

PIZARROSO QUINTERO, Alejandro, SAPAG, Pablo y GONZALEZ, Marta (2007). *Periodismo de guerra*. Madrid: Síntesis.

Por ZORAIDA JIMENEZ

La idea que resume el argumento de *Periodismo de guerra* es que en la relación entre los militares y los periodistas, son los primeros los que ganan. La razón se explica y desarrolla con ejemplos históricos a lo largo de toda la obra: los periodistas no extraen «conclusiones de sus aciertos y errores en la lucha por la información» (pág. 68) cuando cubren una guerra. En cambio, los militares sí analizan la labor realizada por ellos y por los periodistas, conocen cómo se mueven éstos y buscan maneras de perfeccionar el control de la información hasta el punto de que «han sido los aparatos de censura de las Fuerzas Armadas y los gobiernos los que más han teorizado e innovado en esta materia imponiéndose así, y salvo en la Guerra de Vietnam, a sus adversarios, los medios de comunicación» (pág. 34). Pero aunque históricamente son los militares los que ganan la guerra contra los periodistas, hay dos casos en los que el resultado varió: en Corea empataron mientras que la Guerra de Vietnam, como se acaba de adelantar, es el único caso en el que ganaron los periodistas.

El libro *Periodismo de guerra* se divide en nueve capítulos en los que encontramos nociones básicas sobre periodismo, propaganda, guerra, medios para cubrir informativamente un conflicto y medidas de seguridad para los corresponsales. Este último punto es el más práctico de toda la obra.

El periodista que vaya a cubrir conflictos necesita una formación mayor que la de cualquier otro compañero suyo porque además de los conocimientos básicos que todos necesitan para desempeñar su labor informativa, «un corresponsal de guerra debe adquirir técnicas específicas que, unidas a la experiencia y la prudencia, eviten, en la medida de lo posible, los indudables y crecientes riesgos que corren» (pág. 9). Y es que, como afirman los autores del libro, «en algunos conflictos recientes han muerto proporcionalmente más periodistas que soldados» (ibíd.).

Los periodistas deben aprender cómo funcionan los ejércitos y sus aparatos de censura para saber cómo obtener información de ellos y no creerse toda la propaganda que les ofrezcan. Por su parte, los militares tienen que aprender cómo funcionan los medios de comunicación y los periodistas para encontrar la forma de que no obtengan informaciones que resulten ventajosas para el enemigo o que deterioren su imagen ante la opinión pública. De la importancia de esto último los militares fueron especialmente conscientes durante la Guerra de Vietnam.

«Militares y periodistas son dos colectivos que históricamente, y en el caso de España de manera más clara, han desconfiado de sí mutuamente» (pág. 13). Los periodistas piensan que los militares se creen superiores al resto de los ciudadanos y que además «se dedican a actividades poco transparentes» (ibíd.). Los militares, por su lado, ven a los periodistas como gente que sólo se acuerda de ellos cuando algo no funciona y que además lo cuentan mal por desconocimiento del tema o por hacer daño. Además, ambos colectivos se acusan entre sí de

ofrecer sólo propaganda. Este desconocimiento mutuo de las labores que desempeña cada grupo hace necesaria la especialización tanto de los periodistas que cubren conflictos como de los responsables militares que tratan con los medios de comunicación.

Pero las difíciles relaciones entre el periodismo y la defensa dependen no sólo de este conocimiento mutuo y de la especialización, sino que también actúa como elemento condicionante la historia del país en cuestión y lo asentada que esté en su sociedad la conciencia de defensa nacional. Entre los ciudadanos españoles no está arraigada la necesidad de tener un buen ejército, mientras que en países como Francia, Gran Bretaña o Alemania sí se tiene una concepción favorable de la importancia de los militares y se confía en ellos, lo cual ayuda a la relación de éstos con los medios de comunicación.

A lo largo de todo el libro, los autores expresan la necesidad de entender las guerras atendiendo a sus aspectos comunicativos. O lo que es lo mismo, no podemos ver una guerra como algo aislado donde no inciden ni la información ni la propaganda ni la opinión pública. ¿Cómo entender, si no, la Segunda Guerra Mundial, Vietnam o en general la etapa de la Guerra Fría?

Otro aspecto que no se puede obviar es que «la historia del periodismo de guerra es la de su mayor o menor adaptación a la lucha por la información que se realiza de forma paralela al conflicto principal. Un conflicto que se manifiesta como un choque de factores» (pág. 35). Pablo Sapag, uno de los autores del libro, distingue entre factores exógenos y endógenos. Los factores exógenos «son aquellos que dependen en exclusiva de los aparatos de censura y propaganda de los bandos en conflicto» (pág. 36). Al no ser factores que el periodista pueda controlar, lo único que puede hacer es conocer cómo funcionan los bandos en conflicto en lo relativo a la censura y la propaganda para decidir «respecto a dónde, cómo y cuándo ir» (pág. 37). Por otro lado, los factores endógenos son los propios del periodista. Sapag distingue cuatro: el compromiso ideológico, «el medio es el mensaje», la relación del corresponsal con sus compañeros de redacción y la formación del periodista.

Respecto al compromiso ideológico, el corresponsal a veces se involucra en el conflicto que está cubriendo posicionándose unas veces llevado por el patriotismo (si su país interviene) y otras por sus convicciones ideológicas, lo que le hace perder la neutralidad que sería necesaria. En otras ocasiones se cree él mismo la noticia y su egocentrismo le hace perder el horizonte.

