

GREG SIMONS

# Las noticias de guerra: entretenimiento y producto para las agencias de relaciones públicas

Traducción de Olga Abasolo

*El objetivo de este artículo es poner de relieve los defectos y las deficiencias inherentes a los actuales mecanismos de divulgación de noticias en un escenario supuestamente "democrático". Analiza brevemente el estado actual de la producción de noticias y los criterios en los que se basa, para ahondar posteriormente en la contextualización de la información. Política, guerra y medios de comunicación son ámbitos entrelazados, ¿por qué? El autor recurre a un estudio de caso: la reciente ofensiva de la OTAN en el sur de Afganistán, para subrayar y demostrar sus líneas de análisis.*

**E**l proceso acelerado de transformación tanto del formato como de la producción misma de noticias se ha producido en paralelo con el desarrollo de la tecnología que disemina la información. Si nos atenemos a su definición tradicional, una noticia implica la existencia de un asunto relevante que requiere ser transmitido a un público de tal modo que el consumidor de la misma reciba una información adecuada para elaborar una opinión más o menos objetiva.

Al mismo tiempo, la utilización política de las tecnologías de la información está en constante proceso de desarrollo y afinación. Ya durante la primera guerra mundial (1914-1919) y a comienzos de los años veinte, las relaciones públicas se transformaron rápidamente de acuerdo a los nuevos criterios de Edward Bernays, Walter Lippmann y George Creel con respecto a cómo deberían entenderse y gestionarse las políticas públicas. Según ellos, era preciso "guiar" al público (en las sociedades democráticas) para facilitar la tarea de gobierno.<sup>1</sup> Cuanto mayor la población, mayor será la diversidad

Greg Simons,  
Uppsala Centre for  
Russian and  
Eurasian Studies,  
Uppsala University  
Crismart, Swedish  
National Defense  
College

---

<sup>1</sup> Véase, por ejemplo, W. Lippmann, *A Preface to Politics*, Prometheus Books, Nueva York, 2005 [primera edición 1913] o E. Bernays, *Propaganda* [introducción de Mark Crispin Miller, 1928], I G Publishing, Nueva York, 2005.

de opiniones lo que, a su vez, ralentiza el proceso de toma de decisiones del Gobierno y la burocracia.

Un medio para salvar este “problema” ha sido manipular la conciencia pública mediante la gestión de la información a la que está expuesta, lo que supone la intervención en las percepciones y en las opiniones de los demás. En el actual contexto, la producción de noticias y su presentación desde los medios de comunicación de masas respaldan este proceso de manipulación. Por lo tanto, el objetivo de este artículo es poner de relieve los defectos y las deficiencias inherentes a la información vital y objetiva que llega al público en un escenario supuestamente “democrático”. La situación mina los proclamados principios que deberían sustentar y garantizar la salud de una sociedad democrática.

Analizaremos una serie de aspectos. Primero, nos detendremos en el estado actual de la producción de noticias y los criterios en los que se basa. Para ahondar, posteriormente, en la contextualización de la información, analizaremos el modo en que se mezclan la política, la guerra y los medios de comunicación, y por qué. Recurriremos a un estudio de caso: la reciente ofensiva de la OTAN en el sur de Afganistán para subrayar y demostrar lo explicado en dichos apartados

## La producción de noticias y los criterios en los que se basa

A menudo, los medios de comunicación de masas se consideran como un componente clave para el marco democrático.<sup>2</sup> El comisario europeo Marcelino Oreja, presidió el Grupo de Alto Nivel de Política Audiovisual, que contribuyó a la redacción de un informe de la Comisión Europea. Una de las premisas del mismo era que «la existencia de una sociedad democrática moderna depende de los medios de comunicación» que deben: 1) ser ampliamente accesibles; 2) reflejar la naturaleza plural de la sociedad y no estar dominados por un punto de vista en concreto ni controlados por un único grupo de interés; 3) permitir el acceso a la información necesaria para que los ciudadanos puedan elegir acerca de los aspectos relacionados con sus vidas y sus comunidades; 4) proporcionar los medios para que pueda producirse el debate público, base fundamental de las sociedades democráticas libres, medios que no seguirán los dictados exclusivos del mercado.<sup>3</sup>

Anthony Giddens, científico social británico, ha descrito la compleja relación entre los medios de comunicación y la democracia:

---

<sup>2</sup> Véase R. Gunther y A. Mughan (eds.), *Democracy and the Media: A Comparative Study*, Cambridge University Press, Nueva York, 2000.

