

LA GUERRA DE LA COMUNICACIÓN: EL CONTROL DE LA INFORMACIÓN VS. LA PROPAGANDA

D. JORGE CACHINERO*

Introducción

La comunicación es una función tan crítica que, incluso en situaciones de conflicto bélico declarado — como el desarrollado en el golfo Pérsico desde el mes de agosto del año 1990 hasta el mes de febrero del año 1991 — en las que lo que está en juego es la propia vida y la muerte, puede llegar a convertirse en el elemento que marque la diferencia entre la victoria o la derrota: las guerras son, en definitiva, guerras de comunicación.

La tesis de este ensayo es que lo que estaba por decidir en el Oriente Próximo desde el momento de la invasión y anexión iraquí de Kuwait, hasta la derrota del Ejército de Saddam Hussein a manos de la Coalición de fuerzas multinacionales encabezada por Estados Unidos de América, no fue una pugna por la superioridad física y, por tanto, militar entre los contendientes, sino un enfrentamiento de voluntades nacionales dispuestas a hacer valer la fortaleza moral de sus convicciones respectivas. Y en este pulso moral y de carácter, la herramienta de la comunicación jugó un papel crucial en la formación de las expectativas, las realidades, los juicios y las determinaciones de las poblaciones de los países involucrados en la guerra.

Para argumentar dicha opinión, haré en principio, una breve reflexión introductoria sobre el fenómeno de la guerra; daré, a continuación, un somero repaso a los antecedentes inmediatos que configuraron la opinión actualmente dominante dentro de la comunidad de defensa de los Estados Unidos sobre el papel de la comunicación en la conducción de las guerras; posteriormente, describiré el modelo soviético de gestión de la comunicación, ya que esa es la escuela en la que se educaron los responsables de la comunicación de Irak; y, concluiré presentando las estrategias de comunicación de los bandos enfrentados en el Golfo: el control de la información ejercido por los aliados, por una parte, y la utilización de la propaganda y la desinformación hecha por los iraquíes, por otra.

La guerra: un conflicto de voluntades

Inicialmente, es obligatorio constatar los dos errores que comparten la mayoría de las opiniones generalmente expresadas sobre el carácter del conflicto bélico que se desarrolló en el golfo Pérsico desde el día 2 de agosto del año 1990 hasta el día 27 de febrero de 1991. El primero parte del desconocimiento del carácter mismo del fenómeno bélico y supone pretender que la resolución de la guerra del Golfo ha dependido exclusivamente del enfrentamiento entre los ingenios militares dispuestos en el campo de batalla. El

* Consultor Internacional en Consultas de Comunicación y Dirección (CCD) y colaborador del IEEE.

segundo error consiste en dar por cierto el espejismo de que la guerra del Golfo —y en esto, ésta se hubiera diferenciado de las campañas militares previas— ha sido una guerra en directo, a la que los ciudadanos del mundo asistieron como espectadores “privilegiados” gracias a los adelantos técnicos de las telecomunicaciones.

Para despejar la primera de las confusiones creadas, cabría recordar lo que un oficial prusiano nacido en el año 1780 —Carl von Clausewitz— escribió en una obra inconclusa, tan citada como poco leída, publicada en el año 1831, *Sobre la guerra*, y que es en opinión del decano de los estrategas norteamericanos Bernard Brodie, “no sólo el más importante, sino el único libro importante escrito acerca de la guerra”: la guerra es un conflicto de caracteres, un conflicto de fortaleza moral más que de fuerza física. Indudablemente, que para doblegar la moral del adversario uno debería conseguir la destrucción de sus Ejércitos. Pero ésta no es más que un medio para alcanzar el que es el fin último de todo conflicto armado: vencer la resistencia moral del enemigo para seguir combatiendo. La victoria se consigue acabando con la determinación del contrario para luchar, más que destruyendo sus tropas.

Una vez que dejó esto claro, Clausewitz se adentró en la descripción de la tríada fundamental que, en su opinión, define todo enfrentamiento armado: los objetivos políticos —responsabilidad de los gobiernos, que son los que establecen ese horizonte sin el cual las guerras serían inútiles y contraproducentes—, las operaciones militares, responsabilidad de los comandantes militares, quienes son los que a través del combate han de cumplir los objetivos políticos marcados —y el apoyo popular— responsabilidad de los pueblos, quienes movilizándose son los que generan el apoyo necesario para cumplir con éxito esas operaciones militares al servicio de aquellos objetivos políticos.

El éxito de la puesta en marcha el pasado día 15 de enero de la “Operación Tormenta del Desierto” por parte de la Coalición internacional, liderada por Estados Unidos, que intentaba hacer valer las Resoluciones del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas —desde 660 a la 678—, puso en evidencia las capacidades y las posibilidades de cada uno de los bandos contendientes.

