# Comunicación 13

# CRÓNICA DE UNA GUERRA ANUNCIADA. ANÁLISIS DEL INFORMATIVO DE LA TARDE DEL 20 DE MARZO DE 2003 DE TELECINCO

Sandra Franco Blanco *Universidad de A Coruña* 

### 1. Introducción

En la madrugada del 20 de marzo Bagdad fue bombardeada. El telediario analizado no es más que la representación del comienzo de la crónica de una guerra anunciada. Todo estaba previsto para poner puntualmente en marcha el gigantesco dispositivo mediático y Telecinco no iba a quedarse rezagada. Corresponsales desplazados, imágenes de agencia, infográficos... todo listo para levantar el telón en cuanto los Estados Unidos diesen la orden. Y lo hicieron sólo con una hora y media de retraso. El espectáculo había comenzado.

La cadena emitió un monográfico con una duración superior al doble de lo normal. El hecho de dedicarle semejante cantidad de tiempo a esta contienda -además de los informativos emitidos durante el resto del día y teniendo en cuenta el valor de cada minuto en el medio dominante- reflejó la importancia que la cadena le otorgó al acontecimiento. ¡Ah, pero si es una guerra!, ¿cómo no van a cubrirla así? Pues de la misma forma que no se cubrió la de Panamá en el 89 o no se cubren las guerras que hubo y hay en África. Pues porque estábamos entretenidos con otras -el "efecto biombo" del que habla Ramonet¹-, o porque no interesan política o económicamente o simplemente, porque no hay imágenes.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> RAMONET, I., La tiranía de la comunicación. Barcelona, Debate, 2002.

Pero en esta sí las hubo. Aunque eso sí, para todos las mismas; o de *Reuters*, o de *Associated Press*, la *Fox*, la CNN..., o incluso de la televisión iraquí, ¿tendrá esto algo que ver con el cambio? Por primera vez en veintiocho años pudimos ver las dos caras de la moneda. El tradicional control mediático que el gobierno estadounidense ejerció en anteriores conflictos -siguiendo, como buenos pupilos, las enseñanzas proporcionadas por *El Imperio* en Las Malvinas y como siempre, llegando a sofisticarlas hasta el punto de lo ocurrido en Panamá-, lo que se ha dado en llamar modelo de manipulación inteligente de los medios, se ha visto trastocado.

La existencia de imágenes del "otro lado" ha modificado las reglas del juego. La primera de ellas, la presentación de un drama maniqueo en el que ellos, por supuesto, son los buenos, se ha visto constantemente desvirtuada por imágenes de civiles iraquíes heridos en los hospitales, como las tomadas por la agencia *Reuters* que aparecieron en el primer bloque del informativo. La segunda, la guerra es peligrosa y los periodistas no deben acercarse al frente, también ha sido modificada. Lo que hasta ahora fue así por el interés del estado mayor de la potencia de turno (así no podrían mostrarse las actuaciones militares que no resultasen convenientes a la propaganda del gobierno en pro de la guerra), ha tomado un nuevo rumbo. Lo que no era más que una ejecución encubierta de censura ha variado, pero no para dejar de serlo, sino para cederle el testigo a un nuevo ejecutor: la propia televisión. Miniver, el Ministerio de la Verdad de la novela de Orwell *1984*, ha quedado obsoleto al lado de tan sofisticado y sutil invento.

Desde el último decenio del siglo veinte este medio se ha ido constituyendo como el eje central -¿o quizás sería más exacto "eje del mal"?, tratándose de estos lares...-, del gran sistema mediático global. Con ello, ha ido imponiendo a los demás medios todas sus perversiones, y la fundamental, o por lo menos la más nociva, es su fascinación por la imagen. Lo que se ha dado en llamar figuratividad o el triunfo de la lógica de lo concreto y singular sobre lo abstracto que también expresa el triunfo de lo visible sobre lo racional.

Es la televisión la que establece la agenda *setting* y lo hace en función de la existencia de imágenes, porque para este medio, si no hay imagen, no hay realidad. La imagen desvía o anula el sonido y es el ojo el que lo lleva hacia el oído. Javier del Rey Morató lo resumía de la siguiente forma: "En una sociedad que ha hecho de la comunicación el paradigma de la realidad, el enunciado fundamental sería éste: *sale en la tele, luego existe*". El impacto

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> DEL REY MARATÓ, J. "¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación Política?, en Zer, 1996.

social de la televisión funciona como la tecnología que la sustenta en estos tiempos modernos, en forma digital, unos y ceros; en modo binario: ser o no ser. Por lo que un acontecimiento sólo existe si el tótem supremo lo decide. Y lo decidió. Hétenos aquí tras una guerra, que bien podría haber sido cualquier otra.

### 2. Análisis

A pesar de tratarse de un programa monográfico, (lo que en teoría debería proporcionar a periodistas y realizadores la posibilidad de elaborar una información mucho más amplia, completa y en profundidad, ya que podría tratarse el tema en todas sus dimensiones: económica, política, social, histórica... contextualizándolo y facilitando así la comprensión de los hechos), en realidad no aportó ni más cantidad ni más calidad de información que la que podríamos encontrar en un informativo normal, incurriendo en todos los vicios habituales del periodismo televisado; el primero de ellos, la obsesión por el directo.

