

“El rumor va determinar el curs de la Segona Guerra Mundial”

Heu convertit una tesi doctoral sobre la credibilitat informativa en un llibre que pot ser tant una novel·la d'espies de guerra com un assaig sobre l'impacte de les xarxes socials en el periodisme. Heu anat als arxius britànics de la Segona Guerra Mundial per a explicar que amb un rumor es pot gestionar i manipular la incertesa, l'angoixa i l'esperança de les persones en guerra i en pau. Què us hi heu trobat?

—Una compilació de documents oficials que testimonien com va reaccionar el Regne Unit en intuir que l'enemic alemany tenia una fàbrica de rumors, de manera que també en va crear una de la qual van sortir 8.736 històries. No es conserva documentació de tots els rumors, però per la seva numeració, un investigador va fixar aquesta xifra exacta. Curiosament, alguns documents no els vaig poder consultar, perquè eren considerats reservats. De sobte, apareixen paràgrafs tapats amb el text “per qüestions de seguretat nacional”. El fill petit de la reina mare va ser un dels homes forts de la fàbrica britànica de rumors.

—Com treballava aquesta fàbrica de titularitat pública?

—Abans de generar un rumor, calia fer una anàlisi profunda del públic al qual anava dirigit el rumor. El coneixement d'aquest públic és fonamental perquè allò que crees sigui creïble i arribi a la gent. Després has de saber que el bon rumor té una base molt real i una interpretació falsa, però has de donar les pistes reals perquè si no, no correrà. De fet, els britànics van arribar a escriure autèntics tractats sobre el rumor. El juny de 1940, l'agregat de premsa de l'ambaixada britànica a Copenhaguen, Ronald Turnbull, presentava al govern un decàleg sobre la importància dels rumors en guerra. Hi assegurava que la propaganda, curosament coordi-

El periodista Marc Argemí (Sabadell, 1979) publica ‘Rumors en guerra. Desinformació, internet i periodisme’ (A Contra Vent Editors, 2013), un assaig periodístic i històric sobre els rumors, una arma psicològica que va més enllà del simple safareig. Argemí hi analitza el paper dels rumors durant la Segona Guerra Mundial per a explorar la societat de la informació i els seus mecanismes de funcionament.



nada amb els exèrcits, podia contribuir amb una força devastadora a l'enderrocament de Hitler.

—Un periodista va inspirar l'estratègia dels rumors d'un govern. Quin paper van tenir al llarg de la guerra els periodistes i els mitjans de comunicació britànics en les operacions per a escampar rumors?

—La fàbrica de rumors no deixa de ser un periodisme interpretatiu interessant que sobretot parteix d'informació molt real, de vegades tan real que els rumors no es van difondre perquè eren ben certs! La clau del rumor és que tu saps una cosa que no sap ningú més i tu vols que tothom sàpiga que tu saps una cosa que no sap ningú més. Calia explotar aquesta vanitat, i qui era el més vanitós en el món del periodisme, aleshores? El corresponsal. En els llocs neutrals hi havia corresponsals assedegats de notícies, i aquesta *col·laboració* amb el govern britànic explica per què van sortir tants rumors de ciutats neutrals com Lisboa, Zuric, Ginebra o Nova York. El govern britànic va fitxar un grup de corresponsals britànics que Hitler havia expulsat d'Alemanya per a fer aquesta feina de difusió. Londres es va adonar que el rumor complia una funció social, donava sentit a uns fets, tornava la pau o justificava l'odi. Si tractes bé el rumor, el teu poble et farà costat, van concloure. La guerra psicològica, l'atac, era competència dels organismes secrets del Foreign Office.

—El rumor també pot generar l'efecte contrari?

—El principal objectiu del rumor és l'enemic, però té com a efecte secundari que tens el poble enganyat, i si se n'adona, se't pot girar en contra. El rumor et pot generar una discòrdia en el poble en el pitjor moment, per això durant la Segona Guerra Mundial controlar la defensa del rumor era vital, perquè podia crear una fractura social i acréixer la moral de l'enemic.

