

35/2013

5 junio de 2013

Federico Aznar Fernández-Montesinos

CONFLICTO Y OPINIÓN PÚBLICA

[Visitar la WEB](#)

[Recibir BOLETÍN ELECTRÓNICO](#)

CONFLICTO Y OPINIÓN PÚBLICA

Resumen:

Los medios tienen un papel clave en los conflictos del siglo XXI, no son la opinión pública ni pueden confundirse con ella pero están conexonados. Entre las Fuerzas Armadas, los líderes políticos y el pueblo (representado por su opinión pública) debe existir una sincronía nunca suficientemente alcanzada y que los conflictos no dejan de tensionar.

Abstract:

Media has a key role in Twenty First Century conflicts, they are not public opinion and they must not be confused with it, but there are interconnections. Among the military, political leaders and people (represented by public opinion) should be some kind of synchronization never reached enough that conflicts are always stressing.

Palabras clave:

Opinión pública, medios, narrativa, conflicto.

Keywords:

Public opinion, media, narrative, conflict.

1. SOCIEDAD Y OPINIÓN PÚBLICA.

Uno de los desarrollos conceptuales más importantes de Clausewitz es lo que se conoce como la Trinidad. Para el pensador germano, la naturaleza de la guerra, en su acepción total, reside sobre una trilogía formada por el pueblo, que es su parte pasional, la libre actividad de las FAS, que son su parte volitiva, y el campo racional que queda reservado para los gobiernos.

Merece resaltarse que, si la comunidad internacional puede legalizar una intervención armada, a través del Consejo de Seguridad, un órgano político y no judicial; es la opinión pública a fin de cuentas la que la dota de legitimidad que es precisamente la raíz de la legalidad. La posición de muchos países del continente durante la Segunda Guerra de Irak o el conflicto de Vietnam son un buen ejemplo a escala global.

La guerra es, a fin de cuentas, una forma de comunicación, un diálogo hecho a través de la violencia, en el que la otra parte, el destinatario del sangriento mensaje es, en última instancia, el ciudadano común.

Hubo un tiempo en que los términos ciudadano y soldado eran mutuamente intercambiables, tradición que la Revolución Francesa reintrodujo nuevamente asegurando la transferencia de valores tanto como de las responsabilidades entre uno y otro colectivo. Ese modelo ha estado vigente hasta fechas recientes. Así la Ley Carnot prescribía: *“Los jóvenes pelearán; los hombres casados forjarán las armas y transportarán abastos; las mujeres harán tiendas y vestidos y servirán en los hospitales; los niños convertirán telas viejas en hilos; los ancianos se harán transportar a la plaza pública y encenderán el valor de los combatientes, predicarán el odio contra los reyes y la unidad de la república”*¹

Hoy, las relaciones entre Fuerzas Armadas y sociedad son un foco de inquietud para el primer término de la ecuación, lo que se manifiesta en un permanente deseo de estas por darse a conocer y ser valoradas; mientras el segundo término, sí atendemos a las encuestas de opinión, se muestra aparentemente desinteresado por los asuntos de la Defensa pese a su carácter sustancial y, aunque parezca contradictorio, a valorar positivamente a la Institución; un pensamiento en arabesco.

Esta inquietud, por lo demás, resulta ajena a otros colectivos sociales, lo que no deja de llamar la atención; pero no es una cuestión baladí ni esquizoide. Y es un fenómeno común en España pero también en otras partes del mundo y que viene a demostrar que el encaje entre sociedad y Fuerzas Armadas no se encuentra aún conseguido.

¹ <http://remilitari.com/cronolog/napoleon/toulon.htm>

El encaje por lo demás es extraordinariamente sensible. La sociedad debe sentir que las Fuerzas Armadas ejecutan su voluntad manifestada a través de sus líderes políticos. De lo contrario se produce un desencanche y el debilitamiento de su actuación; el problema es que, en no pocas ocasiones, en las premisas al abordar los temas militares se hayan escritas ya las conclusiones.

Esto no es culpa de la sociedad, sino también de sus Ejércitos en la medida en que no han sabido dotarse de una cultura que las haga proactivos y no meramente reactivos en tal sentido; tal vez por su especial idiosincrasia que hace que las actuaciones positivas no se vean plenamente recompensadas, mientras las negativas sí sean ineludiblemente penalizadas.

