

MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, INFLUENCIA EN LOS CONFLICTOS ARMADOS

Luis Martín Aragonés

*Teniente coronel del Ejército de Tierra
Concurrente del XXX Curso de EMACON.*

Introducción

Los medios de comunicación social han tenido siempre gran importancia, ya desde la aparición de la imprenta como elemento divulgador de información e ideas, los dirigentes de todo el mundo quisieron controlarla, pues vieron la importancia que tenía para influir en los sentimientos, opiniones o actitudes de los pueblos.

Si a esta importante y probada capacidad, le añadimos la profunda revolución tecnológica sufrida por los medios de comunicación y su facilidad de expansión, podemos pensar que las dimensiones de la Tierra ha disminuido de tal forma, que se hace realidad la idea de McLuhan sobre «la aldea global», provocando también esta revolución, en los gobiernos, una cierta preocupación por el alcance que sobre su libertad de acción, pueda tener la actuación sin limitaciones de los medios de comunicación.

La veracidad de la frase, «quien tiene la información tiene el poder», es tan evidente que casi ha llegado a tener un valor indiscutible y no deja de ser expresiva la denominación, casi a nivel mundial, que califica a los medios de comunicación como el «cuarto poder». «Cuarto poder» que a veces lleva a los periodistas a ser el garante de la rectitud de actuación del poder instituido. Este papel puede ser muy oportuno en tiempo de paz e incluso cuando se trata de conflictos que exigen una implicación marginal del país propio, pero puede resultar peligroso cuando los intereses vitales de la nación están en juego.

Es preciso tener en cuenta que la actitud que puede tomar la opinión pública ante una situación determinada es consecuencia, entre otros factores, del conocimiento de los hechos y situaciones, es decir de la información y ya que ésta es influenciable y manipulable, y los medios de comunicación son su principal vehículo de transmisión, es indudable que los dos, información y medios de comunicación, son unos instrumentos de poder valiosísimos, sobre todo por la influencia que pueden tener en la formación de las actitudes de las personas.

La opinión, los sentimientos, la actitud y el comportamiento de individuos o grupos pueden ser modificados en un sentido determinado, por personas u organismos, para favorecer la consecución de ciertos objetivos. Si en tiempo de paz se emplean las técnicas de propaganda para lograr estos fines, en tiempo de guerra su empleo ha sido y es fundamental. No hay que olvidar que la propaganda no es más que el arma principal que emplea «la guerra psicológica», así que conceptos como arma psicológica, propaganda, «guerra psi-

cológica», etc., son muy empleados en tiempo de crisis y a su aplicación en los diferentes conflictos y a su influencia sobre los medios de comunicación es a lo que me voy a referir en este trabajo.

Primera Guerra Mundial

El equilibrio que se produjo entre ambos bandos, en la Primera Guerra Mundial, que dio lugar a la guerra de trincheras, hizo que el frente interno y el frente exterior llegasen a adquirir una importancia igual o mayor que el frente bélico, haciendo indispensable además del clásico mantenimiento de la moral de los combatientes, la extensión de la propaganda de guerra a la población de la retaguardia y al exterior, tanto para garantizarse los suministros indispensables como para atraer a nuevos aliados y de esta forma romper el equilibrio de fuerzas.

Este esfuerzo complejo dirigido a la propia retaguardia, a los combatientes y al exterior, requería de herramientas y organizaciones inusitados hasta entonces, además de una coordinación entre ellos para evitar la dispersión del mismo.

Con carácter general en esta guerra se pueden distinguir por lo menos tres fases o etapas, en la evolución del proceso informativo. La primera fase se extendió desde comienzo de la guerra hasta los primeros meses del año 1915. Se caracterizó por el dominio de la censura y del control de la información, y estuvo jalonada de enfrentamientos entre los distintos organismos de censura y los medios. En esta fase se originó el concepto de *atrocity propaganda* es decir la difusión de historias de las atrocidades cometidas por el enemigo con el fin de desacreditarle, independientemente de que correspondieran o no a la realidad, en la que los aliados sobre todo los ingleses, alcanzaron altas cotas de virtuosismo.

