

JEAN-PAUL MARTHOZ

Del 11-S al 11-M. Mentira oficial y periodismo global

“Barbarie” (Jornal de Noticias, Lisboa), “Terrorismo sacude a España” (El Siglo de Torreón, México), “Massacre in Madrid” (The Guardian, Londres). El 12 de marzo, los atentados terroristas en Madrid ocuparon los titulares de la prensa mundial, no sólo por su brutalidad y sus imágenes trágicas de muerte y dolor sino también porque, desde el principio, la mayoría de los periodistas internacionales descodificaron los acontecimientos desde la perspectiva del 11-S, dentro del contexto de la guerra global contra el terrorismo. “Madrid se convirtió en el corazón del mundo”,² tanto por la universalidad de la compasión como por la conciencia de la proximidad global de la amenaza terrorista.

Jean-Paul Marthoz es director internacional de comunicación de Human Rights Watch (Nueva York), asesor editorial de Enjeux Internationaux (Bruselas) y autor de varios libros sobre periodismo global y conflictos¹

El 12 de marzo, mientras el Gobierno de José María Aznar todavía manejaba la tesis de un atentado de ETA, casi nadie en la prensa internacional confiaba ciegamente en su teoría. La duda o la incredulidad rodearon de inmediato a las declaraciones del Gobierno español. Si algunos diarios optaron por cierta prudencia (“ETA is blamed but doubts arise”, escribía *International Herald Tribune*. “Terreur sans nom”, titulaba *Libération* mencionando “la incertidumbre ayer por la noche sobre la autoría de los atentados”), otros no vacilaron en el momento de atribuir responsabilidades. “In the name of Al Qaeda”, anunciaba la portada del diario *Times Herald-Record* de Hudson Valley en EEUU. “Pista da Al Qaeda na matança de Madrid”, decía *Jornal de Noticias*. “Terror de Bin Laden mata 192 em Madrid”, afirmaba *O Dia* (Brasil).

¹ El análisis expuesto en este artículo es personal y no refleja la posición de HRW.

² Rosa María Artal, *11-M/14-M, Onda Expansiva*, Ediciones Espejo de Tinta, Madrid, 2004.

¿Cómo se explica esta reacción de la prensa internacional? En primer lugar, se debió a los filtros personales o nacionales por los que pasa la información. En su libro *Pásalo!*, Carlos Cué, del diario *El País*, señala que “los internautas argentinos fueron los primeros en sembrar dudas”. Se acordaban del brutal atentado en 1994 contra la asociación judía de Buenos Aires. “Hubo 86 muertos. El ataque fue perpetrado por extremistas islámicos, y los argentinos pensaron enseguida en ellos cuando vieron las imágenes de Madrid”.³ De igual modo, en Nueva York, ciudad atacada el 11 de septiembre de 2001, Human Rights Watch pensó casi inmediatamente en Al Qaeda, aun cuando el 11-M se insertó en el registro del terrorismo clásico por los medios utilizados (explosivos y no aviones), los objetivos (trenes y no el símbolo de una civilización y de un poder mundial, como supusieron las Torres Gemelas,) o el país atacado (una nación europea y no la hiperpotencia mundial).

La imagen internacional del Gobierno español también influyó en la interpretación de los hechos, a favor o en contra de su tesis. Durante sus ocho años de poder, José María Aznar había polarizado la percepción de España en el extranjero. La prensa estadounidense dibujaba una España idílica, pujante, dinámica. John Vinocur, el columnista de *International Herald Tribune*, fue uno de los primeros en lanzar esta visión a principios de 2004. La revista *Time* publicó, poco antes de las elecciones, una portada y edición especiales bajo el título *Rocking Spain*, que era un sueño para la propaganda oficial. De otro lado, Aznar se había ganado la franca hostilidad de muchos en la Unión Europea, en el Magreb y en América Latina, lo que explica que, en estos países, las dudas fueran inmediatas cuando Madrid atribuyó a ETA la responsabilidad de los atentados. La presencia de José María Aznar junto al presidente George Bush y al primer ministro británico Tony Blair en las Azores, sus reclamos institucionales en la Unión Europea y sus vínculos con el presidente italiano Silvio Berlusconi, crearon mucho resentimiento, no solo en los círculos de izquierda sino también, e incluso más ampliamente, en los sectores europeístas. En el Magreb, las relaciones con Marruecos empeoraron a raíz del asunto del islote de Perejil y de las controversias respecto a temas de migración y del islam en España. En América Latina, como consecuencia de la crisis en Argentina, de la reacción confusa ante el golpe contra Hugo Chávez en Venezuela y de la posición combativa de Madrid en relación con el régimen castro, el Ejecutivo de Aznar generaba polémicas en la región.