Mientras, la simplificación y la falta de reflexión sobre el fondo de la cuestión obvia, implícita o explícitamente, y hasta burda e interesadamente, que las Fuerzas Armadas no hacen lo que quieren sino lo que se les manda, lo que obviamente hace a los ciudadanos (democracia representativa) responsables de sus actuaciones.

Algunos autores, de hecho, apuntan a que la existencia de Ejércitos profesionales disminuyen el sentimiento de responsabilidad del pueblo al que sirven, que de esta manera puede distanciarse de los actos de aquellos y hasta criticarlos, sin sentirse ni preocupado ni representado. Bada, por ejemplo, sostiene que:

*“es más fácil tener el valor de un soldado, que está dispuesto a morir en defensa de una causa justa, aunque tenga que matar, que el valor de un santo dispuesto a morir por todos sin matar a nadie...es más fácil tener un Ejército de buenos soldados que un pueblo de buenos ciudadanos... incluso hay quien está convencido de que, a no tardar, se podrá contar con un Ejército de robots programados para defendernos sin amor a la patria y para matar sin odio a los enemigos. Lo que, por cierto, no hará más pacíficos a los patriotas y a los ciudadanos, pero si menos responsables y bastante menos solidarios. De hecho ya ha comenzado este proceso de evolución con los Ejércitos profesionales, con los soldados mercenarios y los ataques a distancia con armas cada vez más sofisticadas. Es un proceso en el que los ciudadanos, la sociedad civil, se aleja de la muralla, se retira de la defensa y recupera la guerra como espectáculo de pantalla. Si no fuera por el terrorismo que nos busca el cuerpo y trae el conflicto a pie de calle, en las democracias occidentales hay quienes piensan que podríamos vivir en paz”.*²

² Bada Panillo, José. “Más allá de una cultura del miedo y del odio, de la guerra preventiva y del terrorismo.” Mira Editores, Zaragoza 2000, p. 361.

El parecer del pueblo puede atribuirse a la opinión pública (lo cual es discutible por ser anónima), si bien conviene distinguir opinión pública de opinión publicada.

“La opinión pública difícilmente tomaba parte alguna en las guerras del XVIII; los soldados profesionales, reclutados en las clases más bajas de la sociedad no sentían necesidad de saber porque luchaban. En el siglo XX, el soldado y el ciudadano han llegado a ser intercambiables, y, el público en general sintiéndose pacíficamente dispuesto, exige cuentas a sus dirigentes.”³

Pero la relación entre opinión pública, decisores y medios es bidireccional, pues no se trata sólo de dar noticias, sino también de venderlas; los Medios pueden expresar una opinión diferente de la del pueblo (dentro de todo el espectro de noticias), pero no completamente diferente, pues sino no satisfacerían los intereses comerciales. Como sostiene el general John Galvin

“responden al pulso del público, a su orientación, por ejemplo Vietnam. No fueron tanto los medios los que cambiaron la opinión pública, como el público el que cambió los medios. Pienso que los medios reflejan muy bien los pensamientos del público, la presión del público, sus cambios... creo que el mensaje viene del público”.⁴

Es decir, los ciudadanos consumen lo que los ciudadanos demandan y no otra cosa, lo cual conduce a la polarización de los temas. El caso de los escándalos por corrupción puede ser un ejemplo de lo más actual. No es que no existieran antes, sino que la situación económica los hace ahora más sangrantes y morbosos; la situación se prolongará hasta quemar el tema por aburrimiento del lector.

2. MEDIOS Y VERDAD

Los medios socializan a través de gestos, de climas afectivos, de tonalidades de voz, y promueve creencias, emociones y adhesiones totales,⁵ en un mundo en que los Ejércitos democráticos no pueden ganar guerras sin apoyo popular, sin un consenso real. Y este se construye - y sólo puede ser así dado el tamaño de las sociedades - a través de los Medios.

Por ello, están llamados a ser uno de los aspectos más significativos de los conflictos al influir en la conciencia emocional de millones de personas. Y de hecho pueden hasta otorgar la victoria a una de las partes porque la victoria es también muchas veces – sobre todo en las guerras limitadas que parecen haber retornado en el siglo XXI - una cuestión de percepción.