En la segunda fase, de mediados de 1915 a mediados de 1917, se puede hablar de una identificación entre propaganda e información. A lo largo de este periodo se desarrolló la campaña inglesa dirigida a la opinión pública norteamericana para romper su neutralidad.

Con la entrada de Estados Unidos en la guerra, se abrió la tercera y última fase. En ella, se consolidaron las organizaciones de información y propaganda en todos los países cada vez con mayor eficacia. Se reanudó también, con la misma fuerza que en los primeros momentos, la propaganda basada en las atrocidades alemanas.

Organización de los contendientes

Desde el punto de vista del control de la información, Alemania era quizá el país que a comienzos de la guerra se encontraba en mejor situación, pues disponía ya de una cierta organización pública de propaganda y ejercía un gran control de todos los medios de comunicación gracias a su organizada censura, pero tuvo problemas a causa fundamentalmente de la falta de coordinación entre los distintos departamentos encargados de la política de información.

Francia fue el país que aplicó durante toda la guerra la más estricta censura, incluso más que la alemana, censura que si debería haber tenido un estricto carácter militar, tuvo de hecho claramente un carácter político, dando lugar a enfrentamientos con los diferentes

medios, abusando por otra parte de vacíos artículos de exaltación patriótica así como de noticias falsas, lo que provocó rápidamente el desinterés y la desconfianza del público.

De Gran Bretaña podemos decir que su propaganda estuvo muy por encima de la del resto de los países que intervinieron en el conflicto, a causa fundamentalmente de dos circunstancias que la diferenciaban del resto de los países: la opinión pública británica no era partidaria de participar en el conflicto y además era el único país europeo que no tenía servicio militar obligatorio, viéndose por ello obligada a realizar un esfuerzo suplementario en este aspecto y hacia el interior del país.

En Estados Unidos se dio un caso similar al de Gran Bretaña ya que, si inicialmente la opinión pública norteamericana estaba muy lejos de desear participar en el conflicto europeo, se produjo un cambio en ésta, gracias a la excepcional actuación del Comité *Creel* en todos los medios de comunicación.

Guerra civil española

La guerra civil española fue un banco de pruebas de armamentos y tácticas militares pero fue también pionera en el terreno de la información al aparecer un nuevo medio, la radio, cuyo empleo como arma de propaganda nace en ella, para convertirse luego en el gran arma de la propaganda en la Segunda Guerra Mundial.

La II República española no fue un buen ejemplo de libertad de expresión, ya que la censura funcionó de hecho y las medidas de carácter represivo se prodigaban y en el conflicto que existió a continuación de ella los dos bandos endurecieron aún más la censura en todos los medios, y no permitieron en ningún momento voces disonantes a sus causas ni ningún tipo de pluralidad en la opinión.

Tanto el bando republicano como el nacional contaron desde el primer momento con una importante infraestructura en cuanto a medios de comunicación se refiere, disponiendo aparte de los medios ya controlados por ellos, de los que le eran desafectos que fueron requisados.

La utilización de la radio como arma de guerra fue la principal novedad en este conflicto se manifestó por primera vez, en gran escala durante la guerra civil española, y si en el bando republicano quedaron las emisoras más potentes, en el bando franquista con menos medios no faltó imaginación: las charlas de Queipo de Llano desde Sevilla son un buen ejemplo de ello.

La radio jugó un papel muy importante desde el inicio del levantamiento militar, y los nacionales utilizaron este medio de una forma coordinada y centralizada ya desde los primeros momentos en la proclamación del estado de guerra. Por contra en el bando republicano, las emisoras se vieron frecuentemente desbordadas de comunicados y notas de partidos políticos, sindicatos y otras organizaciones, muchas veces contradictorias entre sí, hasta el punto que el Ministerio de la Gobernación se vio forzado a incautar todas las emisoras de radio.

Pero sin duda el episodio más interesante del empleo del medio de la radio de toda la guerra civil española, fueron las charlas radiofónicas del general Queipo de Llano desde

Unión Radio Sevilla. Durante 18 meses Queipo de Llano no dejó de hablar un solo día, más de quinientas charlas hicieron de él un maestro de la comunicación.

