

CAPITULO QUINTO

COMUNICACIÓN Y CONFLICTO. UNA RELACIÓN ESTRATÉGICA

INTRODUCCIÓN

El presente artículo tiene como objetivo analizar el papel que desempeña la comunicación en la resolución de conflictos. Con el fin de ofrecer una perspectiva cercana a la realidad en la que se desenvuelve esta materia, el trabajo se ha estructurado en una serie de capítulos que tienen en cuenta desde el contexto político, militar y social actual, hasta el desempeño de su actividad y los retos a los que hoy en día se enfrenta el mundo de la comunicación, profundamente impactado por el desarrollo de Internet y las nuevas tecnologías.

El capítulo «Contexto político, militar y social actual. La comunicación en el siglo XXI» analiza los rasgos propios de los tres estratos que funcionan simultáneamente en cualquier caso de conflicto: el contexto político, marcado por la hegemonía de los regímenes democráticos, en los que los gobernantes se ven expuestos a la valoración de la opinión pública. El contexto militar, caracterizado por la desaparición del concepto clásico de guerra convencional, tras la caída del Muro de Berlín y la aparición de nuevos escenarios asimétricos y de naturaleza global, plenamente confirmado tras los ataques del terrorismo islamista de Al Qaeda a las ciudades de Nueva York, Madrid y Londres en 2001, 2004 y 2005, respectivamente. Por último, el entorno social, muy reivindicativo frente al papel que desarrollan sus Ejércitos incluso en misiones humanitarias, y que frente a la aceptación tradicional de la pérdida de vidas humanas como algo inevitable, hoy en día cada pérdida se vive como un fracaso del país y de sus dirigentes.

Igualmente, se presentan las líneas principales de la comunicación en la actualidad, donde la irrupción de las nuevas tecnologías ha venido a modificar profundamente el proceso informativo y su difusión a gran escala, hasta entonces fundamentalmente en manos de los profesionales de la información y comunicación.

Bajo el título «Comunicación y conflicto. Una relación estratégica» se aborda el papel fundamental que, a la comunicación y su resonancia pública en la sociedad, otorgan los creadores de los actuales conflictos. Con unas capacidades técnicas y militares infinitamente menores a las de los Estados a los que se enfrentan, quienes instigan el conflicto necesitan del impacto público y la consiguiente oleada de presión política a los dirigentes de los países que atacan. Sin esta caja de resonancia que forman los medios de comunicación su acción se vería condenada al fracaso. Que los medios conozcan el papel tan importante que desempeñan dentro de esta estrategia es imprescindible para encontrar el punto de equilibrio entre la obligación y el derecho de informar, sin por ello caer en el juego de presionar según el patrón establecido por quienes atentan.

«Comunicar el conflicto. Gestión de la comunicación» se adentra en el desarrollo de los marcos de comunicación desde una visión profesional, abordando los entornos y condicionantes que se generan en este tipo de situaciones. La complejidad de intereses y públicos a los que debe hacer frente la gestión de la comunicación del Gobierno que se ve en una situación así, se convierte en uno de los puntos más críticos de abordar en estos casos. En este capítulo se analizarán los atentados del 11-S, 11-M y 7-J y cómo fueron distribuidos a la sociedad por los respectivos medios de comunicación de cada país.

Por último, «La comunicación en el siglo XXI. Medios tradicionales frente a Internet y las nuevas redes sociales» aborda el entorno en el que se desarrolla la comunicación de este tipo de conflictos. Frente al uso preferente de los medios tradicionales –prensa, radio y televisión– que siguen aún utilizando la mayoría de los Gobiernos, la inmediatez, el anonimato, el bajo coste y el tremendo impacto de llegada que proporcionan los medios electrónicos han hecho que se conviertan en el canal preferido por grupos terroristas y asimilados. Un examen del actual panorama de las redes sociales más importante pone de manifiesto el gran mundo virtual en el que se desarrolla la comunicación actual.