³ Aron, Raymond. Un siglo de guerra total. Editorial Hispano Europea, Paris 1958, p. 7.

⁴ Michavila, Narciso. *“Opinión pública y conflictos armados”* en Revista Utopía y Sociedad núm. 19/2002, p. 163.

⁵ Tedesco, Juan Carlos. El nuevo pacto educativo. Editorial Anaya, Madrid 1995, p.83.

Así Laqueur⁶ cifra el éxito frente al terrorismo en una cuestión de imagen que haga que se les ignore, en no dar publicidad a sus actuaciones y desposeerles del arquetipo de luchadores por la libertad. Y es que, la actividad terrorista está hecha a la medida de los medios de comunicación y genera situaciones paradójicas; de hecho el terrorismo crece paralelo a los medios; cuando estos se hicieron globales el terrorismo se hizo asimismo global.

La imagen de un conflicto, sus motivos, su gestión y su desarrollo es la generada por los medios y que resulta más trascendente que la propia realidad. Un buen ejemplo, puede ser el relevante papel de la televisión serbia o de la radio ruandesa a la hora de instigar a la limpieza étnica.⁷

En palabras de Michael Foucault *“estamos sometidos a la producción de la verdad desde el poder y no podemos ejercitar el poder más que a través de la producción de la verdad,”*⁸ o como Aron señala

*“los odios abstractos que asolan nuestro siglo son la obra de las masas urbanas, no de los soldados en el frente. Lo que Ely Havely llamó el “entusiasmo organizado” forma un capítulo en la historia de la movilización”.*⁹

Verdad y Poder se encuentran íntimamente asociadas. De hecho, es importante quien dice las palabras, pero todavía lo es más aun quien es capaz de fijar su significado (a nivel nacional o internacional), pues es este quien realmente detenta el poder. El célebre diálogo de Humpty Dumpty lo escenifica magistralmente:

“Cuando yo uso una palabra --insistió Humpty Dumpty con un tono de voz más bien desdeñoso-- quiere decir lo que yo quiero que diga..., ni más ni menos.

-La cuestión -insistió Alicia- es si se puede hacer que las palabras signifiquen tantas cosas diferentes.

*--La cuestión --zanjó Humpty Dumpty-- es saber quién es el que manda..., eso es todo.”*¹⁰

⁶ Laqueur, Walter. Terrorismo. Editorial Espasa-Calpe, Madrid 1980, p. 305.

⁷ Sáez Ortega, Pedro. Guerra y paz en el comienzo del siglo XXI. Fundación del hogar del empleado, Madrid 2002, p. 67.

⁸ Foucault, Michael. *“Curso del 14 de enero de 1976”* en VV.AA. Microfísica del poder, La Piqueta, Madrid, 1979 p. 140.

⁹ Aron, Raymond. Un siglo de guerra total. Opus citada, p. 23.

¹⁰ Carrol, Lewis. *“A través del espejo”* Capítulo VI.

3. LA TRANSMISIÓN DE LA INFORMACIÓN

A lo largo de la historia, y singularmente desde que se inventó la imprenta, los medios escritos de transmisión de ideas han influido sobre las elites de las naciones; pero fue a partir del siglo XIX, con la Revolución Industrial y el aumento de la tasa de escolarización, cuando se generalizaron los medios escritos (prensa y libros), tanto como forma de negocio (con unos intereses específicos) y también como mecanismo de transmisión de noticias y de ideas. De hecho, se han convertido en objeto de interés de empresarios para poder influir a nivel político.

Aunque las intervenciones coloniales británicas del XIX se vieron apoyadas desde los medios de comunicación social, fue en la guerra hispano-norteamericana cuando tuvieron un carácter capital para movilizar a la opinión pública, convirtiéndose en un factor polemológico de primer orden al contribuir a la legitimación del conflicto. La frase de Hearst a su dibujante Remigton *“por favor, permanezca allí. Usted suministre los dibujos que yo pondré la guerra”*¹¹ marca un hito en este sentido.