<sup>3</sup> K. Nordenstreng, «Media and Democracy. What is Really Required?» en J. Van Cuilenburg y R. Van Der Wurff (eds.), *Media and Open Society*, Spinhuis, Amsterdam, 2000, pp. 29-30.  
Oreja et al., 1998: 9)

«No podemos extraer a los medios de esta ecuación. Estos, y en particular la televisión, mantienen con la democracia una relación contradictoria. Por un lado, como ya he destacado, la emergencia de una sociedad de la información global es una fuerza democratizadora poderosa. Sin embargo, la televisión y otros medios tienden a destruir la propia esfera pública para el diálogo que ellos mismos inician, mediante la incesante trivialización y personalización de los asuntos políticos».<sup>4</sup>

El modo en el que se presentan las noticias está influido por dos aspectos que indican un cambio del proceso. Las noticias se han convertido en un negocio las 24 horas del día y los siete días de la semana, y como tal, requiere “alimentarse” constantemente de información. A su vez, las empresas de información han reducido el número de periodistas en plantilla para racionalizar financieramente sus organizaciones ante las crecientes dificultades económicas.

---

### Las noticias se han convertido en un negocio las 24 horas del día y los siete días de la semana que requiere “alimentarse” constantemente de información

---

Estos dos aspectos se refieren al proceso físico de la recogida y la emisión de la información. Pero, además, se ha producido un cambio de actitud y enfoque con respecto al estilo y al formato de las noticias. Ha bajado el contenido intelectual de las mismas y se produce una tendencia hacia el sensacionalismo. Por un lado, se argumenta que este proceso daña a la democracia debido a la excesiva simplificación de la realidad que fomenta y que, por tanto, merma la capacidad de alcanzar una opinión realmente informada. Por otro, este proceso permite el acceso a la información política y social a aquellos con un menor nivel intelectual.<sup>5</sup> No obstante, este argumento plantea algunos problemas.

El sensacionalismo es un proceso negativo en sí mismo. La vida y la política no son ámbitos sencillos, y la simplificación de las situaciones para supuestamente atender a las necesidades de los estratos más “bajos” de la sociedad en términos intelectuales se basa en la presunción de fondo de que el público es demasiado tonto como para entenderlos. Además, aquellas personas a las que se clasifica en ese estrato inferior quedan privadas de su derecho a recibir una información más objetiva.

---

<sup>4</sup> K. Nordenstreng, «Media and Democracy. Do we Know What to Do?» en *Television and New Media*, 2 (2001):1, p. 58.

<sup>5</sup> Véase para argumentos más detallados en este sentido D. K. Thussu, *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*, Sage Publications, Londres, 2009 y J. Gripsrud, *Understanding Media Culture*, Arnold, Londres, 2002.

Todos estos argumentos están, no obstante, atravesados por una consideración que hasta ahora ha permanecido ignorada: la economía. El ascenso de las corporaciones mediáticas, y la concentración de los activos en cada vez menos manos ha ejercido un impacto sobre el formato y la calidad de las noticias. Los medios de comunicación corporativos pueden llegar a propugnar, mediante mecanismos tales como la Responsabilidad Social Corporativa y demás, velar de corazón por el interés público. La realidad y los criterios económicos parecen decir lo contrario; su mayor preocupación es, simple y llanamente, la obtención de beneficios. Y esta es la motivación que está detrás del estilo y de la elección en términos de las programaciones y los enfoques adoptados a la hora de presentar la noticia.

