

*El News Management como comunicación
y propaganda institucional norteamericana
durante la guerra fría.
Una perspectiva histórica**

AMPARO GUERRA GÓMEZ
Universidad Complutense de Madrid

No existe estrategia, solo dirección de la crisis
Robert McNamara, Secretario de Defensa, en 1962

Los orígenes inmediatos del news management o *dirección de noticias* hay que buscarlos en las estrategias y las bases político-empresariales del modelo de comunicación occidental democrático de mediados de siglo. En 1945, la implantación del nuevo orden bipolar conlleva el diseño de un sistema informativo que abandona el mecanicismo competitivo que caracterizó a los medios de entreguerras hacia un mayor **pluralismo y pacto social**, como garantía frente al doble peligro de invasión ideológica y de concentración estatal. Configuradas en torno a la convivencia pacífica y a las relaciones individuales, las políticas informativas occidentales quedan trazadas por las Comisiones que surgen desde 1947 en los países anglosajones para vigilar y asesorar a los medios en el ejercicio de una **información objetiva** (Timoteo, 1987:121-126).

En Harvard la **Comisión Hocking** encabeza publicaciones corporativas que defienden la libertad de expresión de los medios pero también la aceptación por parte de estos de un **compromiso permanente con la sociedad y las instituciones**. Pero es en la Universidad de Chicago donde la **Hutchins Commission**, integrada por intelectuales y académicos de todo el país, emite sus recomendaciones más duraderas sobre el que debe ser el papel de la prensa: un *watchdog* garante de la libertad, entendida esta más allá del mero goce individual, como contribución efectiva al desarrollo de una *conciencia social*. Su objetivo prioritario: combatir la *junk press*; sus medios: el periodismo como profesión, y no como arte, tesis que tiene en Reinhold Niebuhr (miembro de la Comisión), pero sobre todo en el llamado *Pontífice de la prensa*, Walter Lipp-

* Conferencia impartida en la Universidad CEU San Pablo el 21-3-1996.

mann (1889-1974) su máximo representante y adalid¹. Su actuación viene marcada por las 4 *theories* recogidas por Siebert, Peterson y Schramm, constituidas en base y *fundamento moral del ejercicio profesional de la información* (Altschull, 1990: 283-287, 303-311). Surge así la **social responsibility** (responsabilidad social) como distintivo de las informaciones del mundo liderado por los Estados Unidos y sus aliados, que delimita las funciones a ejercer por los medios de comunicación en una sociedad libre y desarrollada, y que Aronson (1978: 263-267) resume en las siguientes:

- a) Tener **pleno acceso** a las informaciones cotidianas.
- b) Ser emisores de **informaciones veraces**.
- c) Actuar de **espejo de los ideales** de una comunidad.
- d) Servir como **foro de debate** de la opinión pública.

Por las mismas fechas en Gran Bretaña se crean las **Royal Commissions of the Press**; sus líneas maestras: libertad, regulación del mercado y coordinación. Con el premier Harold MacMillan, se incorpora un **Tribunal** específico y un **Consejo** mixto que asegure la eficacia informativa, mientras que una tercera comisión (1974→) recoge el espíritu de una era de diversidad e interdependencia, marcada por el desarrollo de nuevas tecnologías y las ayudas exteriores al sector. Pero es el **Press Council** (1962→), como órgano representativo de profesionales, el encargado de emitir **informes periódicos** que aseguren el alto nivel de libertad y profesionalidad de la prensa, canalizando reclamaciones sobre la conducta de los medios y la evolución de los monopolios informativos.

La labor de estas organizaciones confluye en la implantación de un sistema que concibe la **información como servicio público libre y responsable**, en base a un **mutuo reconocimiento medios-Estado**, dentro de un ámbito cada vez mas extenso y determinado por la pugna entre superpotencias, la creciente prosperidad económica y el colonialismo informativo de los EE.UU. El imperio del **Free Flow of Information** se consolida irrefutable **frente al modelo de responsabilidad estatal** propio dirigismo de la URSS y de sus satélites (Timoteo, 1987: 124 y ss). Firme exponente del **sistema de valores americano** asentado en la pluralidad (*mercado de ideas*), es el *Public's Right to Know*, axioma de origen preilustrado consagrado por la Primera Enmienda en la jurisprudencia reciente², verdadera regla de oro por la que editores y profesionales de los medios se convierten en *ojos y oídos de sus públicos* para garantizarles el derecho a es-

¹ Como Niebuhr, Lippmann desconfía de la libertad como virtud y se muestra igualmente fascinado por las relaciones con el Poder. Directamente influido por George Santayana, su búsqueda de valores morales absolutos, y su defensa de un civismo basado en las leyes de un orden humano racional, tanto como influencia real y decisiva en cuestiones de Presidencia y política exterior, le han consagrado como modelo insustituible de una rancia ética profesional.

² Desde Milton al Mayflower (Body of Liberties) Dewey, pasando por los Founding Fathers. Es Ken Cooper de Associated Press quien acuña el término como referente de una prensa al servicio del Estado de derecho. Será en los años 60-70 cuando el término adquiera su mayor controversia (Byron White, Meiklejohn, Scoffers, Huedtke) ¿derecho o «autoprivilegio»?

tar informados del comportamiento de sus gobiernos. Y una convicción idealista que, pese a su argumentación más ética que legal y a su utilización acomodaticia, comparte la práctica totalidad de los periodistas americanos (Altschull, 1990: 248-253).

Así, desde su origen en las remodelaciones de postguerra, el llamado **neocapitalismo informativo** va a dominar la propaganda del lado occidental hasta los años 70, aunque sus postulados permanecen en la actualidad, con las siguientes señas de identidad:

- a) Estructura jurídica de **libertad teórica de expresión y control indirecto** por medio de leyes, presiones o ayudas económicas a los medios.
- b) Régimen económico-empresarial con **amplio poder del Estado sobre los medios masivos**, como **monopolio** (Europa) o en **competencia** (EE.UU.) sobre los medios masivos.
- c) **Gran desarrollo tecnológico** del negocio informativo de redes oficiales o privadas.

Como **modelo de elite** que rinde **culto a la objetividad** dentro de un **estilo analítico**, sus técnicas y estrategias de persuasión predominantes son también de índole clásica: **propaganda blanca y mecanicismo maniqueísta**, sin desdeñar la utilización de la estrategia negra, o de la denominada **propaganda por simbiosis o contagio** (Timoteo, 1987: 140), su rasgo más acentuado desde los años 60. Nos encontramos ante la aplicación directa de lo que Lippmann refirió como *instrumentalización del consenso*, por parte de un sistema informativo aplicado a la prosecución de valores y objetivos socialmente positivos: paz, libertad, legitimidad, democracia, y que tiene en las elites políticas e intelectuales sus principales valedores y *fabricantes* (Chomsky & Herman, 1990: 22-40).

LA VERSIÓN NORTEAMERICANA. GUERRA FRÍA Y DESPEGUE DEL NEWS MANAGEMENT

Desde finales de los 40, con la división en órbitas procurada por el **Plan Marshall**, el antagonismo económico e ideológico queda configurado por teorías como la de George F. Kennan (**contención**) o la **Doctrina Truman**, que desatan la **histeria anticomunista** de los años del McCarthy y su **Caza de brujas** en el mundo del espectáculo hollywoodiense. Es también en esa década cuando aparecen los primeros organismos de información y propaganda norteamericanos, ya precedidos por la creación de la **Central Intelligence Agency** (Natagfad Securaty Act§ 1147!3 da **Ufated States Affgreation Agency**, USIA, nace en 1953 como segundo pilar de control gubernamental para canalizar información e intercambios de la **public policy** de Washington.

Esta organización conoce una época de gran actividad con las presidencias Kennedy y Johnson bajo la dirección de Edward R. Murrow, con una serie de

emisoras de radio que, financiadas desde la CIA, tienen un papel clave en el proceso propagandístico de estas décadas. Es el caso de **The Voice of America** (VOA), surgida en 1946 (Alexandre, 1988) con sede en Washington, 100 puntos de emisión y una audiencia internacional (800 horas de programación en 36 lenguas) superior a los 2 millones/día. Gran labor a destacar en este campo es la de **Radio Free Europe** (1949→) emisora diseñada a la medida de las audiencias de los países del Este europeo, mientras que la cobertura de la URSS queda asegurada por la también multilingüe **Radio Liberty** (Pizarroso, 1990: 434-435).