Segunda Guerra Mundial

Fruto de las lecciones aprendidas de la primera guerra se llegó a la Segunda Guerra Mundial con una gran preparación teórica, que permitió abordar la propaganda de guerra en gran escala y desde nuevas perspectivas. En el periodo de entreguerras serán tres los modelos de actividad propagandística: el occidental o anglosajón, quizá el más elaborado aunque de resultados menos brillantes, pues actúa en sociedades donde las libertades individuales son un principio básico; el soviético procedente de la propaganda obrera del siglo anterior y el de las dictaduras fascistas.

Durante la Segunda Guerra Mundial el despliegue de medios en ambos bandos fue enorme y contó como hemos dicho anteriormente con medios que no habían sido utilizados en la «Gran Guerra», como la radio, o con otros mucho más desarrollados como el cine.

Organización de los contendientes

Como en la Primera Guerra Mundial, el régimen alemán también tenía en el año 1939 un fuerte control de los medios de comunicación y una «idea fuerza», «el antibolchevismo», pero volvió a tener el mismo problema de entonces: no contar con una organización política integrada de información similar a la de los británicos, lo que dispersó el esfuerzo propagandístico obteniendo muy buenos resultados en Alemania pero fracasando hacia el exterior.

Japón partía en este aspecto con una cierta ventaja respecto a sus enemigos ya que tenía una gran experiencia al haber llevado a cabo durante los años treinta una política imperialista en toda Asia secundada por una eficaz propaganda, pero fracasó en su propaganda dirigida hacia el exterior a causa fundamentalmente del abismo cultural que le separaba de Occidente, particularmente de su enemigo principal, Estados Unidos. Tuvo un gran éxito hacia al interior por lo que para muchos japoneses el anuncio de la rendición incondicional constituyó una verdadera sorpresa.

Francia y sus autoridades fracasaron tanto en el campo de batalla como en el de la información. La Segunda Guerra Mundial iba a significar para la prensa francesa la crisis más profunda de su historia ya que con ella desaparecerían prácticamente la totalidad de las cabeceras. Todos los medios de comunicación volvieron a estar férreamente controlados por la censura. Solamente el general De Gaulle levantó la bandera de la resistencia desde Londres, siendo su instrumento propagandístico fundamental la radio.

En el Reino Unido y en Estados Unidos la actuación fue similar a la de la primera guerra, destacando el hecho de que en Gran Bretaña no hubo en esta ocasión censura en los medios de comunicación, llegándose a un acuerdo de responsabilidad y colaboración entre el Gobierno y los diferentes medios que dio muy buenos resultados.

Menos problemas de organización tuvo la Unión Soviética, ya que desde el año 1938 existía El Departamento de Propaganda y Agitación del Comité Central del Partido, que dirigía

los temas de edición y prensa y estuvo férreamente controlado por el partido comunista desde Moscú.

La batalla de las ondas

Sin duda la radio fue el instrumento fundamental de propaganda durante la Segunda Guerra Mundial, ya que sólo con ella se sobrepasaban fácilmente los frentes y era además la fuente fundamental de información para las retaguardias pues a veces la información estaba limitada por la escasez de papel la prensa.

Al comienzo de la guerra, los países beligerantes disponían de potentes sistemas radiofónicos, hasta tal punto que podemos decir que una vez que los alemanes dominaron Europa, Inglaterra se mantuvo gracias tanto a las Fuerzas Aéreas británicas como a la BBC; mientras, la CBS conmovía a los oyentes norteamericanos con sus crónicas en directo de los bombardeos alemanes sobre Londres, y el general De Gaulle mantenía, a través de las ondas, levantada la bandera de Francia.

Por parte aliada habría que destacar la actividad desarrollada por la BBC, elemento fundamental de unión del Gobierno con la población civil y con los combatientes y pieza imprescindible para contrarrestar la propaganda alemana en el continente, y el papel que jugaron las grandes cadenas privadas, como la NBC o la CBS, norteamericanas.