«Tickle the public, make them grin,  
the more you tickle, the more you'll win;  
teach the public, you'll never get rich,  
you'll live like a beggar and die in a ditch.»<sup>6</sup>

Estos versos aparecieron publicados en el periódico británico *Daily Mail*, en su edición especial con motivo de la celebración de su centenario (inició su andadura en 1896). Están tan repletos de sencillez como de cinismo. De ellos se deduce que las funciones y los potenciales educativos e instructivos de los medios de comunicación de masas se sacrifican en pro de aumentar el beneficio financiero.

## La mezcla de política, guerra y medios

La guerra y la política están entrelazadas; se considera la guerra como una extensión de la política por otros medios, algo que no es novedad en la historia de la humanidad. Karl von Clausewitz ya lo expresó, y Sun Tzu mucho antes que él. Sin embargo, la principal diferencia con respecto a los sistemas políticos de las respectivas épocas de ambos autores es el contexto de los fundamentos democráticos sobre los cuales se asienta el actual sistema político. Este implica que debe existir un consenso, al menos aparentemente, en torno a las políticas y su continuidad y promoción, sobre todo si estas implican un cierto componente de riesgo, como en el caso de un conflicto armado.

Los futuros conflictos deben adoptar una apariencia que los justifique y basarse en la inevitabilidad, el enemigo deberá aparecer como cruel y despiadado, como alguien con

---

<sup>6</sup> D. K. Thussu, *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*, Sage, Londres, 2009, p. 15. «Haz cosquillas al público, arráncale una sonrisa, cuánto más lo hagas, más obtendrás; si le enseñas, jamás te enriquecerás; como un mendigo vivirás, y en la cuneta acabarás» [la traducción es nuestra].

quien no se puede razonar ni negociar. Cuando se trata de una guerra o de un conflicto en curso debe transmitirse (por parte del Gobierno) la sensación de que se está progresando “favorablemente”. No se comunicará el hecho de que se esté perdiendo la guerra, por defecto; el público lo acabará asumiendo. Igualmente deberá permanecer la sensación de legitimidad y justificación del conflicto.

¿En qué lugar encajan los medios de comunicación en esta ecuación? En primer lugar, no debe darse por supuesto que los medios de comunicación juegan el papel de guardianes de la opinión pública (protección de los derechos humanos, democracia o el interés público), por las razones ya explicadas en el anterior apartado. Los intereses de los propietarios de los medios corporativos y de un Gobierno preparando un caso para la guerra, pueden, de hecho, ser convergentes. Lo cual se combina con el hecho de que lo habitual es que los medios de comunicación tiendan a apoyar a su Gobierno en tiempos de guerra, más que enfrentarse a él.<sup>7</sup> Por otra parte, hay que considerar el aspecto económico: el conflicto armado es un producto vendible, y como tal, una “buena” historia se considera como un potencial aumento de beneficios.

Aunque el conflicto que tuvo lugar en 2008 entre Georgia y Rusia no forma parte del estudio de caso aquí abordado, es ilustrativo del enfoque que adoptaron los periodistas que trabajaban en un entorno mediático liberal, sobre cómo cubrir un conflicto armado. Peter Wilby, de *Guardian*, resumió una serie de razones por las que los periodistas se quedaron cortos a la hora de abordar la noticia. Una de ellas fue el momento en que tuvo lugar la guerra, no solo que fuera durante las vacaciones de verano, si no que coincidiera con la inauguración de los Juegos Olímpicos de Pekín. Ambas cosas impidieron que hubiera un número elevado de periodistas para cubrir el hecho, y menos aún cubrirlo adecuadamente. El dilema de las noticias debe continuar, siguiendo la conocida expresión. «Es preciso contarles quiénes son los buenos y quiénes los malos. Recuerden, las noticias forman parte de la industria de entretenimiento.»<sup>8</sup> La naturaleza de la industria informativa aquel 24 de julio<sup>9</sup> permitió que la historia siguiera adelante, lo cual dejó a los periodistas en una situación de mayor vulnerabilidad ante la “información” ofrecida por las empresas asociadas de relaciones públicas (que trabajaban en nombre de los Gobiernos o que pertenecían a ellos) implicadas en el conflicto.

