



Medios en Guerra

Autor: Colectivo Escuela Libre

El Índice

0. Resumen
1. Medios, Estado y Sociedad
2. Los objetivos del sistema mediático: Votar y comprar
3. La Guerra de Irak: ¿Paz en los medios ?
4. La normalización mediática de la violencia estatal
5. Bibliografía

Resumen

Este artículo se inicia con una aproximación a los medios de comunicación, donde se desglosa su lógica de funcionamiento, su papel social y, especialmente, su interrelación con el Estado y el entramado económico y político que actúa a través de él, con el objetivo de entender el papel ideológico que juegan estos ante las diferentes manifestaciones de la violencia existente.

En el contexto de un mundo globalizado a partir de sociedades estructuralmente jerarquizadas, con desigualdades sociales profundas dentro de los marcos estatales, los medios de comunicación han de proyectar unas representaciones de la vida social que legitimen esta situación de clamorosa injusticia en todo el planeta. Con ello, su función, como aparatos ideológicos del Estado, es la de dar cobertura a la violencia que el Estado ejecuta para mantener el control social.

En este sentido la reflexión gira entorno a la última guerra de Irak y a otros hechos más o menos relacionados con las fuerzas militares y policiales del Estado, en este caso del Estado español.

1. Medios, Estado y Sociedad

Los Medios de Comunicación son, como mucho, la expresión deformada de una "realidad" representada. Espacios *a priori* en blanco, en ellos se proyectan miles de luchas que se desarrollan en el cuerpo social: de las relaciones internacionales a las luchas vecinales; de las pugnas institucionales a las tensiones internas de la propia organización del medio-empresa. No son más que discursos fragmentados, distorsionados y sobre todo intencionados de lo que acontece, o de lo que se quiere provocar o legitimar, en la realidad social. Si esta realidad social, más allá de lo mediático, se presenta ante nuestros ojos como desigual, donde unos pocos tienen más derechos, más posibilidades y más acceso a los recursos socialmente disponibles que muchos otros, de ello se deduce que la sociedad ha de vivir en una fuerte tensión. En una situación de violencia latente. No obstante, los Medios de Comunicación desarrollan la difícil tarea de crear la ilusión de representar una "realidad" que, por lo contrario, ha de parecer estable, sólida y de convivencia pacífica. Se configuran, así, como un espejo de irrealidades donde todo el mundo quiere verse reflejado y donde casi nadie se encuentra, pues poco tiene que ver con la realidad que nos rodea. Son, pues, sólo una de las muchas posibles representaciones que se pueden hacer de la vida social, la cual está sometida a un régimen económico globalizado y desigual, y contenida por los diques de la estructura del Estado-Nación. Así, los medios de comunicación tienen por marco de funcionamiento lo establecido en el libro sagrado del poder de hoy: la Constitución del Estado. Y son precisamente esta Constitución y este Estado lo que estos Medios no pueden, precisamente, ni cuestionar, ni criticar, ni presentar como vulnerables ante ese ente mágico, casi divino, que es la Opinión Pública. Esto, claro está, a nivel estrictamente formal, pues en la práctica, como escribía Noam Chomsky "los derechos fundamentales son violados en la misma medida en que la prensa es inhibida por coerciones ideológicas, por intimidaciones o simplemente por la concentración de riqueza y de poder" (Chomsky, 1973: p. 70). Es en estos límites del juego democrático, donde empieza la propia lógica de funcionamiento de los medios de comunicación del régimen actual, que les configura como los aparatos ideológicos del Estado.

En primer lugar, la organización con la que se presentan ante la sociedad es empresarial, ya sea de gestión pública o privada. Y eso quiere decir que necesitan del Estado para

conseguir la licencia para poder actuar dentro del cuerpo social que éste controla, aceptando, claro está, sus leyes y sus normas. En segundo lugar, que sea empresarial supone que su objetivo prioritario es la rentabilidad económica y el conseguir el máximo beneficio, que es lo que asegura la perpetuación de la organización. Es la guerra por los lectores, los oyentes, y las audiencias. Y esto se traduce, automáticamente, en la pugna por el bien más codiciado del mundo empresarial mediático: la publicidad. El negocio mediático consiste en poder vender sus audiencias a los anunciantes, con un principio básico: cuanta más audiencia se pueda ofrecer, más se tendrá que pagar por llegar a ella. Y esto nos lleva inevitablemente a afirmar que el auténtico talón de Aquiles de todo Medio pasa, pues, por los sectores sociales con más poder económico. Es justo donde muere eso llamado libertad de expresión, y es justo donde empieza la libertad de empresa. Es la forma que en la actualidad adopta la censura, con dos dimensiones.