Por una parte, la superioridad técnica y operativa de las fuerzas militares agrupadas en la Coalición internacional, se manifestó en la imposición de la superioridad aérea y naval sobre el teatro de operaciones y en la subsiguiente letalidad demostrada para desarrollar la campaña terrestre. Por otra parte, Saddam Hussein, consciente de todo lo anterior, preparó un conflicto en el que trató —sin éxito— de superar su inferioridad táctica y estratégica mediante la utilización de recursos de finalidad exclusivamente política o psicológica. Así, Irak intentó arrastrar a Israel a la guerra para poder presentar ésta al mundo y, sobre todo, a los países árabes a través del prisma maniqueo del secular conflicto de árabes frente a israelíes; oscureciendo, de esta forma, la invasión y ocupación de un país árabe por otro país árabe. Y, también, Irak intentó amedrentar a la opinión pública del mundo mediante una campaña de desinformación perfectamente organizada y planificada que le ayudara a doblegar la voluntad de la Coalición internacional —por cierto, Saddam y sus comandantes han demostrado que son cualquier cosa, menos locos o ignorantes— siguiendo a la perfección las recomendaciones de Clausewitz.

Y esta consideración nos debe ayudar a despejar el espejismo de la “guerra-en-directo”: la guerra del Golfo no ha sido una guerra en directo. Lo único “en directo” de esta guerra ha sido la guerra de comunicación desatada por Irak y que ha sido, a su vez, contrastada por la Coalición internacional. La diferencia fundamental entre una estrategia

de comunicación y otra es que los iraquíes fabricaron de forma deliberada desinformación —es decir, difundieron conscientemente a través de la maquinaria gubernamental información falsa con objetivos políticos—, mientras que la alianza multinacional controló su información bien por razones de seguridad o bien para evitar impactos negativos —ya sea por euforia o inquietud exageradas— sobre la determinación moral de sus pueblos.

No más Vietnams

Los Estados Unidos no perdieron la guerra de Vietnam en las páginas de *The Washington Post* o de *The New York Times*; sin embargo, en aquellos años sí se produjo una crisis fundamental en la confianza que el pueblo americano mostraba hacia la credibilidad de su propio Gobierno. Esta crisis fue provocada por la pésima gestión de la política de comunicación mostrada por los sucesivos Gobiernos norteamericanos —sobre todo, los de los presidentes Johnson y Kennedy— y fue alimentada por el papel que desempeñaron los medios de comunicación.

Los Gobiernos estadounidenses durante los años sesenta cometieron el error de incumplir uno de los principios fundamentales de la política, cual es el de no crear nunca expectativas precisas que luego no puedan ser completamente satisfechas posteriormente por la acción de Gobierno. De hecho, cuando la población tiene la percepción de que determinadas promesas específicas no han sido cumplidas suele disminuir su credibilidad hacia la fuente responsable de la creación de dichas ilusiones. Esto fue lo que sucedió durante la guerra de Vietnam en la sociedad norteamericana: tantas profecías sobre la pronta y satisfactoria resolución del conflicto se habían transmitido desde los Gobiernos hacia la opinión pública que, al final, acabó extendiéndose la sensación de que todo lo relacionado con aquella guerra era un fraude absoluto.

Los Gobiernos americanos podrían haber librado una guerra a distancia sin que nadie se hubiera enterado, si hubiera sido posible controlar suficientemente a los medios de comunicación y aislar simultáneamente a la ciudadanía de lo que allí estaba ocurriendo. Sin embargo, esto no sucedió en Vietnam. Si bien tanto durante la Segunda Guerra Mundial como durante la guerra de Corea existió una censura moderada sobre la prensa, durante la guerra de Vietnam los periodistas disfrutaron de completa libertad de movimientos y no sufrieron ningún tipo de censura. De hecho, y en muchas ocasiones, los periodistas actuaron de forma muy eficaz para superar las barreras puestas por el Gobierno a su trabajo.

Por ello, aunque los Gobiernos americanos realizaron esfuerzos para recluir al secreto las operaciones de Estados Unidos en el sudeste asiático y para constreñir la información acerca de ellas, la batalla por Indochina fue —en parte, por la habilidad de los profesionales de los medios de comunicación americanos y, en parte, por la existencia de garantías democráticas básicas en Estados Unidos— un asunto del dominio público.

La conciencia de la sociedad norteamericana fue sacudida con las imágenes del pillaje, las atrocidades y los errores desastrosos que sus tropas cometieron y que fueron inmortalizadas por las cámaras de televisión; y por los millones de palabras escritas en la glorificación, análisis y descripción de los acontecimientos diarios. Aquellas imágenes y aquellos comentarios moldearon la perspectiva nacional americana sobre el conflicto bélico y definieron la experiencia colectiva de una sociedad que, a kilómetros de distancia, se sentía directamente involucrada en la fricción de la batalla. Fue así el que la guerra más im-

popular de la historia de Estados Unidos haya sido también —quizás, por esto mismo— la más visible y la más ampliamente debatida.

Inevitablemente, aquella experiencia marcó significativamente el modo de operar de los estrategas y los responsables operativos norteamericanos. Tanto fue así, que a comienzos de los años ochenta la teoría dominante en el mando de las Fuerzas Armadas estadounidenses sobre la relación entre la conducción de la guerra y la política de comunicación se había modificado radicalmente. La primera prueba de esta evolución conceptual fue puesta de manifiesto en el año 1983 durante la invasión de la isla de Granada en el Caribe: una censura total se impuso sobre los medios de comunicación hasta que la consecución de todos los objetivos militares fueron alcanzados.