En cuanto a temas y contenidos las crisis de la guerra fría son el escenario idóneo para los mayores despliegues del modelo hasta los años 70: Berlín, Vietnam, Oriente Medio, pasando por Corea y por el Caribe. No menores aportaciones a la propaganda oficial norteamericana fueron las insurrecciones surgidas tras el telón de acero: Hungría, la primavera checoslovaca o, ya en los 80, la crisis polaca abierta en torno a Solidaritat. En los 90, la caída del muro y el desmantelamiento del mundo comunista, suponen el triunfo de la propaganda occidental, cuyo modelo se consolida frente a la ineficacia de unos sistemas estatizados en los que la precariedad, la corrupción y la falta de libertades habían sido la tónica de la opinión pública durante casi medio siglo. Se abre desde aquí el difícil camino para una perestroika y su **glasnost** informativa, que no logra permanecer como régimen transitorio hacia un sistema de libertades públicas y de libre mercado.

La coexistencia. Comunicación y propaganda institucional en Cuba y Vietnam

La época del deshielo (1953→) registra la mayor efectividad de actuaciones oficiales en prensa y medios de gran difusión, todo ello ligado a una utilización apropiada a las nuevas vías de propaganda que la guerra fría pone al servicio de las superpotencias: los **foros internacionales** y la potente **retórica de sus líderes**. Los medios de comunicación conformarían el tercer vértice de una estructura a la medida de esta pugna ideológica sostenida por dos mundos antagónicos e irreconciliables.

En el caso que nos ocupa hay que considerar las características de la sociedad estadounidense de los años 60, y de su sistema de propaganda institucional. La primera, inmersa en un proceso de cambio de mentalidad (las generaciones del baby-boom son también las de la crisis de valores); el segundo, caracterizado por la **concentración y dependencia de los medios del gobierno** y por la **primacía de la publicidad** como principal fuente de ingresos, donde el **anticomunismo opera de medio de control y «religión nacional»** (Chomsky, 1990: 21-22). Desde esta base de producción y defensa del ideario político y económico vienen a operar unos medios imbuidos de **«propósito social»** que ejercen de *fabricantes de opinión* mediante los siguientes mecanismos de control:

1. **Selección** de temas (distribución de intereses).
2. Articulación y **filtrado** de información.
3. Tono y lenguaje (**énfasis** del mensaje).
4. Mantenimiento del debate dentro de «**premisas aceptables**».

Implicando lo último la eliminación dialéctica de todos aquellos que se opongan al **sistema de consenso nacional**. Es precisamente en esta época, y al margen de la estereotipada imagen de una era de bienestar e igualdad de oportunidades, cuando los expertos detectan una «**crisis de la democracia**», manifestada por la inestabilidad y la movilización (revoluciones, manifestaciones, agitación e inconformismo), como *mal social* que hay que combatir desde la cúspide, promoviendo un **renewal** (renovación) que reconduzca al ciudadano de vuelta hacia el deseable *estado de apatía* mas propio de una nación con ideales duraderos (Ibidem).

Con referencia a modelos específicos de la época, Chomsky insiste (1991: 8-11, 39) en la **continuación de métodos tradicionales**, cuyos principios se remontan al nacimiento de la **propaganda científica** (I G.M. y Creel Commission), pero cuya base hay que buscarla en las campañas antihuelga de finales de los años 30, en aplicación, también «científica», del divide y vencerás. Sus líneas vienen dadas por lo que los especialistas bautizaron como «**fórmula de Mohawk Valley**», una **estrategia asociativa aplicada a las relaciones públicas** con las siguientes características:

1. Dirigida a los sentimientos básicos de la población (amor, apoyo; odio, repulsa) pero aplicando los **valores identificativos del grupo** (aceptación o rechazo de determinadas actuaciones).
2. Maneja **conceptos generales vacíos** o carentes de significación real, pero arraigados en el «**subconsciente colectivo**», y de los que nadie duda: patriotismo, americanismo, defensa de la nación, etc...
3. Elabora, en base a lo anterior, **consignas y slogans** apropiados a utilizar masivamente en sondeos y encuestas que ayuden a crear un «**estado de opinión nacional**» favorable a los intereses de grupos de poder y corporaciones.

Un modelo pues que responde a la responsabilidad social, pero también al control y a la «**fabricación del consenso**», y cuya aplicación veremos a continuación reflejada en momentos clave de la historia de nuestro tiempo.

Castro y la ruptura hemisférica

El triunfo de la revolución cubana en 1959 supone el mayor vuelco para la política hemisférica estadounidense desde la Doctrina Monroe, enfrentada a la realidad de una tercera vía en su propia casa, y a la división de opiniones internacional, por las simpatías que en los medios europeos desataron los guerrille-

ros desde **Radio Rebelde**. Una vez en el poder, y erigido su régimen en baluarte del «**antiimperialismo yanqui**» en el patio trasero de su continente, Castro se convierte en la *espina en el pie* de Washington, verdadero quebradero de cabeza para la segunda administración Eisenhower, y frustrante herencia que recibe John F. Kennedy, con quién la política cubana no cambiará sustancialmente. Desde principios de 1961, y al socaire de la Alianza para el Progreso, comienza un duelo que en solo un año habrá pasado de la crisis a la confrontación internacional, pero en el que el sistema informativo de los EE.UU. va a obtener uno de sus mas clamorosos éxitos.

La información durante la crisis de los misiles

En abril de 1961 fracasa el intento de invasión anticastrista a Cuba bajo los auspicios de la CIA, al fallar, entre otras cosas, el apoyo efectivo de la aviación estadounidense, anulado por Kennedy en el último momento dado el cariz adverso que tomaban los acontecimientos en Bahía Cochinos. Pero no todo serían pérdidas. Aunque fiasco militar y político, y recordatorio para la vergüenza nacional, el traspies caribeño de la New Frontier dejaría su huella en el diseño de un modelo informativo a aplicar en operaciones ultrasecretas: el control de las informaciones con la práctica colaboración de los medios de información.

Colaboración que junto a la **autocensura y la desinformación** fueron las claves de la **dirección mixta de noticias** que la administración Kennedy aplicó a la información sobre los rumores de una invasión en los meses previos a su ejecución. Tres fueron las técnicas de este «**tratamiento de la información**»:

1. «**Escasez**» provocada de noticias. Ignorando, silenciando o negando las existentes en medios no oficiales acerca de la preparación.

2. «**Cortina periodística**». Resaltando otras informaciones (verdaderas o falsas) cercanas al tema (*la subversión castrista*, el reforzamiento militar) que desviaron durante el tiempo necesario el interés del público hacia otras cuestiones nacionales o internacionales.

3. «**Dispersión**». Complementando la estrategia anterior con informaciones ambiguas y/o de fuentes diversas referidas a la posible invasión de Cuba, tratados por gobierno y medios de comunicación como *poco fiables*.

Así, y desde 1960, se pone en marcha una operación de **censura indirecta** que desvía o desacredita toda noticia de entrenamiento de una Brigada en Guatemala (informes de corresponsales y periodistas nativos), que no encuentran eco en la prensa mayoritaria (New York Times, Time) a pesar de la notificación a esta y a UPI y AP, toda vez que la interrogación se estrella contra el sistemático *no comment* del Departamento de Estado. Inútil dirigirse al propio Idígoras sobre algo que es del conocimiento público en su país (Aronson, 1970: 154-157). La llegada de Kennedy a la Casa Blanca no introduce

cambios sensibles, sino es para extender **mentis y ambigüedades informativas**, mientras se potencian cuestiones adyacentes como la ALPRO o la publicación del White Paper sobre Cuba (Press Conferences), llegando el Presidente a manifestar, a escasos días del desembarco, su rotunda oposición *a montar ninguna ofensiva* contra Castro (Chase & Lerman, 1965: 63-64).