Las iniciativas insólitas del Gobierno para dirigir las hipótesis hacia la pista de ETA aumentaron las dudas. Pocas horas después del atentado, el jefe de Gobierno llamó a los directores de los principales medios de comunicación nacionales para convencerles de la pista de ETA. El partido gobernante impuso su criterio a las televisiones bajo su control y los corresponsales acreditados en España fueron, según su expresión, “objeto de presiones y engaños del Gobierno para orientarles hacia ETA”. Las llamadas a los periodistas extranjeros durante la tarde del 11 de marzo se produjeron cuando la policía ya tenía en su poder, desde varias horas antes, la furgoneta hallada en Alcalá de Henares con detonadores y una grabación con versículos del Corán en árabe.

³ Carlos E. Cué, *Pásalo! Los cuatro días de marzo que cambiaron un país*, Ediciones Península, Barcelona, 2004, p. 70.

Cuando las dudas se despejaron fue un *shock* para muchos comprobar que el Gobierno español, que se había alistado tan prestamente en la campaña contra el terror del presidente Bush, se atreviera a desviar la atención hacia la tesis de ETA y a socavar, aunque fuera por poco tiempo (el tiempo electoral), la lucha global contra el terrorismo de Al Qaeda. “La asombrosa cadena de errores en la política informativa del Gobierno español está documentada sin lagunas y solo deja abierta la pregunta de cómo es posible que pudieran producirse tantas equivocaciones y tonterías en el plazo de 72 horas”, escribió Paul Ingendaay en el conservador *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, el 23 de marzo.

La política de la soberbia

La desconfianza de la prensa internacional hacia el Gobierno del Partido Popular (PP) no era nueva. En momentos clave, a raíz de la catástrofe del Prestige, el debate sobre la guerra en Irak o durante la huelga general de 2002, las autoridades habían practicado una política de desinformación y ocultación de la verdad apoyándose en el secuestro editorial de los medios del Estado (*RTVE*) y de las televisiones autonómicas bajo su control. Si después del 11-M las diferencias entre las tesis oficiales y las reacciones de la prensa internacional fueron obvias, en España el contraste entre los medios públicos afines al PP y los otros fue emblemático. “Las cadenas de televisión autonómicas *TV-3* (Cataluña), *Canal Sur* (Andalucía) y *ETB* (País Vasco), —y también las emisoras de radio de dichas comunidades—, ninguna de ellas dependiente de gobiernos del PP, informaron el mismo jueves por la tarde de que existía la posibilidad de que Al Qaeda estuviera detrás de la matanza del 11-M y, a partir del viernes, de que todos los indicios apuntaban hacia el grupo islámico radical... Se da la circunstancia de que Cataluña, Andalucía y el País Vasco, las comunidades que recibieron una información televisiva y radiofónica más plural sobre la investigación de los atentados, son las que justamente más castigaron al PP el domingo en las urnas”.⁴

Esta historia de manipulación de los medios públicos y de silencio oficial volvió como un bumerán contra el Gobierno. También determinó las reacciones muy escépticas a las tesis barajadas después de la derrota electoral desde los círculos próximos al PP, respecto a un complot urdido por miembros socialistas de las fuerzas de seguridad que habrían, según estas acusaciones, desinformado al Gobierno convenciéndole de privilegiar la tesis de ETA.