Sin embargo, esta ceguera absoluta en la que vivieron los medios americanos durante aquella breve campaña provocó airadas protestas entre los profesionales de la información, que exigieron el respeto a su derecho constitucional, a tener informada a la sociedad norteamericana sobre el desarrollo de esos acontecimientos.

Presionado por aquellas críticas, el Departamento de Defensa ajustó su política de comunicación —aunque sin variar el principio básico incorporado tras la experiencia de Vietnam: es decir, el control de la información— y nació entonces la idea de crear grupos —*pools* o, literalmente en castellano, piscinas— de periodistas e informadores a los que se suministraría selectivamente el acceso a la información, a los protagonistas de la noticia y a los escenarios de batalla. En definitiva, de lo que se trataba era de evitar que los periodistas deambularan libremente por las zonas de combate e, incluso, por las de retaguardia y que pudieran, con ello, inundar los comedores en los que se celebran las entrañables cenas familiares de los norteamericanos con informaciones desgarradoras sobre la violencia, la miseria y la atrocidad que necesariamente acompañan a toda guerra.

En este sentido, merece la pena destacar aquí las palabras del prestigioso historiador británico, Alistair Horne, pronunciadas mientras la guerra del Golfo estaba en pleno desarrollo y que reflejan fielmente el nuevo estado de opinión entre estrategas y pensadores occidentales:

“el arma secreta del Reino Unido durante la guerra de las Malvinas ha podido ser su capacidad para imponer una censura total sobre los frustrados periodistas, a los que se dejó encerrados en la bodega del buque *Canberra*”.

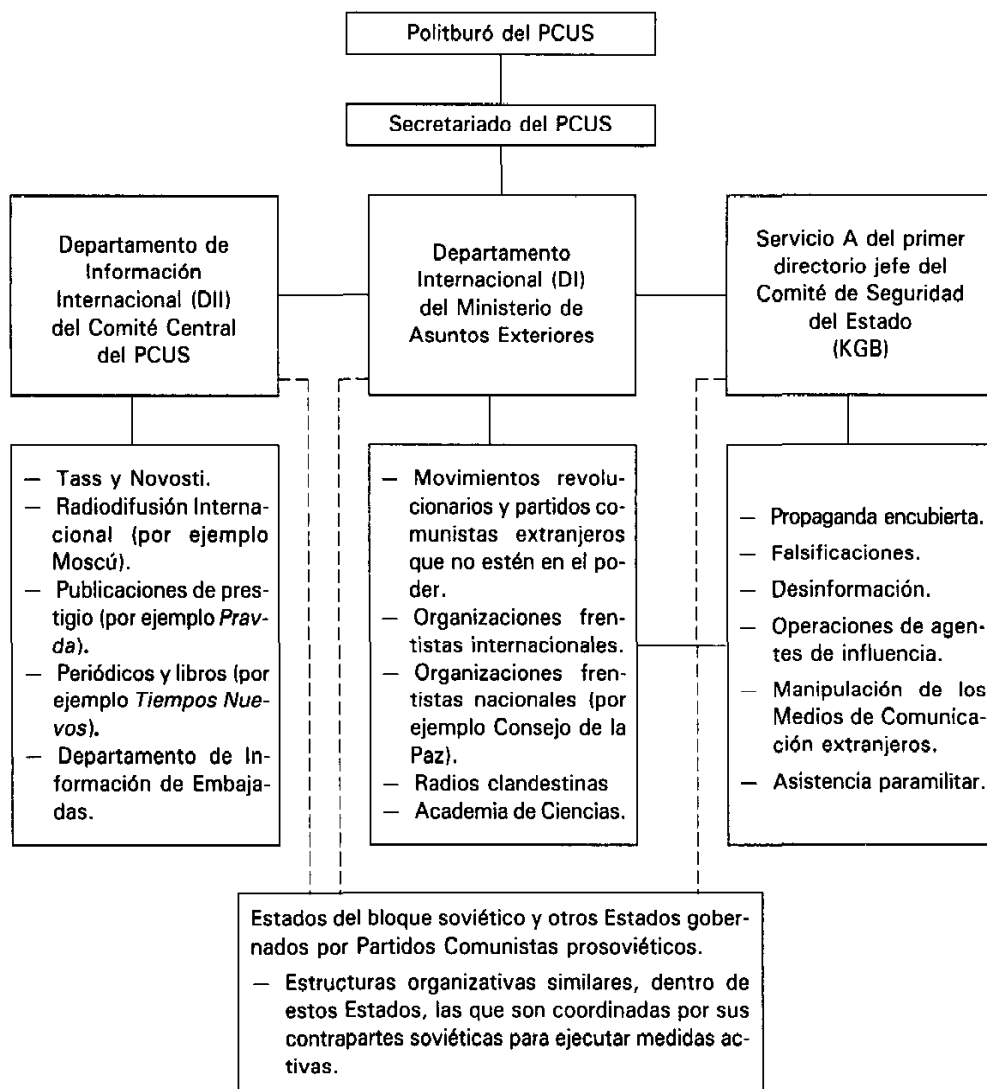
Las medidas activas: el modelo soviético de gestión de la comunicación