Para Alemania y Japón la radio también constituyó el instrumento fundamental de propaganda interior, y un elemento importante para contrarrestar la propaganda extranjera tanto «blanca» como «negra».

El cine. Arma de propaganda

El cine, que tuvo su desarrollo tras la Primera Guerra Mundial, fue ampliamente empleado en este conflicto como arma de propaganda. Tanto el cine documental como el de argumento, fueron ampliamente utilizados por ambos bandos, y si el público lo que buscaba en el cine era evadirse, era perfectamente susceptible de recibir contenidos propagandísticos.

La industria cinematográfica alemana y norteamericana son las que tuvieron mayor influencia. La alemana porque en la primera fase de la guerra su trabajo se vio facilitado al contar con una Europa ocupada, lo que multiplicó su distribución que debía entre otras cosas llenar el vacío dejado por el cine norteamericano, y la segunda porque cumplió un papel propagandístico fundamental en la Italia y la Francia liberadas así como sobre todo, en Estados Unidos.

La guerra fría

Desde el año 1945 el mundo quedó dividido en dos bloques perfectamente diferenciados, que iban a vivir en una situación conocida como guerra fría, en la cuál la disuasión militar iba a tener tanta importancia casi como la propaganda, pues estaba al servicio de ésta.

El mundo occidental desempolvó la vieja propaganda antibolchevique de los años veinte con renovado vigor, y en el mundo oriental se desarrolló un clima de resistencia y de temor que haría de los nuevos regímenes socialistas de la Unión Soviética, sociedades rígida-

mente organizadas e incapaces de satisfacer muchas de las legítimas aspiraciones populares.

En uno de los bloques sobrevivió el antiguo modelo de la propaganda soviética con mínimas variaciones. Pero a diferencia de lo que sucede después de la Primera Guerra Mundial, los Estados occidentales no se desarmaron en este aspecto. Los servicios de lenguas extranjeras en las radios, las organizaciones de «propaganda cultural», etc., se mantienen vivas. De un modo u otro se consolida organizativamente la propaganda estatal.

No hay que olvidar que uno de los aspectos clave en la actividad propagandística consiste en el control de la información, y si exceptuamos a los países del bloque socialista, hasta hace poco cerrados al flujo informativo occidental, no cabe duda de que el resto del mundo está sometido a la información que se elabora y se distribuye desde las grandes potencias occidentales. Ninguna agencia del Tercer Mundo puede competir con las grandes agencias informativas de Occidente y ello, por no hablar de la producción cinematográfica o de televisión.

El bloque occidental

Una vez consolidada la división de Europa en dos bloques y descartada al menos inicialmente la posibilidad de un enfrentamiento armado, las potencias occidentales y sobre todo Estados Unidos se lanzaron a una doble campaña de propaganda. En primer lugar, en cuanto a la política interior, se despertó de nuevo el fantasma del anticomunismo, llegándose a generar verdaderas situaciones de histeria. La actuación de Macarthy contra el mundo del cine y del espectáculo, según él infectados de comunistas, es buen ejemplo de ello.

Para sus fines propagandísticos en su política exterior Estados Unidos creó la Agencia de Información de los Estados Unidos (USIA), de la que dependería la emisora la *Voz de América* y más tarde, la Agencia Internacional de Comunicación (ICA), para el desarrollo de una política de intercambios culturales y educativos que, aunque naturalmente evita el nombre, se trata de una organización de carácter propagandístico. Además Estados Unidos sostuvo en Europa otras dos emisoras *Radio Europa Libre* y *Radio Libertad*.

El bloque del Este

La «idea fuerza» de la propaganda soviética hacia el exterior comenzó siendo necesariamente «la paz» y así ha continuado, presentando siempre a Estados Unidos como un agresor potencial, de la misma forma que éstos lo hacen con la Unión Soviética.

En cualquier caso, su actitud tuvo que ser en principio necesariamente defensiva. Sólo en los países que en la conferencia de Yalta habían quedado bajo su órbita, los soviéticos actuarán con decisión. De todos modos, *Radio Moscú* va a mantener y a incrementar sus servicios en lenguas extranjeras, dirigidos sobre todo a los países colonizados y a las áreas más subdesarrolladas.