Un enfoque global

La reacción al 11-M se definió también por la asociación de Aznar con las políticas de desinformación y mentira, ya bien documentadas, de sus aliados en la guerra de Irak, George Bush y Tony Blair. Ésta fue influenciada por la batalla global de imágenes e interpretaciones que libran los gobiernos en el terreno de los medios.

*Si después del
11-M las
diferencias
entre las tesis
oficiales y las
reacciones de
la prensa
internacional
fueron obvias,
en España el
contraste
entre los
medios
públicos
afines al PP y
los otros fue
emblemático*

⁴ Rosario Gómez, *El País*, 16 de marzo de 2004, p. 62.

Muy conscientes del papel de los medios, los gobiernos tratan de encuadrar (*frame*) el mensaje,⁵ es decir, de determinar las estructuras de interpretación del evento. En este proceso, la visión del Gobierno español chocó con la mayoría de los otros gobiernos, incluso del de EEUU. Si en Washington algunos temían un nuevo atentado que demostraría el fracaso de la lucha global contra el terror, otros pensaban que un ataque de Al-Qaeda contra Europa reforzaría el frente antiterrorista.

El 14-M desató de nuevo la rivalidad de los enfoques y reveló la ideologización de las miradas periodísticas. Al mismo tiempo que interpretaba el vuelco en las urnas y la victoria socialista, la prensa mundial eligió su marco. Algunos medios afines a la política de Bush-Blair-Aznar condenaron el comportamiento “irresponsable” o “cobarde” del pueblo español, su rendición ante el terror. “Orquestada por la poderosa maquinaria de *spin* o manipulación informativa de la Casa Blanca, prosigue, en paralelo, la campaña internacional para presentar a los españoles que el 14-M votaron por el cambio como unos ‘cobardes’ que se ‘rindieron’ ante el terrorismo islamista”.⁶

Los comentaristas europeístas y de izquierda alabaron la madurez democrática de esta reacción ciudadana. En general, en la prensa de calidad, la tesis de la sanción democrática prevaleció. “El precio de la mentira”, tituló su portada el diario *Liberación*. “España sanciona la mentira de Estado”, escribió *Le Monde*. “El resultado podría verse como una victoria para los terroristas. No compartimos esta opinión. Ha sido un ejercicio sano de la democracia”, afirmó *New York Times*.

La maquinaria de la mentira

El disgusto internacional provocado por el comportamiento del Gobierno español se explica también por otro factor: la toma de conciencia de la prensa mundial y, en primer lugar, de la estadounidense (que reverbera mucho en el resto del mundo), de haber sido víctima y, a veces, cómplice de una política de mentiras y semi-verdades organizada desde la cúpula del poder estadounidense sobre asuntos decisivos de guerra y democracia.

La opinión pública de los países democráticos, muy al tanto de los sistemas de propaganda que prevalecen en regímenes dictatoriales, en muchas ocasiones se olvida de que la verdad no es natural de los Gobiernos sino que es el producto de una relación de fuerza —que sólo permite la democracia— entre poderes y contrapoderes. “Los políticos siempre mienten y pertenece a la prensa el papel crucial de desinflar sus mentiras”, sostenía de manera categórica el *gurú* del periodismo de investigación estadounidense, Izzy Stone.

En los últimos años, la capacidad de manipulación gubernamental en cuestiones de política exterior ha aumentado. Todos los gobiernos han desarrollado sus

⁵ Pippa Norris, Montague Kern y Marion Just (Eds.), *Framing Terrorism, the News Media, the Government and the Public*, Routledge, Nueva York, 2003.

⁶ Javier Valenzuela, “La prensa mundial destaca la manipulación del Gobierno”, *El País*, 25 de marzo de 2004, p. 29.

estrategias y sus aparatos de comunicación. Los conocidos *spin doctors* se han convertido en personajes estratégicos al interior de los gobiernos, y el auge de las mal llamadas políticas de comunicación ha correspondido a un proceso paralelo de opacidad del poder real.