El segundo factor endógeno, que se titula «el medio es el mensaje» (MacLuhan), es algo que se está dando cada vez más en los medios de comunicación, y no sólo cuando cubren una guerra: lo importante es que alguien del medio esté en la zona en conflicto como «mera cuestión de marketing y competencia empresarial» (pág. 41). Esto es peligroso no sólo porque supone una traición a la sociedad a la que se dirige ese medio sino que muy especialmente es peligroso para el propio corresponsal, sobre todo si trabaja para una televisión: se le piden constantes conexiones en directo para los avances, los informativos y otros programas. Esto hace que el corresponsal se exponga más de la cuenta, además de que no le queda tiempo para recabar información en el terreno y al final ofrece los mismos datos que manejan en la redacción, de manera que el único elemento diferenciador entre que estuviera en la sede de su medio o en el lugar del conflicto es el *decorado* que hay detrás de él.

La relación del corresponsal con sus compañeros de redacción (lo que en el libro se denomina la retaguardia) también es importante porque una mala relación influye negativamente en la información que elabora el corresponsal.

Como último factor endógeno, la formación del periodista, tanto del corresponsal como del que está en la retaguardia, es fundamental. Los conocimientos de geografía, historia, ejér-

bitos y armamento, supervivencia, etc. resultan imprescindibles para cubrir correctamente un conflicto. Esta formación hay que adquirirla antes de ir a una guerra pero es algo que no debe aparcarse sino que tiene que ser continua. En el libro se destaca la importancia que a esta formación le dan medios como la agencia Reuter, que desde que ha hecho obligatoria la asistencia a un curso de supervivencia ha visto reducido notablemente el número de corresponsales muertos en conflictos.

En *Periodismo de guerra* se habla de conflictos como las dos Guerras Mundiales, la Guerra Civil española, Corea, Vietnam, Malvinas, la Guerra del Golfo, los Balcanes y las recientes guerras en Afganistán e Iraq. La guerra es un concepto que el imaginario colectivo entiende como legítimo pero cuya definición tradicional cambió a raíz de los atentados del 11 de septiembre. De este modo, después del 11-S tanto EEUU como los terroristas quisieron hablar de guerra para legitimar sus acciones.

El libro hace un buen repaso de los medios utilizados para la información de guerra y comprobamos con ejemplos históricos la importancia que tuvieron y todavía tienen la prensa, la radio, la televisión e Internet. Todos estos medios han sido o son usados tanto por los aparatos de censura de los bandos enfrentados como por los periodistas. Cada medio ha marcado una guerra y una época. Así, la prensa fue el medio primigenio, el de los primeros corresponsales allá a mediados del siglo XIX. La radio como arma de guerra y como medio informativo se estrenó con la Guerra Civil española pero el conflicto radiofónico por excelencia fue la Segunda Guerra Mundial. La guerra de la televisión fue Vietnam y aquel medio se convirtió en un incómodo invitado en el teatro de operaciones puesto que sirvió para configurar un movimiento antibélico. Internet, por su parte, ha supuesto un cambio en la forma de elaborar la información, de difundir la propaganda e incluso «ha facilitado la aparición de un nuevo tipo de conflicto, la llamada guerra en red» (pág. 127), ejemplo de lo cual es el levantamiento zapatista del EZLN. Los conflictos asimétricos (aquellos en los que no se enfrentan los Estados), como es el caso del terrorismo islamista, también hacen uso de las nuevas tecnologías para librar sus batallas.

Para cerrar este apartado sobre los medios usados en la información bélica, tampoco hay que olvidar la importancia de la fotografía de guerra, que no ha quedado desbancada por la televisión y que sigue vigente como demuestra el prestigioso World Press Photo ya que la mayoría de las fotografías galardonadas son de guerra.

Toda esta base teórica sobre las relaciones entre la guerra y el periodismo se desarrolla en los primeros ocho capítulos de *Periodismo de guerra*. Pero las nociones prácticas, aquellas que servirán al corresponsal cuando tenga que cubrir un conflicto, las encontramos en el último capítulo del libro. En él se habla del estatuto jurídico del periodista cuando trabaja en una guerra, se ofrecen indicaciones sobre documentación y material, y sobre todo, se incide en las cuestiones de seguridad cuyo conocimiento puede salvar la vida al corresponsal. Algunas son cosas obvias (por ejemplo, si el corresponsal va en un vehículo no blindado, las ventanillas tienen que ir bajadas porque si un francotirador dispara y falla, los cristales causarán heridas) pero no está de más recordárselas al inexperto corresponsal por aquello de que más vale prevenir que curar.

También se recuerda que el corresponsal no es un héroe y no tiene que demostrar su valentía a nadie. Tampoco está en una guerra para ayudar o posicionarse, sino para hacer su trabajo, que es informar. Ninguna información vale la pena como para bajar la guardia y ponerse en situaciones peligrosas porque su medio de comunicación no se lo agradecerá ya que, siguiendo la máxima de MacLuhan de que «el medio es el mensaje», su empresa sólo le exigirá que esté en la

zona de conflicto para tener un decorado con el que demostrar a la audiencia que ellos están allí. Pero exponerse a los riesgos es algo habitual en las últimas guerras por la competencia desmedida entre los medios y la necesidad que los *free-lance* tienen de ofrecer material exclusivo.

*Periodismo de guerra* resultará un libro atractivo para quienes estén interesados en las relaciones entre comunicación y defensa porque combina cuestiones teóricas y prácticas relacionadas con el periodismo bélico. No ahonda ni en unas ni en otras pero es útil para adentrar al lector en este tipo de periodismo. Todo periodista que crea posible trabajar en un conflicto bélico debería leerlo porque aunque no es un manual de supervivencia para corresponsales, sí es una buena obra para adquirir nociones mínimas además de valer como guía a la hora de buscar más información. Y sobre todo, servirá a todos los periodistas para tomar conciencia de su posición históricamente inferior frente a los militares por la falta de formación, conocimiento y análisis.