# CONEXIÓN EN TIEMPO REAL

El informativo empieza con un vídeo del segundo bombardeo sobre Bagdad con la voz en *off* de Ángels Barceló explicando cómo se ha desarrollado. Luego aparece la presentadora introduciendo otro vídeo sintetizando todo lo ocurrido hasta ahora. Esta parte actuaría a modo de resumen de titulares. Hasta aquí, más o menos normal.

Pero entonces vuelve a aparecer la imagen de la presentadora estrella para anunciar con marcado énfasis que estarán en directo en todos los puntos en los que tienen corresponsales. Inmediatamente después, un vídeo mostrando a una niña y a una mujer heridas y el primer saldo: catorce heridos y un muerto. Luego empieza la vertiginosa vorágine de corresponsales: Federico Molina en Amman, Jon Sistiaga en Bagdad, Manolo Almendra en Kuwait City, Vicente Vallés en Washington, Rosa Lerchundi en Bruselas, Laura Echevarría en París, José Luis Fuentecilla en Diyarbakir e Íñigo Saez de Ugarte en Jerusalén. Siempre con el mismo formato: el corresponsal compartiendo pantalla con Angels Barceló y luego solo en

primer plano con la calle al fondo mostrando preferiblemente un edificio emblemático de la ciudad.

¿Para qué este impresionante despliegue? Pues no se sabe muy bien. Porque las informaciones que aportan del lugar en el que están son completamente superfluas y las podría haber resumido perfectamente la presentadora. Además, para qué se quiere a un corresponsal en Bagdad que no tiene ni idea del contexto político o histórico porque acaba de llegar y no es ningún experto en la materia y que no puede salir del hotel a buscar nuevas fuentes o información porque es peligroso y además tiene que estar pegado a la antena para conectar. Pues para crear esa sensación del más absoluto directo que se prometía en la introducción, conectar, enlazar... ¡una puesta en escena brillante!, a un ritmo trepidante -salvo por los varios errores de conexión y edición que se produjeron a lo largo del programa-. La imagen nos distrae y no nos damos cuenta de que estamos ante un informativo radiofónico, dialogado, no hay nada mejor que mostrar, no hay todavía grandes imágenes, pero el espectáculo siempre debe continuar.

Existe una mitificación en torno al directo que podría expresarse de la siguiente forma: ser testigo de algo es la mejor forma de informarse porque estas presenciando la realidad sin mediación. Pero la realidad es ingente e inabarcable. Es imposible contemplarla en su totalidad. ¿Es lo mismo la realidad que un fragmento aislado de ella? Todos hemos experimentado alguna vez las consecuencias de una frase fuera de contexto. Además, como la psicología moderna demostró lo que hace más de dos milenios anunció Platón; nuestro sistema perceptivo es lo menos objetivo que existe y nos engaña en función de nuestro estado de ánimo, físico... hasta nuestras propias experiencias condicionan la percepción de las nuevas, de ahí que ver no sea comprender. Albert Camus escribió que: "No existe la verdad; sólo verdades", sólo distintas realidades.

Pero como expone Ramonet<sup>3</sup>: "el nuevo sistema acredita la ecuación, ver es comprender". Lo hace a través de la creencia de que viendo las imágenes que se nos proporcionan podemos comprender la realidad, una realidad descontextualizada y fragmentada que sólo percibimos con los ojos y no con el pensamiento. Y esto no es suficiente, porque: "la racionalidad moderna, con la Ilustración, se hace contra esa ecuación". Quizás estemos entrando en otra nueva era, en la de "la Galaxia de McLuhan", como sugiere Manuel Castells

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> RAMONET, I., Op. cit.

al hablar de la sociedad red<sup>4</sup>, en la que la televisión es la caverna que encierra el fuego que produce la distorsión, la encargada de crear esa ilusión óptica que es la información. Un modo distintivo de expresión cognitiva caracterizado por una ponderación desmesurada de una única extensión de nuestros sentidos: la televisión.

### INFORMACIÓN VERSUS FICCIÓN

Los informativos ya no buscan informar, sino entretener, porque si no entretienen nadie los ve y, si nadie los ve, no venden. En la época de la sociedad de consumo o de mercado, en la que todo ha de tener un precio fijado en función de su valor de intercambio -que no ya de uso-, la información se ha convertido en una mercadería más, un contenido al que hay que darle un continente apropiado —ya se sabe, no basta con ser honrada, además hay que parecerlo- y así, ésta se reviste de una nueva forma más llamativa, más atractiva y por lo tanto, más vendible. El contenido pasa a un segundo plano, porque en una obra de arte lo que prima es la forma y el telediario se convierte en una puesta en escena, una representación de un drama *hollywoodense*. Así llegamos a la segunda y tercera perversiones impuestas por la televisión, la espectacularización de la información y la dramatización.