“La guerra de Irak era una opción, no era una necesidad”, afirmó recientemente Madeleine Albright, ex secretaria de Estado de Bill Clinton. En su afán de justificar la guerra en Irak, el Gobierno de Bush ha desarrollado una política voluntarista y polifacética que logró convencer a una mayoría de la población estadounidense de la necesidad de la invasión. “Creemos fundamentalmente en dos cosas cuando hablamos de opinión pública. Creemos en su pasividad pero también en su racionalidad”, comentaba un especialista de la OTAN. Contrariamente a la imagen de una opinión versátil, inconstante y emotiva, numerosos autores sostienen que el público se determina racionalmente con relación a la información de que dispone.⁷ Poco preocupados de su deber de informar, muchos gobernantes estiman que deben suministrar la información —o la desinformación— que llevará a la opinión pública a apoyar las opciones oficiales. En otros términos, al revés de lo que se podría esperar de parte de gobiernos fundados sobre la responsabilidad y la representación democráticas, no hace falta dar al público informaciones exactas o completas sino informaciones oportunas u oportunistas.

La preparación de la guerra en Irak ha ilustrado hasta la caricatura esta ecuación. El Gobierno de Bush no podía decir la verdad a su opinión pública porque ésta habría estimado la guerra inútil o azarosa. Los sondeos indicaban que la opinión mejor informada era también la más escéptica u hostil a los planes de guerra.⁸

Esta conciencia del desfase entre los objetivos oficiales y el estado de ánimo de la opinión llevaron al Gobierno de Bush a crear un dispositivo sistemático de encuadramiento y ocupación del espacio mediático. Sus principales ejes son:

- El control de la información: el acceso a la información oficial fue sometido a nuevas restricciones; se tomaron medidas extremadamente severas para evitar las filtraciones (por lo menos las que enojaban al Gobierno); las conferencias de prensa fueron firmemente manejadas para desactivar las preguntas críticas. Durante la guerra, el sistema de los periodistas empotrados (*embedded*) se concibió como una manera de implicar a la prensa, de acercarla al ejército, a sus *boys*, pero también a los objetivos de guerra.
- La manipulación de la inteligencia: el Gobierno de Bush —en particular, la camarilla neoconservadora en el Pentágono— filtró sistemáticamente la información discrepante procedente de sus propios servicios de inteligencia, a fin de no dar

⁷ Natalie La Balme, *Partir en guerre. Décideurs et politiques face à l'opinion publique*, Editions Autrement, París, 2002.

⁸ Para más detalles sobre esta política de desinformación, Christopher Schher, Robert Scheer y Lakshmi Chaudhry, *The Five Biggest Lies Bush Told Us About Iraq*, Akashic Books/Seven Stories Press, Nueva York, 2003. John Prados, *Hoodwinked: The Documents That Reveal How Bush Sold Us a War*, The New Press, Nueva York, 2004.

El “control de las conciencias” se ha globalizado porque el mundo mediático también se ha globalizado, trastornando políticas nacionales de comunicación

argumentos a quienes cuestionaban la realidad de las acusaciones, en las que se basaba el escenario de la invasión, y defendían la prudencia frente a la lógica de guerra.

