

CÓMO NOS CONSTRUYEN LAS GUERRAS¹

Fernando Tucho

"*La primera víctima de la guerra es la verdad*". Esta famosa sentencia pronunciada en 1917 por el senador estadounidense Hiram Johnson se ha convertido ya en un clásico a la hora de evaluar el papel de los medios de comunicación en los conflictos bélicos (por supuesto no hay que pensar por exclusión que el resto del tiempo los medios sirven a la verdad, los intereses servidos son siempre los mismos si bien esto se agudiza en periodos de guerra).

Johnson se refería a la actuación de los medios en la Primera Guerra Mundial, pero a tenor de lo que veremos la frase podía haber nacido en cualquier otro enfrentamiento armado. Según recoge Gerardo Albarrán de Alba, ya en la Guerra de Crimea (1854) la aparición de la prensa popular fue acompañada de una censura por parte de los estados; esta recayó especialmente sobre las imágenes con el supuesto fin de no alarmar a las familias de los soldados.

También es sabido que en el desencadenamiento de la Guerra de Cuba de 1898 jugaron un papel fundamental los diarios sensacionalistas de William Randolph Hearst. Enviado un reportero y dibujante a La Habana para captar el clima, éste solicita a Hearst su vuelta a casa ante la falta de hechos de los que informar: "*Todo en calma. No habrá guerra*", argumentó. A lo que el empresario periodístico, retratado por Welles en *Ciudadano Kane*, contestó: "*Ruégole se quede. Proporciono ilustraciones, yo proporcionaré la guerra*".

Pero no sólo la prensa tendría una labor protagonista en este conflicto, también el cine, que ya desde sus primeros pasos ligaría su historia a la de las sucesivas guerras. Según relata Gubern en su Historia del Cine, "*la guerra hispano-norteamericana hizo nacer, con violencia rabiosa, un género nuevo, el de la propaganda política, que se arrastrará ya para siempre a lo largo de toda la historia del cine*".

Para la Primera Guerra Mundial, en el bando norteamericano se estrecharía la relación entre medios de comunicación y ejército con la creación del Comité de Información Pública. Según afirma Albarrán en el artículo ya citado, "su función básica fue 'vender' la guerra al público estadounidense; la principal herramienta fue el cine".

En los años 20, el cine soviético (Pudovkin, Eisenstein...) se convertiría en una extensión de la voz del Gobierno Revolucionario, que descubrió que el cine era el mejor medio de comunicación de masas para transmitir su mensaje a la población (por entonces mayoritariamente analfabeta). Igual sucedería en la Alemania nazi, donde los documentales creados por Leni Riefenstahl (en especial *El triunfo de la voluntad*, 1936) retratarían magistralmente, como no podía hacer ningún otro medio, la esencia del Tercer Reich.

Hollywood y La II Guerra Mundial

Pero sin duda será la Segunda Guerra Mundial la que marque más definitivamente la historia de un medio de comunicación como el cine. La segunda edad dorada de Hollywood, los años 40 y 50, estará absolutamente determinada en su desarrollo por el conflicto bélico y sus consecuencias, que supondrán la afirmación definitiva de Estados Unidos como primera potencia mundial y que darán pie a su enfrentamiento con la Unión Soviética en la "*Guerra Fría*". El bombardeo de Pearl Harbour fue el detonante que puso en pie de guerra a toda la nación estadounidense, y con ella a toda la industria del cine.

Los tres grandes del Hollywood de entonces, Capra, Ford y Wyler, serán literalmente reclutados para la producción de propaganda bélica a través de documentales dirigidos a explicar al país las razones de la lucha y los caminos hasta la victoria final. Destaca la importante serie documental supervisada por el primero *Why we fight* (1942-1945).

¹ Este artículo fue publicado en los materiales del curso "El cine: un recurso didáctico". Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa, Ministerio de Educación. 2002.

Los largometrajes de ficción surcarán la misma senda, aunque dentro del patriotismo fácil algunos mantengan cierta calidad cinematográfica. Destacan títulos como *La señora Miniver* (Wyler, 1942), "*himno dedicado a la combatividad inglesa realizado para compensar los sentimientos antibritánicos nacidos en el país tras la caída de Tobruk*" en palabras de Gubern ; *El sargento York* (Hawks, 1941) u *Objetivo Birmania* (Walsh, 1945).

La guerra impondrá la censura, los temas bélicos y sus derivados (*Casablanca*, Curtiz 1943) pero también los filmes con finalidad moralizante (*Qué verde era mi valle*, Ford 1941), y será la causante de la venida de numerosos cineastas franceses, entre ellos Jean Renoir y René Clair, aunque sus obras no brillarán a la altura de su etapa europea.