Sirva como ejemplo el hecho de que el primer vídeo que aparece tras la presentación de los corresponsales sea el de la mujer y la niña heridas. Sangre, drama... ¡ya tememos catorce heridos y un muerto! Así entiende la espectacularidad lo que se ha dado en llamar la televisión necrófila. La hiperemoción elevada a la enésima potencia. Los otros medios, principalmente la prensa, en un alarde de su capacidad de mimetismo, llenan sus portadas de cadáveres a todo color. Si le falta una pierna o un brazo mejor. Si sangra a borbotones mejor. Si la familia o amigos lloran alrededor...; cuanto más macabro, mejor. A esto contribuye notablemente la versión periodística del principio de Heisenberg, por el cual, las partículas subatómicas cambian su composición cuando van a ser analizadas u observadas, pues lo mismo parece ocurrirles a las personas delante de una cámara, ya que inmediatamente adoptan el rol que tengan atribuido, ya sea el de víctimas o verdugos.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> CASTELLS, M.: La era de la información. La sociedad red, Madrid, Alianza, 1995.

Ben Bradlee mencionaba en su autobiografía una anécdota muy representativa de este tipo de comportamientos. Tuvo lugar tras la muerte de Martin Luther King, durante las revueltas raciales del 68. Mientras estaba en la calle con otros periodistas en medio de los saqueos, dos grupos de negros se les unieron y se pusieron a comentar los disturbios tranquilamente con ellos. Cuenta que ninguno de ellos se sintió amenazado hasta que apareció un equipo de la televisión local de Washington. En cuanto acabaron de montar el material y les enfocaron con las cámaras, de repente, los negros comenzaron a gritarles, tirarles basura y a agitar sus puños hacia ellos<sup>5</sup>.

La inclusión del mencionado vídeo en primer lugar tras el resumen, da un grado de la prioridad otorgada a ciertos aspectos formales y materiales que son sublimados en la lógica del discurso audiovisual y que acaban por difuminar los límites entre la realidad y la ficción -¿es espectacular, entretiene y vende?, pues vale-. No importa que no se correspondan exactamente con la verdad o la realidad, porque, ¿qué es la verdad? Por supuesto, algo relativo. De esta máxima, se derivan las grandes mentiras ofrecidas por la televisión en el último cuarto del siglo veinte tales como la de Timisoara o la de la Guerra del Golfo.

El sistema de la información televisada crea la falsa ilusión de informarnos de una forma cómoda, fácil. Pero, como apunta Ramonet<sup>6</sup>, informarse cuesta y resulta intelectualmente complejo, y lo intelectualmente complejo, no entretiene a la media de nuestros conciudadanos, por mucho que aumente el número de personas con estudios superiores (apenas llega a los cinco millones de habitantes<sup>7</sup>). En una entrevista que le hizo Arcadi Espada al profesor Román Gubern, este afirmaba que: "hay una correspondencia entre la frivolidad mediática y la irresponsabilidad intelectual. ¡Y no sabría decir muy bien cuál ha influido más en la otra! Lo cierto es que la televisión [...] está programada en todo el mundo para satisfacer al ciudadano que llega cansado a casa, cena, se echa sobre el sofá y sólo quiere chicle para los ojos".

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Bradlee, B., *La vida de un periodista*, Madrid, El País, 2000.

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> RAMONET, I., Op. cit.

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Fuente: "España al comienzo del siglo XXI", INE.

### LA DISFUNCIÓN NARCOTIZANTE

El cuarto vicio impuesto por la televisión es la fragmentación de la realidad. Tras las conexiones en directo a modo de presentación formal comienza la vertiginosa sucesión de informaciones procedentes de muy diversos lugares, también bajo el recurso del corresponsal o simplemente mediante el uso de un vídeo: la Cumbre Europea, la llegada de los líderes y los ministros de exteriores, vuelta a Bagdad, Washington, otra vez en plató y más fotos, el Congreso de los Diputados, manifestaciones... constituyen un inmenso mosaico que no parece atender a ningún orden ni concierto.

Permanecemos sentados -e indefensos- ante la avalancha de informaciones aparentemente entrelazadas, pero al final del informativo, ¿qué es lo que podemos concluir? Personalmente, la hora a la que empezó el conflicto, que ha habido dos bombardeos en Bagdad pero no sabemos exactamente cómo, que hubo muchas manifestaciones y que la oposición está en contra de la guerra, lo que piensan algunos (y sólo algunos) de los líderes de las principales potencias o países: Australia, Japón, China, Rusia, Francia y Alemania, ¿y Reino Unido?, igual es que ya sabemos lo que piensan estos últimos. A qué lógica responde la inclusión de unas determinadas declaraciones y la exclusión de otras; ¿a la existencia de imágenes tal vez? A saber. Pero aparte de los dos bombardeos, lo demás ya lo sabíamos el día anterior, ¿no? Sin embargo, después de estar una hora contemplando la televisión y presumiblemente recibiendo información, es inevitable pensar que tengo que saber por lo menos bastante más que antes. Es en esta presunción en la que principalmente se basa la televisión para crear esa falsa ilusión de informarnos, convenciéndonos de que ver es comprender. Y, en el caso de un informativo radiofónico como este, de que oír es igual a entender. Aunque ni se nos enseñe ni se nos diga nada.