Situación que se invierte una vez producido el desembarco en playa Girón el 17 de abril. Tras una primera **campana anticastrista** desarrollada por UPI, AP, VOA para América Latina, y de la hondureña **Radio Swan** para Cuba (Alexandre, 1988: 140), « **saturación**» y **desinformación** sustituyen al secretismo de meses: falsos avances del comando, toma de núcleos urbanos y adhesión de importantes sectores del ejército, obreros y agricultores; un claro caso de **propaganda negra** que propicie el derrotismo y la desmoralización en el enemigo (Gargurevich, 1981: 65-70). La justificación constituye la tercera parte cuando el fracaso de la expedición sea un hecho. La «sorpresa» viene a ser la tónica de expresión de unos medios que ahora *lamentan* el fallo de esta Administración, pero que obviaron los contenidos de la Primera Enmienda, claudicando ante la utilización del **managing of news como arma gubernamental** ahora por causa de la guerra fría, el *interés nacional* y las buenas relaciones prensa-gobierno; entre la conveniente «**autocensura**» y el deber objetivo, se impuso la primera³.

Una táctica mejorada fue la que acompañó al tratamiento que Kennedy dió a la cobertura de la segunda crisis cubana (octubre-noviembre 1962); con los misiles en suelo cubano, y el factor sorpresa a monopolizar en su favor, **el Ejecutivo toma ahora la iniciativa en el retraso de «noticias inoportunas»**. Lo que con Cochinos funcionó como «acuerdo tácito» se convierte al año siguiente en un «**pacto de caballeros**», en el que los medios suscriben expresamente y «a priori» las medidas de control que el EXCOMM (Comité Ejecutivo del NSC) pone marcha el mismo día 14 de octubre (instrucciones precisas al Press Secretary Pierre Salinger). Ya desde el verano el Presidente viene desviando en ruedas de prensa las cuestiones suscitadas acerca de los rumores extendidos por el senador Capehart de la presencia de tropas de combate soviéticas en la vecina isla (*solo técnicos* según la diplomacia soviética), a pesar de la convocatoria de 150.000 reservistas...

Cuando, como ya sucedió en 1961, las noticias llegan a las direcciones de los periódicos antes de lo previsto, las instrucciones están ya dadas: **posponer toda acción informativa sobre la «presencia de armas ofensivas»** hasta después de las 7,30 del día 22 (Discurso de Kennedy a la Nación); los editores del New York Times, Washington Post, o New York Herald Tribune fueron objeto de las llamadas personales de Kennedy y McNamara para el cumplimiento de este «**deber nacional**». Su reacción tampoco se hizo esperar en forma de las ya **habituales técnicas de autocensura** (reducción, condensación, traslado de

³ Decisión de Orvil Dryfoos, editor del New York Times, de «cambiar» la información enviada por Tad Szulc desde Miami (a publicar el 7-4-61 en primera plana) sobre un «inminente desembarco» en Cuba. Tal actuación no impediría al periódico pronunciarse después respecto a cual debió ser la actuación de la prensa.

página) y **dispersión-cortina informativa** (noticias diferidas de movimientos de marines en el Caribe), como demuestran las primeras páginas del Post en sus n.^{os} correspondientes al 21 y 22 de octubre.

Escasez a la que sigue el **aluvión de noticias** el 23 de octubre, una vez emitido a nivel mundial el histórico Address del Presidente declarando el bloqueo naval a Cuba (aprobado por la OEA ese mismo día). Sorpresa y éxito clamoroso del caduco monroismo y de la **utilización «no explícita» del Privilegio Ejecutivo** (decisión previa por el EXCOMM de la *cuarentena selectiva*) en un **management elaborado**, cuya justificación responde a una no menos mágica invocación: **el interés (seguridad) nacional**; deber de la prensa y fin cuyos resultados —expresó Arthur Sylvester (Asistente para Asuntos Públicos)— *justifican todos los métodos que usamos*. No menores y públicas gratitudes habrían de reservarse a los editores de los diarios de gran difusión, a las emisoras de radio (Voice of America y otras), y a la **labor personal de profesionales** como John Scali (ABC), actuando de mediador entre el Kremlin y la Casa Blanca en la difícil negociación de la retirada de los IRBMs de suelo cubano (Schlesinger, 1965: 825-826).

La reacción, no menos enfervorizada por parte de opinión pública y aliados. La primera, muy en su papel de «**gran mayoría**», respondió con el aplauso y la **aclamación nacional** al paternalismo de «**adaptación informativa**» que excluyó la muestra de evidencias objetivas (fotos tomadas por los U-2) amparándose en que *podrían contribuir a sembrar el pánico* (Sorensen, 1965: 698). En cuanto a la OTAN, las nacientes fricciones con la Francia de De Gaulle, no oscurecieron en lo mas mínimo el «**alianzismo**» con el que la Europa Occidental en pleno sancionó la resolución del «**turning point**» de la historia inmediata (K. Adenauer), en un contexto de colaboración abonado por las excelentes relaciones de esta Administración con Gran Bretaña y MacMillan (amistad personal de Kennedy con el embajador británico Ormsby Gore).

Tras trece días que estremecieron al mundo, la crisis de los misiles se constituía en el *Gettysburg de la guerra fría*, hacia la distensión y el refuerzo de la bipolaridad. No fueron menores sus lecciones a nivel informativo, en que la comunicación entre superpoderes se imponía tras el test de fuerza de una confrontación directa. Empate político a un reto militar, pero clara supremacía de un modelo informativo: el norteamericano de base presidencialista (utilización del Privilegio Ejecutivo de base consuetudinaria), y una práctica con patente de corso para otras pruebas en otras latitudes como veremos a continuación.

Prensa y propaganda política en el conflicto del Sudeste Asiático

Pero el despegue del management of news hay que buscarlo mucho antes, en la guerra de Corea, primer y efectivo «**punto caliente**» de la guerra fría. En abril de 1950, meses antes del comienzo del primer conflicto asiático, el presidente Truman llamaba a los medios a la *campaña de la verdad* ante la American

Society of Newspapers Editors; sus métodos: la información veraz acerca de la libertad y de la democracia para hacer de la información norteamericana en el mundo una verdadera «**arma psicológica dinámica**» a utilizar *allí donde se extiende la propaganda del comunismo totalitarista*, con una ofensiva contra-propagandística que *deje al descubierto sus mentiras y relate sus inconsistencias hasta el punto del ridículo*. Desde ese mismo momento comienza el desarrollo de toda una infraestructura propagandística que cubra tales operaciones estratégicas destinadas a *influenciar opiniones, actitudes y comportamientos en general en apoyo de estos objetivos nacionales*; así se crean el Pshycological Operations Committee (1950) y el Pshycological Strategy Board (1951), organismos dependientes del Departamento de Estado, cuyo desarrollo se completará en las décadas siguientes. En el mismo año el Comité creado al efecto lanzaba sus mensajes a través de Radio Free Asia.

El maccartismo vino a apuntalar estas bases bélico-propagandísticas, de manera que la información en Corea responde a ese espíritu de persecución anticomunista que reinó en la América de los primeros 50, entre las promesas de la Casa Blanca, la agresividad verbal de Foster Dulles, y la polémica sobre quién atacó primero a quién. Si bien las responsabilidades no llegaron a clarificarse, no es menos evidente la total coherencia de la actuación occidental con la **política de contención** puesta en marcha por los EE.UU en el continente Asiático, al venir en ayuda de su aliado del Sur (inmediato despliegue de la VII Flota), justificando una mayor y mas duradera presencia norteamericana en el área del Pacífico, de cara a las acciones que se avecinaban. No será menor la infraestructura propagandística generada con la administración Eisenhower a través de la USIA, y de la febril actividad de la VOA desde 1956, con sus boletines diarios a la zona del Medio y Lejano Oriente y al Sudeste Asiático (Martin, 1958: 26-28).

Información y «oficialismo». La experiencia coreana

Ademas de primer conflicto regional de la guerra fría, la península coreana es también un **ensayo a nivel de política informativa**. Las técnicas que se aplicaron fueron todavía de la II Guerra Mundial: culto a la verdad pero **censura gubernamental** y predominio de la **escasez informativa**, al remitirse las noticias a una única fuente: la **South Korean Office of Public Information**, centro oficial de seguimiento del conflicto para los medios habituales; medidas que resultaron ideales en un terreno abonado para la proliferación de controles en forma de silenciamiento, desvío o descrédito de cualesquiera otras informaciones que, por su letra o por su intención, no respondieran a la «**verdad oficial**» y al «**interés nacional**», consigna esta última a la que estaban subordinadas todas las noticias. Todo ello en dentro de un contexto maniqueo de **ataque y descrédito al enemigo** que adjudicaba la responsabilidad del conflicto y sus implicaciones a *la propaganda de Pyongyang y a sus mentiras rojas*.