El final de la contienda traerá ciertos aires de libertad y cine crítico, y así se tratarán temas como el trauma post-guerra, el latente racismo y el creciente antisemitismo. De esta época son *Los mejores años de nuestra vida* (Wyler, 1946), *Encrucijada de odios* (Dmytryk, 1947) o *La barrera invisible* (Kazan, 1947).

Pero esta corriente de criticismo duraría poco, pues la "Guerra Fría" se aproximaba y con ella la "caza de brujas", que afectaría sobremanera a Hollywood. La presión ejercida por el senador McCarthy y su Comisión de Actividades Antiamericanas tendrá un inmenso efecto castrador sobre la producción de los estudios, que en aras de demostrar su "americanismo" llegarán a extremos ridículos en pos de la autocensura y la propaganda anticomunista.

Esta persecución marcará para siempre la carrera de directores como Kazan y Dmytryk, y supondrá la marcha a Europa de otros como Chaplin y Welles. Pero en una suerte de "*no hay mal que por bien no venga*", también será, según defiende Gubern, una de las causas del auge del cine negro, "*la corriente más densa y homogénea del cine americano de posguerra*".

La Era de la Televisión

La relación entre el cine y el Ejército estadounidense seguirá siendo muy estrecha hasta nuestros días. Según documentos militares publicados en 2001 y recogidos por diversos medios , el Pentágono ha venido imponiendo cambios desde entonces en los guiones de Hollywood a cambio del uso de su material bélico o de permisos para rodar en sus instalaciones, conscientes de que las representaciones de sus Fuerzas Armadas en estos filmes son para ellos una especie de anuncios publicitarios. Así, películas que han obtenido colaboración han sido *De aquí a la eternidad*, *Patton*, *Top Gun*, *La colina de la hamburguesa*, *Algunos hombres buenos*, *Air Force One*, *Pearl Harbour* y *Tras la línea enemiga* entre otras muchas, mientras que *Apocalypse Now*, *Oficial y caballero*, *Platoon*, *La chaqueta metálica* o *Forrest Gump*, por mencionar algunas, no contaron con tal beneplácito.

Pero será sin duda la televisión la que protagonice el resto de conflictos armados del siglo XX. La falta de control absoluto sobre la información, en especial sobre la televisiva con sus terribles imágenes, será una de las causas esgrimidas internamente por el gobierno estadounidense para justificar la derrota en Vietnam. Además, el hecho de que la población civil pudiese ver directamente los desastres de la guerra terminó con el glorioso y edulcorado retrato épico que el cine había construido hasta entonces.

Aquella falta de control, sin embargo, no volvería a repetirse en la Guerra del Golfo, conflicto sometido a una férrea censura informativa y que lanzará a la fama a la única fuente autorizada, la CNN. En esta guerra más que en ninguna otra, la televisión será un arma más, si no la principal, de la maquinaria bélica norteamericana.

El 11-S y la Educación para los Medios

El primer gran conflicto bélico del siglo XXI será el desencadenado por Estados Unidos a raíz de los atentados contra las Torres Gemelas y el Pentágono del 11 de Septiembre de 2001. El papel de los medios, en especial de la televisión, será una vez más determinante en el devenir de los

acontecimientos. La nueva "guerra" les brinda oportunidad para mostrar todo su poder en la interpretación y construcción de la realidad. Pero también nos ofrece a todos los interesados en la visión crítica de los medios un caudal de nuevos ejemplos para alimentar nuestros análisis. Sin olvidar todo lo dicho hasta ahora, queremos cerrar este breve artículo apuntando algunas cuestiones para el debate y la reflexión sobre el papel de los medios a partir de su actuación en este nuevo conflicto bélico.

Una primera cuestión que no debe pasar desapercibida es la que oculta esa frase repetida hasta la extenuación: "... a partir del 11 de septiembre". Desde el primer momento todos los medios nos persuadieron de que ese día comenzaba todo, esa fecha era el desencadenante de todo lo que iba a ocurrir después. Los medios, en una de sus labores habituales, lo primero que hicieron fue construir el escenario, el marco en el que se iban a desarrollar los acontecimientos venideros. Quedaba claro que EEUU era la víctima de un ataque y que ese acto de terrorismo justificaba su respuesta. Muy diferente hubieran sido las cosas si se entiende el 11S como un episodio más de una larga historia comenzada mucho tiempo atrás. Pero al marcar esa fecha como el inicio de todo, no hay sitio para el pasado y los medios se aseguran un control absoluto sobre la construcción del presente y del futuro, únicos tiempos existentes.

En cada debate mediático del día a día, podemos tener una sensación engañosa de cierta pluralidad cuando oímos puntos de vista dispares. Lo que no vemos tan fácilmente es que esas opiniones están siempre dentro de un marco previamente establecido, con sus reglas, en convivencia siempre con los poderes político-económicos. Dentro de ese espacio se puede permitir cierta diversidad, pero el marco de actuación y de interpretación ya viene dado y no es modificable.