Ya en 1948 Lazarsfeld y Merton formularon la siguiente hipótesis en relación a los *mass-media*: "La exposición a este flujo continuo de información puede servir para narcotizar más bien que para dinamizar al lector o al oyente medio". En ese momento, los mencionados autores no podían ni tan siquiera imaginar el impacto que iba a tener en un futuro no muy lejano el incipiente medio televisivo, que ha convertido esa formulación teórica en una máxima sobradamente demostrada. Parece que la sobreabundancia o "bombardeo" de información –que para el caso concreto parece más

apropiado- "[...] puedan estar transformando inadvertidamente las energías de muchos que pasan de la participación activa al conocimiento pasivo".

# LA SEXTA "W"

José Manuel Pérez Tornero, en su artículo "Periodismo vacío, democracias banales", recogía algunos de los principales vicios de la profesión, y el primero que destacaba era precisamente la fragmentación de la realidad: "Las noticias se suceden unas a las otras al ritmo de tiempo periodístico, abandonando la secuencia de los acontecimientos y su contexto". Y eso es precisamente lo que se echa en falta en este informativo, el contexto, que normalmente esconde la respuesta a la sexta "W"; el porqué. Es la más importante de todas porque en palabras del mismo autor: "La realidad aparece recogida en escenas sueltas, fragmentarias, desconectadas de su entorno y desprovistas así de sentido". El porqué es lo que dota de sentido a un acontecimiento.

Y no sólo falta el significado o explicación, sino también las posibles consecuencias que pueden derivarse de este hecho y que nos afectan directamente como las variaciones del precio del crudo o las bajadas o subidas de las bolsas mundiales. En todo el programa no aparece más que un experto y lo es en temas militares, y para la información que aporta, bien se la podían haber ahorrado. Dos de las funciones esenciales de la comunicación -según la teoría funcional-estructuralista- son la prospectiva o de vigilancia del entorno y la interrelación o correlación de los diferentes sectores de la sociedad con las respuestas del mismo<sup>9</sup>, que en el periodismo moderno están perdiendo su razón de ser. Porque, ¿de qué sirve un conocimiento del entorno que no nos permita ser capaces de tomar decisiones sobre una posible vía de acción?

Otro de los defectos o efectos de "la caja boba" es la dispersión de la atención en la recepción de la información. Michael Ignatieff se refirió a ella en el libro *La cultura de lo instantáneo*: "Algo extraño está sucediéndole a nuestra capacidad de atención. La mayoría no vemos ya la televisión; nos dedicamos a picar de aquí y de allá, saltando de un canal a otro en cuanto nos ataca el abu-

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> LAZARSFELD, P. F. y MERTON, R. K.,"Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada", en MORAGAS, M.: *Socioloía de la comunicación de masas*. Barcelona, Gustavo Gili, 1984.

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> LASSWELL HAROLD D., "Estructura y función de la comunicación en la sociedad", en MORAGAS, M., op. cit.

rrimiento. Picar y saltar se está convirtiendo en nuestra forma de atender el mundo exterior [...]. Ha surgido una nueva cultura que presupone que todos tenemos la capacidad de atención de una pulga".

Y esta cultura es la de los directivos de informativos y publicitarios, como demuestra el hecho de que las dos limitaciones de tipo estructural que en teoría debe superar el telediario a las que se refiere Ramonet sean aceptadas como dogma de fe. Estas limitaciones consisten: en primer lugar, en que uno de estos programas no debe superar los treinta minutos de duración porque esto es lo máximo que dura nuestra atención; y la segunda, además tiene que forzar al espectador a verlo completo. En el informativo analizado se superaron con creces estas dos premisas tanto en la duración como en la audiencia mantenida durante todo el programa sin que nuestra atención sufriese ningún trauma, pero, ¿se debió acaso a que se trataba de un hecho de gran trascendencia?

Quizás tenía razón Hugh Ripman, un inglés que fue director de administración del Banco Mundial y discípulo de Gurdjieff al afirmar: "Nuestro estado de consciencia es un sueño semihipnótico. Nuestra atención no está bajo control. Nuestro sentido de nosotros mismos se pierde constantemente en todo tipo de cosas diferentes...". O quizás no se trate tanto de un problema "estructural" del ser humano como de un problema inherente al propio sistema, que gracias a la ciencia y a la técnica -las expresiones más altas de la racionalidad moderna- ha desarrollado una máquina que funciona autónomamente, es decir, sin necesidad de las personas concretas, como una burocracia que para seguir funcionando sólo debe sustituir alguna pieza de su engranaje por otra de iguales características, y la forma de asegurar el reemplazo es que todos seamos iguales. Esto se consigue a través de la masificación, que es llevada a cabo por la institución de socialización más importante de nuestra época: la televisión. Abanderada del "Régimen" como estandarte de su principal industria: la producción de noticias, así la consideraba García Calvo recientemente en una entrevista en la que exclamaba: "¡Los miles de millones que me pierdo cada año por no venderme a la Cultura, al Régimen, por no aparecer en la televisión....!".