- La contaminación de los flujos de información: la Casa Blanca, apoyada por los Gobiernos británico y español, multiplicó las declaraciones engañosas, las semi-verdades y las mentiras para contaminar los flujos de información en nombre del principio de que la mala información expulsa la buena. El éxito de esta táctica se comprobó en un sondeo publicado en marzo de 2003: aunque nada comprobaba la implicación de Sadam Husein en los atentados del 11-S, una mayoría de estadounidenses estaban convencidos de su participación.
- La imposición de un nivel de ruido ensordecedor que hace inaudibles las otras posiciones: los portavoces del Gobierno lanzaron intensas y constantes acusaciones y afirmaciones que relegaron a sus adversarios a las trincheras de la información. Ya no había espacio para otras voces, un fenómeno agravado por la tendencia de la prensa en privilegiar las fuentes y el discurso oficiales.
- La intimidación de los enemigos del interior: el Gobierno jugó constantemente la carta patriótica y descalificó a sus opositores. “Están con nosotros o contra nosotros”. Esta frase de George Bush resumió el contexto intimidatorio en el cual se desarrolló el debate estadounidense sobre la guerra en Irak.
- La subversión de las palabras: la Casa Blanca se ha ido apropiando de palabras y conceptos clave —terrorismo, libertad, derecho internacional, justicia—⁹ para imponer un significado adaptado a los objetivos de la lógica de guerra y restringir los límites del debate aceptable, sabiendo que la prensa se mueve más fácilmente en un cuadro de consenso con el poder.

Estas políticas de comunicación se aplicaron a nivel mundial porque el escenario del poder también se concibe como mundial. Desde la guerra en Afganistán, la Casa Blanca ha tratado de coordinar su política con sus aliados y ha empujado su diplomacia hacia los países más sensibles, en particular el mundo árabe-musulmán, creando una radio (*Radio Sawa*) y una televisión dedicadas a difundir otra visión de EEUU. El “control de las conciencias” se ha globalizado no solo porque las políticas antiterroristas se conciben a nivel global, sino porque el mundo mediático también se ha globalizado, trastornando políticas nacionales de comunicación.

Esta política de influencia se transmite también desde el sector privado. Los pensadores de moda son exportados y comercializados como películas y actores. El ejemplo más acabado de este *marketing* global de las ideas lo representó el neoconservador Robert Kagan que, con motivo de la crisis entre la vieja Europa y EEUU, se convirtió en uno de los autores más exitosos y uno de los columnistas más omnipresentes tanto en EEUU como en Europa.

⁹ John Collins y Ross Glover (Eds.), *Collateral Language, A Users' Guide to America's New War*, New York University Press, Nueva York, 2002.

Una prensa insegura

Las políticas de comunicación y desinformación han sido favorecidas por un panorama mediático en plena evolución y, por lo tanto, frágil e inseguro. Aunque suene obvio, no hay mentira que valga sin una prensa que la transmite. Impulsada después del 11-S, la guerra contra el terrorismo ha agudizado, en el caso estadounidense, unas tendencias que ya se habían perfilado en los años ochenta, durante la era Reagan, cuando una parte significativa de los medios de comunicación no se atrevió a informar críticamente sobre un presidente demasiado popular.¹⁰

El peso creciente e intimidante de las voces conservadoras y fundamentalistas en el espacio mediático estadounidense ha quedado demostrado. Es lo que el comentarista David Brock llama la “máquina de ruidos republicana”,¹¹ una red muy densa de publicaciones de reflexión partidistas, programas de radio populistas (“Rush Limbaugh”), cadenas de televisión patrioterías (*Fox News*) o cristianas (Pat Robertson y su “Christian Broadcasting Network”), sitios web y revistas militantes (*The Weekly Standard*), que saturan el espacio mediático y atacan despiadadamente a sus adversarios liberales. Estos medios se apoyan en fundaciones ricamente dotadas y en *think tanks* (centros de estudios) muy activos no solo en EEUU sino también en el exterior.

Las evoluciones dentro de los medios han acrecentado su vulnerabilidad frente a las manipulaciones oficiales y no oficiales. La integración de los medios de comunicación en poderosos grupos económicos ha llevado al mundo de la prensa a unos conceptos de rentabilidad financiera que han socavado el periodismo. La prosperidad de los medios, obtenida a expensas de las inversiones en las redacciones, se ha correspondido demasiadas veces con una miseria creciente de la información: mientras los beneficios de las empresas del sector han aumentado en un 207% entre 1991 y 2000, el empleo en el seno de las redacciones sólo ha crecido un 3%.¹²