En la crisis actual, el primer pilar del marco en establecerse fue la fecha de comienzo de la nueva situación. A modo de una marca publicitaria, los medios consiguen el posicionamiento de una fecha en nuestras mentes, apoyado por unas imágenes de tal potencia que ningún publicitario se hubiera jamás atrevido a imaginar.

Una vez fijado el escenario se ponen las luces, y se decide qué puede ser visible y qué no. La gestión de la disyuntiva visibilidad/invisibilidad es uno de los grandes poderes que la sociedad otorga a los medios de comunicación. Estos detentan en sus manos la linterna que alumbra o deja en la oscuridad la parte del escenario que les interesa. Hasta tal punto es así, que muchas veces vemos cómo determinados actores generan "explosiones" para poder tener una luz propia con que ser vistos. Este es el caso de los terroristas -que aprovechan la cobertura para extender el terror-, y elevado a la categoría de destello cegador, este fue el caso de los atentados del 11 de septiembre, planeados y perpetrados en la más pura lógica de la sociedad capitalista y del espectáculo creada por Occidente.

Una vez recuperado el escenario por parte de los medios, montan su propia iluminación: luz para las exaltaciones patrióticas, para los comentarios y análisis que respetan el marco fijado, para las muestras del poderío estadounidense; sombra para las opiniones discordantes, para las imágenes que puedan desmovilizar a la población, para las interpretaciones que se salen del marco iluminado, para las manifestaciones pacifistas que no convierten su dolor en venganza.

Otra cuestión para la reflexión es la dependencia absoluta que la televisión presenta de las imágenes, como hemos podido presenciar en este conflicto. Más allá de la repetición hasta la extenuación de las imágenes del atentado el primer día, justificada por su espectacularidad y por la falta de otras para rellenar los monográficos informativos más largos jamás realizados, el recurso a ellas en días sucesivos, con tiempo ya para la planificación, cuando ya no aportan nada nuevo, cuando sólo recuerdan la tragedia, el recurso a ellas una y otra vez, decimos, revela una dependencia perversa de las imágenes por parte del medio televisivo, normalmente a costa de la propia información.

La espectacularidad de las imágenes del atentado, su poder aturdidor para la mente, casi hipnótico, el razonamiento más complejo que pueden despertar en nuestra razón es un mecánico "no es posible". La fuerza de estas imágenes llena toda nuestra atención. Y, como de hecho ocurrió, tienen el poder hipnótico para llevarnos a verlas una y otra vez como si fueran la primera. Este efecto sobre el espectador impide que éste se encuentre en condiciones óptimas para recibir información, invalidando el esfuerzo que en este sentido pueda hacer el medio. La dependencia de las imágenes fagocita la finalidad informativa, convirtiendo al televisor en un escaparate al servicio del espectáculo de las imágenes.

Ahora bien, ante el deslumbramiento producido por estas imágenes el receptor puede no estar preparado para procesar información, pero sí está desarmado racionalmente para recibir mensajes que integrará sin pasarlos por la conciencia crítica, en esos momentos adormecida por el impacto visual. Esta situación acrecienta más si cabe la responsabilidad del periodista, si bien éste es el primero que aturdido por los hechos no es capaz de reaccionar a la altura de lo que sería deseable.

A este mal uso de imágenes impactantes hay que sumar otro condicionante autoimpuesto por los medios, que si a diario ya es una de sus principales debilidades, ante estos acontecimientos es determinante para explicar la baja calidad de la información generada: la velocidad. La necesidad de ser los primeros frente a la competencia, la necesidad -¿qué necesidad hay?- de hacernos vivir los acontecimientos en directo y la necesidad de llenar horas y horas de informativos sin tener nada que contar -simplemente por crear una falsa apariencia de mantenernos informados- lleva a los medios a imponerse una velocidad innecesaria a la hora de difundir datos y hechos, en perjuicio de la calidad de la información.

Despedida

Hasta aquí hemos intentado hacer una breve semblanza de la relación entre los medios de comunicación, en especial el cine y la televisión, y los conflictos armados. Con lo expuesto aquí creemos que debería despertarse una sana preocupación ciudadana por el poder que otorgamos a los medios en la construcción de nuestra realidad, en el día a día y también en periodos de la gravedad de una guerra. Para aquellos que trabajamos en educación la respuesta que nos queda es darnos y dar a nuestros alumnos una formación crítica ante los medios de comunicación, una Educación en Comunicación que les permita posicionarse ante ellos como ciudadanos libres y responsables, germen de una verdadera democracia. Esperamos que este breve texto les sea de ayuda.

Fernando Tucho es profesor de Periodismo en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y socio fundador de AIRE COMUNICACIÓN-Asociación de educomunicadores.