Ángel Ballesteros recuerda que los usos diplomáticos evolucionaron desde una diplomacia secreta resultado del *“limitado entendimiento de los súbditos,”* cuyo último gran paradigma será Metternich, hasta una opinión pública elevada actualmente a la categoría de dogma, en combinación con unas políticas públicas por debajo de las cuales corren, y no siempre en la misma dirección, las políticas ordinarias;¹² con ello se vuelve a corroborar el dictum del austríaco, *“la única verdad es la realidad y la única realidad son las apariencias”*.

Esta entrada de la opinión pública en los conflictos ha tenido una notable incidencia política y doctrinal. Y es que *“la cámara (fotográfica o cinematográfica) tiene un campo de visión todavía más limitado que el hombre que la maneja y la cámara siempre utiliza lo particular para expresar lo general;”*¹³ la cámara se convierte en un elemento detector de la realidad, pero también en un selector de la misma.

Con la cámara, desde una posición de partida, se escoge la porción de la realidad que se quiere transmitir y se desecha el resto, lo cual es artificial pues la imagen es un fragmento del todo, el contexto, sin el cual no puede comprenderse: la cámara pasa a ser por su capacidad de creación de la realidad un instrumento de la política. Así la imagen se torna en discurso y guerras como la de Vietnam se transforman en una sucesión de imágenes de una plástica exuberante a la vez que irrefutable, pero no del todo veraz.

¹¹ Compayns Monclús, Julián. *España en 1898: entre la diplomacia y la guerra*. Biblioteca Diplomática española, Madrid 1991, p. 188.

¹² Ballesteros, Ángel. *Diplomacia y Relaciones Internacionales*. Ministerio de Asuntos Exteriores 1995, p. 180.

¹³ Nixon, Richard M. *La verdadera guerra*. Editorial Planeta, Barcelona 1980, p. 121.

Las primeras fotografías de guerra se tomaron en la década de 1850 durante la guerra de Crimea.¹⁴ La idea primigenia se basaba en que, si el pueblo sostenía un conflicto con recursos humanos y materiales, no debía de mantener una opinión muy diferente de la propia de los Estados Mayores. Los medios de comunicación serían utilizados para sostener precisamente la opinión de una de las partes. La guerra será presentada como una sucesión de victorias. Por eso, no pocos alemanes en la víspera de la capitulación de la Primera Guerra Mundial estaban convencidos de estar a las puertas de París.

En esta línea, y coincidiendo con Clausewitz, Lord Palmerston afirmaba *“las opiniones son más poderosas que los Ejércitos”*. Por eso, tanto Cavour como Bülow eran expertos en crear incidentes al objeto de conseguir la *“exaltación nacional,”*¹⁵ con lo que la opinión pública pasa a formar parte del frente bélico.

En la Primera Guerra Mundial se identificó el frente de la moral como un espacio necesario de lucha toda vez que la población había sido incluida en los objetivos de guerra. Es la guerra total, en la que el número de ciudadanos coincide con el de soldados.

De hecho, el presidente Wilson¹⁶ consiguió mediante la propaganda activar el país para hacerlo participar en la guerra. Hitler atribuyó la victoria aliada en esa guerra a su superioridad en el frente propagandístico. La palabra propaganda no era inicialmente peyorativa; uno de los Ministerios de Hitler era el Ministerio de la Propaganda dirigido por el doctor Joseph Goebbels que siempre hacía notar su superioridad en este campo, al referirse a los aliados, al apostillar que *“ellos siempre tendrán Hollywood”*

Como sostenía Clausewitz *“lo material es el asta, pero lo moral es la cuidadosamente afilada hoja de la lanza”*. Y la moral se asienta sobre la confianza, la legitimidad y la justicia de la causa propia, elementos que resulta imprescindible proteger en el ámbito propio y alcanzar en el rival. Es imprescindible proteger a la propia sociedad, evitar el colapso de la esperanza.

Los primeros casos siempre resultan paradójicos. Así, el propio Hitler¹⁷ en relación con la propaganda durante la Primera Guerra Mundial reseña cómo los alemanes cometieron el error de ridiculizar a sus enemigos, ya que al enfrentarse a ellos se encontraban con un enemigo mucho más fuerte y se sentían engañados; mientras los aliados presentaban a los

¹⁴ Ramonet, Ignacio en *“Los Conflictos Armados.”* VV.AA. Seminario de Investigación Para la paz. Diputación General De Aragón, 1997., p. 197.

¹⁵ Ibidem, p. 181.