Daya Thussu destaca que las exigencias de un ciclo de 24 horas de noticias impiden que los periodistas encuentren material suficiente para rellenar la programación. Comenta que,

<sup>7</sup> Véase por ejemplo, D. R. Willcox, *Propaganda, the Press and Conflict: The Gulf War and Kosovo*, Routledge, Nueva York, 2006.

<sup>8</sup> P. Wilby, «Georgia has Won the PR War», *The Guardian*, <http://www.guardian.co.uk/media/2008/aug/18/pressandpublishing.georgia>, 18 de agosto de 2008.

<sup>9</sup> Cuando el ministro de Defensa ruso anunció la eminente retirada de las tropas rusas.

ante la ausencia de un flujo adecuado de información, los periodistas tienden a trabajar sobre rumores, a pergeñar reportajes y a recurrir a fuentes no contrastadas. Con respecto al caso del 11 de septiembre, Thussu afirma que las cadenas de TV recurrieron a la especulación y a los rumores antes que a la elaboración de reportajes precisos. Por lo tanto, hay una tendencia a utilizar cualquier información novedosa antes que nada, incluso aunque en el mejor de los casos, esté remotamente vinculada con los acontecimientos.<sup>10</sup> Así, cuando las agencias gubernamentales y las de relaciones públicas suministran a los medios de comunicación material durante un conflicto armado, estos se aferran a él de inmediato y se divulga sin atender debidamente a si las fuentes de información son fidedignas. Aquellos actores responsables de divulgar este tipo de información se limitan a utilizar las debilidades inherentes del sistema global de producción de noticias.

Toda vez, por supuesto, que los canales de medios de comunicación en cuestión no están alineados, en términos de propiedad o ideológicos, con los actores responsables de comunicar la información a esos medios. Sea como fuere, ambos grupos de actores han llegado a mantener una suerte de relación simbiótica. Uno de los indicios de ello son los nombres asignados a las operaciones militares ideados para transmitir diversos ideales utópicos, puestos en práctica por unos medios que distan de ser utópicos. Por ejemplo, en 2003 la invasión derivada de la ocupación de Iraq se llamó Operación Libertad para Iraq.

## Un buen ejemplo: la ofensiva de la OTAN en el sur de Afganistán, 2010

Si hemos de basarnos en las lecciones aprendidas tras la primera guerra mundial, y la implicación del Committee for Public Information a la hora de hacer efectiva la implicación de Estados Unidos en el conflicto, la información relativa a la inminencia de la guerra obtendrá relevancia antes de que se produzcan los primeros disparos fruto de la ira. Desde luego, así fue con respecto a la muy aclamada ofensiva antitalibán por parte de las fuerzas de la OTAN en el sur de Afganistán (inicialmente centrada en la ciudad de Marjah, al sur de la provincia de Helmand). Daba la impresión de que la ofensiva en ciernes (Operación Moshtarak – “unidos” en lengua dari) tenía unos objetivos en mente que distaban de reducirse a los puramente militares.

«Con frecuencia, las intervenciones militares pretenden coger desprevenido al enemigo, pero, durante semanas, los oficiales estadounidenses y aliados han informado a los reporteros de su próximo ataque sobre Marjah, una ciudad con 80.000 habitantes controlada por los talibanes,

---

<sup>10</sup> D. K.Thussu, *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*, Sage Publications, Londres, 2009, p. 114.

y centro de tráfico de drogas en el sur de la provincia de Helmand, donde se cultivan las amapolas.»<sup>11</sup>

La noticia de la inminente ofensiva se emitió con bastante antelación al ataque. Desde el punto de vista de los Gobiernos cuyos ejércitos están implicados en Afganistán, han sido diversos los temas de interés para los diferentes países y grupos con intereses creados en el conflicto. Paso a incidir en tres de los mensajes destacados en y a través de los medios: 1) combatir el narcotráfico; 2) destacar la escala y los posibles resultados de la ofensiva; 3) procurar reducir el número de bajas civiles.