Por un lado, y dentro del Medio-empresa, pocos son los periodistas que pueden escapar de la dinámica interna de (auto)censura y (auto)control de los contenidos que se exponen. La rutina periodística, que convierte esta profesión ideológica en un medio de supervivencia como cualquier otro trabajo, lleva a los periodistas a reproducir lo estrictamente ya establecido. Cuando los mecanismos de autocensura fallan, ya sea por la falta de experiencia "profesional", o por el error-descuido inducido por la práctica de las rutinas de producción periodística (siempre con el tiempo pisando los talones), o por alguna valiente y aislada acción intencionada, la censura se hace explícita, con amenaza directa por parte de la jerarquía interna. ¿Qué medio se puede permitir el lujo de dar a luz informaciones perjudiciales para la entidad financiera que en ellos invierte? ¿Cuál de ellos permitiría descubrir la cara oculta y oscura de esa empresa que se publicita una y otra vez entre sus páginas o programas? ¿Qué banco o multinacional no tiene el poder de amenazar con una retirada inmediata de su publicidad si sale esa información perjudicial? De este modo, al periodista no le queda más opción que escudarse detrás de esa ficción llamada "periodismo objetivo". Es decir, reproducir la representación de la realidad económica, política y social que los sectores con poder quieren proyectar.

Por otro lado, el Estado tiene sus propios mecanismos de control de las informaciones para que no se altere la representación social que garantiza su dominio. Y es que el Estado es, en definitiva, la fuente por excelencia de información. Sólo hay que fijarse en las noticias y

descubrir que detrás está, casi en su totalidad, la fuente oficial. Y esta no puede, *a priori*, ser cuestionada. Es, de hecho, lo que asegura, a medios y periodistas, moverse dentro de los cauces de la ley. Más allá, y sólo más allá, empiezan las mentiras y las calumnias. Es dónde el Medio se expone a riesgos sólo asumibles cuando el beneficio bien valga la pena, pues un Medio no puede permitirse el lujo de perder credibilidad. Pues de la credibilidad vive y quien más la garantiza, y además la impone como si de una verdad se tratara, es el Estado mismo. Así, como afirma Rui Pereira, "la mercantilización del periodismo lo conduce, perfectamente, a una espiral de doble manipulación: por el poder económico, de una parte, y por el poder político, de otra. Cuando ambos intereses coinciden, tanto más visible será la manipulación" (prólogo en Halimi, 2002: p.15).

2. Los objetivos del sistema mediático: Votar y comprar

Así, los Medios de Comunicación nacen y se desarrollan dentro de los límites del Estado, estableciéndose como sus aparatos ideológicos. Y como tales, deben estar proporcionando elementos que legitimen constantemente la estructura de la sociedad, pues participan de ella y reproducen su lógica de funcionamiento. Para perpetuarse como empresa, el medio se dirige a un público al que necesita cautivar por todos los medios que le son permitidos por el Estado. Es decir, necesita del público consumidor del propio medio al que poder ofrecer a la publicidad que, como hemos visto, de ella depende. Y este público tiene dos dimensiones distintas que son las que intentan aprovechar los anunciantes: de un lado, el público como consumidor y agente económico, a quien poder decirle básicamente "¡Cómprame!". Por otro lado, el público como elector y agente semipasivo de acción política, a quien poder decirle básicamente "¡Vóteme!". Por lo tanto, el seguir consumiendo y el seguir votando son los dos indicadores que permiten evaluar la "salud" del sistema actual. Una caída en alguna de las dos "acciones" supone un aviso de crisis, ya sea de confianza en el régimen económico o de confianza en el régimen político. Con la publicidad, pues, se intenta mantener al público activo en estas dos acciones, de lo que resulta el ansiado beneficio del anunciante.