¹⁶ Chomsky, Noam. El nuevo orden mundial (y el viejo). Grijalbo Mondadori Barcelona 1996, p. 112.

¹⁷ Hitler, Adolf. Mi lucha., Ediciones Bausp, Badalona 1974, pp. 106 y ss.

alemanes como bárbaros y no defraudaban a sus soldados, sino que los prevenían de los rigores de la guerra. Es la lógica de transformación tan propia de la guerra.

Un caso particular fue el abuso de la propaganda por parte de los japoneses a partir de las batallas de las Marianas (junio de 1944); la distorsión fue tal que se generó una atmósfera de irrealidad con importantes consecuencias logísticas y estrategias, ya que afectó a la evaluación de la situación por parte de los mandos subordinados que desconocían por completo su estado real.¹⁸

Pero la auténtica eclosión de los medios de comunicación en la guerra se encuentra en Vietnam. Hay un antes y un después de esa guerra. A partir de entonces, los conflictos incorporarán ya abiertamente una estrategia mediática a la estrategia militar¹⁹ que sirva, en primer término, para la construcción del relato acorde con la visión de cada parte: lo que se dice, lo que no se dice, lo que se hace y lo que no se hace, con todos sus matices.

4. LA CONSTRUCCIÓN DE LAS NARRATIVAS

Simultáneamente se desarrolla un plano ofensivo siguiendo los dictados de la propaganda política mediante fórmulas de creación tanto de héroes propios como de diablos enemigos; esta plástica reduccionista se ha demostrado históricamente muy eficaz, y se consigue concentrando todos los argumentos en personas o recurriendo a los mitos de la guerra, lo que prueba que el papel de los líderes en el surgimiento de los conflictos pueda ser menor del que se les atribuye.²⁰

Narciso Michavila al respecto relata como el mito de Hitler sirvió para dar una nueva identidad a Alemania al transferirle a aquel líder la responsabilidad completa de la SGM y de sus atrocidades, lo cual a su vez, permitió la reconstrucción del pasado del pueblo alemán y sirvió para liberarle en parte de la culpa.²¹

Los medios de comunicación tienen una notable capacidad para determinar la agenda de los asuntos públicos, fijar la forma de abordarlos y establecer los criterios de valoración por la clase dirigente.²² Su juicio es el propio de un tribunal auténticamente público en el que el acusado no tiene prácticamente posibilidad de defensa alguna. Inciden directamente en las

¹⁸ James, D Clayton *“Las Estrategias Americana y japonesa en la guerra del Pacífico.”* en Paret, Peter (coord). Creadores de la Estrategia Moderna. Ministerio de Defensa, Madrid 1992, p. 740.

¹⁹ Ramonet, Ignacio en *“Los Conflictos Armados.”* Opus citada, p. 206.

²⁰ Michavila Núñez, Narciso. *“Opinión pública y conflictos armados”* en Opus citada, p. 161.

²¹ Ibidem, p. 162.

²² Ibidem, p. 157.

élites decidiendo que es importante y que no, y marcando la prelación de asuntos en la agenda.

La progresiva descentralización de los canales de comunicación y la masificación que se produjo por su transmisión a través de las ondas, también afecta a los conflictos armados, sobre los que se elaboran distintos discursos que concurren en un mismo segmento de la población local.

El mundo se ha vuelto complicado, el incremento de la información disponible es tal que el periodista tiene que ser alguien que cribe y no sólo transmita, un organizador no sólo un intérprete, alguien que haga accesible los hechos.²³ Lo primordial no es la información propiamente dicha, sino los criterios para su selección.

La foto que se proporciona al telespectador no es completa, esta empaquetada para hacerla inteligible al público general. Todo ello da un amplio juego al que se añaden la combinación de lo cierto y lo manifiestamente falso y todas las aproximaciones que caben, por tangenciales que resulten, a la realidad. Además y como se ha visto, junto a intereses informativos, en un universo trasnacional existen intereses empresariales e intereses nacionales, lo que hace que existan intereses cruzados que pueden afectar al enfoque a nivel nacional e internacional y entre ambos.