En el caso iraquí, la política de comunicación es deudora de aquellos que durante tantos años han jugado el papel de sus protectores y principales aliados: la Unión Soviética. El concepto de medidas activas (*adktivnyye meropriatia*) en ruso, es la adaptación contemporánea que los soviéticos han hecho de un ancestral principio de la estrategia militar formulado por el pensador chino Sun Tzu, en el siglo V a. C., en un libro llamado *El arte de la guerra*: en él, Sun Tzu subraya:

“la importancia de socavar la voluntad del enemigo a través del empleo de agentes que puedan crear divisiones entre el soberano y sus ministros y filtrar información que sea en realidad falsa”.

Así, la puesta en práctica del concepto de las medidas activas por parte de la Unión Soviética supone la utilización de técnicas abiertas y encubiertas destinadas a influir eventos, conductas y actividades en países extranjeros, cuadro 1.

Cuadro 1.—Estructura organizativa soviética para la ejecución de las medidas activas.



Fuente: Schultz, R. H. y Godson, R.: *Desinformación, medidas activas en la estrategia soviética* (Buenos Aires, 1986)

Por una parte, el encauzamiento de las medidas activas de forma abierta implica la utilización de canales extranjeros de propaganda con el patrocinio oficial de quien impulsa estas acciones, la optimización de las relaciones diplomáticas y el impulso de la llamada diplomacia cultural. Por otra parte, la implementación de las medidas activas de modo encubierto se realiza a través de la propaganda camuflada, de la desinformación oral o escrita, del uso de los agentes de influencia —es decir, la activación al servicio de los

objetivos políticos de la campaña de medidas activas de personalidades extranjeras de reconocido prestigio en sus países de origen y en sus actividades profesionales respectivas —, de la utilización de emisoras de radio clandestinas o de la manipulación de organizaciones frentistas o “tapaderas” internacionales que escudan sus objetivos reales detrás de causas de apariencia neutral, inocua e, incluso, de espíritu altruista.

En definitiva, los objetivos últimos de las medidas activas no han cambiado desde los tiempos de Sun Tzu a los de la Unión Soviética: influenciar la política de otros gobiernos, minar la confianza de sus líderes e instituciones, desarticular las relaciones entre otras naciones, desacreditar y debilitar a opositores gubernamentales y, finalmente, confundir los objetivos de las élites gubernamentales y no gubernamentales y de públicos masivos, así como distorsionar la percepción que de la realidad tengan los mismos.

Para todo ello, la dirección del PCUS se ha dotado de una estructura organizativa en trípede para ejecutar el desarrollo de las medidas activas — tal y como muestra el cuadro 1 — que descansa sobre el Departamento Internacional del Ministerio de Asuntos Exteriores — creado en 1957 —, sobre el Departamento de Información Internacional del Comité Central del PCUS — creado en 1978 — y, finalmente, sobre el llamado Servicio A del KGB, donde trabajan entre 80 y 100 personas dedicadas exclusivamente a la fabricación y disseminación por el mundo de “piezas” de desinformación. El elemento catalizador de esta estructura, es decir, el que se encarga de seleccionar temas y diseñar campañas es el Departamento Ideológico del Comité Central del PCUS que, posteriormente, los bombea a través de cada una de las tres estructuras anteriormente descritas.

La censura por acceso: el control aliado de la información

La situación de la que partían los generales Colin Powell y Norman Schwarzkopf antes del desarrollo de las “Operaciones Escudo del Desierto” y “Tormenta del Desierto” era bien distinta a la que tuvo que hacer frente el general William Westmoreland durante los años de la guerra de Vietnam: Powell y Schwarzkopf recibieron del presidente de Estados Unidos, George Bush, todo lo que necesitaban para llevar a buen término sus campañas, incluido el privilegio para ejercer el control de la prensa que estimaran necesario.

La estrategia aliada de comunicación se organizó a partir del concepto de censura por acceso, tuvo una sistemática de transmisión con un altísimo nivel de disciplina interna y se gestionó desde la Casa Blanca como si de una campaña electoral presidencial se tratara.

En su conjunto, toda esa estrategia de comunicación estaba supeditada a la consecución de dos objetivos, contradictorios sólo en apariencia: en primer lugar, mantener la confianza de la población de los países que formaban parte de la Coalición multinacional contra Saddam Hussein y, de forma especial, de la sociedad americana de que la guerra iba a ir y estaba yendo bien; y, en segundo lugar, evitar el que las expectativas de su resolución llegaran a unos niveles que no pudieran ser posteriormente satisfechos.

