

Mai tants periodistes havien acudit a un conflicte bèl·lic, i mai tants becaris havien brollat com bolets al desert. El record d'una televisió –la CNN–, que va dominar el món gràcies al seu control mediàtic de la guerra del Golf del 1991, ha provocat que en aquesta segona edició totes les cadenes occidentals vulguen el seu tros de pastís. No ho tenen fàcil. Entre altres coses, perquè hi ha Al-Jazira.

La **televisió** entra en **guerra**



En nom de Vietnam

Marlon Brando escopint “l’horror, l’horror” al final d’*Apocalypse Now* a finals dels anys 70. L’escena pertany a la consciència de més d’una generació, i respon als sentiments del poble americà respecte a Vietnam.

Però la posterior arribada al poder de Ronald Reagan, acompanyat d’un exèrcit de patricis tecnòcrates que movia els fils de l’administració americana, va revaloritzar l’orgull patriòtic. Les pel·lícules estil *Desaparecido en combate*, del karateca Chuck Norris, s’encarregaren d’aquesta comesa des de la ficció. I una consigna pactada amb els grans mitjans de comunicació va fer el mateix des de la realitat. Les invasions de l’illa de Granada o Panamà de l’època es varen reflectir en les cadenes més importants d’acord amb aquest pacte establert: no s’havia de mostrar sang ni derrota, només victòria, i com més *neta*, millor.

“Un altre tipus de cobertura d’una guerra instada pels Estats Units sempre és letal per a l’administració americana”, explica el catedràtic de periodisme de la Universitat de València Josep Lluís Gómez Mompert, investigador acadèmic que ha impartit un curs de post-grau en la Universitat Autònoma de Barcelona sobre la cobertura de la guerra del Golf del 1991 i que analitzarà l’evolució de distintes guerres televisades durant el VI Congrés de l’Associació d’Historiadors de la Comunicació que se celebrarà en pocs dies a Pontevedra. “Deixar veure les misèries pròpies [presoners i morts del bàndol alià, notícies de derrotes] per televisió desmoralitza els familiars dels soldats, la ciutadania, que acostuma a reaccio-

nar amb rebel·lions contra la guerra, i, finalment, les tropes; aquesta lliçó, els americans la van aprendre a Vietnam, i des de aleshores fan tot el que poden per controlar els mitjans i evitar que això es vegi.” No ho poden evitar a la resta del món, però, com tothom sap, sí que ho han fet aquests dies passats a casa seua

Com ho aconsegueixen? “Essencialment —explica Gómez Mompert—, amb acords amb les grans cadenes americanes.” El fenomen no és nou, i, de fet, “és una tradició que el Pentàgon parli amb els mitjans per decidir com tractar els temes”. Aquest tipus de relació ja va aparèixer fins i tot abans de la Segona Guerra Mundial, tot i que es va fer molt evident en els primers anys de Vietnam. Als anys seixanta, Amèrica no contemplava amb bons ulls que es mostraren imatges desagradables per televisió mentre la família dinava o sopava. I, durant els primers temps del conflicte, les carnisseries no sortien en la cobertura televisiva de la guerra.

Però sí que apareixien en diaris i setmanaris. Prompte, als Estats Units, les protestes públiques contra la guerra van anar creixent, reforçades per les notícies de paper. “Arriba un moment —explica Gómez Mompert— en què l’escàndol és tan evident que les mateixes cadenes televisives entenen que, per responsabilitat pública, a elles també els toca informar sense disfressar res; i ho fan: acaben enviant a la zona els responsables dels seus millors programes.” “L’efecte va ser devastador —continua el catedràtic—, es va estendre com una taca d’oli entre l’opinió pública i va provocar un terratrèmol que va acabar resultant deter-

L’administració dels Estats Units perdé socialment la guerra de Vietnam per culpa de la televisió, que, finalment, va mostrar la misèria diària d’aquell horror. Des d’aleshores, el Pentàgon ha actuat per evitar aquesta mena d’ensopegades en cap conflicte. Com en la primera guerra del Golf, intenta ara controlar tota la informació. Però no li surt tan bé.



minant perquè les tropes americanes tornaren a casa.”

Aprendre la lliçó. Els polítics nord-americans aprenueren la lliçó, i en el següent gran conflicte en què participaren tingueren una actitud ben distinta envers la informació. “La guerra del Golf del 1991 només tenia una única veu, la CNN —explica Joan Manuel Tresserras, professor de Història de la Comunicació de la Universitat Autònoma i membre del Consell de l’Audivisual de Catalunya (CAC)—, perquè la resta de mitjans seguien el seu discurs i les seves retransmissions; també va ser la guerra de la poca transparència informativa, una guerra de poca credibilitat que era retransmesa com un videojoc.”

“Aquella va ser la guerra dels relacions públiques”, explica Gómez Mompart. “Entre 1989 i 1991 la televisió havia arribat al seu zenit tecnològic —les càmeres eren lleugeres i autònomes, i la transmissió en directe es va simplificar amb els satèl·lits i amb els telèfons mòbils—, i els seus gèneres informatius i d’entreteniment s’havien desenvolupat fins l’extrem que la barreja de l’un i de l’altre era utilitzada en moltes ocasions sense miraments ètics ni deontològics: aquest combinat, des d’aleshores, serviria també per a tractar la guerra.”