Súmese la cuestión de la capacidad y calidad de esos medios. Entre la censura (lo que no se quiere dejar ver o explicar) y la propaganda (lo que se quiere hacer pensar o sentir) hay un espectro de posibilidades.²⁴ Así, en la guerra de las Malvinas, habida cuenta de que la censura por amputación era insuficiente, se impuso el control de la información mediante un proceso de selección (el pool), el control del acceso a la información (trato exclusivo con Oficiales británicos) y los canales de transmisión (Ejército británico).²⁵

Ejemplo de la influencia de los medios en la conducción de los conflictos es la doctrina militar de EE.UU que, durante la década de los noventa y comienzos del nuevo siglo, evolucionó hacia el establecimiento de criterios claros y restrictivos sobre el papel que sus fuerzas militares deben desempeñar en un conflicto (criterios Weinberger) y en la manera de hacerlo (doctrina Powell sobre *“la fuerza decisiva desde el primer momento”*) señalando unos medios tendentes a garantizar el *“efecto cero”*, la guerra sin bajas propias, al tiempo

²³ Citado por García Ferreras, Antonio en VV.AA. Terrorismo, víctimas y medios de comunicación. Fundación Víctimas del Terrorismo, 2003., p. 99.

²⁴ Sáez Ortega, Pedro. Guerra y paz en el comienzo del siglo XXI. Fundación del hogar del empleado, Madrid 2002, p. 123.

²⁵ Ramonet, Ignacio. *“Los Conflictos Armados.”* Opus citada.

que se esforzaba en reducir el número de las enemigas. Desde la guerra de Kosovo el principio de “*bajas cero*” se ha incorporado a los conflictos bélicos.²⁶

La proliferación de medios tecnológicos hace que los periodistas puedan emitir en tiempo real sus crónicas desde el mismo lugar de los hechos, algo que hace poco era impensable y que incide en los resultados de las acciones a nivel operativo y hasta estratégico. El flujo de la información es tan rápido y dispone de tales tecnologías que la institución militar no puede controlarlo;²⁷ si, como se ha visto, en la guerra de las Malvinas el material empleado seguía un camino controlable, ahora ya no es así.²⁸

Es el efecto CNN, sus albores se encuentran en la transmisión de imágenes de los sucesos de la plaza de Tian An Men en 1989 y de la caída del Muro de Berlín ese mismo año, desaparece la figura del mediador y la información llega cruda y en tiempo real; desde el punto de vista técnico son consecuencia de la portabilidad de los sistemas y del desarrollo de la tecnología satélite, lo que hace que la televisión sea autónoma para trabajar en tiempo real y desde cualquier lugar del mundo,²⁹ convirtiéndose en una “*factoría de la historia*”. Y no sólo eso, sino que permite hasta comprobar en tiempo real el resultado de las acciones posibilitando hasta el *targetting*.

Las noticias distorsionan la guerra señalando objetivos que escapan a la lógica militar convencional y obedecen a estrategias de prensa, simultáneamente limita y condiciona la forma en que se llevan a cabo las operaciones obligando a establecer márgenes de seguridad y a proteger la información.³⁰

Como ejemplos de estas incidencias, están las imágenes del ahorcamiento de dos sargentos británicos en Palestina a cargo de terroristas judíos, o de la muerte de prisioneros norteamericanos en Somalia cuyo impacto en la opinión pública está detrás de las retiradas de las tropas de aquellos países.³¹

Merece reseñarse que el número total de bajas en Vietnam no llegó con mucho al nivel de las guerras anteriores, cuando no había un desarrollo tan independiente de los medios de comunicación. Los medios actúan como multiplicadores de la información, especialmente de la más truculenta.

²⁶ Ramonet, Ignacio. *Guerras del siglo XXI*. Opus citada, pp. 132-133.

²⁷ Internet es el desarrollo de un concepto militar ideado precisamente para no ser completamente controlado.

²⁸ Wood, Paul “*Las guerras del siglo XXI*” en VV.AA. *Una mirada al mundo del siglo XXI*. Ministerio de Defensa, 2008, p. 64.

²⁹ Ramonet, Ignacio. “*Los Conflictos Armados*” en VV.AA. *Seminario de Investigación para la Paz*. Opus citada, p. 203.

³⁰ Jordán, Javier y Calvo, José Luís. *El nuevo rostro de la guerra*. Ediciones Universidad de Navarra, Barañáin 2005, p 210

³¹ Hoffman, Bruce. *Historia del terrorismo*. Espasa Calpe 1999.

