

En este contexto cabe reseñar el papel que están comenzando a tener las redes sociales en el proceso informativo. Digamos que el periodismo como fábrica de información no tiene que surgir necesariamente de un informador, sino que es la propia sociedad, a través de una red verdaderamente incontrolada, la que lanza sus noticias, comentarios y valoraciones, ya sean verdad total o parcialmente, incluso, aunque sean mentiras rotundas. ¿Dónde está entonces el límite entre información periodística e información social? Los campos empiezan a estar nada diferenciados, lo que hace que la revolución no solo sea profesional, sino que alcance a la cultura de la sociedad el siglo XXI.

En cuanto al campo que nos ocupa, se plantea una importante dificultad para las Fuerzas Armadas en cuanto al control de las informaciones que se difunden. En efecto, es relativamente sencillo mantener el

flujo informativo durante una misión o un conflicto concreto, pero... ¿Y después? ¿Es posible poner puertas al campo? Pues no.

El ejemplo de «wikileaks» es perfectamente intercambiable con cualquier otro caso que nos podamos imaginar. No hace falta revelar secretos oficiales, como fue el caso de la web que reventó los informes secretos del Pentágono; basta con un soldado recién llegado de un conflicto cuente verdades como puños que todos sabemos o imaginamos. Que cuelgue fotos, videos, sonidos... nada más fácil y sin embargo, más problemático. Ya estamos en este escenario, por lo que las autoridades y los medios de referencia deberíamos esforzarnos –debe ser la enésima vez que lo asevero en este trabajo– en concienciar para la que se avecina y de hecho, para la que se está viviendo en los distintos teatros de operaciones donde nuestros soldados se juegan la vida.

### **El nuevo receptor**

Parto de la base de que los distintos soportes informativos que hoy empleamos van a seguir existiendo. Dimensionados pero existentes. Es más, el fenómeno de los «tablets» no ha hecho más que empezar y a buen seguro incrementarán su influencia en el futuro más próximo.

Quando se inventó el cine cualquiera que pensara mínimamente sobre los efectos y la magia de la imagen, el sonido, el realismo y la luz, pensaría por entonces que aquello acabaría con las artes escénicas. Un siglo después, o sea hoy mismo, el cine comparte público con el teatro, el circo de calidad, la ópera... Digamos que todo el que acude al teatro o a la ópera va al cine, pero que no todo el cinéfilo asiste a un teatro. Entre lo digital y los medios convencionales va a pasar lo mismo. De hecho, está pasando ya.

Hoy mismo todo el que compre papel, ponga la radio o vea la televisión buscará información por Internet, pero no todo el que busque información por Internet comprará periódicos u oirá los informativos de radio y televisión. Se trata de un redimensionamiento de la sociedad de la información, tras el cual desaparecerán inexorablemente numerosas cabeceras de papel, subsistirán las webs de calidad o aquellas que los internautas quieran y asistiremos a un proceso de fusión de cadenas de televisión.

Estamos metidos de llenos en un proceso inevitable en el que solo sobrevivirán ni siquiera los grandes grupos conocidos hasta ahora, sino

los más solventes y definidos. Dicho de otro modo, creo que desaparecerán periódicos en papel y digitales, habrá menos canales de televisión con información y seguirá siendo la radio la fabricante y formadora de opinión pública en un gran porcentaje.

En todo este desarrollo hay un componente generacional obvio y además, coincide con una necesaria redefinición del producto periodístico sea cual fuere su soporte. Debemos cambiar el trabajo que llevamos a cabo en el papel para diferenciarlo del digital, del televisivo y del radiofónico. Y se puede hacer aunque nadie haya dado todavía con la fórmula perfecta.

### **Nuevo periodismo**

A modo de enlace con el apartado anterior, los periodistas debemos aprender a hacer el periodismo de otro modo. Tenemos que aprender a compaginar e intercambiar desde una misma voz o un mismo teclado, distintas formas. No se lee con la misma atención un papel que una pantalla y ni que decir tiene, una pantalla de ordenador o la pantalla de un teléfono. Al igual que no se escucha igual la radio cuando vas conduciendo que a ese mismo periodista presentando un informativo de televisión. En un caso le oyes, en el otro, además, le ves.

Pues lo mismo pasa entre el digital y el papel. No quiero decir que uno se vaya a comer al otro, ni viceversa, sino que hay que compaginar los géneros y los soportes. Un 'videoblog' puede tener más visitantes que lectores tenga una columna de opinión del mejor columnista en el mejor periódico. ¿Quiere eso decir que el 'videoblog' va a hacer desaparecer a la columna? En absoluto.