# ÍDOLOS DE MASAS

Y volviendo con la atención, obtuvo toda la mía el hecho de que apareciese semejante cantidad de dignatarios públicos. Es muy frecuente este fenó-

meno en la televisión y se deriva directamente de lo que expuse en la introducción al referirme a la figuratividad, pero que aquí sería más exacto denominar personalización. En este telediario Alemania adquiere la forma humana, y por lo tanto representable en pantalla, de Shroeder, Francia la de Chirac... el PP la de Arenas, el Gobierno la de Aznar y el PSOE la de Zapatero.

Gingras, al tratar el impacto de las comunicaciones en las prácticas políticas, se refería a este fenómeno diciendo que la lucha entre personalidades públicas substituye a las ideas, se rechazan los datos abstractos y los enfrentamientos entre grupos de interés, entre fuerzas sociales en provecho de las competencias entre hombres, de los que importa más lo que dicen que lo que representan o hacen. La política acaba siendo más imagen que política convirtiéndose en "el arte de la simulación o del simulacro", como la denomina Jean Baudrillard. La televisión es sólo el escenario en el que los actores políticos dramatizan sus discursos. Y toda la información política que aparece en este programa, la retahíla de declaraciones de líderes europeos, españoles o de cualquier otra parte es puro relleno y carente de utilidad alguna que no sea la de contribuir a crear esa pretendida sensación de omnipresencia, ya sea la de Ángels Barceló o la del propio engendro televisivo en sí.

Lo único que parece actuar como hilo conductor de todo este *maremágnum* de noticias es la figura de la presentadora. Ángels Barceló es la *prima donna* del espectáculo. Todo gira y se orquesta a su alrededor, ella es el principio y el fin, el centro de este universo fílmico que pretende recrear su equivalente de realidad; ese universo referencial al que únicamente nos acercamos cuando ella, ama y señora, desde su posición omnisciente, decide mostrarlo. Y esa es precisamente la finalidad de esta figura que todo lo controla y lo ve; dotar de coherencia interna al discurso informativo televisivo, en esencia disperso y heteróclito, al mismo tiempo que le otorga credibilidad. Y como todas las divas, no deja que nadie ensombrezca su actuación; en las pocas ocasiones en las que da paso a su compañero, acaba dando la impresión de que es otro elemento más que ella debe controlar, un títere cuyas cuerdas cuelgan de sus manos.

### AHORA O NUNCA

La pasión por el presente, otro vicio más del periodismo en general, también puede apreciarse al analizar este informativo, pero de un modo implícito: por exclusión u omisión. Al centrar todos los contenidos en la actual guerra en Irak, se dejan fuera otros acontecimientos de gran relevancia. Perdida la actualidad -por el desplazamiento que produce este gran suceso- aunque siga vigente la trascendencia del fenómeno, la noticia desaparece de los informativos. Tal es el caso del conflicto árabe-israelí o de la neumonía asiática.

## Nuevos hechos

La obsesión por fabricar acontecimientos o los denominados "pseudoeventos", el término acuñado por Daniel Boorstin¹o, también tiene cabida aquí. Las declaraciones de los dirigentes políticos mostradas no son más que el fruto de ruedas de prensa, entrevistas, comunicados... como la Cumbre Europea, de la que sólo se transmiten las declaraciones de Ana Palacio y la llegada de los distintos representantes europeos. Puede que realmente tenga alguna finalidad real, pero la transcripción que se hace en el informativo unida a los resultados de anteriores cumbres, me hacen recordar una frase de Ben Bradlee: "La burocracia estatal -en este caso supraestatal- es muy parecida a un objeto inamovible dispuesto para hacer que los que desfallecen fácilmente desfallezcan de una vez".

# NUEVOS MITOS

La recreación de mitos y la repetición de imágenes de objetos simbólicos, como las máscaras antigás o el F117 -de los que habla Ramonet<sup>11</sup>- vuelven a aparecer, con la variante de que los misiles antimisiles Patriot han sido sustituidos en los medios por los Tomahawk o los Scud. Mientras tanto, miramos los horóscopos a ver si encontramos la solución a los problemas que no entendemos y volvemos así a la versión moderna del Oráculo de Delfos: el sistema mediático. La mística contemporánea: la cultura de masas, representada en esa inmensa ágora que es la televisión. En las palabras de Edgar Morin: "La historia ha actualizado el potencial racional, técnico, económico, imaginario, estético, creador, lúdico y poético, pero también la locura y la desmesura del *Homo sapiens-demens*"<sup>12</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>10</sup> Cit. por Gomis, L., Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente, Barcelona, Paidós, 1991.

<sup>&</sup>lt;sup>11</sup> RAMONET, I., Op. cit.