Analizaremos cada uno por separado puesto que sus destinatarios son distintos. Uno de los destinatarios del giro de la Operación Moshtarak fue el pueblo afgano. Una de las causas de las tensiones es la discrepancia con respecto al número de bajas civiles –cuyo número exacto resulta difícil de determinar dados los sistemas de clasificación imprecisos y engañosos (por ejemplo, los “sospechosos” de ser talibanes), y la dificultad de acceso a zonas remotas para contabilizar el número de personas fallecidas.<sup>12</sup> Fueron numerosas las alusiones y las declaraciones, emitidas tanto por los oficiales militares como por otros portavoces de la ofensiva, acerca de la atención que se ponía en la evacuación de la población civil de las zonas peligrosas. Se trabajó también en un marco que implicara a los ciudadanos afganos en el proceso de reestablecimiento de la “normalidad” en el país.

«El domingo, podían verse en los puestos de control pequeños furgones en caravana cargados con colchones y ropa apilados en su interior, ante la huida de cientos de civiles de la zona bajo control talibán, antes de que tuviera lugar la ofensiva planificada de la OTAN sobre el sur de Afganistán.»<sup>13</sup>

«Los marines, que se han enfrentado a la férrea resistencia de los talibanes, han solicitado autorización por radio para un ataque aéreo sobre los insurgentes a mediodía del lunes. Situación que, entendida como clara oportunidad, durante la guerra de Iraq, o incluso durante los siete años que dura este conflicto, habría provocado que se produjera un bombardeo inmediato.

Pero ya no: a juicio de los oficiales en el cuartel general de los marines, los insurgentes estaban demasiado cerca de unas casas. De acuerdo a los nuevos mecanismos mediante los cuales

<sup>11</sup> *Why are U.S., allies telling Taliban about coming offensive?*, McClatchy, [http://www.mcclatchydc.com/2010/02/05/83858/why-are-us-allies-telling-taliban.html?pageNum=3&&mi\\_pluck\\_action=page\\_nav#Comments\\_Container](http://www.mcclatchydc.com/2010/02/05/83858/why-are-us-allies-telling-taliban.html?pageNum=3&&mi_pluck_action=page_nav#Comments_Container), 5 de febrero de 2010 [acceso el 16 de mayo de 2010].

<sup>12</sup> Véase Afghanistan Conflict Monitor, Human Security Report Project (School of International Studies at Simon Fraser University), [http://www.afghanconflictmonitor.org/civilian\\_casualties/index.html](http://www.afghanconflictmonitor.org/civilian_casualties/index.html), [acceso el 16 de mayo de 2010].

<sup>13</sup> N. Khan y K. Gamel, «Afghanistan Civilians Flee Ahead of U.S. Military Offensive», *The Huffington Post*, [http://www.huffingtonpost.com/2010/02/07/afghanistan-civilians-flee\\_n\\_452783.html](http://www.huffingtonpost.com/2010/02/07/afghanistan-civilians-flee_n_452783.html), 7 de febrero de 2010 [acceso el 16 de mayo de 2010].

Estados Unidos y sus aliados de la OTAN libran la guerra afgana, bombardear una casa o la zona colindante con ella está prohibido salvo que las tropas se encuentren en inminente peligro de resultar derrotadas o de que puedan probar que no hay civiles en su interior.»<sup>14</sup>

«Lo verdaderamente importante... es que cuando se produce una conversación sobre el terreno entre los afganos y los *maliks*, o los líderes de los poblados y previa a la operación, en la que se explique lo que sucederá una vez que el Gobierno logre control y autoridad sobre esas zonas, con frecuencia los afganos no combaten, sino que nos reciben bien» [Major General Nick Carter, Ejército británico].<sup>15</sup>

---

### Los conflictos deben adoptar una apariencia que los justifique y basarse en la inevitabilidad; el enemigo deberá aparecer como cruel y despiadado, como alguien con quien no se puede razonar ni negociar

---

Sin embargo, este intento de divulgar la imagen de que los civiles están a salvo de las operaciones militares de la OTAN se diluyó en cuanto salió a la luz cuáles eran los verdaderos mecanismos y los medios de la guerra moderna. No tardaron en llegar noticias sobre el creciente número de víctimas mortales entre la población civil. Las dudas sobre los recientes resultados de las elecciones afganas también parecieron erosionar la confianza en que el Gobierno estuviera realmente teniendo en cuenta las necesidades de la gente corriente.