No tengo la fórmula mágica pero estoy seguro de que existe la pócima para compaginar inmediatez, naturalidad, profundidad y excelencia a la hora de llevar a cabo un nuevo periodismo que compagine todos los soportes y niveles informativos. En el capítulo trascendental que nos ocupa, a modo de ejemplo, estoy seguro de que los medios de referencia y los periodistas que en estas marcas desempeñemos nuestra labor profesional, sabremos aunar criterios para tratar la Defensa y los conflictos con capacidad de noticia urgente, sin olvidar el rigor, la preparación de los informadores y la profundidad de los analistas o columnistas. Tiene que ser así y debe ser así porque si no, la víctima de todo ello será la sociedad.

Pero para que ese proceso de nuevo periodismo funcione, es necesaria la labor de las fuentes y de los agentes informativos del otro lado

de la trinchera –y nunca mejor dicho–. Los militares, las Fuerzas Armadas y todo aquello que tenga que ver con la Seguridad ha de saber «venderse». Sin ataduras, ni politiquesos y con rigor.

Es fundamental que desde los Estados Mayores se formen a oficiales en la relación con los medios de comunicación. Estamos en un régimen de opinión pública y, reconozcámoslo, de opinión publicada, por lo que sería de necios que la Seguridad y la Defensa no jugaran esa partida como un jugador trascendental más. Hay que saber «venderse» sin que ello quiera decir que uno se deba prostituir.

### **Crisis económica**

La tormenta perfecta tiene como colofón al desastre que conlleva una crisis económica que ahoga a los medios y que trae consecuencias internas en todos los niveles informativos. El capítulo que nos ocupa resulta especialmente perjudicado por esta crisis porque la calidad requiere inexorablemente inversión de medios y dinero. Me explicaré a continuación.

Históricamente se han diferenciado los medios de calidad o «prensa de élite» en función del nivel de sus enviados especiales o de sus corresponsales por el mundo. Sigue siendo así y quiero pensar que va a seguir así esa correlación entre periodismo de calidad e información exterior. Pero enviar a un periodista a Afganistán resulta tan caro como peligroso. Materiales, seguros, dietas...todo aquello que un medio o una web de determinado nivel no se gasta y sin embargo, compite con quien sí invierte. Pues bien, la crisis afecta ineludiblemente a esas inversiones y gastos. Y cuando llegan los recortes se poda por todas partes.

De ahí que tanto las fuentes emisoras como los medios de comunicación debamos someternos a un nuevo esfuerzo, el infinito ya, para mantener el nivel informativo, porque nos debe interesar a unos y a otros, y a la vez no arruinar a nuestras compañías. La información de calidad es muy cara y me niego a pensar que una sociedad formada e informada pueda ser tal, si no tiene medios a su disposición dispuestos a invertir por fabricar esa información de calidad.

### **EL DIRECTOR**

Desde el punto de vista de la dirección, que ¡jojo! no es sólo cuestión del director en sí mismo, aunque lo parezca, se pueden plantear varias

posibilidades para dirigir, no tanto la información, que también, sino el nivel de importancia y presencia de los distintos contenidos o áreas temáticas en el conjunto del medio. Así, respecto a la Defensa en general y los conflictos en particular, un director tiene posibilidades de plasmar su impronta o su criterio con mayor o menor fracaso en unas secciones que en otras. Pero lo más importante es que se pueden marcar tendencias que si se resaltan bien, formarán parte de la idiosincrasia del medio. La Defensa es una de estas áreas y un hecho diferencial en los medios de calidad o de referencia. ¿Por qué?

Porque por lo general, Defensa es una sección a la que hay que empujar porque por sí misma no lo hace. Si el máximo responsable periódico o editorial, el «chief-editor» que dirían los anglosajones, pone en marcha esas iniciativas, entonces la Defensa como gran tema se verá plasmado en el medio. Si no es así, difícilmente se conseguirá.

Si partimos de lo anterior y enlazamos con otros epígrafes de este trabajo, el director no sólo ha de predicar con el ejemplo, sino que debe ser protagonista de su formación, antes de ocupar el puesto y durante el mismo. Ni que decir tiene que hacia el resto del equipo también. Oportunidades existen pero hay que saber subirse a los carros.

