



## La larga guerra

Juan F. Carmona y Choussat

Colaboraciones n° 851

17 de marzo de 2006

El Departamento de Defensa de los Estados Unidos ha definido recientemente la estrategia que debe adoptar ante las amenazas que hoy sufre el mundo occidental en dos vertientes. La primera es la estrictamente militar y la relativa al gasto público que es menester comprometer para derrotar al enemigo. La segunda ha sido bautizada como "La Larga Guerra", o quizá "la guerra a largo plazo" y se refiere a la necesidad de vencer en el ámbito de las ideas, en los "corazones y las mentes" de los millones y millones de personas cuya convicción y opinión es imprescindible para poder enfrentarse a esta amenaza.

El pasado otoño se hizo pública una carta interceptada que ponía en comunicación al número dos de AlQaeda y a su "afiliado" en Irak, AlZarqawi. En ella, el primero le instaba a no volver a hacer públicos los degüellos de occidentales secuestrados puesto que lastimaban la imagen pública necesaria para vencer, no sólo ante los

occidentales, sino ante los mismos musulmanes.

En un reciente artículo de opinión publicado por algunos medios de comunicación europeos, el Secretario de Defensa, Donald Rumsfeld advertía de la poderosa fuerza de los organizados departamentos de comunicación de los grupos terroristas y de su facilidad para controlar "la agenda" de los países occidentales, a través de su presencia constante, en determinado sentido, en la prensa.

No eran necesarios estos prolegómenos para que se entienda que los medios de comunicación occidentales, y especialmente, los de los Estados Unidos de América, desempeñan un papel capital en la existencia misma del mundo occidental el día de mañana.

Sin embargo, no puede haber duda de que algo está cambiando desde hace algunos años en el panorama mediá-

tico americano y que, dada la tendencia expansiva de ese país, podríamos tomar nota de cuáles son esas tendencias y preguntarnos si será posible que tanto se juegue en ese ámbito y, si así es, hacia dónde van las cosas.

Quizá la mejor manera de comenzar sea haciendo referencia al libro "Media Bias" ("El sesgo en los medios"), de Bernard Goldberg, el periodista que se había pasado media vida en la CBS, y una parte sustancial de ella a las órdenes de Dan Rather. La tesis de esta obra es que existe un sesgo "progresista" o "izquierdista" en lo que se llama literalmente la "corriente principal" de la prensa americana. No se trata de que una serie de magnates y periodistas se sienten a elaborar un complot acerca de cómo sesgar las noticias hacia la izquierda; no les hace falta, la mayoría son de esa tendencia y les viene naturalmente. Así lo afirma el autor.

Bernard Goldberg escribe su libro en el año 2002. Desde ese año las cosas han cambiado mucho. La chispa que supone el punto de partida para el libro son un par de artículos que publica en "The Wall Street Journal", el diario quizá más influyente del mundo, que es propiedad de la compañía "Dow Jones", que da nombre al índice bursátil más conocido del planeta. Este diario es el centro del pensamiento liberal conservador de los Estados Unidos de América.

Hasta el advenimiento de las cadenas por cable - a mediados de los ochenta - y quizá unos diez años más debido a la inercia y a la preponderancia de las noticias locales, los "telediarios" americanos eran los de las tres cadenas tradicionales. Los, por antonomasia, "networks". Los americanos veían las noticias de Peter Jennings, Dan Rather

o Tom Brokaw, y las tenían por verdaderas. Confiaban en ellas. No obstante, como denunció Goldberg, estaban cada vez más sesgadas a la izquierda y alejadas del pueblo. Llegó entonces la CNN, que no es otra cosa sino el anagrama de la "original expresión", "Cable News Network", fundada por Ted Turner, poco sospechoso de ser de derechas, casado y al parecer separado de Jane Fonda, apodada por sus devaneos con Vietnam del Norte en su día, "Hanoi Jane". No cambiaba pues el panorama; al contrario: una cadena más y esta vez usando el mecanismo del cable se dedicaba a dar noticias las 24 horas del día, presentándose como neutra y objetiva, pero siendo realmente "progresista". Quizá porque los propios "progresistas" consideran la verdad neutral y sin aditamentos.

La saludable sociedad americana buscó una manera de escapar a este dominio de los medios por parte de la "progresía". Lo cierto es que existe una atomización de periódicos locales y de radios que no tenían estas tendencias y que, si se les añaden las propias cadenas locales de televisión, suponían un cierto contrapeso, de escaso poder, pero muy higiénico para evitar el "pensamiento único" o lo "políticamente correcto", que es sin embargo allí donde nace.

En todo caso, es el momento en que se empiezan a formar las tendencias alternativas, procedentes, no de millonarios o propietarios, sino... de la propia sociedad americana. Así, comienzan a tener influencia los programas de radio de "charla" ("radio talk shows"), en donde, a diferencia del gusto español por las tertulias, un locutor con gancho comenta las noticias desde una perspectiva conserva-

dora. Empezaba la reacción del núcleo de América ante el constante pisoteo de sus valores en los medios de la "corriente principal" y esta contracorriente iba a resultar muy fecunda. El más famoso de estos locutores será, con el tiempo, Rush Limbaugh, considerado un reaccionario por sus detractores, pero que hoy concita el entusiasmo de una audiencia numerosísima. Más numerosa que la de ninguno de sus adversarios.