Desde que se iniciara la intervención de las tropas internacionales en Afganistán en 2001 hasta principios de 2010, han muerto 1.624 miembros de las mismas (entre los cuales hay 984 soldados norteamericanos).<sup>16</sup> Hasta la fecha, son relativamente escasos los indicios de los recursos financieros y de la ayuda y efectivos reservados a Afganistán. El índice de bajas tiende también a elevarse, lo que puede suponer que se ponga a prueba la paciencia y la tolerancia de la opinión pública de las naciones que están enviando tropas a la zona del conflicto. En dicho caso, aumentará significativamente la presión sobre los Gobiernos para que

---

<sup>14</sup> R. Chandrasekaran, *U.S. curtails use of airstrikes in assault on Marja*, *The Washington Post*, [http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2010/02/15/AR2010021500774.html?nav=rss\\_email/components](http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2010/02/15/AR2010021500774.html?nav=rss_email/components), 16 de febrero de 2010 [acceso el 16 de mayo de 2010].

<sup>15</sup> J. Borger y R. Norton-Taylor, «British and US Troops to Launch New Afghan Offensive», *The Guardian*, <http://www.guardian.co.uk/world/2010/jan/25/new-afghanistan-helmand-offensive>, 25 de enero de 2010 [acceso el 16 de mayo de 2010].

<sup>16</sup> *Why are U.S., allies telling Taliban about coming offensive?*, McClatchy, [http://www.mcclatchydc.com/2010/02/05/83858/why-are-us-allies-telling-taliban.html?pageNum=3&&mi\\_pluck\\_action=page\\_nav#Comments\\_Container](http://www.mcclatchydc.com/2010/02/05/83858/why-are-us-allies-telling-taliban.html?pageNum=3&&mi_pluck_action=page_nav#Comments_Container), 5 de febrero de 2010 [acceso el 16 de mayo de 2010].



dejen de implicarse en él. La superioridad militar de las tropas de la OTAN sobre sus oponentes talibanes se sobreestimó, al igual que la faceta humanitaria de los comandantes de la OTAN.

«En los días sucesivos, veremos una demostración de nuestra capacidad en una serie de operaciones, emprendidas por los afganos y apoyadas por la OTAN en el sur de Helmand» [Anders Fogh Rasmussen, secretario general de la OTAN].

«Si quieren luchar, obviamente, la situación derivará en un conflicto. De lo contrario, pues estupendo [...] Preferiríamos desde luego que entendieran la inevitabilidad de los cambios y que lo aceptaran sin más. Y creemos que podemos darles esa oportunidad. Por eso lo estamos haciendo de un modo poco convencional, en parte.» [General Stanley McChrystal]<sup>17</sup>

«Las tropas norteamericanas de la OTAN han lanzado una ofensiva el sábado contra el último gran baluarte de los talibanes en la provincia afgana de Helmand, una prueba para la estrategia de despliegue de tropas del presidente Barack Obama.»<sup>18</sup>

Estas afirmaciones ni se contrastaron ni se contradijeron. Ofrecen la impresión de que las tropas de la OTAN progresan favorablemente en Afganistán. No se escuchan declaraciones que cuestionen su veracidad, a pesar de los reveses sufridos durante años, ni a pesar del nulo progreso obtenido antes de la Operación Moshtarak.

Se ha dado mucha importancia al éxito de las operaciones contra el narcotráfico en la provincia de Helmand, fuente de tensiones entre la OTAN y Rusia. Este país ha emitido algunas acusaciones sobre la escasa atención prestada por parte de la OTAN a la producción y la distribución de las sustancias, y a que estaba pagando un precio por ello.<sup>19</sup> Según algunas afirmaciones, la ofensiva contribuiría de un modo importante a desmantelar el comercio de drogas.