El problema persistente es que la sociedad se fundamenta en desigualdades y exclusiones, donde ni todos los individuos pueden comprar, ni todos pueden votar. Es por eso que el

discurso debe dar elementos de legitimación de esta situación desigual, con lo que debe reflejar también donde sitúa los límites del "dentro del sistema" y del "afuera" del mismo. Es decir, quienes son "nosotros" y quienes "ellos", ya sean del exterior o del interior de los límites del Estado.

En el primer caso, y el fundamental, el límite lo marca el poder o no poder ejercer la "compra". Es, en una creciente polarización social, el poder tomar el sol encima de un yate último modelo o, por el contrario, percibir que se vive con el agua hasta el cuello. Mediáticamente se traduce en un elogio del "éxito", del "triumfo", y en un desprecio continuo al "pobre" y al "marginal", siempre representado junto a la criminalidad y delincuencia, sin análisis destacables ni exposición de causas. Un delincuente es en lo mediático, y por imperativo legal, sólo un delincuente. Sin más. Para las conciencias más engullidas por la tradición cristiana, puede llegar a desplegarse un discurso paternalista y de "superioridad social" donde poder abocar la caridad y acallar algunas conciencias inquietas. Es la cristalización de los dos valores supremos del capitalismo de hoy: individualismo y competitividad, cuya combinación erosiona la solidaridad y legitima la desigualdad en la sociedad. Se acompaña, además, un grito explícito o implícito, constante y repetido hasta la saciedad de "¡la propiedad es sagrada!", así como un silencio que gira alrededor de todo lo que acontece en ese otro mundo de penalización y de castigo a quien infringe este "principio". Nos referimos a la estructura de marginalidad del Estado: la Cárcel. Prácticamente sólo se habla de ella en los Medios cuando es precisamente para debatir sobre cómo mejorar las "medidas de seguridad" y cómo (¡y dónde!) construir nuevas instalaciones. De su mundo interior mejor ni hablar. Los límites son sus muros y sus guardianes-carceleros, ambos dentro del sistema. Detrás de los muros hay un mundo representado mediáticamente por el silencio. Un mundo de impunidad total del Estado contra los individuos a quienes ha condenado en culpabilidad, y que encierra detrás del silencio social. Se puede aplicar aquí lo que Edgar Morín sintetiza en una frase : "El espectáculo moderno es, a la vez, la mayor presencia y la mayor ausencia" (1996: p. 87). En el segundo caso, el poder votar, o no, va bastante relacionado con el poder comprar, y generalmente supeditado a él. Sea como sea, hay que asegurar el estado de pasividad del individuo votante, recluirlo al máximo en su propiedad (aunque sólo conste de la propiedad de voto), e intentar reconducir sus expresiones políticas por los cauces "deseables" para el Estado, esto es, bajo un signo más o menos conservador del privilegio

otorgado. En las democracias representativas se traduce en intentar legitimar a los representantes de la política, encuadrados en los partidos políticos vinculados financieramente al Estado. Estos políticos se ven abocados a la vorágine de la competitividad individual entre aspirantes, dentro y fuera de los partidos, y al castigo o apremio del mercado electoral para acceder a los puestos de esa sociedad representada, que no son otros que los institucionalizados desde el Estado. Entonces estos representantes políticos adquieren una nueva categoría: en ellos recae la representación de la autoridad social.

En este juego de generación de representantes y representaciones, de votantes y autoridades sociales, se necesitan los Medios de Comunicación, pues ellos son precisamente los "magos" de la representación social, y en los que los individuos buscan referencias. Como la legitimidad de la autoridad y del Estado es intocable para los Medios, su función social es representar la representación. En este sentido, Ignacio Ramonet afirma que "ya que la función del telediario tiene algo de psicoterapia social debe, por encima de todo, infundir esperanza, tranquilizar sobre las capacidades de los gobernantes nacionales, inspirar confianza, suscitar el consenso, contribuir a la paz social" (1998: p. 97). Esta representación debe estar legitimada por los votantes mismos, a quienes el Estado categoriza y a quienes modula su papel político: el poder depositar el voto. Y, hoy por hoy, esto pasa por una representación imaginaria (la de la nación y la nacionalidad) y una ley (la ley de extranjería). Esta ley legitima socialmente que, bajo los dominios del Estado, unos, los nacionales, no sólo pueden sino que deben votar; y que otros no pueden votar, ni tan siquiera plantearse, pues en esta democracia la dimensión política del individuo está bajo vigilancia del Estado, y sólo él concede los derechos. Los medios tienen, así, una doble tarea: por un lado, llevar a los nacionales a las urnas (lo realmente importante es la acción de votar, que es lo que da legitimidad al sistema político) y, por otro lado, mantener apartados a los "extranjeros" de ellas. Pues el éxito de los medios es hacer creer que con la participación electoral se ejercita la dimensión política del individuo, y se contribuye además en la construcción del Estado de derecho. Es la fe en la ley. Y en eso se basa cualquier sistema de creencia: lo más importante es no permitir duda alguna en los pilares de la fe.