Pero el momento de explosión de esta evolución será sin duda la aparición de Internet y la llegada, al mismo tiempo, de Fox News, la cadena de cable propiedad de la News Corporation de Rupert Murdoch. Internet supuso por una parte la repetición, vía "blogs", del fenómeno radiofónico; pero por otra parte permitió que ecllosionase el fenómeno de las "newsletters" o cartas de asociaciones varias que difundían sus ideas por la red. Se trata, lógicamente, de asociaciones de base popular no nacidas en estados "glamourosos", ni de gente procedente de la "elite" washingtoniana, ni siquiera neoyorkina. Son gente de Tennessee o de West Virginia que, en uso de su libertad, comienza a hacer saber su disconfomidad con la interpretación mediática de los asuntos. Así nace "The Federalist", que toma su nombre de los "federalist papers" de Madison, Hamilton y Jay, tan vinculados al nacimiento de la nación americana. Ellos se declaran conservadores, liberales y reclaman la herencia de Ronald Reagan. Y "ellos" ¿quiénes son? Gente, gente común. Comprometidos con su país, temen que si no comentan e instruyen a sus ciudadanos acerca de lo que pasa, su Nación puede acabar en manos de un "grupo de interés" una "casta" o un "poderoso", o sucumbir ante un enemigo exte-

rior. De manera similar y esta vez sí, desde instituciones organizadas, surge "townhall.com" que por una parte reagrupa columnistas conservadores y liberales conocidos, y por otra, ofrece un recorrido por Internet de los artículos, escritos, reportajes,... que pueden ser de interés para entender los asuntos más relevantes del momento. No sólo en materia política, sino religiosa, filosófica, de pensamiento político, economía, arte,... Este grupo depende de la "Heritage Foundation", la mayor fundación de ideas conservadora del mundo. Así, los americanos que quieren estar más informados han tenido la oportunidad de conocer a Ann Coulter, la columnista con más desparpajo de ese lado del Atlántico. Baste la cita de los títulos de algunos de sus libros: "Cómo hablarle a un progresista,... si se empeña"; "Calumnia: las mentiras progres sobre la derecha americana".

Pero, en definitiva, sólo hay tres medios competitivos en esta reacción a la "corriente principal" la radio de Rush Limbaugh, "The Wall Street Journal" que por tradición e implantación sirve de espejo para todos ellos, y la televisión por cable Fox News. El secreto de Fox está en no engañar al telespectador. Advierte quién es. No se presenta como siendo "neutral" y "objetiva"; como hacen los "progresistas" y sobre todo, los más patológicamente progresistas de todos; se presenta como lo que es. Sus presentadores estrella tienen "segmentos" o espacios especiales, generalmente muy breves, en los que exponen su pensamiento, opinión acerca de tal o cual tema de actualidad, pero no esconden su tendencia. Presumen de ella. Es más, se preguntan si aquellos que no la admiten, no lo harán por alguna extraña razón. Con este método y con el gan-

cho de sus periodistas enseña como Bill O'Reilly o Sean Hannity, han conquistado la primera plaza en audiencias en materia informativa.

El resultado es que ha desaparecido el monopolio progresista de los medios. El resultado es que ha desaparecido, sustancialmente, porque se ha hartado la gente: la gente normal con una hipoteca que pagar, unos niños que criar y un empleo que sacar adelante. Se han hartado de lo políticamente correcto y de las elites que no entienden. Y han generado este movimiento. Es un movimiento popular y patriótico. Y ahí está, en la cresta de la ola.

Parece que fue ayer cuando el presidente Bush paseaba entre irónico y divertido, el libro "Media Bias", de Goldberg para que pudiera verlo la prensa acreditada en la Casa Blanca. Era el año 2002 y el principio de este proceso. Hoy, ese mismo movimiento, es el que obligó al presidente Bush a retirar el nombramiento de Harriet Miers para el Tribunal Supremo. Hoy, el pueblo está atento y vigilante.

Y será esto en lo que podrá apoyarse el mundo libre para no caer en las

manos de las mentiras, propagandas y manipulaciones de AlYazira. Seguro. Pero, ¿podrá apoyarse en ello cuando las mentiras, propagandas y manipulaciones vengan de CNN, The New York Times, o la CBS?

Hace bien poco, durante la campaña presidencial de 2004, la cadena CBS, con el apoyo de su estrella Dan Rather, sacó a la luz una historia en la que unos documentos aseveraban que el presidente Bush desempeñó un papel muy escaso en la Guardia Nacional durante la guerra del Vietnam. La documentación resultó ser un invento de un señor enfadado con el presidente. La empresa acabó prescindiendo del mítico Rather jubilándolo anticipadamente, no sin antes decir que los documentos podían ser falsos, pero su contenido exacto, verdadero. "They were false, but accurate".

Si tiene razón, aunque sea en una infinitésima parte, el Pentágono cuando habla de la Larga Guerra, debemos ser conscientes de lo que nos jugamos ante una eventual "quinta columna" en los medios. ¿Podremos ser "falsos" pero "exactos" y seguir con vida?

*Juan F. Carmona y Choussat es Licenciado y Doctor en Derecho cum laude por la UCM, Diplomado en Derecho Comunitario por el CEU-San Pablo y Diplomado del Real Instituto de Estudios Europeos, Univ.-Zaragoza. Abogado del Ilustre Colegio de Madrid y Administrador Civil del Estado. Correspondiente de la Real Academia de Jurisprudencia y Legislación*