En otras palabras, la estrategia de comunicación norteamericana durante los meses que duró la guerra del Golfo estuvo encaminada a someter a la opinión pública internacional y a la americana a un tratamiento permanente a base de “ducha fría-ducha caliente-ducha fría” de tal forma que, en ningún momento, las expectativas fueran tan altas que pudiera existir algún riesgo de no ser satisfechas plenamente o que fueran tan bajas que pu-

dieran erosionar el necesario apoyo moral que el esfuerzo militar necesitaba. Como reconoce Frank Greer, un asesor en medios de comunicación del Partido Demócrata:

“se exageró la potencia y eficacia del enemigo. Y de forma maestra, se bombeó información constantemente que mostrara la superioridad americana; mientras que se prevenía a la población contra un exceso de confianza en el resultado final”.

El principio básico de la censura por acceso aplicado durante la guerra del Golfo por los aliados supuso un racionamiento estricto de la información para los medios de comunicación, que recibieron una dieta exigente y parsimoniosa de datos. Los portavoces aliados practicaron el favoritismo selectivo para la ampliación de las noticias entre aquellos periodistas que se consideraban más “receptivos”. Los oficiales de la Oficina de Relaciones Públicas del Mando Central aliado ubicado en Arabia Saudí debían dar el visto bueno previo a todas las peticiones de los informadores; las peticiones estimadas como “desagradables” eran rechazadas con un lacónico: “no existen medios de transporte disponibles”.

El sistema de organización de los periodistas era doble. Aquellos que deseaban cubrir la información desde la primera línea eran integrados en las llamadas “piscinas” —entre unos 140 y 200 periodistas fueron agrupados dentro de las *pools* del Pentágono— y eran siempre acompañados por supervisores militares. Por el contrario, aquellos que estaban encargados de la transmisión de la información remitida desde la primera línea eran agrupados en “unidades avanzadas de transmisión” (*forward transmission units*), en su denominación original en las que oficiales de las Fuerzas Armadas aliadas supervisaban el envío de cada pieza informativa bien fuera escrita o audiovisual. En palabras de Patrick Bishop, un veterano de la guerra de las Malvinas que fue corresponsal de *The Daily Telegraph* durante la guerra del Golfo:

“estaba todo organizado de tal forma que, una vez que la guerra empezó realmente, era virtualmente imposible sacar información de la zona”.

La sistemática empleada por el Departamento de Defensa estadounidense tenía como actividad fundamental para la transmisión de la información las ruedas de prensa o *briefings* que se celebraban en Washington y Riyadh todos los días, a excepción de los domingos, a las tres de la tarde, hora de la costa este americana, las primeras; y a las seis de la tarde, hora local, las segundas: de esa forma, las horas de máxima atención informativa en los principales usos horarios quedaban cubiertas.

Dos eran los personajes encargados de esta misión en Washington: Pete Williams, portavoz oficial del Departamento de Defensa, y el teniente general Thomas W. Kelly, portavoz del Estado Mayor Conjunto y director de Operaciones de la Junta de Jefes de Estado Mayor. Williams y Kelly hicieron un desempeño de sus funciones de tal forma que algunos analistas han creído ver en él una representación deliberada de *roles* adjudicados previamente.

Así, Pete Williams —quien, por cierto, es amigo desde los años de la escuela secundaria del actual secretario de Defensa, Richard Cheney—, parecía ser el “poli bueno”. Por ejemplo, se recuerda de él su respuesta a la pregunta de si la Fuerza Aérea norteamericana habían lanzado misiles de crucero desde aviones: “nosotros —dijo Williams—, simplemente no discutimos esas capacidades. Y no puedo decirles porqué no las discutimos porque entonces estaría discutiéndolas”.

En cambio, Thomas Kelly —de origen irlandés, nacido en Filadelfia, con 34 años de servicio en el Ejército, y que siempre comparecía ante los medios acompañado de un oficial de la Inteligencia de la Armada— parecía contraponer a Williams el rol del “poli malo”. De él no se olvida, tampoco, su respuesta a la pregunta sobre si eliminar los *Scuds* iraquíes con los B-52 no era como matar moscas a martillazos: “mi opinión —respondió Kelly— es que ésa es una forma deliciosa de matar moscas”.

Sin embargo, el estricto control también acabó imponiéndose sobre el mismo sistema de las ruedas de prensa diarias cuando llegó el momento decisivo de la resolución de la guerra. El sábado previo al domingo en el que comenzó la ofensiva terrestre, Richard Cheney anunció que los *briefings* diarios desde Washington y Riyadh se suspendían: “no podemos permitir que las fuerzas iraquíes sepan algo de lo que estamos haciendo”, sentenció Cheney.

La gestión de la estrategia de comunicación aliada tuvo a cargo del nivel más alto de decisión política en la Casa Blanca y el estilo empleado fue el correspondiente a toda una campaña electoral por la Presidencia de Estados Unidos.

Los responsables máximos de la toma de decisiones sobre la política americana —incluida la política de comunicación— fueron los miembros del llamado grupo de los *big eight*: presidente Bush, vicepresidente Quayle, jefe de Gabinete Sunnunu, secretario de Estado Baker, secretario de Defensa Cheney, consejero de Seguridad Nacional Scowcroft, presidente de la Junta de Jefes de Estado Mayor, Powell y segundo consejero de Seguridad Nacional, Gates.

Sólo tres de ellos —Brent Scowcroft, Robert M. Gates y el general Colin L. Powell— no contaban con experiencia previa de campañas políticas.