El periodismo tiende a dejarse llevar por la corriente o el día a día de las secciones y de la agenda. Si analizamos la agenda de previsiones de cualquier medio de comunicación apreciaremos que la actividad política o meramente partidaria se lleva la palma, junto a anuncios o previsiones económicas y empresariales. La sociedad baja en intensidad mientras que los actos culturales proliferan a última hora del día. Dentro de las cuestiones políticas o internacionales, la Defensa, como tal, aparece poco en esas agendas. Salvo programación de tal o cual decisión, casi todo lo que tiene que ver con las Fuerzas Armadas salta como un «urgente», casi siempre negativo o al menos producto de una situación de crisis. No sé si por la herencia genética de nuestros complejos o por ese falso progresismo que nos asiste tanto a periodistas como a políticos, la verdad es que la Defensa, por lo general «vende poco», salvo en la prensa de referencia a la que me referiré algo más adelante.

Como experiencia personal, fue el XXII Curso de Defensa Nacional del CESEDEN donde tuve la suerte de cambiar radicalmente no sólo mis conocimientos al respecto de esta materia. También cambió de manera importante mi consideración y respeto hacia los profesionales. En aquella promoción tuve ocasión de compartir pupitre de alumno-concurrente

nada más y nada menos que con el teniente general de la Guardia Civil Atilano Hinojosa; con el general del Ejército del Aire y actual JEMA, José Jiménez o con el almirante Gonzalo Rodríguez González-Aller, actual director del Museo Naval. Siempre dije y mantengo que, a diferencia del resto de formaciones y niveles educativos, en aquellas aulas del Paseo de la Castellana de Madrid, la mayoría de los alumnos eran mejores que gran parte de los docentes o conferenciantes. Y a los curriculums de los mencionados me remito, aunque tan solo sean tres ejemplos concretos.

En efecto, fue a partir de aquel curso cuando a uno se le abrió la perspectiva de las cosas y comencé a comprender la transversalidad e interconexión entre las Fuerzas Armadas y el resto. Fue como colocar un gran angular a la cámara de un periodista «inmediatista», procedente de agencia, cuyo pilar fundamental y casi único era la noticia pura y dura. El sentido de la historia, la geoestrategia y la geografía, la diplomacia y los Asuntos Exteriores, la Economía y la política energética... de todo ello se habló en aquel semestre.

Tras todo lo anterior, cabe deducir una serie de pautas en la labor directiva relacionadas con la Defensa o bajando a lo parecido, con los conflictos militares:

1. Si todas las áreas son susceptibles de generar noticias u opiniones y si además muchas de ellas son de elaboración propia y merecerían máxima relevancia y trato, entonces, es cuestión del «chief-editor» darle esa preeminencia a las materias sensibles. Así, si analizamos la prensa internacional de referencia, lo que años atrás se denominaba pretenciosamente «prensa de élite», podemos comprobar, sin necesidad de estudiar demasiados días esas primeras páginas, que rara es la edición que no lleva en su portada un asunto relacionado con sus Defensas nacionales respectivas o con la seguridad. Quienes tienen que aportar esa excelencia al medio es la cúpula directiva. No vale –y hago la autocrítica que me corresponda– echar la culpa a la redacción porque no trae noticias o al opinador porque no se moja en este o en aquel charco. El ejemplo se predica y con profesionalidad se puede hasta demostrar su acierto.
2. En cuanto a la opinión, desde esa misma dirección de los medios de referencia hay mucho que hacer tanto en columnas o tertulias, como en trabajos de fondo. Si se quiere, se puede. Por supuesto que es mucho más fácil opinar de temas cotidianos o partidistas y hasta simplemente basados en un declaración. En sentido contra-

rio, la Defensa y los conflictos requerirían una dedicación, un poco especial y un conocimiento hasta del lugar y de las circunstancias. Por eso la dirección ha de buscar analistas, expertos de verdad que no tienen por qué ser únicamente uniformados. Si se consigue la excelencia en la opinión de estas cuestiones, entonces el medio logra un marchamo de calidad y de referencia muy interesante. No hay más que salir fuera de nuestras fronteras para corroborarlo.

3. En otro orden de cosas, el director de un medio puede llevar a cabo también una doble función muy importante sobre los asuntos a los que nos referimos. Por un lado debe mantener una relación lo más fluida posible con las fuentes del sector de la Defensa y no se trata sólo de la altura de dichas fuentes, que también, sino para mantener esa relación institucional e importante. Y por otra parte, el director debería transmitir esas sensaciones de puertas afuera y utilizar la influencia. Porque en efecto se tiene mucha influencia y hay que aprovecharla no para adoctrinar, sino para informar de la relevancia de la Defensa y del contexto de los conflictos.