Pero en este marco social de, por un lado, desigualdades económicas y sociales crecientes, y por otro, de negación de derechos individuales, se van gestando las condiciones de

fractura social. Y los Medios, como aparatos ideológicos del Estado, van dando ejemplos de cómo legitimar esta explosiva realidad, marcando cuáles son las fronteras ideológicas. "Se trata de conformar una sociedad mentalizada para aceptar sin críticas, con toda naturalidad, la injusticia sobre la que jamás ha dejado de estructurarse" (Prólogo de Rui Pereira en Halimi, 2002: p.21). Es la función de preparar a la sociedad para la represión violenta dentro de sus fronteras y para la canalización de violencias hacia fuera de sus fronteras, cuya forma es la guerra para la conquista territorial y/o la expansión de influencias.

Y es que si hay fronteras es porque hay Estados, y no hay Estados sin que haya guerras. La expansión y la guerra son, históricamente, la razón de ser de todo Estado, cuyo potencial destructor viene determinado por lo acumulado por su Hacienda. Los medios, pues, deben garantizar el apoyo popular a la acción del Estado, cohesionando y dando legitimidad a toda aventura militar. Encontramos múltiples ejemplos de ello, sin necesidad de remontarse mucho en el tiempo: la guerra del Golfo; la guerra de Yugoslavia; la guerra contra Afganistán... En estas aventuras belicistas, pocas voces se alzaron en contra, y muchas menos fueron las que encontraron espacio en los medios. El consenso político y mediático ante estas guerras se tradujo en la proyección de hechos y análisis confusos, para acabar con las tradicionales simplificaciones: unos enemigos malvados (ellos) frente a las altruistas misiones de paz llevadas por "nosotros". Así se llegó a la adhesión pasiva de la gran mayoría al proyecto bélico legitimado. El resultado es que en apenas 25 años se ha participado militarmente, de manera más o menos directa, en al menos cuatro guerras oficiales. Demasiada guerra "preventiva" para tanta misión de paz. No obstante, en esta segunda guerra del golfo, llamada ahora guerra de Irak, se han producido algunos elementos diferenciadores que vale la pena analizar.

3. La Guerra de Irak : ¿Paz en los medios ?

La Guerra de Irak es de las guerras más espectacularizadas de todos los tiempos. Ya desde la Guerra del Golfo, los medios se vieron abocados al mito de la guerra en directo, que resultó ser una escandalosa tormenta de mentiras clamorosas que puso en evidencia a la credibilidad de los propios medios, totalmente a remolque de una controlada CNN por los Estados en guerra y, por lo tanto, por el estamento militar norteamericano. Sólo hay que

ver los innumerables libros, y sus títulos, que salieron al respecto (*La guerra de las mentiras*, de Pizarroso ; *Las mentiras de una guerra*, de varios autores, con prólogo de Vázquez Montalbán ; *La información y la guerra*, de Dominique Wolton, etc...). Fue excesivamente visible la manipulación mediática.