En cambio, los otros cinco —Bush, Quayle, Sunnunu, Baker y Cheney— habían desempeñado papeles de máxima responsabilidad en campañas presidenciales republicanas durante los últimos quince años. Así, John J. Sunnunu —que participó activamente en la campaña presidencial de Bush en el año 1988— ha dado siempre una gran importancia a la comunicación en su trabajo cotidiano:

“existen”, afirmó en una ocasión, “instintos políticos que uno no utiliza para definir el contenido de las cosas pero que sí se ponen en juego para comunicarse con los aliados y con la opinión pública y para seleccionar el momento de dicha comunicación”.

Por otra parte, tanto George Bush, como Dan Quayle y James A. Baker tienen todos experiencia de campañas políticas. De hecho, todos ellos utilizaron el lenguaje propio de las campañas electorales cuando argumentaban sus respuestas a las propuestas que venían de Bagdad. Finalmente, Richard Cheney ha sido miembro de la Cámara de Representantes y trabajó como jefe de Gabinete del presidente Gerald R. Ford, durante su campaña electoral del año 1976. Por si fuera poco, Marlin Fitzwater, el secretario de prensa de la Casa Blanca, es un veterano de la campaña de reelección de Ronald Reagan.

No es de extrañar, por tanto, que durante todos los meses que duró el conflicto el grupo de los *big eight* respetara disciplinadamente el axioma básico de toda campaña electoral: las acusaciones de los oponentes han de ser respondidas en unas pocas horas o se arriesga el acusado a que los cargos se conviertan en opiniones dominantes y que, de esa forma, sean noticias incontestadas durante la mayor parte del día en todos los medios de comunicación. En casos como en el de la llamada última propuesta de paz del

presidente de la Unión Soviética, Gorbachov, el Gobierno norteamericano respetó dicho axioma y cumplió el mandato de las tres reglas no escritas de toda campaña electoral:

- a) Contestar a todo, deprisa y con agresividad.
- b) No confiar jamás en el adversario.
- c) Evitar que el oponente tome la iniciativa en ningún momento.

La eficacia del sistema fue puesta de manifiesto por el hecho de que el día de comienzo de las operaciones terrestres sólo llegaron a los Estados Unidos, 60 informaciones y todas ellas sin ninguna actualidad sobre lo que realmente estaba ocurriendo en el campo de batalla. Normalmente, las noticias eran transportadas por helicóptero desde el frente a los puntos de distribución en Arabia Saudí. Pues bien, en aquella decisiva ocasión, el portavoz del Pentágono, Pete Williams, afirmó que "había hecho muy mal tiempo y que hubo que cancelar muchos vuelos" y que, por lo tanto, las noticias hubieron de ser transportadas por tierra lo que, aseguró Williams, "lleva más tiempo, claro".

Sin embargo, el sistema de la censura por acceso aliado se resquebrajó finalmente cuando los informadores se sumaron a las fuerzas árabes aliadas que encabezaban el avance en el territorio iraquí, una vez desencadenada la ofensiva terrestre. Aún así, esos periodistas llamados "unilateralistas" —es decir, aquellos que escaparon de las "piscinas" y del control militar aliado como fue el caso, por ejemplo, del equipo de la cadena de televisión americana CBS liderado por Bob Simon y que fue hecho prisionero por los iraquíes— apenas supusieron una amenaza para la política de comunicación aliada porque para entonces la victoria estaba prácticamente asegurada y los militares tenían poco que temer de una posible información de carácter negativo.

Como conclusión, se podría afirmar que la política de comunicación aliada fue un éxito. El general Thomas Kelly declaró al jubilarse poco después de concluida la guerra:

"He recibido cerca de 100 cartas y el 95 % de la gente me ha dicho que sentían que se les había comunicado todo lo que necesitaban saber. Ninguna de las cartas era en apoyo de los medios de comunicación".

La desinformación y propaganda iraquíes

La desinformación y la propaganda iraquíes están gestionadas mediante el calco del espíritu, la estructura y los mecanismos propios de las medidas activas soviéticas, tal y como éstas fueron descritas más arriba. Por ello, es razonable pensar que el Partido *Baath* tenga una estructura similar a la del Comité Central del PCUS encargada de crear propaganda y seleccionar temas para la desinformación y, a su vez, cuente con el Ministerio iraquí de Información para su distribución internacional. Asimismo, no es descabellado dar por cierto que el servicio secreto iraquí —el *Mokhabarat*— cuente con un departamento para la desinformación parecido al del KGB, aunque con menos recursos que el soviético.

De lo que no existe ninguna duda es sobre la importancia que el régimen iraquí y el propio Saddam Hussein han otorgado a estos temas y a la delegación casi absoluta que de ellos se ha hecho en beneficio del *Mokhabarat*. Así se ha puesto de manifiesto por hechos, por ejemplo, como el nombramiento para una Embajada como la de Washington del tercer hombre de la jerarquía de los mencionados servicios de inteligencia iraquíes o por el papel nada diplomático desempeñado por el anterior embajador de Irak en Madrid.