Lo mas curioso del proceso es que tal **censura por discriminación** no

solo fue ejercida desde el gobierno (vetos económicos, «pinchazos» telefónicos), sino que los mismos lectores de publicaciones alternativas —como el **National Guardian**—, procedían a anular sus pedidos en masa, temerosos de ser tachados de anticomunistas, antipatriotas o antinorteamericanos (Aronson, 1970: 280 y ss). Coordinación de intereses que funcionó igualmente con los aliados, a la hora de publicar los trabajos de profesionales extranjeros destacados en Corea, cuya reconocida solvencia no impidió su consideración de **autores malditos**, incluso una vez finalizada la contienda⁴.

Silenciamiento y **autocensura** que, junto a **manipulaciones retóricas** y a **alarmas apocalípticas** del inminente paso de la guerra a un conflicto mundial (informe radiofónico de Truman en abril de 1951), llevan a los medios a no pocas **contradicciones y fantasías orwellianas** sobre el futuro de la Humanidad (Collier's Magazine, Christian Science Monitor). Mayor resonancia tendrán los **trucajes de fotos**, como el efectuado por Los Angeles Mirror, presentando, con pies actuales, imágenes retrospectivas (1945) de militares coreanos portando armas de fabricación soviética.

Los mismos miedos de la guerra fría (omnipresente tema de la «**amenaza conspiración comunista**») actuaron como «**pantallas alarmistas**» de cara al armisticio, distrayendo la atención de la nación sobre la verdadera naturaleza de los hechos, mientras las negociaciones se ultimaban a puerta cerrada con Corea del Norte. Nos encontramos ante los primeros resultados prácticos de las lecciones aprendidas de la «**guerra psicológica**», cuyo arte —señala Mattelart (1993: 111, 116)— se desarrollaba en los departamentos de comunicación de las universidades desde que John Riley y Wilbur Schramm publicaran en 1951 *The Reds Take a City: The Communist Occupation of Seoul, with Eyewitness Accounts, retrato en vivo* de una ocupación y de unos métodos cuyo «**efecto boomerang**» llegarán a sufrir después los americanos repatriados, al ser internados en su país en clínicas psiquiátricas al objeto de *descontaminarlos* del contacto con el comunismo (Ellul, 1965: 34, 108).

Finalmente, en el terreno diplomático no fueron mayores las posibilidades de los medios de información, igualmente ignorados en la firma de Panmunjon, y con **limitadísimo acceso a las sesiones y a los documentos** generados, sometidos también a manipulaciones y trucajes (mapas, líneas del frente, propuestas de la Comisión) las copias entregadas a los corresponsales norteamericanos, como se comprobó al compararlos con los de free lancers de otras nacionalidades.

De esta manera, en 1954, el modelo quedaba listo para una aplicación mas duradera: la de la Gran Guerra en el corazón de Asia que comenzaba para Norteamérica en Indochina, y que — como en su momento aseguró William Small, de la CBS— los medios mostraron a las masas de un modo nuevo y terrible (Knightly, 1975: 411).

⁴ R. Thompson, Leo Huberman o Paul Sweezy. Tal encasillamiento funcionó hasta el punto de que un autor como James Aronson (**The Press and the Cold War**) fue requerido a posteriori en calidad de «periodista comunista».

Auge y decadencia. Vietnam o la guerra presidencial

Refiriéndonos a la que se ha considerado fase originaria del conflicto vietnamita (1960-64), asistimos a una aplicación efectiva y controlada del managing of news presidencial por parte de unos medios verdaderos **laudadores** en convivencia con la Casa Blanca. Así sucede por la composición del cuerpo de prensa (reporters veteranos y leales), su ubicación en la capital del Sur, y la casi exclusiva dependencia de las fuentes de la Embajada norteamericana (**American Mission**), a través de su Daily Press Briefing, el sarcásticamente conocido como **Five O'Clock Follies**, resumen diario no-analítico de hechos recientes que abastecía a las cadenas a esta hora de la tarde desde la emisora ad hoc instalada en el centro de Saigón. Las bases estaban puestas con anterioridad a las operaciones militares en los años de ascenso de Ngo Dinh Diem, cuya elección apoyaron grupos de expertos de la **Michigan State University**, y sobre todo la **American Association of Friends of Vietnam**, correa de transmisión de la línea gubernamental, a la hora de crear para la opinión pública del país el **mito del «milagro de Vietnam»** y del líder *enviado por el Señor* que habría de salvarle del Vietminh y de las *penalidades de la población del Norte*.

Una verdadera **campana propagandística oficial** se desata en 1955 al anuncio de elecciones generales para la unificación del país (apoyo a Diem y a su *Vietnam libre y democrático*) con la participación de la prensa de gran difusión: New York Times, Herald Tribune, Life, Time Magazine, New Republic. Luego, desechado cualquier intento de resolución por vía política, el **conflicto ideológico** viene a instalarse en los restos de una guerra colonial— ahora estamos en los zapatos de los franceses, y somos prisioneros de su experiencia histórica, escribirá David Halberstam a Knightly (1975: 423)—, a la vez que la República de Vietnam salta a las primeras páginas como antítesis y oposición a la descoordinación de su vecino del Norte, y a los horrores de la guerrilla, el VietCong, convertido en término peyorativo del comunismo indochino. En 1961 los 220 millones de dólares del **Plan Contrainsurgencia** completaban el círculo de apoyo de Washington al régimen del mandarín católico de Saigón.

Escasez, secretismo y **oficialismo** van a ser las claves informativas de este período, al minimizar la realidad del involucramiento americano en el conflicto del Sudeste Asiático que, en el caso de Kennedy se convierte en verdadera **guerra innombrada**, en abierta contradicción con la **retórica del patriotismo anti-comunista** de esa **«cruzada fría»** con la que esta administración vende la misión de los EE.UU. en la *contención del peligro del Norte*.

Una primera inflexión a lo que Hallin (1989: 115 y ss) denomina **«esfera del consenso»**, entendida esta como ámbito de utilización de *fuentes acreditadas* (diplomáticas, Casa Blanca, Estado o Defensa), la encontramos en la crisis de 1963. Los incidentes protagonizados por los bonzos (autoinmolaciones en protesta por la represión a las conmemoraciones del aniversario de Buda) señalan el ascenso de las nuevas generaciones de corresponsales de la **Saigon Press Corps** (Halberstam, Browne, Sheehan), profesionales inquietos que cam-

bian la monótona seguridad del Hotel Caravelle por el riesgo de *informar de lo que ven*, con **coberturas en directo** que recorrieron el mundo; revulsivo y pequeño éxito del «**periodismo de los hechos**» frente a las contradictorias versiones difundidas por los medios oficialistas (The Voice of America acusa a «**la otra prensa**» de estar manipulada por los budistas), en un panorama dominado por el control, la colaboración y la autocensura. Las consecuencias, mas políticas que informativas: relevo de Frederick Nolting por Cabot Lodge al frente de la Embajada, y continuación de la misma táctica: no reunirse con los representantes de los medios. Tras los asesinatos de aquel noviembre (golpe de Estado y eliminación de Diem y Nhu; magnicidio de Dallas), y con Lyndon B. Johnson en la presidencia de los EE.UU., otro verano viene a condicionar la política exterior e informativa en Vietnam.

Recordado por algún coetáneo como *segundo Maine*, el **incidente del Golfo de Tonkín** (2-8-64), y la Resolución del mismo nombre, suponen otro gran éxito de la «**Presidencia Imperial**» (Schlesinger, 1973) y de su dirección de noticias. En una situación de «**guerra legal**» el Ejecutivo pasa a controlar las noticias exteriores, y a imponer **restricciones** de acceso a fuentes originales (nueva aplicación al texto original de la Resolución), con el regreso a la cobertura de «**hechos oficiales**» y al acostumbrado descrédito para todas aquellas informaciones que rebasen el ámbito del **consenso nacional**. Este **management de balance** (escasez, inmediatez y ausencia de crítica) comienza el mismo 4 de agosto en el New York Times, y se amplía al día siguiente con la publicación del discurso radiado del Presidente; desde aquí, y como con los misiles, a la **saturación informativa**, en un verano de verdadera esquizofrenia patriótico-nacional. Después, y hasta 1968, vuelta al tradicional **esquema de pirámide invertida**, postergando a páginas interiores o a boletines horarios las noticias sobre la marcha de una «**guerra americanizada**» desde 1965 (histórico desembarco de 3.500 marines en Da Nang y progresiva ampliación de efectivos hasta el 1/2 millón de hombres).