## **CONCLUSIONES**

1. Los medios de comunicación resultan claves no en la resolución de los conflictos armados, sino en la percepción de los mismos por parte de la sociedad. La Política depende directamente de las impresiones y votos de esa opinión pública en la que penetran los medios de comunicación de masas.

La relación, por lo tanto es sencilla: Política → Seguridad y Defensa → medios de comunicación → opinión pública → y de nuevo Política

2. Los medios de comunicación ya no trabajan de cara a la edición del día siguiente. Las nuevas tecnologías y la revolución digital hacen que todos los medios seamos tan inmediatos como las agencias de noticias de antaño. Esta inmediatez ha cambiado el acceso a la información, la influencia de la noticia y las consecuencias ante la opinión pública de cualquier información.

3. El factor tiempo es clave ante las opiniones públicas occidentales. El enemigo habitual en nuestros conflictos no considera el tiempo como un baremo más de su estrategia. Simplemente ni existe, lo que ocasiona una absoluta asimetría respecto a nuestros sistemas democráticos. Y si en estos regímenes occidentales el tiempo se mide por Legislaturas,

los medios somos el actor fundamental que acelera e intensifica esos tiempos políticos.

4. Las opiniones públicas implicadas en un conflicto son dos: la conformada en la sociedad nacional del país y del medio de comunicación correspondiente y la sociedad del país donde se desarrolla el conflicto. El enemigo actual sabe que el mayor daño se produce en la opinión pública española, en este caso, mientras que para la FF.AA. españolas es tan importante si cabe, ganarse a la opinión pública local. De ahí surge otra gran asimetría ente Política y FF.AA.

5. La sociedad española padece un eterno complejo respecto a los temas de Defensa y, en particular, destaca el desconocimiento generalizado en cuanto a las misiones militares en el exterior. El problema aumenta en gravedad cuando desde el poder político no se trabaja todo lo intensamente que sería deseable para borrar esos complejos. La cuestión territorial en España complica más aún este apartado de la cuestión.

6. Los medios de comunicación no son un único ente de influencia social. Conviene discernir entre medios de referencia o de calidad y el resto, sea cual fuere el soporte técnico de los mismos. Desde el papel al digital, pasando por radio y televisión, cada vez son más las posibilidades de acceso inmediato a la noticia o al trabajo en profundidad.

7. Dentro del papel de los medios, cabe destacar especialmente la influencia del género de opinión en la sociedad española. Quizás resulte exagerada esa causa-efecto en la opinión pública entre los opinadores y los receptores de esas ideas, pero lo cierto es que existe esa proporcionalidad. De ahí que resulte absolutamente necesaria la selección de informadores y opinadores que resulten expertos en materia de Defensa y conocedores de la realidad de los conflictos. O se sabe de verdad, o no se puede transmitir la verdad.

8. No todos los géneros son iguales. Desde la noticia pura hasta el artículo en profundidad o «Tercera», todas las opciones son válidas y cada una de ellas, en su instante y circunstancia, conforma a su manera a la opinión pública. Sería un grave error no valorar desde el «flash» hasta el ensayo, pasando por la entrevista, el reportaje, la columna o la tertulia.

9. En nuestra sociedad mediática, la opinión resulta una sección clave de cara a la sociedad. Quizás resulte exagerada la importancia que se le atribuye a la opinión periodística ante la opinión pública, pero sea cual fuere su verdadera penetración, conviene estudiar la relación entre opi-

nión pública y opinión publicada, en especial, cuando lo que se comenta está referido a materias de alta seguridad e importancia estratégica como son los conflictos armados.

10. La Defensa y los temas de seguridad son una sección transversal u horizontal. Los medios tenderemos más pronto que tarde a unificar como una gran área de nuestros esquemas informativos todo lo referente a conflictos armados, terrorismo internacional, Inteligencia, misiones en el exterior y política internacional. Hasta la energía formará parte de esta supersección.

11. La sociedad española ha de formarse en materia de defensa para poder comprender cuando resulte necesario un conflicto concreto. En este sentido habría que plantear la interrelación entre la defensa y los profesionales de las FF.AA. con los distintos niveles educativos y hasta profesionales. Del mismo modo, el periodismo ha de formarse y abrir el angular en materia de seguridad, tal y como llevan haciéndolo los grandes medios de calidad de países de nuestro entorno. Y los profesionales de la Defensa deberán reciclar también su formación como portavoces y como protagonistas de la relación con los periodistas.