<sup>&</sup>lt;sup>12</sup> MORIN, E., "Más allá del pacifismo", en El País, martes 25 de marzo de 2003.

Como pudo apreciarse durante todo el conflicto y no sólo en este programa, las imágenes filmadas que aparecían en casi todos los telediarios de las distintas cadenas eran las mismas. Esto se debe fundamentalmente al sistema de agencias. Cinco grandes agencias: Wisnews, APT, CBS, CNN y la FOX, concentran la producción de las noticias audiovisuales para casi la totalidad de las televisiones. En el caso concreto destacaron Wisnews (Reuters), la FOX y CNN del lado occidental y la televisión iraquí del oriental. Al Yazira sólo es citada como fuente de una información.

Esto provoca que, debido a la competencia entre ellas y a la necesidad de garantizar la rentabilidad mediante la venta al mayor número posible de canales, traten de elaborar las imágenes más espectaculares posibles para sus clientes y la repetición de las mismas. También deberán ser apolíticas y universales, lo que en muchos casos significa carentes de interés. A esto se le une otro tipo de sesgo basado en que los temas que "interesan" no suelen ser los del tercer mundo. Cuando este es mostrado se debe normalmente a algún tipo de catástrofe natural o política, en este caso una guerra, lo que en combinación con las campañas publicitarias, que suelen proyectar la imagen contraria o paradisíaca, encontramos una curiosa dialéctica en los medios: el cielo y el infierno juntos en la tierra.

# ¿SATURACIÓN DE INFORMACIÓN O DEZINFORMATSIYA?

Para finalizar, es inevitable tratar el tema del partidismo en los medios, que tanto dio que hablar durante y tras el conflicto y que tan en boga está últimamente.

### EL MITO DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Parece ser que asistimos al nacimiento de una nueva economía: la economía informacional -sobra decir que ésta es obviamente global-. Este término acuñado por Manuel Castells<sup>13</sup>, se asienta sobre un paradigma fundamental: las tecnologías de la información, y se encuadra dentro del sistema económico

<sup>&</sup>lt;sup>13</sup> CASTELLS, M., La era de la información. La sociedad red. Madrid, Alianza, 1995.

mundial que surgió en el último cuarto del siglo XX y que es un simple modo de transición hacia lo que este autor denomina "modo de desarrollo informacional". Nos adentramos en la era del capitalismo de la información.

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías surgieron los mercados financieros mundiales interconectados, las transacciones comerciales internacionales se multiplicaron en progresión geométrica, los mercados se volvieron globales y las empresas, para subsistir en ellos, tuvieron que adecuar su tamaño a este nuevo escenario, en el que todo está interconectado en tiempo real. Comenzó entonces la fiebre de las fusiones y las adquisiciones; ¡crecer, crecer, crecer, crecer!, y el reinado de las grandes multinacionales. Ni las instituciones financieras ni los medios de comunicación escaparon de esta vorágine. Los bancos, las grandes empresas y los principales grupos de comunicación tienen tan estrechamente ligados sus lazos a través de las participaciones de capital que parecen haberse convertido en la nueva oligarquía de facto.

### Tres bienes públicos versus tres poderes

La estabilidad de un sistema económico pasa fundamentalmente por asegurar el buen funcionamiento regular de sus distintos mercados, así como por la vigilancia de la solvencia de las entidades participantes en el sistema.

En la actualidad podemos afirmar que las entidades de crédito representan el bloque básico y principal del sistema financiero debido a la importancia de sus magnitudes patrimoniales, el peso de su presencia en la evolución histórica de los sistemas económicos modernos y la indudable preponderancia e influencia que mantienen en los mercados financieros.

Las entidades de crédito desempeñan una serie de tareas cruciales; su solvencia y su eficacia se han llegado a considerar como un bien público que hay que proteger debido a que sus desajustes afectan decisivamente al buen funcionamiento de los mercados financieros y reales. Sin embargo, las entidades de crédito son propensas a desarreglos. En primer lugar, su negocio es el riesgo y si se equivocan, este riesgo que ha sido asumido, puede convertirse en una crisis bancaria. En segundo lugar, estas entidades, por su relativa concentración, pueden asumir funciones cuasi monopolísticas en los mercados en perjuicio de su clientela. En consecuencia y a pesar de que suponga una reducción de sus libertades tanto de actuación como de organización, es conveniente corregir sendos tipos de desajustes.

Y obviamente, tampoco puede entenderse una economía sin empresas. En la actualidad, representan la unidad elemental y básica de organización de todo sistema económico desarrollado conocido. El estado del bienestar depende fundamentalmente de su buen funcionamiento, que en un contexto de creciente globalización, debe orientarse siempre al crecimiento constante y sostenible. Pero aumentar su tamaño para poder competir en los nuevos y complejos escenarios, las lleva necesariamente a las actuales multinacionales y conglomerados, tendentes por su propia naturaleza al monopolio, y hace también necesaria la regulación de las mismas.