—En aquest context van sorgir les famoses campanyes del *keep calm*?

—Això mateix. Aquestes campanyes anaven a càrrec del Ministeri d'Informació. El govern britànic contestava totes les cartes que enviava la gent sobre les informacions que els havien arribat, i després es feien campanyes per a mesurar el grau de convenciment. Fins i tot tenien una xarxa de corresponsals que analitzaven tots els rumors dels enemics i publicaven columnes a la premsa per a desmentir-los. Els Estats Units també van treballar molt per a desfer el mal que els podia causar un rumor. Es van crear les *clíniques del rumor* independents, a través de les quals uns equips de sociòlegs analitzaven l'impacte dels rumors entre els estudiants universitaris. Però a Washington no li va agradar tanta independència i va crear les *clíniques del rumor* governamentals.

—Per què la BBC va quedar al marge de la rumorologia? Si el govern tenia un mitjà públic a la seva disposició, sorprèn que no l'utilitzés.

—El govern era molt conscient que si no hi ha una font oficial creïble, el rumor pot fer molt mal. Per això van cuidar tant la BBC, que va ser la línia blanca de defensa dels rumors, amb la missió de difondre una informació tan creïble que desfés qualsevol rumor. Els britànics, al final, van concloure que un petit volum de rumors era normal; no podien perseguir tots els rumors, perquè la gent necessita parlar de les coses. Per això, van extreure informació d'aquells rumors per a saber què pensava la gent, quines angoixes i preocupacions tenia, i plantejar una estratègia comunicativa del govern tenint en compte les esperances, la por i l'odi que tenia la població. La BBC va ser el canal creïble per a combatre el rumor. I aquesta credibilitat arriba fins els nostres dies.



JORDI PLAY

—I per què Londres va crear una agència de notícies oficial a Nova York?

—ONA era una agència que barrejava rumors amb notícies reals. Oficialment, era independent, tot i que l'havia muntada el govern, però els alemanys havien fet el mateix i els anglesos van copiar-los l'estratègia.

—Quin efecte va tenir la rumorologia en el resultat final de la guerra, al vostre entendre?

—Aquesta estratègia forma part de l'estratègia militar general. L'interès primordial del rumor és establir un es-

tat mental que sigui favorable als teus interessos, de derrotisme en l'enemic, per exemple; aquest és l'efecte a mitjà termini, minar la moral. De fet, la maquinària dels americans en aquest sentit es deia *Moral operations* 'operacions contra la moral enemiga'. A curt termini hi ha objectius operacionals que també es van aconseguir; per exemple, un moviment de tropes, i d'aquests se'n van aconseguir molts. Hi ha documentats molts rumors dels alemanys que demostren una gran habilitat. Ben segur que el rumor va determinar el curs de la Segona Guerra Mundial. I tinc una feina pendent que m'agradaria fer sobre tots els rumors relatius a la vida privada de personatges públics durant la guerra, que alimentaven l'imaginari col·lectiu, com ara que Hitler era boig. Els rumors més socials servien per a avançar i fer pública una explicació plausible de coses que semblaven incomprendibles.

“Les campanyes del ‘keep calm’ es van crear per a desmentir rumors dels enemics”



“Abans ens ho havíem de creure tot, però ara podem desacreditar qui s’ho mereixi”

de l'alemany era plenament democràtic. Com a mínim es genera un debat ètic en el fet que un govern democràtic enganyi el seu poble i utilitzi els periodistes per a fer-ho.

—És una qüestió transcendent que em vaig plantejar des del primer moment, si els rumors en democràcia tenien unes regles diferents de les d'un estat dictatorial —en aquest cas, Alemanya— pel fet d'estar en guerra. Al poder dictatorial hom li suposa el poder de manipular l'opinió pública pròpia, però en la Segona Guerra Mundial els britànics van fer el doble joc: per una banda, la BBC era el mitjà oficial, molt honrat, i per l'altra, es va articular una maquinària enorme per a fer la guerra bruta. És legítim crear rumors per a enganyar l'enemic? És comprensible que al teu enemic no li donis la informació d'on tens les tropes; encara més, si li pots fer creure que són en un altre lloc, millor. Ara bé, la qüestió és si és legítim que, a fi que siguin molt creïbles els teus rumors, enganyis la teva premsa, incloent-hi la de prestigi. En tinc dubtes molt seriosos.