El centro de la gestión de las campañas de desinformación y propaganda iraquíes ha estado ubicado en el Ministerio de Asuntos Exteriores —al mando del cristiano Tarek Aziz—, donde Nizar Hamdoon, viceministro del mismo Departamento en el momento de la invasión de Kuwait y que, desde el año 1983, había sido un diplomático acreditado en Washington, ha actuado como responsable máximo de la maquinaria de comunicación e información de Irak; y en el Ministerio de Información y Cultura, donde Latif Nasaif Jasim ha sido el encargado de controlar estrechamente a aquellos periodistas occidentales a los que se les permitía —dependiendo del desarrollo de la guerra— permanecer en Irak.

Desde el día 2 de agosto del año 1990, la comunicación iraquí ha estado encaminada a la propagación deliberada de falsedades para erosionar la capacidad de resistencia de las opiniones públicas de los países miembros de la Coalición multinacional; agitando, para ello, el “síndrome de Vietnam”: es decir, explotando su miedo ante los numerosísimos muertos que podrían haber sufrido al intentar oponerse a la anexión de Kuwait. Posteriormente, cuando el desarrollo de la guerra era claramente desfavorable para Irak, su política de comunicación se concentró en el amontonamiento de cadáveres propios y en la invitación a la prensa occidental para que transmitiera el “espectáculo”: Saddam, que no había sido capaz de provocar 10.000 muertos americanos en combate, quiso probar si la opinión pública norteamericana soportaba la visión de 10.000 muertos iraquíes civiles.

Algunas de las campañas de desinformación iraquí que se han desarrollado han sido, por ejemplo, aquellas que han pretendido falsear el listado de bajas de la guerra —al quinto día de conflicto, los iraquíes afirmaban que los aviones aliados derribados eran 178, cuando en realidad habían sido abatidos sólo 14— o las que han intentado romper la cohesión de la Coalición internacional y, en particular, la participación de países árabes en ella —el 8 de agosto, los iraquíes afirmaron que soldados israelíes habían sido enviados al teatro de operaciones en Arabia Saudí disfrazados de soldados americanos o que la fuerza multinacional había atacado deliberadamente los lugares santos iraquíes de *Karbala* o *Najaf*.

Pero el recurso habitual de la desinformación iraquí ha sido el de “plantar” información falsa en periódicos extranjeros para provocar un efecto de rebote entre aquellas agencias o medios de comunicación internacionales que quisieran reproducirla: eso sí, cayendo en la trampa de citar fuentes que aparentemente no eran de origen iraquí. Por ejemplo, el día posterior al comienzo de la “Operación Tormenta del Desierto” un periódico paquistaní daba cuenta de una pelea que aparentemente tuvo lugar entre soldados paquistaníes y un americano al intentar éste forzarles a seguir sus órdenes: el resultado de la pelea subsiguiente fue, de acuerdo con la información dada por el periódico, que 5 paquistaníes y 72 americanos habían muerto. Dos días después, la realidad se abrió paso cuando el Ministerio de Asuntos Exteriores de Pakistán expulsó del país al cónsul de prensa iraquí bajo la doble acusación de incitar a protestas populares y de “plantar” falsa propaganda en la prensa y de proveer ayuda financiera para ello.

La lista de casos parecidos es interminable. El día 22 de enero, la agencia oficial de noticias iraní anunció que 100 soldados habían sido asesinados en un enfrentamiento entre soldados americanos y “soldados de los ejércitos de países musulmanes” —por cierto, el servicio de prensa cubano *Prensa Latina* lo reprodujo al día siguiente—; el día 28 de enero, el llamado Consejo de Revolucionarios Islámicos de Bangladesh distribuyó panfletos atribuyendo a soldados ingleses y americanos disparos sobre tropas bangladeshíes por negarse a tomar parte en un ataque contra Irak; el 30 de enero, el periódico paquistaní *Jidat*, citando la agencia “Afghan Press International”, informó de que el

día 26 soldados británicos y estadounidenses habían muerto después de una riña entre borrachos; o el día 31 de enero, Radio Bagdad había informado de que tropas estadounidenses habían matado soldados marroquíes; y así, un largo etcétera.

Pero, sin duda, los tres casos en los que la desinformación iraquí y, simultáneamente, la ingenuidad de algunos medios de información occidentales llegaron a su máximo nivel de expresión fueron, en primer lugar, la publicación de las supuestas notas de la conversación que el secretario general de las Naciones Unidas, Pérez de Cuéllar, mantuvo con el presidente de Irak, Saddam Hussein, el día 13 de enero de 1991 —en vísperas de la ofensiva aliada—; en segundo, la utilización del mismo sistema para dar cuenta de las conversaciones entre Hussein y la entonces embajadora de los Estados Unidos en Bagdad, April C. Glaspie, el día 25 de julio de 1990 —una semana antes de la invasión de Kuwait—; y, tercero, la transmisión televisiva —sin censura militar iraquí— de las imágenes que supuestamente se referían a las bajas civiles causadas por un bombardeo aliado sobre un pretendido refugio para la población civil.