Entre optimismo, escasez y *blanket periodístico* transcurre la actividad combinada Gobierno-establimento durante los dos años en que se desarrolla la estrategia Westmoreland *Search and Destroy*, aunque la ruptura del consenso es cada vez mas inminente a causa de la irrupción masiva de los nuevos medios como la televisión, retratando la **contradictoria imagen de una «guerra del living room»** (pérdidas e inutilidad de la presencia norteamericana en Vietnam) cada día mas discutida por el **pacifismo pop de unas elites universitarias** (*teachs-ins* y *sit-ins* de la New Left en las mas prestigiosas Universidades del país), que anima en el ámbito político la dimisión del Secretario McNamara (sustitución en Defensa por Clark Clifford). Habrá que esperar a 1968 para hablar de un verdadero vuelco, desde el «**vai vén informativo**» de los medios (mismas oscilaciones de los statements gubernamentales), hacia la **disensión objetiva**, con profesionales que pasan ahora de la colaboración al **testimonio activo e imparcial** de la realidad bélica y política (compromiso militar para una *no victoria*), contribuyendo al **aumento del «credibility**

gap» en el que participan, desde los primeros años 70, opinión pública e instituciones.

La ofensiva del Tet (año nuevo vietnamita) representa el momento álgido de la información en el conflicto, gracias a la **inmediatez de unos poderosos pero analíticos medios audiovisuales** testimoniando «en vivo y en directo» en Saigón y en Khe Sanh o Hué (Cronkite; 1997: 330-332) la **realidad de la guerra limitada** y de sus desastres morales (ejecución de un sospechoso del VietCong por el brigadier Loan, por Howard Tucker); supremacía militar pero derrota política y moral, victoria pírrica en definitiva que supone la **quiebra definitiva del managing ante la otra cara de la guerra limitada** (pérdidas humanas y de imagen) con la que el Ejecutivo, vía *anchorman*, se aleja definitivamente del ciudadano medio (Ibidem). Un proceso de (auto) **decepción nacional** que obligará a la Casa Blanca a modificar sus tácticas políticas (renuncia de Johnson a la reelección), militares e informativas («**cruzada de salida**») desde la base de un **consenso de la credibilidad** que comienza en 1969.

La presidencia Nixon y el turning point de la información

Con el relevo republicano en la Casa Blanca no desaparecen ni la dirección ni las contradicciones informativas (anuncio de retirada y bombardeos de la *Operación Menu*). En un contexto de **liderazgo burocratizado** (Kissinger, Haldeman) donde no abundan precisamente las noticias diplomáticas (conversaciones secretas con el Norte) no habrán de faltar las batallas de puro desgaste y grandes contingentes (caso de Hamburger Hill), a la vez que salen a la luz sucesos como la **matanza de My Lai** (marzo 1968), silenciada en su momento por los medios y **retardada la investigación** sobre la actuación del responsable (Calley «**chivo expiatorio**» de la **guerra limitada**), cuyo impacto en la opinión pública (conmoción-incredulidad-rechazo) viene a incidir en la cada vez mas erosionada imagen de la presidencia. Tampoco Nixon va a perder las oportunidades de **obtener un nuevo consenso** sustituyendo la alianza gobierno—elites por la que el denominó una *comunicación sin trabas con el pueblo americano*; así se expresa en otro nuevo ensayo del management en noviembre de 1969: su discurso de la «**Silent Majority**». En su alocución el presidente intenta obtener el respaldo de la nación, invocando a la participación de esa gran masa que no se expresa, frente a las *voces minoritarias* de prensa y elites político-intelectuales (activa fase de manifestaciones en Columbia y Kent). Sus efectos, controvertidos pero negativos en lo que se refiere a un desfase de credibilidad: con su intervención el ejecutivo no hace sino romper con su tradicional silencio sobre Vietnam, poniendo de manifiesto la **crisis del sistema**, al ahondar en la disensión gobierno-medios, hacia hacia el **modelo de confrontación periodística** que caracterizará a la nueva década.

Aún con todo, Nixon articula un tercer intento de imperialismo presidencial con ocasión de la invasión estadounidense de Camboya; un nuevo ejercicio de

triple guerra retórica (legal, cruzada y fría) que aún le procurará un margen a base de «coberturas pseudooficiales» y *periodismo de establishment* (Hallin, 1989: 153) que le permita retener a los indecisos y asegurarse un segundo mandato. No por parte de los medios escritos, que le reservaban aún mas en 1971.

La publicación en junio de **The Pentagon Papers** (vid. History of the U.S. Decision Making on Vietnam Policy) por Sheehan en The New York Times representa una falla aún relativa del sistema en cuanto a opinión pública (escaso reflejo en televisión), aunque total como inversión del modelo imperante: **alejamiento del balance de noticias** comparado con las primeras páginas de los grandes diarios en los días históricos de 1962 ó 1964. No precisamente una censura de cortina, sino la amplia y documentada visión de la guerra «**desde dentro**», por las mismas elites que la diseñaron: McNamara y su equipo de Landsberg; el juicio de los expertos (4.000 páginas, 43 volúmenes, Gravel, 1971) contradice fuertemente lo expresado en público por los titulares de Defensa: la guerra que se mantenía era militarmente posible pero *políticamente inganable*. Y lo que era mas evidente: la irresponsable actuación y la **dudosa moralidad del escalamiento presidencial**, ignorando las mas elementales normas del People`s Right to Know; una guerra exterior en la que, vietnamizada o americanizada, no se concebía otra posibilidad de salida que la victoria (Chomsky, 1993).

La suspensión de la publicación por supuesta violación de la Espionage Act, el juicio a Ellsberg, principal responsable de la filtración⁵, y los correspondientes Hearings en el Senado monopolizan la atención de Washington hasta 1973, año en que el juez Byrne anula los cargos por difusión de información clasificada (impropio el Top Secret), espionaje (solo informaron al público) y apropiación de documentos gubernamentales (solo reproducción). Tras de ello quedaban los intentos gubernamentales de prohibir su publicación (fallo del Tribunal Supremo a favor de una interpretación literal de la **Primera Enmienda**), las actividades de los *fontaneros* (plumbers) enviados a registrar el despacho del psiquiatra de Ellsberg, o la misteriosa destrucción de las escuchas telefónicas practicadas por el FBI. Tampoco hubo penas para el Times ni para los periódicos que tomaron el relevo del decano neoyorkino (Washington Post, Los Angeles Times, St. Louis Post-Dispatch, Christian Science Monitor), celeridad de publicación que no rigió para los medios audiovisuales (si NBC, pero no ABC ni CBS) ni en agencias mayoritarias (AP, UPI). También Time o Newsweek decidirían esperar (Ungar, 1972: 15-19). Aún con todo la **trasgresión del consenso** estaba consumada; poco iba a influir la decisión presidencial de redoblar las medidas de control a una prensa ya aquejada de escepticismo, que no haría sino reaccionar con una mayor **pérdida de confianza en el Ejecutivo** a cualquier nuevo exceso de autoridad gubernamental.

⁵ La persecución gubernamental se hizo extensiva a los colaboradores de Ellsberg, Linda Sinay (propietaria de la agencia de publicidad donde se reprodujeron los documentos) y Anthony Russo (alquiló la Xerox y ayudó personalmente a Ellsberg). Este último, para el que se pedían 35 años de prisión y multa de 40.000 dólares, llegó a cumplir 42 meses de cárcel por negativa a testificar.

El creciente y público descrédito («**Marcha a Washington**» seguida en las grandes cadenas) no aporta sin embargo coberturas significativas a las invasiones de Laos y Camboya (último acto del Executive Privilege), tratadas de la manera habitual como parte de una *estrategia de salida* mientras que los temas de actualidad nacional (economía, lucha contra el crimen, programas sociales) actúan de **cortina informativa**. Otro tanto a favor de unas negociaciones reveladas puntualmente (invierno de 1971) por esta Administración, cuyo record interno se hace eco de la creciente oposición por parte de los medios; nueva entrega de secretismo, escasez y descrédito que sin embargo no dificulta la reelección de Nixon. Es solo el plano inclinado hacia la **ruptura del consenso** que llega definitivamente en 1974 con el affaire Watergate.