Pero el problema estriba en que, con el actual proceso en curso de transnacionalización, cabe preguntarse quién tendrá en el futuro la potestad de
regular ambas instituciones, cuando los estados-nación o la Unión Europea se
vean sobrepasados por el capital extranjero. El poder económico es de tal
envergadura que ya ni siquiera necesita la explotación directa, le basta con un
tipo más sutil de explotación, la psicológica, que es ejercida en connivencia
con un segundo poder, que a través de su función otorgadora de estatus y del
mecanismo de sanción de las normas sociales, se ha convertido en una especie de brazo ejecutor. El escritor norteamericano Gore Vidal respondía hace
unos años en una entrevista lo siguiente: "Tú tienes la libertad de escribir lo
que quieras y ellos tienen la libertad de no publicártelo". Sin comentarios.

El periodismo ha sido considerado históricamente como una institución al servicio de la democracia que rige la formación de la conciencia pública en nuestras sociedades permitiendo así la participación del ciudadano en la vida política. Un instrumento para la toma de decisiones. Pero de un tiempo a esta parte, ha pasado de gozar de una consideración casi mítica -basada en la atribución de unos fines tan elevados- a provocar el recelo y la desconfianza de los ciudadanos. Encuestas e investigaciones como la de la revista francesa *Télérama* o, la más reciente, *La Face cachée du Monde* (El rostro oculto de *Le Monde*), de Pierre Péan y Philippe Cohen, que investigaron la propiedad de uno de los periódicos de referencia por excelencia, lo ponen de manifiesto.

¿Por qué? Porque está empezando a propagarse la idea de que los medios no son más que "un aparato de invención pura de la realidad y de censura sistemática", respondía el profesor Enrique Bustamante en ese mismo periódico¹⁴. ¿Censura, distorsión o partidismo?, "un arma de publicidad política y de propaganda". Este catedrático atribuye la autoría al poder político y considera a los medios como meros peones de ajedrez.

<sup>&</sup>lt;sup>14</sup> Bustamante, E., "La televisión, en tiempos de guerra", en *Le Monde Diplomatique*. Abril de 2003.

Yo no estoy de acuerdo con este planteamiento. Aunque es cierto que el partido en el poder suele acaparar más la atención de los medios que sus opositores, también es lógico ya que ellos son los actores de la actualidad, los protagonistas del acontecimiento. En el programa analizado se puede observar la diferencia existente entre el tiempo concedido a Aznar y el que se le dio a Zapatero (1'17" frente a 47"). Pero en todo caso es contrarrestado por el tiempo dedicado a otros grupos políticos que se manifestaron en contra de la guerra.

# SI MONTESQUIEU LEVANTASE LA CABEZA...

Como señala Ramonet<sup>15</sup>, habría que preguntarse cuáles son realmente los tres poderes en la actualidad. La clasificación de Montesquieu ha quedado obsoleta. En la sociedad de la economía global, el primer poder es el económico *iure et de iure*. "Poderoso caballero es don dinero" y además, *pecunia non olet*. El dinero es el motor que mueve el mundo y esto ya lo expuso Marx hace mucho tiempo. Y el segundo poder es el mediático. Porque tiene la capacidad de crear y derrocar gobiernos, como ya ha demostrado en la práctica, en el ya desgastado de tanto mencionarlo caso Watergate.

Porque, ¿alguien se cree que el presidente americano de turno toma sus propias decisiones? Las decisiones las toma el poder fáctico y si al presidente no le gustan e intenta rebelarse se lo cargan como a Kennedy y aquí paz y después gloria. Porque, ¿quién puso a Aznar en el poder más que la prensa de derechas, *El Mundo* incluido? Dos ejemplos de cómo estos dos poderes gestionan el mundo. Aunque, para ser justos, y no quedarse sólo con lo negativo, habría que mencionar también que este es el único periódico que publicó artículos como el de Oriana Fallaci o el de Antonio Escohotado, que en lugar de criticar irracionalmente la guerra y santificar a Sadam tienen la decencia de reconocer los pros y los contras, como escribía Escohotado: "¿Cómo podemos ayudar eficazmente al pueblo iraquí? ¿Esperando a que Sadam caiga por una moción de censura?".

Me gustaría preguntarle al profesor Bustamante cómo justifica el hecho de que la opinión pública esté radicalmente en contra de la guerra -y digo radicalmente empleando el significado que vulgarmente se le atribuye: de

<sup>&</sup>lt;sup>15</sup> RAMONET, I., Op. cit.

forma violenta o agresiva, y no el que verdaderamente tiene: perteneciente o relativo a la raíz-. Si verdaderamente el Gobierno español dominase los medios, estos habrían creado las condiciones necesarias para poner a la opinión pública a su favor, esto es, en pro de la guerra. ¿O no? Es curioso que los dos únicos testimonios de ciudadanos estadounidenses que aparecen en el programa estén precisamente en contra. Teniendo en cuenta que las encuestas dicen que un sesenta por ciento de ellos están a favor... pues hombre, manipulación sí la hay y es bastante obvia, pero a favor de quién o de qué... a saber. Si todos los intelectuales de este país y la opinión pública dicen que a favor del Gobierno, pues será así, que ya dice la sociología grupal que cuando en un colectivo todos están de acuerdo en algo y uno disiente, este último tiende a aceptar la opinión consensuada para no desentonar -o para que no le echen-, o al menos eso afirmó Solomon Asch en 1952 tras su clásico experimento de las cartas<sup>16</sup>.