—Si amb els mitjans que hi havia els anys quaranta els governs eren capaços de difondre amb precisió tants rumors, què no es pot fer avui?

—Es pot fer absolutament tot. No ens ha d'estranyar gens l'escàndol d'espionatge que ha destapat als Estats Units Edward Snowden. Hi ha un principi bàsic: pots crear un rumor, però si no li dones l'hàbitat, es mor. Aquest hàbitat és un context informatiu determinat que té com a característiques bàsiques la incertesa i un element d'angoixa personal sobre qüestions molt importants, i que no hi ha fonts fiables disponibles. Quan això succeeix, el nivell de rumors és molt alt i la seva difusió és automàtica. Si ets un govern, perds credibilitat, i començaran a sortir rumors sobre el que fas, perquè no et creuran.

—Està documentada la utilització de rumors com a arma psicològica de guerra abans de la Segona Guerra Mundial?

—Les grans estructures del rumor es van crear en la Segona Guerra Mundial, però en acabar la Primera Guerra Mundial hi ha una proposta de l'escriptor i propagandista Herbert Wells datada del 1918. Va sotmetre a debat el concepte de creació de notícies, que ha evolucionat i s'ha fet oficial amb l'organització d'esdeveniments. Es va preguntar com es podien posar en circulació informacions que interessessin al govern: amb l'especulació. Wells va proposar de fer un debat sobre la utilització o no d'una arma, encara que en realitat aquesta arma no existia. Sigui com vulgui, durant la Primera Guerra Mundial ja es van crear espontàniament rumors a Alemanya contra els capellans belgues.

—Heu estudiat a fons l'estratègia del govern britànic, que a diferència

—Les xarxes socials són el caldo de cultiu perfecte per als rumors. També ho analitzeu a la tesi doctoral.

—La incertesa i l'angoixa a Internet és 24 hores el dia i set dies la setmana, és a dir, tothom qui es troba en una situació d'aquestes pot difondre rumors i rebre'n. L'opinió pública esdevé, cada vegada més, una conversa de cafè.

—Hi ha antídotes?

—Ha vingut per a quedar-se, això! Però hi ha una qüestió que ho pot salvar, la responsabilitat personal. Els lectors s'hauran d'acostumar a aprendre a avaluar la credibilitat de les fonts, que fins ara era una feina dels periodistes, i a triar molt bé quins rumors consumeixen. Tots els ciutadans ens hem de fet una llista de fonts creïbles, però igualment ningú no queda blindat totalment contra els rumors.

—A la gent li agraden els rumors.

—És clar, perquè, de què parles? Els rumors compleixen moltes funcions; per exemple, quan hi ha l'expectativa d'alguna cosa, els rumors alimenten aquesta expectativa. O justifiquen actituds; per exemple, amb la immigració: el racista no reconeixrà que és racista obertament, però si li arriba un rumor que un immigrant ha robat, hi dona crèdit automàticament, perquè li serveix per a justificar els seus prejudicis sense haver-lo confirmat. També hi ha el rumor esperança, pel qual esperes que una cosa serà certa i te la creus. I el rumor que té autocompliment: la competència d'una empresa difon el rumor que una altra empresa va malament i està a punt de tancar, i acaba tancant. La política és un gran exponent de rumors, naturalment.

—Rumors i filtracions a la premsa. La credibilitat dels mitjans de comunicació està en dubte?

—Malgrat que hi hagi molts rumors que circulen, tampoc no ha canviat tant el fet que els mitjans de comunicació tenen credibilitat segons la font. Ara passa que aquests mitjans competeixen amb moltíssimes fonts i s'han degradat molt com a fonts creïbles. Abans com a públic ens ho havíem de creure tot, però ara tenim la possibilitat de desacreditar qui s'ho mereixi si ha mentit.

Gemma Aguilera