Para la reciente guerra de Irak, en cambio, sorprendió el ver, a primera vista, cómo los medios de comunicación afrontaban el preliminar bélico: Ante el circo previo de las votaciones en Naciones Unidas, de si se evitaba o no una guerra cantada y en pleno rugido de tambores de marcha militar, los Medios empezaron a alentar lo que se llamó un movimiento de la ciudadanía por la Paz. Es decir, empezaron a ceder espacio a posturas de carácter "pacifista", dando alas a posturas que presentaban controversia y obligaban a iniciar un debate entorno al conflicto. Incluso en las portadas de los medios escritos y de los informativos televisivos y radiofónicos se señalaba hora y lugar de las manifestaciones ciudadanas en contra de la guerra. Los partidos políticos en la oposición, fuerzas sindicales, asociaciones varias... siempre interesados en ser visibles en el escenario mediático, en esta lucha por ocupar espacio de la representación, vieron una nueva posibilidad, después de la crisis del *Prestige*, para erosionar el gobierno del Partido Popular. Y pusieron todos sus medios económicos, humanos y mediáticos, que no son pocos, en esta ofensiva contra el gobierno, en el marco de diferentes estrategias para hacerse con el poder del Estado y recortar la mayoría electoral del Partido Popular. Pero, ¿cómo criticar una guerra sin poner en duda la esencia misma del Estado? ¿Cómo afrontar un debate sobre la guerra sin ahogarse en demasiadas profundidades ideológicas, que siempre pueden volverse en contra de los representantes? Ante la oleada creciente de protesta, poco a poco se fueron estableciendo los límites deseables del debate: en primer lugar, se fue focalizando el debate en "esta" guerra pues, como hemos visto, cuestionar la guerra en si es cuestionar la base misma del Estado, cosa que el estamento militar nunca podría tolerar, y ninguna fuerza política quiere plantear pues su objetivo es llegar a tomar sus riendas; en segundo lugar, para dar legitimidad a la protesta en curso, se fue focalizando el debate hacia la legalidad o ilegalidad de la guerra, en base a una supuesta legalidad internacional que, claro está, la generan los propios Estados según la correlación de fuerzas en las relaciones internacionales.

Así, se articuló una campaña argumentada básicamente sobre una única, prudente e "inofensiva" idea: estábamos ante una posible "guerra ilegal". Como si por vez primera los Estados Unidos, Gran Bretaña y sus aliados estuviesen poniendo entre la espada y la pared la mismísima Ley Internacional.

Sin entrar en consideraciones de sobre cuántas veces han cumplido esta supuesta ley, y cuántas veces la han pisoteado una y otra vez las mismas potencias que la imponen y la deponen al ritmo de sus intereses, nos vienen unas preguntas en mente: ¿por qué los medios apostaron contra el gobierno, incluso aquellos medios que le han acompañado desde la toma del poder? ¿Por qué prácticamente en su totalidad le han hecho el juego a las fuerzas opositoras, incluso aquellos medios que no forman parte del mismo entramado político-mediático de la oposición? ¿Qué tenía de especial esta guerra para que los Medios no apoyasen al gobierno, como es habitual?

En cambio, ningún medio animó y potenció movimientos antibelicistas en la Guerra contra Yugoslavia, y muchos menos contra los "malvados" talibán. Guerras, de otro lado, que tampoco se caracterizaron por su escrupulosa legalidad internacional. Y sí, por el contrario, la participación del Estado fue mucho más directa a nivel militar que no en la presente conquista de Irak. Sólo recordar, por ejemplo, que en Yugoslavia la aviación del Estado participó activamente en el lanzamiento de bombas. O a fecha de hoy, en que el Estado manda a la Legión a Irak para hacerse cargo de la zona central del país iraquí junto a las fuerzas polacas, haciéndose más activa la presencia militar del Estado en el conflicto, no hay ni movilizaciones ni interesa abrir demasiado debate al respecto. O, en todo caso, el debate discurre por otros cauces, como veremos más adelante.

Pero volvamos al periodo de la guerra. Analizar cuáles fueron realmente los factores cruzados que llevaron a la unión de los diferentes intereses políticos, mediáticos, económicos e incluso financieros contra el gobierno del PP excede, en mucho, de nuestras posibilidades. Desde insatisfactorios repartos del pastel social por parte del Estado, al miedo de los sectores económicos más vinculados al europeísmo franco-alemán, la cuestión es que fueron muchos los sectores sociales que se volcaron con este "pacifismo". Y es que "la paz", bien encauzada, resulta ser inofensiva para el Estado: en ella descansa una voluntad conservadora, de fe en lo ya establecido. Y en una sociedad estratificada como la actual, de violencia latente en lo cotidiano, el deseo de paz acaba por legitimar la

violencia misma, o lo que es lo mismo, que el Estado la tenga en régimen de monopolio, en base, nuevamente, a una supuesta legalidad. La violencia al servicio de la ley que de él emana. Un círculo vicioso de generación de violencia que se cierra en si mismo: dada la sociedad, se hace desigual e injusta necesariamente por algún método de violencia; para mantener la estructura resultante, se necesita la ley, que debe cumplirse bajo la amenaza del castigo, que implica violencia; y para solventar la violencia que genera este estado de injusticia institucionalizado, se requiere invertir y usar más violencia para asegurar el éxito de los métodos represivos.