Desde finales del año anterior, por la aprobación de la **War Powers Act**, el fin al imperio de la ley ejecutiva llega en forma de ensayo general del primer impeachment en la historia de los Estados Unidos. Detonante: el descubrimiento por dos periodistas del Post, Bob Woodward y Carl Bernstein, de un nuevo asunto de «**burglars y plumbers a domicilio**» en el complejo hotelero washingtoniano, sede del Partido Demócrata durante la campaña de 1972. Capitaneado por Howard Hunt, veterano de la operación Success, el equipo, que integran anticastristas y ex agentes, no trabajaba esta vez para la Inteligencia, sino para el CREEP, Comité de Reelección Republicano (Weiner, 1990: 130-132). Precedidas por la dimisión de Spiro Agnew, gobernador de Maryland, las sospechas apuntan al mismísimo Presidente; esta vez las cintas incriminatorias obraban en poder del Fiscal Especial. Ni su firmeza en el cargo, ni los éxitos en política exterior (desarme, firma de los Acuerdos de París) valieron ante la evidencia de un ejecutivo espionando a su propio país. Ahora, con las mentiras arrastrando los últimos vestigios de apoyo público, a Nixon no le queda mas salida honrosa que dimitir. Su caída daba impulso a una irresistible ascensión: la de la prensa, consagrada como ese Cuarto Poder que ya anunciaron Burke y Carlyle.

Ascenso en forma de **desquite a décadas de silencio y cooperación**, que abre paso hacia un sistema de mayor transparencia informativa. La **prolongación de una «guerra ajena»**, pero sobre todo el shock de Watergate hicieron hecho posible la catarsis. El 30 de abril de 1975, la «**luz al final del túnel**» se hacía por fin para los EE.UU y Vietnam; una vez más, fieles a la cita, allí estuvieron los medios rindiendo culto, ahora crítico, al lema de una objetividad responsable.

Detente y propaganda

El «Vietnam Syndrome» y la recuperación del modelo

En el tránsito de década la era Breznev supone la vuelta de la política exterior a unos límites de relación realista con el gran adversario. La admisión de la

República Popular China al Consejo de Seguridad de la ONU (1971), y las históricas visitas del tandem Nixon-Kissinger a Pekin, abren una etapa de colaboración para los bloques que fragua al año siguiente en la firma en Moscú del Tratado de Limitación de Armas Estratégicas, SALT I, entre los EE.UU. y la URSS. Aunque sin renunciar al aventurismo que supone el apoyo del Este a las nuevas guerras de liberación del Tercer Mundo en el Cuerno de Africa (Etiopía, Angola) o la intervención directa a lo 1968, con la invasión de Afganistán (1979). Todo ello va a proporcionar a Occidente la baza de oro para una **resurrección de los miedos de la contención clásica**, en la denuncia de la *agresión comunista* y la **mitificación de las capacidades nucleares**. No menor influjo en estos años tendrá el «**síndrome de Vietnam**», entre la crisis del petróleo (1973→) y el policentrismo de un sistema en el que **los Estados Unidos pierden credibilidad como «policía del mundo»**, mientras asisten a la vorágine revolucionaria de Centroamérica o ven caer en meses regímenes que, como el de Reza Pahlevi en Irán (1979), representan sus intereses en la zona más conflictiva de Oriente Medio.

Crisis mundial que tiene su paralelo informativo en la erosión del sistema del neocapitalismo occidental, al socaire de las Cumbres de los No Alineados y de la elaboración de un Nuevo Orden Internacional de la Información que, desde las Comisiones de la UNESCO (1976), se plasmará en el **Informe McBride** (1980), poniendo de manifiesto la división práctica de criterios informativos entre países anglosajones y tercermundistas. Del mismo modo, la irrupción de las nuevos utensilios y tecnologías, ya en el último cuarto de nuestro siglo: vídeo, PC, bases de datos; comunicación por cable o satélite, redes, etc, y la nueva era de control a distancia y de predominio de la imagen dan al traste con la primacía estatal hacia el siguiente estrato: la sociedad informativa (Timoteo, 1987: 126 y ss).

En un inusual contexto de pérdida de valores y búsqueda de identidad, la elección de Jimmy Carter supuso otro retorno: el de América a sus orígenes, en el nuevo espíritu propugnado por la celebración del Bicentennial (1776-1976) que vino a llenar el vacío del desastre asiático, y en el que la **retórica pacifista de un presidente «débil»** tuvo su prueba de fuego dentro y fuera del país con ocasión de la campaña por la aprobación del SALT II.

La New Age y la crisis del news management

En términos generales el modelo de comunicación institucional de finales de los 70 es propio de la distensión, a caballo entre la **decadencia de la social responsibility** y emergencia de la nueva «**estrategia por simbiosis**» característica del neocapitalismo informativo en la nueva década. Hablamos de una fase intermedia para unas **relaciones «menos cooperativas»** Presidencia-medios de comunicación propiciadas por el clima doméstico, las crisis internacionales y la falta de un liderazgo carismático (gobierno de *outsiders*). Todo ello devendrá en

una **crisis de confianza** gubernamental que, junto a ese **debilitamiento público de la figura del Presidente**, hacen emerger la **mentalidad halconera** característica de la era post-Vietnam.

Tal metamorfosis ha ayudado a configurar un modelo propagandístico diferenciado del anterior por el **retroceso del secretismo ejecutivo**, la mayor **transparencia informativa** y la **desconfianza de los medios**, que ejercen ahora de **laudatores combativos** pero igualmente sensibles al **vaivén informativo** de las declaraciones del establishment; es lo que Mark Rozell viene a resaltar como el fenómeno de la **«Failed Presidency»**, o volubilidad del juicio crítico-informativo (binomio éxito/fracaso en política exterior) de unos profesionales imbuidos de los recientes desastres del imperialismo de antaño, dispuestos a buscar Watergates en la actividad de cada nuevo ocupante de la Casa Blanca. Las tiranteces se hicieron manifiestas al poco de la toma de posesión cuando, cumplida la luna de miel electoral, aquel apacible «planter» de Plains se tornaba en ceremonioso hombre de Estado que limitaba su acceso a informaciones oficiosas (rescripciones de asistencia a las reuniones del Gabinete). Con todo no faltarán las declaraciones extraoficiales, fruto de la descoordinación (inexperiencia de Jody Powell, Press Secretary) y de las evidentes diferencias entre Departamento de Estado (Cyrus Vance) y staff presidencial, donde el **personalismo de asesores** como Zbigniew Brzezinski provocan la reacción del miembros del Congreso hacia lo que consideran una **«guerra de filtraciones»**⁶.

El **pulso prensa-Presidencia** será pues la tónica de cuatro años de mandato en los que Carter proyecta una *imagen vaga y deficiente* del Commander in Chief (la *esfinge de Georgia*), que pierde demasiado tiempo en detalles y **descuida el star system** aplazando sus apariciones en público en períodos tan conflictivos como el de la reelección. Ciertamente no puede hablarse de secretismo gubernamental, pero sí de un **«hermetismo informativo»** que propicia la ya existente desconfianza de los media, así como el rechazo de políticos conservadores desde 1978, año de los polémicos Acuerdos de Camp David para Oriente Medio. De esta manera, la rechazación de Congreso y opinión pública va tomando cuerpo (**Year of the Hawk**) frente a una Administración de outsiders (*«The Georgia Mafia»*) inmersa de pleno en la preparación del que se considera el Tratado del siglo: la segunda entrega de Limitación de Armas Estratégicas, SALT II, con la Unión Soviética, su caballo de batalla político y propagandístico, junto a la **política de «derechos humanos»** con vistas a un segundo mandato.