Tras la muerte de Stalin, desde Kruchev hasta Gorbachov, la Unión Soviética dinamizó enormemente su propaganda exterior, primeramente mediante «la desestalinización», para acabar con la *perestroika*, que preveía un desarrollo acelerado, inviable sin el apoyo de las

masas y para ello era necesaria la «transparencia» (*glásnost*), lo que ha significado para la Unión Soviética una verdadera revolución en el terreno de la información y de la propaganda.

Vietnam

La guerra del Vietnam marcó un hito en la política informativa de los conflictos, y fue sin duda el último gran acontecimiento que polarizó a la opinión pública mundial antes del conflicto del Golfo, y precisamente la oposición generalizada de ésta fue un factor determinante para que la Administración Nixon admitiera de hecho el fracaso americano y retirase sus tropas de Vietnam. Y hay que reconocer que en la formación de esta opinión, sobre todo en Estados Unidos, los medios de comunicación americanos jugaron un papel de gran importancia.

Los medios de comunicación nunca informaron tan libremente, nunca fueron tan críticos con las decisiones de la Administración y, en consecuencia, nunca el pueblo americano dispuso de tantos datos sobre lo que sucedía.

Vietnam es la primera guerra televisada, «la guerra del cuarto de estar». Es preciso tener en cuenta que el comienzo de la guerra de Vietnam coincide con el desarrollo de la televisión en Estados Unidos. Las cámaras pueden estar en cualquier parte y mostrarlo todo. Las cosas no ocurren hasta que no las cuenta la CBS. Durante la guerra de Corea había 100.000 televisores en Estados Unidos. En el apogeo de Vietnam, el número casi 1.000 veces mayor.

Durante la gran escalada de la intervención americana, Vietnam ocupaba permanentemente las primeras páginas de los periódicos y los espacios de mayor audiencia de la radio y de la televisión. Si por un lado, tal abundancia de información podía provocar el aburrimiento del público, por otro lado, llevó hasta los hogares americanos la angustia de la guerra y, sobre todo, la idea de su inutilidad. Todo ello se agudizó especialmente cuando la victoria esperada se convertía en algo más y más lejano.

El año 1968 marca un antes y un después. Los medios de comunicación, a partir de entonces, subrayarán el lado más oscuro de la guerra: la corrupción del Gobierno de Saigón, el desconcierto de los mandos militares, la desmoralización de los soldados y las atrocidades que éstos realizan (frecuentemente drogados) dejando a una generación unas imágenes imborrables: niños huyendo del napalm, soldados que queman una aldea, o a un vietcong maniatado al que le vuelan la tapa de los sesos en el centro de Saigón.

Surgieron historias como la del teniente Calley y su actuación en la aldea de My Lai, se incrementaron los bombardeos sobre Vietnam del Norte, Camboya y Laos y otras revelaciones que influyeron de una forma decisiva en la opinión pública norteamericana que hizo que la población empezara a mirar para otro lado y que sólo quisiera que llegara el final de aquella guerra.

Consecuencia de lo anterior, fueron los movimientos contra la guerra que se generalizaron en los años sesenta, condicionando de tal forma al presidente Nixon que tras largas conversaciones de paz, no terminadas, decidió abandonar el Vietnam.

En esta guerra a diferencia de las guerras anteriores, la censura militar fue mucho menos rígidamente aplicada. Las razones pudieron haber sido múltiples, pero fundamentalmente a diferencia con las guerras pasadas la naturaleza de ésta, subversión y guerra de guerrillas, hacía que fuera imposible salvaguardar muchas informaciones que antes eran celosamente preservadas, por lo que en esta guerra estaban permitidas las referencias a las llegadas de unidades, lugar y fecha, datos de bajas, etc.