A excepción de unos escasos medios de calidad, la gran prensa, y en particular las televisiones –que son la primera fuente de información para una mayoría aplastante de los consumidores de medios– han disminuido su cobertura internacional en cantidad y en calidad. En 1998, según un estudio de *l’American Journalism Review*,¹³ las noticias internacionales sólo ocupaban el 3% del espacio redaccional total de la gran prensa regional de EEUU. Después del 11-S, la prensa aumentó su cobertura internacional y en particular las noticias sobre el terrorismo, pero esta tendencia parece muy frágil y reversible. Además, las noti-

¹⁰ Mark Hertsgaard, “On Bended Knees”, *The Press and the Reagan Presidency*, Schocken Books, Nueva York, 1989.

¹¹ David Brock, *The Republican Noise Machine*, Crown Publishers, Nueva York, 2004.

¹² The Project for Excellence in Journalism, *The State of the News Media 2004*, Washington, 2004.

¹³ Peter Arnett, “Goodbye, World”, *American Journalism Review*, noviembre de 1998, pp. 50-67.

cias del extranjero se adhieren al modelo del llamado *soft news*, es decir, que privilegian las imágenes y el espectáculo sin contextualización ni voluntad de entender.¹⁴

La mayoría de la prensa estadounidense ha respaldado sin reservas ni matices el discurso oficial. “Los programas informativos de las televisiones, exclamaba Sheryl McCarthy del diario *Newsday* (Long Island, Nueva York), no cubren la guerra, sino que la promueven”.¹⁵ Hubo dignas excepciones a la unanimidad y al seguidismo. *The Nation*, *The New York Review of Books*, *The American Prospect*, Amy Goodman del programa radiofónico *Democracy Now!* y otros izaron la bandera del periodismo crítico.¹⁶ Dentro de la prensa tradicional, una minoría influyente de medios y periodistas practicó también un periodismo independiente y casi profético, si se tienen en cuenta las acusaciones a las cuales tienen que enfrentarse hoy las fuerzas de la coalición en Irak. Seymour Hersh en el semanario *The New Yorker*, Dana Milbank y Walter Pincus en *The Washington Post* y el semanario *Newsweek*, sometieron los dogmas y las aseveraciones de la Casa Blanca a un escrutinio intenso.

El balance, sin embargo, es preocupante. En un artículo publicado en *The New York Review of Books*, Michael Massing denunciaba en febrero de 2004 la actitud de la gran prensa, su silencio y su timidez frente a las políticas de manipulación y mentira del Gobierno de Bush. “Muchos periodistas sabían, pero muy pocos decidieron escribir sobre lo que sabían. Mirando y leyendo todo eso, me inclino a preguntarles: ¿dónde estaban ustedes antes de la guerra?”.¹⁷

Susan Moeller, de la Universidad de Maryland, concluía un estudio sobre la cobertura del tema de las armas de destrucción masiva con una frase igualmente dura: “Los medios estadounidenses no jugaron el papel de controlar y balancear (*checking and balancing*) el ejercicio del poder tal como lo requiere la teoría normal de la democracia”.¹⁸ El propio *New York Times*, que se opuso editorialmente a la guerra, tuvo que admitir en un largo artículo de *mea culpa*, publicado el 26 de mayo de 2004, que sus artículos sobre las armas de destrucción masiva habían engañado al público.¹⁹

¹⁴ Para un estudio original de este fenómeno, ver Matthew A. Baum, “Soft News Goes to War”, *Public Opinion and American Foreign Policy in the New Media Age*, Princeton University Press, 2003.

¹⁵ Sheryl McCarthy, “War Coverage Is All About Boosting Ratings”, www.newsday.com, 20 de marzo de 2003.

¹⁶ Amy Goodman y David Goodman), *The Exception to the Rulers. Exposing Oily Politicians, War Profiteers, and the Media That Love Them*, Hyperion Books, Nueva York, 2004.