Además, inciden directamente a nivel político influyendo en el proceso de la decisión. Así, según Paul Wood, los medios marcan los tiempos y fijan el calendario político. Hoy el ciclo de la información es de 24 horas, máximo 48, de modo que la noticia puede viajar desde la misma línea de frente a los servicios de emisión y estar disponible en el día, obligando a una respuesta política que como mucho puede dilatarse hasta el día siguiente.³²

Por ello, una mala gestión comunicativa puede provocar la prolongación de una crisis, puesto que las crisis conllevan adicionalmente una crisis de la información; si se falla en el control de esta crisis, se falla en el control de la crisis general. Y lo primero es negar que existe una crisis o descubrir que lo es.

Los servicios informativos desde los que se le hace partícipe, en primer término se exponen, sin solución de continuidad, las noticias nacionales, después las internacionales, el deporte y la meteorología. De esta manera se banaliza la información al equiparar las noticias de una guerra (ajena) con el deporte, con un partido de fútbol³³ y se las convierte en entretenimiento;³⁴ a ello se le puede añadir, por ejemplo, un tipo de manipulación dotada de bastante realismo que juega con el tempo (por ejemplo, la creación de noticias como las supuestas matanzas de Rumania en las Navidades de 1989, o la utilización de noticias y debates con vistas a contrarrestar otras) para crear estados de opinión.³⁵

La banalización de mal (que es como realmente este suele presentarse) hace de amortiguador en nuestras conciencias determinando que disminuya nuestra capacidad de asombro al normalizar lo excepcional.

Las noticias hacen que el espectador se traslade momentáneamente al conflicto de modo seguro, y se le hace partícipe temporal de momentos álgidos, de una realidad mucho más compleja y que no penetra en él psicológicamente.

Además, ver no es comprender. Es esa una ecuación pre racional y muy peligrosa, en la delgada línea roja que separa lo cierto de lo falso. El observador se siente en el otro lado de la pecera y, sin moverse en la viscosidad de las aguas, cree entender el proceder de los peces, simplemente por verlos (único sentido implicado) un corto período de tiempo desde un ángulo y sólo en la parte seleccionada.

³² Wood, Paul *“Las guerras del siglo XXI”* Opus citada, p.64.

³³ Verdú, Vicente. *El planeta americano*. Editorial Anagrama, Barcelona 2006, p. 80.

³⁴ Postman, Neil. *Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del show-bussines*. Ediciones Tempestad, Barcelona 1991, p. 112.

³⁵ Ramonet, Ignacio. *“Los Conflictos Armados”* Opus citada, p. 205.

En estas circunstancias, y sin mayor preparación, emite un juicio condicionado exclusivamente por la fotografía que se le ha presentado. Las implicaciones para la conducción de la guerra son evidentes. ¿Cuánto tiempo el telespectador ha dedicado a la guerra de Kósovo? Probablemente no llegue, de media, siquiera a un minuto el tiempo que ha tomado en tomar posición, lo que sólo puede hacerse a través de la imagen; la imagen es que se le presenta decisiva porque contiene la pregunta y la respuesta constituyéndose en un discurso bidireccional. Parafraseando a Glucksmann, el hombre del siglo XXI, no piensa se informa; aunque tal vez ni siquiera eso.

Como consecuencia puede deducirse que las decisiones se adoptan en base a elementos emocionales generados desde parámetros no racionales y condicionados por la información recibida (a veces presentada sólo en forma de meras imágenes), es decir escogida a fin de cuentas por los decididores y presentada en forma de verdad irrefutable pues las imágenes siempre tienen apariencia de verdad. Y sucede, como apunta Ignatieff, que muchas veces, *“las imágenes televisivas son más eficaces expresando consecuencias que analizando intenciones, más adecuadas para señalar los cadáveres que para explicar.”*³⁶

5. CONCLUSIONES

Los medios tienen un papel clave en los conflictos del siglo XXI, no son la opinión pública ni pueden confundirse con ella pero tienen una evidente conexión. El pueblo es uno de los pilares sobre los que debe construirse la realidad de la vida internacional de un país. Entre las Fuerzas Armadas, los líderes políticos y el pueblo (representado por la opinión pública) debe existir una sincronía nunca suficientemente alcanza y que los conflictos no dejan de tensionar.