Al finalizar la guerra, el Ejército y parte de la sociedad culparon a los medios de comunicación de la derrota. En los años siguientes, la cúpula militar estudió con detalle las consecuencias de su negativa relación con los medios de comunicación, la prensa no lo hizo y creyó que en las siguientes guerras podría actuar con la misma libertad. Se equivocaba. Ya no se permitió el trabajo periodístico sin control informativo en ninguno de los conflictos en los que estuvieran en juego intereses norteamericanos. El Ejército de Estados Unidos perdió la guerra de Vietnam, pero ganó su particular batalla contra la prensa.

La guerra del Golfo

La guerra del Golfo ha sido probablemente la guerra más anunciada de este siglo. Esperada durante meses, su transmisión se preparó concienzudamente y fue anunciada como la primera guerra que iba a ser televisada en directo. Sin embargo, cuando llegó el momento de la verdad, todos acabamos desilusionados. No sirvieron de nada los nuevos y excepcionales medios técnicos, las conexiones vía satélite ni el despliegue de centenares de corresponsales, las cadenas de televisión sólo nos ofrecieron información radiofónica sobre una imagen fija. Cada imagen, cada pequeña información verdaderamente significativa, iba a tener que ser arrancada y retransmitida siempre con enorme dificultad y esfuerzo.

Y todo esto fue como consecuencia del tratamiento que dieron ambos contendientes al control de la información y a los medios de comunicación. Tradicionalmente se ha dicho que el antecedente en el tratamiento informativo en el conflicto del Golfo, fue el de Vietnam.

Podemos decir que en esta guerra ningún medio de comunicación occidental sufrió la censura en ninguno de sus países. Los periódicos pudieron publicar todas las informaciones que tenían a su disposición y la libertad de expresión estuvo formalmente garantizada a las emisoras de radio y de televisión, pero sobre el terreno se ejerció un gran control sobre la información.

El Ejército de Estados Unidos, fruto de experiencias anteriores, tenía ya elaborada una doctrina en materia de control de la información en tiempo de guerra y las directivas empleadas en esta guerra fueron puestas en práctica por todos los Ejércitos presentes en el teatro de operaciones. Estas directivas se basaban fundamentalmente en adoptar una «actitud pasiva», es decir, mantener reservada la mayor cantidad de información posible y sólo emitir comunicados o dar información, «no clasificada» por supuesto, a requerimiento de los medios de comunicación.

Sobre el terreno, el control de la información se hizo en dos sentidos. En primer lugar, limitando los datos que podían ser difundidos, en segundo lugar controlando a los periodistas,

empezando por el acceso de los mismos al país donde estaban desplegadas las fuerzas, (para entrar en Arabia Saudí era necesario disponer de un visado gestionado por las autoridades saudíes) y posteriormente limitando la libertad de sus movimientos: sólo un pequeño número de periodistas pudieron llegar hasta las posiciones donde estaban las fuerzas, aquellos seleccionados para los famosos *media pools*. (Únicamente 126 periodistas, todos ellos británicos y norteamericanos, estaban incluidos en los *media pools* de los 795 que consiguieron acreditarse).

También se dictaron, como en otros conflictos, «normas sobre el terreno» que todos periodistas admitidos en los *media pools* se comprometían a respetar por escrito y en las que se prohibía que los periodistas hablasen o entrevistasen a los soldados sin la autorización previa del oficial que debía acompañarles en todo momento.

Todas estas limitaciones originaron protestas de los periodistas y de los medios de comunicación occidentales además de las de numerosos intelectuales, se llenaron páginas y páginas en los periódicos, sin embargo, se puede afirmar que la opinión pública occidental aprobó la censura y el control de la información casi en la misma proporción en que apoyaba la intervención militar, (el 70% de los norteamericanos se mostraron a favor de la censura militar y el 57% se manifestó en pro de un mayor control de los medios de comunicación) y aunque parezca extraño algunos periodistas, al menos los franceses, también se mostraban favorables a la censura.

Con respecto al bando iraquí podemos decir que hablar de censura en Irak es hablar de algo inherente a un régimen no democrático, de algo que existía antes del conflicto y que naturalmente se ejerció durante todo él, limitando la libertad de los corresponsales y controlando estrictamente toda la información que por uno u otro medio pudiera salir del país.