De este modo, cuando esta misma sociedad salió a las calles contra "esta guerra ilegal", todo acabó en una nueva representación, representada mediáticamente, de un culto a la Paz, en contra de un gobierno que se negaba a escuchar los lamentos de una ciudadanía que abrió los ojos ante sus pantallas. Pero como afirma Noam Chomsky, "el gobierno no espera, en realidad, convencer a nadie..." (1973: p. 17). Y así, efectivamente, fue. La razón de Estado está por encima de la democracia representativa que lo enmascara, pues ésta se debe al Estado, y no al revés.

Desde el punto de vista mediático, tampoco interesó ir más lejos, pues da más rendimiento la sangre que la *performance* antibelicista. Así volvieron los cadáveres mutilados, la explotación mediática del drama infantil, el descalabro humano ante la barbarie que implica todo conflicto, en las pantallas. Hubo el tradicional desfile de militares con galones hasta el cuello, e incluso la presentación espectacular de la "madre de todas las bombas", la más destructiva de todas las armas convencionales, ideal para luchar contra el terrorismo internacional y las supuestas armas de destrucción masiva que, al fin y al cabo, fueron los dos argumentos repetidos para "convencer" a los votantes. El morbo de la sangre, la destrucción, la estrategia de guerra, la destrucción violenta. Y cuando llegó la fulminante "victoria", se apaciguaron las críticas, los debates. También las "caceroladas". Así, el Estado sigue en sus guerras. Para ello necesita enemigos, más allá de las posibilidades coyunturales que ofrecen personajes malvados como Saddam, Milosevic, o los talibán. Es la construcción mediática de enemigos por la necesidad estratégica de mantener la cohesión y el control social como un fin en sí mismo. Y actualmente desde los medios, desde la representación social, se gestan dos claros "enemigos". Por un lado, el Estado se apoya en la doctrina internacional, apoyada por casi todos los Estados del

mundo, de lucha contra el Terrorismo. Doctrina ésta fácilmente asumible por los Estados pues ellos reclaman para sí, en los asuntos internos, el monopolio de la violencia. La única excepción es el peligro de ser acusado por otro Estado de cobijar el terrorismo, acusación que sólo unos muy pocos pueden hacer con el aplauso internacional. Es la doctrina que legitima la conquista militar en este inicio de siglo.

De otro lado, se gesta un enemigo interno, difuso, imperceptible que atenta contra otra construcción simbólica que es la Seguridad Ciudadana. Un fantasma que llena de miedos la organización social. Dividir y malconvivir en sociedad, llenando de dudas respecto al resto, donde cualquiera puede comprometer la propiedad de lo "conseguido". De la existencia de ambos enemigos no dudan ninguna de las opciones políticas que ofrece la democracia representativa. La diferencia es sólo de matices. El clímax de esta construcción simbólica es la unión de los dos enemigos en uno sólo de terrorífico. Pues los miedos para controlar la sociedad se autoalimentan a sí mismos. Y la explotación de los miedos sociales son hoy un factor de voto que no se puede dejar al contrincante electoral. Veamos las funestas consecuencias.

4. La normalización mediática de la violencia estatal

Para ello nos centraremos en cuatro hechos y cómo se ha respondido al respecto. Dos de ellos hacen referencia al "fuera" de las fronteras y los otros dos al "dentro" de las fronteras. El primero de ellos, es el accidente de un avión militar del pasado mes de mayo que provocó la muerte de 62 soldados volviendo de Afganistán. La oposición al gobierno, en su alocada pugna por el asalto al poder, y aún siendo los mismos que mostraron meses atrás la bandera pacifista, exigió responsabilidades políticas y pidió más seguridad para las tropas del estado que se encuentran en operaciones. La consecuencia fue un debate para destinar más presupuesto al ejército profesional para aumentar la seguridad de las tropas en "misiones de paz". Los cauces de dicho debate han permitido la aprobación en septiembre de 2003 de una inversión de 4.176 millones de euros (unos 693.000 millones de pesetas) para modernizar el ejército, lo que implica la compra de helicópteros, submarinos, un gran buque, 212 carros de combate... Con esto parece claro que el ejército irá elegante en las próximas "misiones de paz".

