

La guerra y los medios de comunicación

Pablo Sapag Muñoz de la Peña

Universidad Complutense de Madrid

Desde el nacimiento de la sociedad de masas como consecuencia de las sucesivas revoluciones industriales, el periodismo se ha definido –tanto por la escuela anglosajona del *fact journalism* como por la europea continental del *interpretative journalism*- como el proceso comunicativo que tiene por objetivo informar a los receptores de hechos ciertos, debidamente contrastados por al menos dos fuentes distintas y contextualizados de manera lógica y comprensible y siempre al margen de inclinaciones ideológicas partidistas u opiniones personales. De lo contrario, el producto periodístico, presentado como noticia, crónica, breve o reportaje, pierde la condición de tal y pasa a ser un producto igualmente comunicativo aunque de ámbito propagandístico y en ningún caso periodístico-informativo. Se viola así, la obligación legal –además de ética- que adquiere el periodista al ejercer por delegación el derecho a la información que le asiste a toda persona y que está recogido en multitud de textos legales, en España por la Constitución, que en su artículo 20 consagra el derecho a la información, el mismo que por imposibilidad práctica y material se delega en los periodistas y los medios de comunicación, lo que desde la Historia del Periodismo se llama periodismo de empresa e informativo frente al de partido o ideológico que caracterizó la actividad hasta mediados del siglo XIX.

Si violar la letra y el espíritu de la definición universal de lo que es el periodismo profesional –nada que ver con otras formas, como el *periodismo* ciudadano- es grave porque se lesiona, además del derecho a la información, el prestigio personal, profesional o político de aquellos que protagonizan informaciones manipuladas, en el ámbito de la guerra tal dejación de funciones adquiere una gravedad mayor. Así es porque en los conflictos armados lo que está en juego son vidas humanas y modelos de civilización y convivencia. Una mala información, pues, puede alentar y/o prolongar un conflicto, siendo los periodistas y los medios tan responsables de sus consecuencias como los dirigentes políticos o militares que han llevado a una sociedad a la guerra. Ejemplos hay muchos desde el nacimiento del periodismo industrial y de masas. Así, por ejemplo, en la Primera Guerra Mundial, los medios de comunicación y los periodistas jugaron un papel clave en el camino hacia la guerra y su duración. En su descargo, el hecho de que la Gran Guerra fue una contienda inédita

en su sofisticación tecnológica y en la imposición de medidas de censura y control de la información igualmente inéditas.

La situación, sin embargo, ha empeorado con el paso del tiempo y en particular tras el final de la Guerra Fría. La globalización política y económica que se ha intentado imponer desde entonces tiene como correlato el desarrollo de un periodismo espurio. El llamado *corporate journalism*, tan bien diseccionado por Nick Davis en su obra *Flat Earth News*, entiende el periodismo solo como negocio y no como servicio público. Como es sabido, para ganar dinero con el periodismo resulta imprescindible abaratar los costos de producción, es decir, despedir periodistas y sustituirlos por empaquetadores de noticias que apenas reciclan el material que les proporcionan las agencias de noticias, las de relaciones públicas o esa figura hoy tan alabada: el “ciudadano periodista”. Ese modelo del que el magnate Rupert Murdoch es máximo exponente, explica porque en la invasión de Iraq en 2003 los medios se prestaron sin resistencia alguna a la campaña de mentiras con las que se justificó. Las armas de destrucción masiva que EE UU, Reino Unido y otros atribuían a Iraq fueron presentadas como reales por medios prestigiosos que nunca cuestionaron esos supuestos. La falta de periodistas que comprobaran esos extremos facilitó así la manipulación de la opinión pública.

Lo de Iraq, sin embargo, empalidece frente a la manipulación masiva con la que se ha justificado la guerra en Siria. Los medios de comunicación de países como EE UU, Francia, Reino Unido, Turquía o las dictaduras islamistas del Golfo Pérsico han sido la punta de lanza para orquestar una campaña de propaganda contra Siria sin precedentes hasta la fecha.

El *corporate journalism*, ese modelo que no gasta ni invierte en comprobar noticias, en contextualizar o en recurrir a fuentes variadas explica lo que demuestran varios estudios académicos. A saber, que casi el 80% de las informaciones de los medios relativas a Siria en los últimos cuatro años se basan en una sola fuente: el llamado Observatorio Sirio de los Derechos Humanos (OSDH), una organización detrás de la cual está la Hermandad Musulmana siria, que ya ha protagonizado varios levantamientos armados contra el Estado. De ese tronco viene el OSDH que se presenta invariablemente por los medios como “una ONG con sede en Reino Unido”. El periodismo se ha prestado así a una operación clásica de propaganda negra, aquella en la que el emisor está deliberadamente oculto y el contenido de la información es equívoco, incierto, manipulado o directamente falso.

A ese ejemplo se añaden otros, como el de la llamada bloguera lesbiana de Damasco, cuyas entradas en un blog fueron publicadas diariamente y con carácter destacado por medios pretendidamente serios de España, EE UU o Reino Unido. La bloguera en cuestión, sin embargo, era un ciudadano estadounidense con residencia en Edimburgo que lanzaba acusaciones contra el Estado sirio desde un falso blog mientras ocultaba los asesinatos de soldados y otros funcionarios sirios.

Pero la permanente colusión de los medios con el poder y la aplicación extrema de ese Modelo Murdoch tan contrapuesto a las recomendaciones que en 1980 hacía para la UNESCO el informe McBride para enriquecer el periodismo internacional, o en varios de sus libros el pensador cristiano-árabe Edward Said, no son las únicas caras de esta guerra propagandística contra Siria. El tercer pilar lo representan los propios periodistas. Siria es posiblemente el país más complejo del mundo como resultado de sus muchas veces milenaria historia y su composición demográfica. La ignorancia periodística explica las simplificaciones propagandísticas que han hurtado a los receptores la clave más importante para entender Siria y su resistencia ante esta agresión islamista y neo-imperialista. Su condición de sociedad multiconfesional dotada desde su Independencia de un gobierno aconfesional garante de la coexistencia milenaria de cristianos y musulmanes de muy distintas denominaciones en un sofisticado mosaico social. Lo que no han contado esos periodistas es que en Siria el Estado jamás ha fijado códigos de vestuario ni ha restringido la construcción de templos religiosos de la confesión que fuera.

Una Siria real que nada tiene que ver con la imagen transmitida por “periodistas” que remataban sus alegatos propagandísticos desde barriadas periféricas que presentaban como ciudades enteras en manos de “rebeldes moderados”. “Periodistas” que desinformaban con la cabeza cubierta de un *hiyab* sin explicar porqué se lo ponían en un país en el que antes de la crisis jamás hubo códigos de vestuario porque eso va en contra de la esencia de la Siria multiconfesional que tiene en su estado aconfesional la garantía de su existencia frente a estados ficticios y monoconfesionales impuestos por un imperialismo occidental resistido por Siria.

Periodistas y medios de comunicación han incumplido así gravemente el mandato periodístico, el profesional (fuentes, contexto) y el legal (ejercer por delegación el derecho a la información), convirtiéndose en propagandistas de causas criminales que en el caso de Siria han costado la vida a decenas de miles de personas y han amenazado su civilización milenaria y los monumentos que la representan.