Otro aspecto destacable en este conflicto, respecto al tratamiento dado a la información y a los medios de comunicación, es el de la desinformación. Como decía Wiston Churchill, una nación en guerra debe rodearse de «una guardia de mentiras». Y en esta guerra hubo muchos ejemplos de ello, no solamente en el campo iraquí, como ciertas exageraciones muy bien aireadas por nuestros medios de comunicación pudieran hacernos creer, sino también en el bando occidental.

La principal idea fuerza de la desinformación iraquí fueron sus pretendidas victorias militares, llegándose incluso a la acuñación de monedas conmemorativas de la victoria una vez acabada la guerra.

Otros temas fundamentales empleados por la desinformación iraquí fueron: las cifras de aviones derribados, siempre exageradas (según fuentes norteamericanas el coeficiente multiplicador habitual era cuatro aproximadamente), los «enfrentamientos» entre tropas occidentales, sobre todo norteamericanas, y tropas musulmanas de la coalición, enfrentamientos entre paquistaníes y norteamericanos, entre éstos y marroquíes e incluso se llegó a informar de enfrentamientos entre británicos y norteamericanos. De todos modos, el caso más chocante de desinformación por parte iraquí, lo encontramos una vez que cesa el fuego. La información difundida por los medios controlados por Sadam Hussein aseguraba que los aliados habían fracasado, que habían sufrido numerosas bajas y que por ello habían solicitado el alto el fuego. En las arengas propagandísticas de *Radio Bagdad* se hablaba claramente de victoria sobre la fuerza multinacional.

Esta desinformación iraquí combinada con la censura tuvo efectos muy notables en los países árabes favorables a su causa, de tal forma que en Jordania o en el Yemen hubo un momento en que la población estaba convencida de que Sadam Hussein estaba ganando la guerra.

Por parte de la coalición, que siempre ha negado hacer uso de la desinformación, el fenómeno de desinformación más patente se refiere a la presentación ante la opinión pública de la potencia bélica de Irak.

En efecto, se dijo que Irak disponía del cuarto Ejército del mundo. Los periódicos se llenaron de detalladas descripciones de su armamento, material, etc., que procedían de fuentes muy seguras, como del Instituto de Estudios Estratégicos, y desde el principio de la crisis, fueron frecuentes las afirmaciones en la prensa occidental que llegaron a atribuir a Irak poder nuclear.

Se resaltó también, la capacidad iraquí en la guerra química y bacteriológica, que la frontera que separaba a las dos fuerzas estaba plagada de miles de minas, de fosos inundados de petróleo, de alambradas, etc., que causarían miles de bajas a los atacantes y que luego nadie vio por ninguna parte al menos en las cantidades que se le atribuían, así como descripciones de los famosos búnkeres de varios pisos y con aire acondicionado donde residía la aguerrida Guardia Republicana.

Otro de los aspectos donde se detectó desinformación por parte occidental fue en lo referido a cuestión ecológica. Se llegó a asegurar que el incendio de los pozos petrolíferos en Kuwait originaría una nube que empañaría la luz solar, de tal forma que las temperaturas en el Golfo descenderían unos 20°. Pero el caso más curioso de desinformación por parte occidental fue el famoso pollo de cormorán que salía torpemente del agua, totalmente pringado de petróleo y destinado a una muerte cierta. Esta imagen del cormorán, que durante semanas fue la verdadera imagen de esta guerra, resultó ser falsa.

Una vez que cesó el fuego, el diario norteamericano *The Wall Street Journal*, afirmó que el Pentágono se había valido de la prensa y de los otros medios de comunicación para su política de engaño a Sadam. Eso sí, evitó la palabra desinformación. El periódico se quejaba de esta utilización de la prensa y prevenía que:

«Cuando esta guerra acabe totalmente, muchos líderes militares tendrán que afrontar su falta de credibilidad.»

Obviamente y tras ver los resultados en la opinión pública mundial la «presumible» campaña de desinformación que llevó a cabo la fuerza multinacional fue un éxito.