En lo que se refiere al caso de la entrevista entre Pérez de Cuéllar y Hussein, sólo valdría la pena constatar el hecho de la relevancia exagerada y la veracidad indiscutida que algunos medios de información españoles —entre ellos, un periódico que pasa por ser de los más prestigiosos del país— dieron a unas afirmaciones no probadas, recogidas y filtradas por fuentes iraquíes y publicitadas en primer lugar —de nuevo, el sistema iraquí de “plantar” desinformación en medios de comunicación de otros países para que luego sean recogidas por los grandes medios occidentales— en un periódico jordano.

En cuanto a la atribución que se ha hecho a la ex embajadora de Estados Unidos en Bagdad como responsable de haber inducido, por malicia o por estulticia, a Saddam Hussein para invadir Kuwait en la confianza de que esto no provocaría reacciones posteriores norteamericanas, de nuevo, habría que señalar que gran parte de la prensa occidental ha tomado como buena la versión publicitada por los iraquíes —rompiendo, por otra parte, todas las reglas de la cortesía diplomática entre países civilizados— de las notas que se tomaron en aquella reunión entre Hussein y Glaspie. Pocos se han tomado la molestia, en cambio, de informar a la opinión pública de que la frase clave de aquella entrevista que se atribuye a April Glaspie: «No tenemos (Estados Unidos) opinión sobre conflictos entre países árabes, como su disputa fronteriza con Kuwait», fue mutilada para su filtración de la introducción que la acompañaba en la que, sin ningún género de dudas, se avisaba a Hussein de que no sería inteligente por su parte resolver sus diferencias con Kuwait, u otros países, por medio de la violencia.

Por último, todas las dudas racionales siguen en pie sobre si las imágenes que la televisión iraquí transmitió al mundo sobre aquellos cadáveres de civiles a las puertas de un edificio de Bagdad correspondían realmente a las víctimas causadas en el bombardeo de dicho edificio y, aún más, sobre si aquél era como pretendían los iraquíes un refugio civil o por el contrario, era un centro de control y mando militar del Ejército de Irak. Quizás convenga recordar aquí que la entrevista de Peter Arnett —corresponsal de la cadena de televisión CNN y único periodista occidental al que se permitió su permanencia en Irak durante todo el conflicto— a Saddam Hussein no tuvo lugar en su *bunker* particular, sino en un lugar más seguro: un chalet en las afueras de Bagdad. O también sea oportuno recordar cómo el periodista británico de *The Times*, Richard Beeston, se encontró al ir a entrevistar a un comandante iraquí con la sorpresa de que éste le recibiera en su puesto de mando: un colegio de educación secundaria. En cualquier caso, y desde el punto

de vista de la comunicación, aquella fue “una maniobra de propaganda brillante”, en palabras de Kathleen Hall Jamieson —directora de la Escuela de Comunicación Annenberg de la Universidad de Pensilvania—: “ya que es imposible encontrar a nadie que no se oponga al sufrimiento de mujeres y niños indefensos”.

A todos estos recursos de desinformación habría de sumarse el hecho de que Irak contaba con canales de radio que, transmitiendo desde territorio iraquí, pretendían llegar a sus oyentes simulando como emisoras que funcionaban realmente en los países de escucha. Así, “La voz de los saudíes libres” o “La voz de la Meca sagrada” en Arabia Saudí, o “La voz de las masas árabes” en Europa u otras que operaban dirigidas hacia el Líbano o Irán eran sintonizadas como si su origen estuviera localizado en dichas áreas geográficas, cuando la realidad es que eran radios “clandestinas” que bombeaban información desde el propio territorio de Irak.

Por si fuera poco, los censores iraquíes ejercían un control férreo sobre los periodistas occidentales a los que se les permitió permanecer en Irak. Los informadores eran siempre escoltados por oficiales del Ejército de Hussein y las visitas eran, habitualmente, dirigidas hacia lugares que hubieran sido dañados por las bombas aliadas. Por supuesto, todos los reportajes eran siempre revisados antes de su envío. Nada ejemplifica mejor las condiciones habituales de trabajo de los profesionales de la información occidentales bajo el estrecho marcaje del Ministerio de Información y Cultura —mientras se les permitió permanecer en Irak— que, por ejemplo, el artículo del jefe de la oficina de Toronto del *The New York Times*, John F. Burnes, titulado *Days and Nights in Baghdad* referido a los meses de septiembre y octubre del año 1990. O, también, la contundencia con la que se expresara Bill Blakemore, corresponsal de la cadena americana de televisión ABC, al declarar: “permanecíamos en el hotel hasta que recibíamos permiso de ir a alguna parte por lo que nuestros movimientos estaban naturalmente bajo control”.

En definitiva, la resolución de la guerra del Golfo dependió —tal y como sugería Clausewitz— de la capacidad militar de las Fuerzas Armadas de los países miembros de la Coalición internacional al servicio de los objetivos políticos marcados por el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas. Sin embargo, este esfuerzo hubiera sido valdío si la determinación moral de los pueblos y las opiniones públicas de esos países se hubiera doblegado frente a los recursos políticos, psicológicos y comunicativos puestos en marcha por Saddam Hussein.