El segundo hecho a referenciar, gira alrededor del actual envío de tropas a Iraq, donde el debate gira igualmente no tanto ya en si el Estado debe o no mandar tropas sino en los problemas de seguridad que se van a encontrar ante una población que se está mostrando fuertemente hostil a las tropas de ocupación. Aunque se cuestiona más que en el caso de Afganistán de la necesidad de mandar tropas en lo que es inevitable definir como una ocupación militar (dada la fuerte resistencia de la población, pocos se atreven a hablar de "liberación", como en los primeros momentos en plena euforia militar), los debates tampoco intentan discurrir demasiado en lo que está realmente sucediendo. Justo cuando la actividad militar es más destacada, menos se permite hablar de paz en los medios. Lejos quedan ya las convocatorias de manifestaciones en las portadas de los medios. El tercer caso, ya dentro de las fronteras del Estado, hace referencia a las pasadas elecciones municipales, donde todos los partidos reproducían una y otra vez los discursos de luchar contra el terrorismo internacional y contra la inseguridad ciudadana. Este eje discursivo de doble polo llevó a que muchos políticos uniesen en las campañas la inseguridad ciudadana con la inmigración ilegal; otros incluso la supuesta inseguridad ciudadana con la inmigración a secas. Empezamos a no estar lejos de unir terrorismo con inmigración, sin demasiados complejos. En todo caso, la propuesta generalizada para afrontar este "problema" construido de Inseguridad Ciudadana, pasa en todas las opciones ideológicas por el incremento de las fuerzas policiales en las calles.

El último hecho que exponemos, y como clímax del esperpento de esta representación del enemigo, llegó precisamente en medio de las primeras movilizaciones populares ante la posibilidad del Estado de apoyar, mediante el voto en el Consejo Permanente de la Naciones Unidas, la guerra en marcha contra Irak. Y es que el gobierno necesitaba un apoyo mediático a la decisión de Estado, y así se orquestó un golpe policial llamado "Operación Lago". La operación consistió en la desarticulación de una célula terrorista de Al Qaeda en Cataluña, llegándose a afirmar por parte de José María Aznar que esta célula disponía incluso de armas de destrucción masiva. Nadie se movió ante la sorprendente e inquietante noticia. Se aplicó la ley antiterrorista (la impunidad policial para el control social en la guerra interior del Estado), manteniendo a los arrestados dos meses en prisión. De golpe se unían el miedo al terrorismo islámico con la xenofobia al inmigrante, el "enemigo" visible del entorno social. Pero era sólo el inicio de lo que resultó ser una chapuza policial. Lo que se les incautó, entre otras cosas, fueron móviles y detergente, que

incluso se llevó a los EE.UU. para su análisis químico, bajo sospecha de ser armamento de destrucción masiva. Esto llevó a bautizar la célula como el "Comando Dixan", cuyos miembros salieron en libertad sin ningún cargo después que los laboratorios encargados del análisis químico dictaminaron que, efectivamente, se trataba de detergente. Uno de los detenidos ironizaba al salir de la prisión sobre la peligrosidad de poseer detergente en casa. La chapuza policial fue más allá, pues incluso el juez se puso nervioso ante las irregularidades en la operación, como la aparición y desaparición de una supuesta pistola que al final no se sabe muy bien si realmente existió, o sólo era de fogeo. No obstante, y a pesar de lo rocambolesco de todo, parece que aún se podía ir más allá: el FBI norteamericano ha informado (septiembre de 2003) que según sus laboratorios en el detergente hay sustancias con las que se puede fabricar NAPALM. De momento ya se han vuelto a citar para declarar a cuatro de los que estuvieron detenidos. Veremos hasta dónde se puede llegar con un detergente.