12. Esas mismas sociedades occidentales están fraguando un supersistema de información en el formato de las redes sociales del que aún hoy no podemos calcular su alcance. Ni siquiera se tratará de un proceso informativo tal cual lo conocemos actualmente. Es un nuevo mundo en el que cualquier asunto tendrá una penetración infinita. Entre esos temas, los conflictos y la seguridad resultan tan inevitables como interesantes en su desarrollo.

13. Las experiencias llevadas a cabo en el marco del CESDEN están resultando altamente positivas en cuanto a la interrelación entre civiles y militares. Asociaciones como ADALEDE y las actividades de verdadero intercambio son un paso clave para que uniformados y «sociedad civil» se entremezclen, compartan conocimientos y opiniones y aporten a la sociedad una imagen real de unidad de criterio ante los temas clave.

14. La excesiva politización de la vida mediática en España perjudica especialmente al tratamiento informativo de los conflictos y cómo no, al seguimiento de los asuntos de Defensa y Seguridad. La política no debería mantener los ritmos partidarios en lo que se refiere a los temas de la Defensa Nacional, pero los periodistas tenemos nuestra alícuota parte de culpa al respecto. Debemos ser los opinadores e informadores

quienes aportemos esa distancia que el día a día de la vida partidaria no reconoce ante los temas que nos ocupan y menos aún, ante los conflictos concretos.

15. Los actuales conflictos armados se corresponden con un nuevo concepto de guerra. Quizás fue la guerra de los Balcanes la última en que unas Fuerzas Armadas, en este caso multinacionales se enfrentaron a un Ejército tal cual, con los respaldos políticos correspondientes en uno y otro bando. En la actualidad el enemigo difuso, la guerra asimétrica... el terrorismo en todas sus variantes desde la piratería al atentado de contrainsurgencia provocan un nuevo modelo de seguridad y por lo tanto nuevos sistemas políticos e informativos. Convendría ir formando a la opinión pública ante tal nueva realidad.

16. El informador se corresponde con otro lado de la trinchera periódica ocupado por el Oficial de Información Pública, el «pío» en argot profesional. Este portavoz suele encontrar problemas hasta políticos en la estrategia de comunicación que le viene impuesta, pero por lo general, ante los medios de referencia, la conexión resulta indispensable y funciona.

17. Dentro de la estrategia de comunicación sobre Seguridad y Defensa y en particular en lo que afecte a un conflicto armado, los «dircoms» afectados deberían estructurar a los medios y a los profesionales en cuestión. No es lo mismo un gran periódico para determinado sector de la sociedad que una web para otro sector. Sin menospreciar a unos soportes u otros, lo cierto es que la estrategia de comunicación ha de ser amplia y lo más individualizada posible.

18. Los medios de comunicación asisten a una tormenta perfecta que traerá consigo una redefinición del oficio periodístico, un redimensionamiento de las empresas y sobre todo lo anterior, un nuevo tipo de receptor o cliente. De este modo, la tormenta perfecta tendría cuatro componentes:

- Revolución tecnológica sin precedentes
- Una nueva sociedad. Un nuevo cliente
- Nuevo ejercicio del oficio de periodista
- La crisis económica que ahoga a las empresas

19. De los cuatro apartados anteriores merece la pena detenerse en la revolución tecnológica como un proceso desconocido desde la invención de la imprenta. Nunca el mundo cambió tanto en tan poco tiempo.

Los nuevos medios permiten la información inmediata desde cualquier lugar del mundo y en cualquier soporte, lo que dificulta el control y hasta puede perjudicar a la calidad informativa, si bien supone un enorme salto en el acceso de la sociedad a la información. Del periódico en papel a los «tablets» han pasado muy pocos años de transición. Una revolución que no ha hecho más que empezar.

20. El director de un medio resulta clave en todo el proceso de información y formación tanto de puertas adentro de su medio como hacia el exterior de la sociedad. De ahí que deba ser desde arriba hacia debajo de una estructura redaccional y empresarial como se afronte el cambio interno para concienciar más a las empresas informativas y a las redacciones del carácter fundamental que las cuestiones de Seguridad y Defensa suponen para los medios de comunicación de masas que pretendan ser medios de calidad.