Además procesos como la profesionalización de los Ejércitos han permitido que una parte de la sociedad abdique de la responsabilidad que le cumple en la defensa del núcleo social de qué forma parte y que hasta ahora era consustancial al concepto de ciudadanía.

En este entorno, la relación entre los medios, que se presentan como legítimos representantes del pueblo, y las Fuerzas Armadas no dejan de ser conflictivas dado que cada una de las partes tiene sus intereses específicos.

Los medios son constructores de la verdad, una verdad irrefutable hecha en base a imágenes y que resulta de común aceptada por la opinión pública, toda vez que entre uno y otro término de la ecuación existe una relación bidireccional.

³⁶ Ignatieff, Michael. El honor del guerrero. Editorial Taurus, Madrid 1999, p. 29.

Pero esa verdad que se ofrece al pueblo no es tan pura como a simple vista pudiera parecer; se presenta en formatos banalizados y se construye desde el poder; los medios pretenden ser la conciencia del pueblo cuando a la vez son un elemento sustancial en todos los conflictos. Los medios son las factorías de moral de las sociedades. La única manera de asegurar una neutralidad real es promover su pluralidad.

*Federico Aznar Fernández-Montesinos
Analista del IEEE*

BIBLIOGRAFÍA

- Aron, Raymond. Un siglo de guerra total. Editorial Hispano Europea, Paris 1958,
- Bada Panillo, José. “Más *allá de una cultura del miedo y del odio, de la guerra preventiva y del terrorismo.*” Mira Editores, Zaragoza 2000.
- Ballesteros, Ángel. Diplomacia y Relaciones Internacionales. Ministerio de Asuntos Exteriores 1995.
- Carrol, Lewis. “A través del espejo” Capítulo VI.
- Chomsky, Noam. El nuevo orden mundial (y el viejo). Grijalbo Mondadori Barcelona 1996, p. 112.
- James, D Clayton “*Las Estrategias Americana y japonesa en la guerra del Pacífico.*” en Paret, Peter (coord). Creadores de la Estrategia Moderna. Ministerio de Defensa, Madrid 1992.
- Compayns Monclús, Julián. España en 1898: entre la diplomacia y la guerra. Biblioteca Diplomática española, Madrid 1991, p. 188.
- Foucault, Michael. “*Curso del 14 de enero de 1976*” en VV.AA. Microfísica del poder, La Piqueta, Madrid , 1979
- García Ferreras, Antonio en VV.AA. Terrorismo, víctimas y medios de comunicación. Fundación Víctimas del Terrorismo, 2003
- Hoffman, Bruce. Historia del terrorismo. Espasa Calpe 1999.
- Jordán, Javier y Calvo, José Luís. El nuevo rostro de la guerra. Ediciones Universidad de Navarra, Barañáin 2005
- Laqueur, Walter. Terrorismo. Editorial Espasa-Calpe, Madrid 1980.
- Le Borgne, Claude. La guerra ha muerto. Ediciones Ejército, Madrid, 1988.
- Manuel Gabriel, José en VV.AA. Terrorismo, víctimas y medios de comunicación. Opus citada, pp. 31 y ss.

- Michavila, Narciso. *“Opinión pública y conflictos armados”* en Revista Utopía y Sociedad núm. 19/2002.
- Nixon, Richard M. La verdadera guerra. Editorial Planeta, Barcelona 1980.
- Postman, Neil. Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del show-bussines. Ediciones Tempestad, Barcelona 1991
- Ramonet, Ignacio en *“Los Conflictos Armados.”* VV.AA. Seminario de Investigación Para la paz. Diputación General De Aragón, 1997.
- Sáez Ortega, Pedro. Guerra y paz en el comienzo del siglo XXI. Fundación del hogar del empleado, Madrid 2002.
- Tedesco, Juan Carlos. El nuevo pacto educativo. Editorial Anaya, Madrid 1995.
- Verdú, Vicente. El planeta americano. Editorial Anagrama, Barcelona 2006
- Wood, Paul *“Las guerras del siglo XXI”* en VV.AA. Una mirada al mundo del siglo XXI. Ministerio de Defensa, 2008.