No obstante, la operación fue un éxito pues su objetivo operaba en la inmediatez mediática: representar la amenaza, con la legitimidad otorgada a la autoridad no cuestionable de la decisión policial y judicial, para dar legitimidad al apoyo a la guerra. Y aquí nos encontramos con las posibilidades que ofrece la ley antiterrorista para un Estado en guerra. Al ser ley, no encuentra en su aplicación inmediata ninguna oposición, lo que permite la vulneración de todos los derechos individuales según las necesidades del momento. Para este caso, el apoyo a la guerra. Y tratándose de, por un lado, inmigrantes, que no interesan para el voto y, por lo tanto, no interesan en demasía a los políticos; y, por otro, de terroristas (ya demostrarán luego, si pueden, que no lo son), pocas voces salieron en su ayuda. Ninguna trascendió al silencio impuesto de los medios. Kropotkin escribía en una ocasión que "El hombre se ha dejado esclavizar mejor por su deseo de castigar según la ley, que por la conquista directa militar" (1995: p. 27). Bien se puede aplicar al caso. La consecuencia, pues, y aunque se ha demostrado un nuevo y clamoroso abuso policial y de las terribles opciones que da la ley antiterrorista a la arbitrariedad del poder, es que ésta sigue en plena vigencia y, hasta la fecha, incuestionada. Una prueba más que en la vida bajo el Estado todos somos culpables hasta que no se demuestre lo contrario. De todo lo anterior expuesto, el resultado es aterrador: Más presupuesto militar; Más cuerpos policiales; Más presión para los inmigrantes y sectores sociales que están en lo más bajo de la escala social. Sin derechos sociales, y sobre todo muchos deberes laborales.

Odiados democráticamente, perseguidos policialmente y siempre bajo la sospecha del votante. Y esto nos obliga a formular algunas preguntas: ¿Qué podemos esperar en una sociedad que está totalmente abocada a alimentar los aparatos represivos del Estado como estrategia de futuro? ¿Se trata de un proceso de deterioro social inevitable que nos lleva a más ejército, más policía y más cárceles? Rudolf Rocker afirmaba que "si uno se ha habituado al pensamiento de que todos los problemas de la vida social se pueden resolver por las armas, hay que llegar lógicamente al despotismo, aun cuando se dé a este otro nombre y se oculte su verdadero carácter bajo algún otro lema engañoso" (1949: p.97). Y los medios, su función, es precisamente habituarnos a esta forma de pensamiento. Todo este proceso de desarrollo del aparato represivo del Estado viene, pues, bien legitimado por los medios. Es la generación constante de amenazas y peligros simbólicos, internos y externos, que permiten extender el miedo por el cuerpo social para crear la ilusión mediática que esta sociedad es estable y pacífica (bajo el feliz imperio de la ley), y que son estos peligros los que precisamente amenazan con romper la "paz democrática". Así se consigue llevar el proyecto pacifista a su dimensión más conservadora, donde no sólo no se cuestiona al Estado como agente principal de toda guerra, sino que incluso se aplaude su existencia. Pero, paradójicamente, el Estado no puede sino fundamentarse, como hemos visto, en la violencia y en las estrategias de difusión mediáticamente del miedo y del terror social.

Bibliografía

- CHOMSKY, Noam (1973): *Por razones de Estado*. Editorial Ariel, Esplugues de Llobregat, 609 p.
- -----(1991): *El miedo a la democracia*. Grijalbo Mondadori S.A., Barcelona, 419 p.
- -----(2000): *Estados canallas : El imperio de la fuerza en los asuntos mundiales*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A., Barcelona, 286 p.
- HALIMI, Serge (2002): *Los nuevos perros guardianes: periodistas y poder*. Editorial Txalaparta, 153 p.
- KROPOTKIN, Pedro (edición 1995): *El Estado y su papel histórico*. Fundación de estudios libertarios "Anselmo Lorenzo", Madrid, 64 p.
- MORIN, Edgar (1996): *El espíritu del tiempo: ensayo sobre la cultura de masas*. Editorial Taurus, Madrid, 246 p.
- RAMONET, Ignacio (1998): *La Tiranía de la Comunicación*. Temas de Debate, Madrid, 222 p.
- ROCKER, Rudolf (1945): *Nacionalismo y cultura*. Editorial Reconstruir, 1949, 529 p.