S’havia acabat la figura del corresponçal compromès que explicava l’horror i s’imposava la figura del periodista *disponible* que acudeix a la zona de conflicte no per explicar, sinó per mostrar. Els mitjans deixaren d’informar, en sentit estricte, i es varen dedicar a seduir amb la imatge. La guerra del Golf va fer evident, de manera planetària, el final del periodisme clàssic: els professionals ratificaren els lemes militars: allò anava a ser una guerra “neta i precisa”, i ocultaren les imatges que contradien aquest plantejament.

Això resultava genial per al concepte televisiu que anava dominant el mercat gràcies a iniciatives empresarials com ara la de la CNN, una televisió tot notícies que s’aprofitava de les innovacions tecnològiques en el camp televisiu per fer prevaldre un model en què la successió d’imatges en directe s’imposava al relat dels fets. És a dir, en què la



Els periodistes destacats es comporten com salvatges quan veuen ferits o malalts. En la imatge, envolten un nen iraquia que ha resultat ferit.

càmera s’imposava al periodista que conta coses.

Grans esdeveniments que s’havien produït en els dos anys anteriors —la caiguda del mur de Berlín o l’enderrocament del règim de Nicolae Ceausescu— havien estat retransmesos amb èxit per la CNN, que havia creat la sensació que el periodisme *en directe* era l’únic periodisme possible, l’únic que comptava.

Com que, al llarg de cinc mesos, es varen fer els preparatius internacionals per a la guerra del Golf, els mitjans tingueren temps per preparar un gran espectacle que el Pentàgon ajudava a retransmetre. La CNN era la cadena que més possibilitats tenia i la que major rendiment en va traure. Temps després del final de la guerra es va fer públic que l’empresa de relacions públiques Hill and



Una de les moltes imatges que ha fet la volta al món gràcies al paper que Al-Jazira representa per contrarestar la visió uniforme de les televisions americanes. El punt de vista àrab, ara també pot ser analitzat per l'espectador occidental. En la primera guerra del Golf, aquesta oportunitat no existia.

Knowlton havia creat una notícia falsa que deia que els soldats iraquians arraven els hospitals de Kuwait i treien als nens de les incubadores i els llançaven a terra. "D'una banda –opina Josep Lluís Gómez Mompert–, les televisions van ser còmplices de governs i de militars de la coalició occidental; de l'altra, van ser víctimes de la golafreteria, que els feia omplir les pantalles de relats propis de *reality shows* o d'imatges que recordaven *Star Wars*."

I ara? Des de la guerra del Golf, la professió de corresponsal bèl·lic s'ha deslegitimada molt, i això dona pistes per a entendre per què qualsevol membre d'una redacció avui pot aterrar a l'Iraq, i per què hi ha més periodistes que míssils en alguns espais de la zona. Això, i també el fet que els atemptats de l'11-S i la guerra d'Afganistan han revitalitzat la necessitat empresarial d'enviar periodistes a punts exòtics de conflicte. A l'Iraq no hi ha un Ossama bin Laden amb la curiositat malaltisa que desperta un malvat estil Fu-Manchú. Però sí que hi ha la morbositat escènica de veure si els americans són capaços de matar Saddam Hussein i fer ara allò que no han pogut fer amb Bin Laden. Tant l'un com l'altre han estat presentats pels po-

lítics i els mitjans americans com dimonis en un discurs oficial que recorda, segons Gómez Mompert, "un relat de la factoria Disney". Continuant amb la tàctica de facilitar informació mastegada als mitjans, els aliats han subscrit 500 acords amb empreses periodístiques per fer reportatges *embedded*. És a dir, reportatges d'atacs en què el càmera i l'informador estan al costat del soldat. Això funciona gairebé com una càmera subjectiva... d'un sol bàndol, és clar. Cada contracte o acord té 50 clàusules que el mitjà ha de complir. A banda, per descomptat, que les imatges finals són visionades pels militars abans de ser emeses.

"Malgrat que es donen una sèrie de vicis en les retransmissions de l'actual conflicte –explica Joan Manuel Tresserras–, la cobertura és més humana i plural que la de la guerra del 1991." "Un motiu, òbviament, és l'existència d'Al-Jazira –continua–, una cadena que arriba a llocs on la CNN no es podria plantejar mai d'arribar i que ven el producte a tot el planeta; obligatòriament, el punt de vista àrab també queda reflectit en les retransmissions mundials, una cosa que no succeïa fa dotze anys; a més a més, hi ha moltes altres cadenes occidentals de notícies en di-

recte a banda de la CNN, i l'espectador, entre una cosa i altra, pot formar-se una opinió més completa."

"D'altra banda, els professionals van amb més compte en les seves retransmissions, perquè els prolegdòmens del conflicte han demostrat que una immensa majoria de persones són contràries a la guerra. A diferència del que va passar durant la invasió de Kuwait, saben que el públic ara està en contra i han d'informar amb cautela", explica el professor Tresserras. "Coses escandaloses, com les declaracions de Donald Rumsfeld, que denunciava que l'Iraq no respecta la convenció de Ginebra en el tracte als presoners –explica ara Gómez Mompert–, són contrastades –pels mitjans no americans– amb imatges del tracte inhumà que Amèrica dona als talibans que té presoners a Guantánamo; això, en la guerra del Golf, segurament no ho hauria emès cap televisió." "I altres diferències amb el 1991 són que el bàndol iraquí també ha après a fer servir la televisió com a mitjà de propaganda –ha tingut dotze anys per aprendre– i que el *prime time* ara no l'ocupa la guerra, sinó *Hotel Glamour*", conclou Gómez Mompert.

Joan M. Oleaque