Un seguimiento del record interno de esta campaña, entre 1977 y 1980, deja patente el desarrollo paralelo retórica presidencial-cobertura informativa, así como la **escasa presencia del modelo clásico de dirección de noticias** (pese a

⁶ Caso de John Culver, senador por Iowa, quien en noviembre de 1977 exige al Presidente un mayor control sobre los aspectos preliminares del Tratado, que han llegado a conocimiento de diarios de gran tirada por «filtraciones anónimas». En cuanto al «Kissinger de la New Age», llegó a disponer de su propio portavoz de prensa en el NSC; no menos conocida era su amistad con Richard Burt, corresponsal del New York Times, periódico al que se refiere Culver en su memorandum.

su dosificación y selección de pools para el momento cumbre) en una **elaborada estrategia de corte populista** encaminada a la captación de elites políticas e intelectuales, y de los colectivos más representativos del consenso nacional. Pero no son menores las dificultades. El fracaso en política doméstica (crisis económica, paro, inmigración), y los desiguales resultados en el exterior (paz inestable en Oriente Medio, división en torno al Tratado del Canal de Panamá) vienen a apuntalar el rechazo de lobbies (los más opuestos a una reducción armamentística) y medios de comunicación hacia un Gobierno al que tampoco faltaron **affaires** (Bert Lance, el «*Billygate*»), y que reacciona ante la **baja de su credibilidad con indecisión y contradicciones retóricas** (discurso pacifista pero **lenguaje de «cold warrior»**) a los cambios exteriores que suponen la definitiva inflexión hacia la nueva confrontación Este-Oeste: la crisis de los rehenes y la invasión soviética de Afganistán. Una nueva línea político-propagandística, **la Doctrina Carter**, digna réplica de los mejores tiempos kennedianos, viene a consumar una ruptura no menos contradictoria rubricada con el boicot occidental a las Olimpiadas de 1980, celebradas en solitario en Moscú entre memorias de Juegos Hitlerianos, y el caos de los «*marielitos*» cubanos⁷.

También, y desde el otoño de 1979, la resistencia del Senado a ratificar el SALT (firmado en Viena la primavera anterior), la campaña de reelección y los relevos a nivel a nivel de decisión interna (sustitución de Vance por Ed Muskie y consolidación del **tandem Carter-Brzezinski**) son los responsables de este **endurecimiento en política exterior**; es lo que la prensa bautiza como «**Síndrome Carter**», esa imagen de encendidas e hiperbólicas alocuciones de un Presidente-candidato en apuros, cuyo **estilo audiovisual inocente y poco dado a los directos** (Neustadt, 1990: 254, 261-264) nada tiene que hacer ante unas audiencias encandiladas por la soltura del oponente republicano a la Casa Blanca: el ex gobernador de California Ronald Reagan. Lejos de producirse la **October Surprise** (la esperada y oportuna liberación de los rehenes en Irán) y sin gran talento para un medio que su adversario domina a la perfección («**el Gran Comunicador**»). El *face-to-face* final no es solo la derrota anticipada del ingenuo líder georgiano, argumentando públicamente la opinión positiva de su hija pequeña para defender su programa nuclear (Jordan, 1982: 349 y ss), sino el preludio a lo que será el **político de la era informativa**.

En una época de **resquebrajamiento de la ideología liberal** (Dionne, 1991: 116 y ss), y a diferencia de Kennedy, presidente televisivo por excelencia, o de un Johnson en los tiempos gloriosos de Tonkin, la opinión pública había abandonado anticipadamente a Carter y a su visionaria New Age de paz, interdependencia y reformas sociales (Tyrrell, 1984: 85-89). Así lo testifican a menos de un mes de la firma del SALT los sondeos encomendados (Cambridge

⁷ En agosto de 1979 el senador por Frank Church había sembrado la alarma en los medios nacionales desatando una «**minicrisis**» a causa de la presencia en Cuba de una brigada de combate soviética, haciendo tambalearse el acercamiento de la administración Carter al régimen castrista. La posterior repatriación de los balseros «non gratos» en aplicación de las leyes de inmigración (enfermos, tarados, indeseables) devuelve el proceso a sus cauces originales.

Survey Research), registrando los mismos vaivenes de la prensa hasta 1980: desconfianza, división, incremento del miedo ante una reducción en el gasto de defensa... La misma confusión en cuanto al «**factor confianza**», que alcanza a líderes de opinión (Asociaciones gubernamentales y de Comercio, grandes Corporaciones); actitudes y cifras (Gallup) que para el último año son ya la crónica de un rechazo anunciado.

En cuanto a apoyos externos, tampoco el posicionamiento de los aliados europeos será cohesionado (*independentismo nuclear* de Francia), poniendo de manifiesto la «**soledad atlántica norteamericana**» y las **pervicencias de una mitología bipolar** (cuestión de la bomba de neutrones y de los apodados «*euromisiles*»). No menor influencia tuvieron en esta actitud las **giras europeas de figuras de la detente** (Nixon y Kissinger) contribuyendo a crear una **psicosis de III Guerra Mundial** en torno a la aprobación del SALT II.

SUJETANDO LAS RIENDAS. DE LA SEGUNDA GUERRA FRÍA A LA GUERRA DEL GOLFO

A principios de la nueva década el aventurismo soviético en Africa y, sobre todo, la ocupación y permanencia en Afganistan precipitan el rechazo final del Senado al SALT II por el Senado, abriendo una nueva época en las relaciones USA-URRS caracterizada por el retorno a la **confrontación retórico-propagandística** y la vuelta a la **América del «Big Stick»** con la nueva administración Reagan. Nuevos conflictos regionales se prolongan y recrudecen en Centroamérica (contra nicaragüense, guerra civil en El Salvador) con apoyo y financiación de la Inteligencia norteamericana de grupos paramilitares, y sus curiosas ramificaciones en operaciones no menos limpias (*affaire Irangate*).

Extendida la crisis de Oriente Medio con el estallido de la guerra Iran-Irak (contencioso de Chat- El-Arab), provoca el envío de la primera fuerza occidental al Golfo Pérsico en el otoño de 1980. En poco mas de un decenio la condiciones volveran a reproducirse, ahora de una manera mas directa y en un forzoso **mundo unipolar**, siguiendo a la invasión de Kuwait por Saddam Hussein. Su liquidación bélica, a mediados de enero y cumplida la fecha límite para la retirada (*Resolución 678 de las Naciones Unidas*), proporciona la ocasión para una verdadera **guerra limitada y relámpago** que mostrará la cohesión aliada (hasta la URRS hacía el doble juego) y la división del mundo árabe (Irak, Egipto, Siria, Arabia Saudí, Marruecos y Turquía a favor), tanto como la eficiencia de un poderío militar y de la no menor de un supuestamente caduco sistema de información y propaganda.

A modo de «*Gran Normandía*», los escasos 6 meses de duración de la **operación «Desert Storm»** registran la mayor presencia de contingentes desde 1944, equivalente al total de empleados en los 20 años del conflicto del Sureste Asiático para una ofensiva cuyo balance real de pérdidas materiales y humanas permanece abierto.

En cuanto a maniobras de **«guerra psicológica»**, las restricciones de cobertura informativa de esta segunda Guerra del Golfo le han merecido el sobrenombre con el que se la conoce para la posteridad en los medios de comunicación (incluyendo recientes declaraciones de asesores ex presidente George Bush): la **«guerra de las mentiras»** (Pizarroso, 1991). Aquí la máxima del ya milenario arte de Sun Tzu: el engaño como la mas poderosa arma de guerra, se cumplirá implacablemente. Porque, guerra defensiva (EE.UU. y aliados) o *Guerra Santa* (Saddam y sus ambiguos apoyos) puede ciertamente hablarse de una **«guerra planeada»**, no solo a nivel militar (increíbles despliegues navales y aéreos desde septiembre de 1990) sino de **dirección férrea de noticias»** como atestiguaron in situ los resultados de imágenes y crónicas (no combates ni destrucciones) y la aceptación unánime de profesionales — solo *pools* acreditados— poco o nada interesados en llevar su curiosidad por la información de los hechos mas allá de las líneas de frente estipuladas por sus superiores militares; las sonadas excepciones solo vinieron a confirmar tan forzoso oficialismo⁸. Todo ello en un contexto abonado por la **propaganda mecanicista y asociativa** (peligro mundial, sufrimiento de la población kuwaití y desmanes de los ocupantes) en la que la diabólica imagen de Hussein (*The Monster*) llenó durante meses portadas impresas y audiovisuales de todo el mundo.