Como conclusión de este conflicto podemos citar al analista Felipe Sahagún que ha resumido la actuación de los medios de comunicación en la guerra del Golfo en su libro, *La guerra de las mentiras* con la siguiente frase:

«Pocas veces tantos periodistas trabajaron tanto para conseguir y transmitir tan poco como en la guerra del Golfo.»

Alfonso Rojo, el único periodista español que permaneció en Bagdad, también hizo una evaluación final de esta guerra:

«Hicimos lo que teníamos que hacer, y lo que teníamos que hacer era intentar contar la guerra. La sociedad debe determinar si fue suficiente, y si no lo fue, debe pedir cuentas a quien nos lo impidió.»

Esta cuestión tardará tiempo en dilucidarse, pero actualmente podemos afirmar que en el desierto de Arabia quedó enterrado, para Estados Unidos y para sus aliados, el fantasma de la guerra del Vietnam.

Conclusiones

Hemos visto que uno de los componentes fundamentales que intervienen en la formación de la opinión pública es la información, por lo que toda manipulación de ésta, puede tener una gran trascendencia, aún más en tiempos de crisis o de guerra, para obtener un comportamiento determinado de la población, y ya que los medios de comunicación son el principal elemento difusor de la información, se puede considerar que ellos son uno de los mejores instrumentos existentes sobre los que se puede actuar para modificar en el sentido pretendido la opinión pública.

Esto ha hecho que el intento de control de los medios de comunicación haya sido una constante preocupación de gobernantes y políticos y por lo visto en el seguimiento de los conflictos que se ha efectuado en este trabajo, las guerras no son una excepción. En ellas, siempre ha existido un cierto control sobre los distintos medios de comunicación, control que ha resultado más efectivo cuando se ha coordinado desde los ámbitos más altos y ha abarcado, como hemos visto, todas las parcelas de la sociedad: la interior (población civil), la exterior (países aliados, neutrales y enemigos) y la del frente (tropas combatientes), ya que abandonar algunos de estos campos puede suponer la pérdida de apoyos imprescindibles para conseguir la victoria.

Es importante tener en cuenta el hito que marcó la guerra del Vietnam. Seguramente fue la guerra que recibió la mayor cobertura periodística de la Historia y en la que los medios de comunicación informaron más libremente. Su actitud crítica ante la Administración norteamericana y ante la propia guerra polarizó, en su momento, a la opinión pública mundial creando una presión creciente que fue una de las causas más importantes del desenlace del conflicto.

Podemos decir respecto al tratamiento de la información, que si la guerra del Vietnam fue la cruz, los conflictos que le siguieron fueron la cara de la moneda. En estos conflictos se impusieron estrictos controles a la información, que aunque fueron bien aceptados por una parte de la sociedad, originaron también reacciones airadas de otra parte de ésta, fundamentalmente en el ámbito periodístico.

Ante estas reacciones deberíamos preguntarnos si la libertad de expresión no debe moderarse cuando un país se mueve desde una situación de paz a una de guerra. Es necesario tener en cuenta el tremendo riesgo que para las operaciones puede tener la filtración en la prensa de noticias relativas a ellas y también, los efectos que sobre la moral de las fuerzas empeñadas en el combate y de la población que debe apoyar la acción del gobierno, tiene la publicación de informaciones que por su naturaleza, pueden sembrar dudas acerca de la validez de la causa por la que se lucha.

En estos casos es imprescindible el apoyo de la opinión pública por lo que es de primordial importancia que los responsables de la seguridad nacional, civiles y militares, prensa y público, consideren este problema y obtengan un consenso acerca del grado y clase de restricciones que se deben imponer a los medios de comunicación cuando las crisis se aproximen.

La cuestión de fondo es la libertad de expresión y sus límites, y no corresponde sólo a los periodistas, ni sólo a los mandos militares dilucidar o dirimir esta cuestión. Es la sociedad en su conjunto la que debe formularse la pregunta y determinar qué cuotas de libertad de expresión está dispuesta a sacrificar en beneficio de una defensa mejor.