Margarita Rivière, en el prólogo del libro de Joaquín Estefanía *El Poder en el Mundo*, comentaba que la gran paradoja de nuestro tiempo es que en esta época que se proclama laica, existen hombres que quieren ser dioses y hacen de los números una religión universal.

Y así, en esta gran aldea global surgen nuevos mitos; las grandes multinacionales son las deidades del Olimpo, y Zeus, el dios supremo, es la banca, que con la ayuda de los *mass media* y al igual que Jano, la deidad romana con dos caras que custodiaba ambivalentemente las puertas de la tierra y del cielo, tiene el poder sobre los mortales, transformados ahora en consumidores.

De acuerdo con el diccionario de la *Real Academia de la Lengua Española* y con el Webster, tanto la palabra *poder*, como la voz inglesa *power* se derivan por igual de la palabra en latín *potere*, formado según *potes*, que significa "ser capaz". En su uso moderno, la palabra poder se usa para referirse a: a) la habilidad de actuar o producir un efecto; b) la autoridad o derecho legal u oficial; c) la posesión de control, influencia o autoridad sobre otros, y d) al control o influencia política. El diccionario Webster hace la observación de que el poder también implica la habilidad de usar la fuerza.

El Dr. Martin Luther King definió el poder como la capacidad de alcanzar un propósito. Si ello es bueno o malo, dependerá de cuál sea éste. Del

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> En Gelles, J. R. y Levine, A., *Introducción a la sociología*, Méjico, D. F., McGraw-Hill, 1.996.

mismo modo que existen buenos y malos propósitos, también hay guerras justas e injustas. El problema se plantea cuando el medio, en este caso la guerra, pasa a ser el fin, entonces deberíamos recordar las palabras que Edgar Morin escribió poco después de comenzar el conflicto: "la guerra, hija de la historia y madre de la historia, ha llegado al punto fatal en el que corre el riesgo de hacer zozobrar la historia"<sup>17</sup>.

### BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA

Bradlee, B.: La vida de un periodista. Madrid. El País. 2000.

BUSTAMANTE, E.: "La televisión, en tiempos de guerra", en Le Monde Diplomatique. Abril de 2003.

CASTELLS, M.: La era de la información. La sociedad red. Madrid. Alianza. 1995.

CHOMSKY, N.: "El control de los medios de comunicación", en Chomski, N. e Ramonet, I., *Cómo nos venden la moto*. Barcelona. Icaria. 1996.

CHOMSKY, N. E Herman, S.E.: Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación, y consenso en los medios de comunicación de masas. Barcelona. Crítica. 1990.

DEL REY MORATÓ, J.: "¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación Política?", en Zer. 1996.

REY MORATÓ, J.: Los juegos de los políticos: Teoría General de la Información y Comunicación Política. Madrid, Tecnos, 1997.

ESCOHOTADO, A.: "No es todo tan simple", en El Mundo, miércoles 12 de marzo de 2003.

ESCUDERO, L.: Malvinas: El gran relato. Fuentes y rumores en la información de guerra. Barcelona, Gedisa, 1996.

ESTEFANÍA, J.: El Poder en el Mundo. Barcelona. Plaza & Janés. 2000.

GARCÍA CALVO, A.: "Las memorias de un heterodoxo", en El País, sábado 26 de abril de 2003.

GELLES, J. R. y Levine, A.: Introducción a la sociología. Méjico, D. F., McGraw-Hill, 1996.

GINGRAS, A. M.: "El impacto de las comunicaciones en las prácticas políticas", en Comunicación y política. Barcelona. Gedisa. 1985.

Gomis, L.: Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente. Barcelona, Paidós, 1991.

IGNATIEFF, M.: "La cultura de lo instantáneo", en Letra Internacional 27.

MORAGAS, M.: Sociología de la comunicación de masas. Barcelona, Gustavo Gili, 1984.

MORIN, E.: "Más allá del pacifismo", en El País, martes 25 de marzo de 2003.

PÉREZ TORNERO, J.M.: El desafío educativo de la televisión. Barcelona. Paidós. 1994.

RAMONET, I.:

Un Mundo sin rumbo. Madrid, Debate, 1997.

La Golosina visual. Madrid, Debate, 2000.

La tiranía de la comunicación, Barcelona, Debate, 2002.

La Post-Televisión. Barcelona, Icaria, 2002.

URRUTIA, J.: Sistemas de comunicación. Barcelona. Planeta. 1975.

WRIGHT, Ch.: "Análisis funcional y comunicación de masas", en Moragas, M., op. cit.

<sup>17</sup> MORIN, E., op. cit.