«La ofensiva sobre Marjah –una comunidad agrícola y una de las mayores productoras de opio, con una población de 80.000 habitantes– será la primera, desde que el presidente Barack Obama anunciara el envío de 30.000 efectivos más.»<sup>20</sup>

<sup>17</sup> C. Whitlock, «NATO ministers, commanders advertise planned offensive in southern Afghanistan», *The Washington Post*, <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2010/02/05/AR2010020502554.html>, 6 de febrero de 2010 [acceso el 16 de mayo de 2010].

<sup>18</sup> M. Georgy, «NATO Launches Major Afghanistan Offensive», Reuters, <http://www.reuters.com/article/idUSTRE61B1ZJ20100212>, 12 de febrero de 2010 [acceso el 16 de mayo de 2010].

<sup>19</sup> A. «Fedyashin, Russia and NATO Divided Over Afghan Opium», *RIA Novosti*, <http://en.rian.ru/analysis/20100325/158312107.html>, 25 de marzo de 2010 [acceso el 16 de mayo 2010].

<sup>20</sup> N. Khan y K. Gamel, «Afghanistan Civilians Flee Ahead of U.S. Military Offensive», *The Huffington Post*, [http://www.huffingtonpost.com/2010/02/07/afghanistan-civilians-fle\\_n\\_452783.html](http://www.huffingtonpost.com/2010/02/07/afghanistan-civilians-fle_n_452783.html), 7 de febrero de 2010 [acceso el 16 de mayo de 2010].

Estas declaraciones pertenecen a oficiales de la OTAN, y se asumieron y publicaron sin cuestionarlas (por ejemplo, el historial de antecedentes). Hacen hincapié, al menos retóricamente, en la escala del problema y su supuesta resolución.

## Conclusión

Tras la lectura y análisis de una amplia variedad de artículos hallados en internet sobre las noticias emitidas por los medios de comunicación sobre la Operación Moshtarak podemos concluir que, por lo general, tienden a ser muy descriptivos y carentes de análisis. De acuerdo a las muy aclamadas virtudes del cuarto estado de los medios de comunicación y de la importancia de mantener informada a la opinión pública, el valor de las noticias era más bien escaso a la hora de permitir que el público lector pudiera elaborar una opinión informada de los acontecimientos reales.

La principal fuente de información y las declaraciones de los testigos expertos provienen o bien de los oficiales del ejército o de oficiales asociados a operaciones realizadas en Afganistán. El esfuerzo por contrastar estos relatos con los de los opositores al conflicto u otras fuentes independientes es más bien escaso, por no decir nulo.

Es cierto que Afganistán es un lugar peligroso para la práctica periodística. Cerca de una veintena de periodistas han muerto allí desde el 11 de septiembre,<sup>21</sup> y la exposición a amenazas físicas impide que los trabajadores de los medios puedan desempeñar su oficio adecuadamente. Pero esto no debe servir de excusa para la falta de investigación de fondo que sirva para dilucidar la complejidad del conflicto en su conjunto ni para la ausencia de análisis alternativos.

Se produce una aparente aceptación de la versión “oficial” (es decir, la del Gobierno y el Ejército). Así, en lo que respecta al Gobierno, sus intereses estarán satisfechos siempre que la opinión pública esté entretenida, más que informada. Los medios de comunicación obtienen así también “su” historia que contar y acceso a un material digno de ser noticia, vendible al consumidor de los medios.

Las distintas narrativas destacadas por los militares y los representantes políticos implican también que el público objetivo último no es necesariamente sólo el de los países más implicados (en términos de implicación militar), a juzgar por el análisis de una muestra de las narrativas y posibles públicos objetivos. Eso explicaría, en parte, ciertas alusiones a los talibanes y a que deberían renunciar a su causa “perdida”.

---

<sup>21</sup> Véase «British Journalist Killed in Afghanistan», *CNN*, <http://edition.cnn.com/2010/WORLD/asiapcf/01/10/afghanistan.journalist.killed/index.html>, 10 de enero de 2010 (acceso el 16 de mayo de 2010).

Cabe extraer, por tanto, la conclusión de que la esfera de la política y la de los medios de comunicación no son independientes entre sí. En cierta medida, sus destinos e intereses van unidos. El público está “dirigido”; sus percepciones y opiniones están influidas por la calidad de las noticias producidas.