¹⁷ Michael Massing, “Now They Tell Us”, *The New York Review of Books*, 26 de febrero de 2004.

¹⁸ Susan D. Moeller, “Media Coverage of Weapons of Mass Destruction”, Center for International and Security Studies at Maryland (CISSM), 9 de marzo de 2004.

¹⁹ “The Times and Iraq”, *The New York Times*, 26 de mayo de 2004.

La rebeldía ciudadana

A pesar de este escenario, sería errado pensar que los ciudadanos no tienen recursos. En cada democracia, incluidas las más liberales, e incluso en la mayoría de los regímenes autoritarios, hay siempre espacios de libertad y de verdad; intersticios que se pueden ensanchar hasta transformarlos en plazas públicas.

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación han aportado un abanico de posibilidades para la discrepancia ciudadana. La convocatoria a las manifestaciones contra la desinformación del PP el 13 de marzo ha demostrado el poder de los SMS (mensajes en los móviles). Las protestas contra la guerra en Irak que se desarrollaron en EEUU y Europa ilustraron también la existencia de un espacio mediático ciudadano alimentado por una proliferación de *blogs* (páginas web personales) pero, quizá de manera más significativa y duradera, por una presencia creciente de sitios de información alternativa de calidad.

La globalización ha proporcionado nuevas posibilidades a esta reacción ciudadana. Las nuevas tecnologías de la información y comunicación se han convertido en instrumentos de disidencia global: ofrecen posibilidades mayores de intrusión dentro de los sistemas mediáticos y de difusión casi instantánea de información y contrainformación, pero también permiten un pluralismo mediático global que se burla de las fronteras y de los mercados hasta ahora muy segmentados.

En la era del cable, la cadena global CNN había organizado la “fronterización” de su cobertura al crear versiones locales de sus programas. Así, la CNN estadounidense es muy diferente de la CNN Internacional, con base en Londres. La primera es más provincial, más patriótica, menos plural y más simplista. Sin embargo, la difusión por satélite e Internet estorba a esta “fronterización”, desvelando las incoherencias y los oportunismos de mercadeo. El contrapoder mediático estadounidense ya no se limita a los medios nacionales que han preservado su independencia, sino que está reforzado por medios internacionales que llegan a su *heartland* por Internet o por la parabólica.

Al contrario de lo que pasó en la guerra del Golfo en 2001, EEUU ha perdido el casi monopolio de la (des)información que poseyó durante la guerra de 1991. En lugar de los dos periodistas (Alfonso Rojo de *El Mundo* y Peter Arnett de *CNN*) que permanecieron en Bagdad durante los bombardeos, en esta ocasión centenares de corresponsales informaron desde la capital iraquí, difundiendo una gran diversidad de visiones y perspectivas sobre la guerra. Medios europeos, asiáticos y latinoamericanos se inmiscuyeron en la batalla informativa.

Transmitida por la red pública *PBS* y por *National Public Radio*, la *BBC* (radio y TV) produjo parte de la oferta informativa disponible en EEUU, y aumentó de manera sensible su audiencia. La actuación de las televisiones árabes, como *Al Jazira* o *Al Arabiya*, creó un entorno informativo muy volátil que dificultó muchísimo el manejo de la información estadounidense, no sólo en el mundo árabe sino también en los países de la coalición. Las grandes cadenas hispanas, como *Univision* o *Telemundo*, ofrecieron también una manera diferente de ver el conflicto.²⁰

²⁰ Jean-Paul Marthoz, *Irak, les Médias en Guerre*, Editions Actes Sud, París, 2003, pp. 19-63.

¿Qué hacer?

El 11-M, la guerra en Irak y el manejo de la esfera mediática indican la importancia de volver a pensar la ecuación entre la democracia y los medios. Estos acontecimientos han sacado a luz de manera trágica y vergonzosa unas políticas de desinformación y de manipulación que se han convertido en prácticas normales de Gobiernos democráticos, y que no parecieron dañar a sus autores hasta que la gestión diaria de la mentira ya no se pudo diluir en el proceso de indigestión informativa y se topó con eventos dramáticos que sirvieron de revelador y repelente.