A nivel de modelo de comunicación social el conflicto del Golfo representa no ya las debilidades del news management, sino su recuperación, y la eficacia de la mas actual propaganda de simbiosis. Aunque, como incide Sahagún (1991: 15-17), los controles operaron aquí mas por un *miedo al vacío informativo* que por una lealtad desmesurada de los viejos fabricantes de consenso; para este u otro fin, todo funcionó a la perfección: expertos reales o improvisados, **lenguaje críptico** y **protagonismo de los profesionales** (masivo desplazamiento a la frontera saudita para despistar a Irak), que mas que las críticas de los 70 parecen seguir las lecciones de Nixon en su *No More Vietnam* (Ibidem.) Y lo que resulta aún mas llamativo: la increíble docilidad de una prensa respondiendo a la **censura directa** de los tiempos patrióticos, con el solo parángón de la campaña de las Malvinas (1982) o la invasión de la isla de Granada (Cronkite, 1997: 343-344), llenando nuestros living-rooms con una mas irreal, por tecnificada, **«guerra de videoclip»** en la que la información de cifras fue igualmente obviada. Todo un conflicto modelo del siglo XXI en el que, mas que nunca, la opinión pública careció de crónicas alternativas.

Estudios posteriores del Freedom Forum Media Studies Center (Hallin, Gitlin, 1992) sobre la cobertura del conflicto (noticiarios, reportajes en horas punta) por cadenas nacionales y medios locales estadounidenses hablan de un tipo de **material idóneo para una guerra televisiva** plena de **carga simbólica**

⁸ Peter Arnett (CNN) y Alfonso Rojo (El Mundo) únicos corresponsales autorizados a permanecer en Bagdad. A la selección de pools y concesiones de visados en Arabia Saudí, se añadió la existencia de listas negras, con las reclamaciones consiguientes al Dpto de Estado. En general, lo mismo cabe decir de las cadenas francesas e inglesas, o de la labor de los medios españoles («oficio de tinieblas», dirá El País), aquejados igualmente de **inactividad gubernamental** y **acatamiento periodístico**.

y **emotiva**, aunque bien alejada de los horrores del Sudeste Asiático: **imagen eminentemente romántica**, al uso de la II Guerra Mundial, que combina perspectiva de expertos, impacto tecnológico (misiles, bombarderos Fs-15E, *smart bombs*, mapas, estadísticas), estructura de drama (acción-aventura, firmeza de líderes, valor y capacidad de los soldados americanos), valores del patriotismo familiar (ciudadanos-héroes, *God Bless the U.S.A.*, *Colours of Freedom*), y actividad de medios como impulsores de hechos (*boosters*). Una guerra como ritual durkheimiano, y fenómeno cultural del que están ausentes las justificaciones políticas, a excepción de los comentarios centrados en Hussein, o las muestras de división del público en torno a su validez (*Ibidem*).

Al igual que en los casos de Cuba o Vietnam, no cabe duda de la gran responsabilidad de los medios en la difusión (agradecimientos personales del «*Oso del Desierto*» Schwarzkof) en un *black out informativo* sobre el que Woodward, entre otros, pasaría a plantear públicamente unos interrogantes cuyas respuestas nos llegan todavía con cuentagotas en espera, quien sabe, de desvelamiento de otros Papers no menos impactantes que los que se les fueron de las manos a gobiernos e instituciones en aquella nostálgica década del *make love not war*.

¿Sociedad informada o sólo informatizada? Dilema y quizás precio por un planeta ultradesarrollado y desigual (pugna Este-Oeste por conflicto Norte-Sur), pero de **paz global** y «**fría**» (amenaza del Gran Dragón asiático). O en su defecto, de conflictos localizados y «**guerras limpias**». Peligro por partida doble, desde la óptica de pueblos y naciones estables, por lo que conlleva de efecto multiplicador, pero, sobre todo, en su vertiente medios de comunicación y opinión pública, por lo que supone de control de la realidad, y gran baza a utilizar por la propaganda institucional de unos métodos de democracia orwelliana, cuya efectividad ya anunciaron en alguna forma los legendarios grandes maestros del arte de la persuasión.

BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV., *The Presidency and Information Policy*, New York, Center for the Study of the Presidency, 1981.
- ALEXANDRE, Laurin, *The Voice of America: from detente to the Reagan Doctrine*, Norwood (N. J), Ablex Publishing Corporation, 1988.
- ALTSCHULL, J. Herbert, *From Milton to McLuhan. The Ideas Behind American Journalism*, White Plains, N.Y., Longman, 1990.
- ÁLVAREZ FERNÁNDEZ, Jesús Timoteo, *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX*, Barcelona, Ariel, 1987.
- ARONSON, James, *The Press and the Cold War*, New York, The Bobs-Merrill Co, 1970.
- CRONKITE, Walter, *Memorias de un reportero*, Madrid, El País-Aguilar, 1997.
- CHASE, Harold W., LERMAN, Allen H., *Kennedy and the Press. The News conferences* (Introd. Pierre Salinger), New York, Thomas Y. Crowell Co, 1965.
- CHOMSKY, Noam, A., «20th Century American Propaganda: a Brief history of US corporate and government propaganda», *Propaganda Review*, nº 8, San Francisco, CA, 1991.

- CHOMSKY, Noam, A., *Rethinking Camelot. JFK, the Vietnam War, and US Political Culture*, Boston, MA, South End Press, 1993.
- CHOMSKY, Noam, A., *Neccesary Illusions. Thought Control in Democratic Societies*. Boston, South End Press, 1989.
- CHOMSKY, Noam, A., *La Segunda Guerra Fria*, Barcelona, Crítica, 1984.
- CHOMSKY, Noam A. & HERMAN, Edward S., *Los guardianes de la libertad*, Barcelona, Crítica, 1990.
- DIONNE, E.J, Jr., *Why American Hate Politics*, New York, Touchstone Books (Simon & Schuster), 1992.
- ELLUL, Jacques, *Propaganda. The Formation of Men`s Attitude*, New York, Vintage Books, 1973.
- GARGUREVICH, Juan, *A golpe de titular. CIA y periodismo en América Latina*, Praga, Videopress, 1981.
- GRAVEL, Mike (Ed.), *The Pentagon Papers. The Defense Department History of United States Decision Making on Vietnam*, Boston, Beacon Press. IV Vol, 1971.
- HALLIN, Daniel, *The Uncensored War. The Media and Vietnam*, Berkeley, University of California Press, 1989.
- HALLIN, D., GITLIN, T., «Prowess and Community: The Gulf War as Popular Culture and as Television Drama», *42nd Annual Conference of the International Communication Association*, Miami, Florida, 1992.
- JORDAN, Hamilton, *Crisis. The Last Year of the Carter Presidency*, New York, G.P. Putnam`s Sons, 1982.
- KNIGHTLY, Philip, *The first casualty: from the Crimea to Vietnam. The War Correspondant as Hero, Propagandist and myth maker*, New York, Harcourt Brace Jovanovich, 1975.
- MARTIN, L. John, *International Propaganda. Its Legal and Diplomatic Control*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1958.
- MATTELART, Armand, *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y las estrategias*, Madrid, Fundesco, 1993.
- NEUSTADT, Richard E., *Presidential Power and the Modern Presidents. The Politics of Leadership from Roosevelt to Reagan*, New York, Macmillan Co., 1990.
- PIZARROSO QUINTERO, Alejandro, *Historia de la propaganda*, Madrid, Eudema, 1990.
- PIZARROSO QUINTERO, Alejandro, *La guerra de las mentiras* (Prólogo Felipe Sahagún), Madrid, Eudema, 1991.
- ROZELL, Mark J, *The Press and the Carter Presidency*, Boulder, CO, Westview Press, 1989.
- RUBIN, Barry, *Secrets of State*, New York, Oxford University Press, 1987.
- SCHLESINGER, Arthur M., *A Thousand Days. John Kennedy in the White House*, Boston, Houghton Mifflin Co, 1965.
- SCHLESINGER, Arthur M., *La presidencia imperial*, Barcelona, Dopesa, 1973.
- SORENSEN, Theodore C., *Kennedy*, New York, Harper & Row, 1965.
- TYRREL, R. Emmet, *The Liberal Crack-Up*, New York, Simon & Schuster, 1984.
- UNGAR, Sanford J., *The Papers and The Papers. An Account of the Legal and Political Battle over the Pentagon Papers*, New York, E.P., Dutton & Co. Inc, 1972.
- WEINER, Tim, *Blank Check. The Pentagon`s Black Budget*, New York, Warner Books, 1990.