Hay que repensar la ecuación democrática en la esfera de la información, discutir de temas tan importantes como la concentración y la conglomeración (la integración de la prensa en grupos industriales o financieros) de los medios, la comercialización de las noticias y el impacto de estos factores sobre la diversidad, la calidad y la libertad de la información.

El postulado de esta reflexión supone que una campaña por una democracia mediática no sea la exclusividad de los profesionales del periodismo. El mundo político tiene que asumir sus responsabilidades para preservar, especialmente en tiempos de crisis, un espacio de crítica y debate.

La sociedad civil tiene que entrar en el debate con la misma urgencia con la que se implica en temas de política social, medio ambiente, paz o migración. Tiene que hacerlo con los ojos abiertos y sin caer en estereotipos ni pensamientos automáticos. Durante todas estas crisis, la gran prensa, particularmente en EEUU, ha demostrado sus disfunciones y sus limitaciones, y es por tanto un imperativo someter los grandes medios a un monitoreo serio y crítico. Sin embargo, la expresión de gran prensa cubre un mundo diverso y muchas veces antagónico. En resumen, hay diferencias esenciales entre *New York Times* y *Fox News*, *Libération* y *Paris Match*. Por eso es imperativo también trabajar dentro de los grandes medios con los reporteros y comentaristas que propugnan un periodismo de calidad, consciente de sus responsabilidades de verdad, de pluralismo y de contrapoder en una sociedad democrática. Una parte notable de la profesión quiere asumir sus responsabilidades y reflexiona sobre sus prácticas y principios, a imagen, en el caso estadounidense, del *Committee of Concerned Journalists*, creado y animado por personalidades eminentes de la profesión. La autocrítica del *New York Times* sobre su cobertura de las armas de destrucción masiva constituye, dentro de este contexto, un ejemplo significativo aunque limitado.

Al lado de este apoyo a la prensa de calidad, los movimientos ciudadanos tienen que reforzar su autonomía frente a los grandes medios comerciales. La prensa alternativa ha demostrado su pujanza proponiendo hechos, encuestas y opiniones que ahora parecen confirmados por la evolución de los acontecimientos. Las nuevas tecnologías de la información ofrecen dentro de esta perspectiva una posibilidad real de recrear una indispensable cacofonía democrática.

Esta reconstrucción de un espacio mediático democrático pasa también por una defensa vigorosa de los medios de servicio público. Esta opción tiene sus condiciones y consecuencias: la independencia frente al Gobierno de turno, una financiación que permite limitar los efectos de la publicidad y de la comercialización, una pluralidad que refleje la diversidad de la sociedad.

Estas iniciativas tienen que tomarse a nivel global. Las críticas al manejo informativo del 11-M no han venido sólo de España sino también del exterior, reflejando la existencia de una comunidad internacional de la libertad de expresión y la conciencia de que la falta de libertad o la desinformación en un país determinado tienen consecuencias nefastas a nivel global.

La política de información de los gobiernos debe ser repensada. La mentira oficial tiene que ser sancionada políticamente pero también judicialmente cuando sirve para esconder a la opinión pública hechos decisivos sobre temas esenciales, como ir o no a una guerra. Como escribía Reporteros sin Fronteras después de la guerra del Golfo de 1991: "No se puede imaginar que una democracia se vaya a la guerra haciendo abstracción de los principios que la fundan. Una democracia se niega de antemano a utilizar ciertos procedimientos, como la tortura o el terrorismo. Así mismo, en el terreno de la información, se niega en principio no la censura, sino la intoxicación y la manipulación. Obviamente, a los ojos de ciertos militares, esto constituye una desventaja estratégica y militar. Pero la democracia esta guiada por otras leyes que la sola lógica militar".²¹

²¹ Reporteros sin Fronteras, *La presse en état de guerre*, París, 1991.