CONTEXTO POLÍTICO, MILITAR Y SOCIAL ACTUAL. LA COMUNICACIÓN EN EL SIGLO XXI

El mundo se encuentra en la actualidad sometido a profundos cambios en sus bases económicas, sociales y políticas pero este hecho no es nuevo en la historia del hombre. La diferencia, frente a cambios similares habidos en otros siglos, es el entorno en el que se están produciendo. Frente a este modelo compacto de sociedad, hoy encontramos poderes atomizados, numerosas fuentes de amenazas potenciales y una sociedad con un nivel de acceso a la información desconocido hasta ahora, caracterizada por un acercamiento crítico hacia modelos anteriores, en los que la pérdida de vidas humanas se aceptaba como un mal inevitable.

Entornos políticos democráticos. El poder de la opinión pública

La democratización del mundo occidental durante el siglo XX y la universalización del derecho al voto dieron lugar a la actual configuración política de los países occidentales, basados en democracias donde cada ciudadano cuenta un voto, al margen de todas sus circunstancias. Los Gobiernos actuales se deben a sus votantes y como tal, a la imagen que estos perciben de ellos. Esta dependencia intrínseca entre gobierno y gobernados, canalizada a través de la opinión pública es uno de los elementos más críticos a la hora de gestionar cualquier conflicto actual, pues no sólo hay que solucionar el conflicto, sino hacerlo con la aceptación general de la sociedad.

El avance de las nuevas tecnologías y las nuevas comunicaciones, su rápida penetración en el mallado social y su profunda imbricación en la vida de las personas ha propiciado que el conocimiento inmediato de los hechos, su difusión y su tratamiento escapen de cualquier fórmula reglada y su impacto llegue a los ciudadanos, en una buena parte de los casos, al mismo tiempo que a sus dirigentes. Si hay un antes y un después, es el que han trazado Internet y los nuevos dispositivos móviles en un espacio de tiempo inapreciable desde la perspectiva histórica.

Nos encontramos así en una sociedad cuyos Gobiernos dependen de sus ciudadanos, y a unos ciudadanos expuestos a múltiples e incontroladas ventanas de información que, siendo tremendamente útiles en la mayor parte de los casos, también se han convertido en elementos críticos, por dos factores fundamentales: el poder de difusión que tienen

y la aún mayor capacidad de influencia sobre los ciudadanos. Volcar información y distribuirla a todo (o casi todo) el mundo es posible para cualquier persona con unos conocimientos relativamente básicos, con unos medios bastante rudimentarios y todo ello a un precio irrisorio, que lo hacen estar al alcance de prácticamente cualquier individuo.

Entorno militar. La transformación para hacer frente a las nuevas amenazas

La caída del Muro de Berlín, hace tan sólo 20 años, cambió abruptamente el entendimiento del concepto tradicional de Defensa. El mapa de equilibrios políticos y militares del mundo Occidental se desmoronó, y por ende, el del mundo entero, ya que en ese momento el liderazgo internacional era, incuestionablemente, de Europa y Estados Unidos. Se abrió, a finales de 1989, un nuevo periodo histórico en el que la incertidumbre y por qué no decirlo, la esperanza de un mundo mejor ya sin bloques, caracterizaron el acontecer de los años 90. Sin embargo, otra fecha concreta vendría a cerrar este tiempo de trazos desdibujados en el panorama internacional, para poner encima de la realidad de los países un nuevo escenario. La fragilidad de los Estados frente a los ataques asimétricos, profundamente ejemplificada en el ataque que el 11 de septiembre de 2001 sufrió Estados Unidos y con él un gran número de países.

La escasa dotación económica para ejecutar el ataque, como fue la preparación de los suicidas como pilotos de aeronaves; el modo de proceder, con un número mínimo de personas; los medios empleados, como el uso perverso de los propios medios de la sociedad norteamericana; y el ataque desde el interior del propio país pusieron ante el más duro espejo de su incapacidad a todos los medios de Defensa del país mejor dotado militarmente del mundo.

Más allá de todos los fallos que a posteriori se fueron conociendo de los sistemas de Defensa y de manera especial los de inteligencia, lo cierto es que la realidad muestra que la preparación de los países no era, ni todavía es, la adecuada a los nuevos riesgos y potenciales ataques. Más representativo aún es que en el informe «Global Trends 2010» elaborado por el National Intelligence Council en el año 2000, y que es el documento encargado de identificar los escenarios de riesgo y conflicto en el horizonte de los próximos 10 años o más, no se dedicara ni una sola línea a los conflictos procedentes de ataques terro-

ristas yihadistas, por el que, apenas un año más tarde, el país se vería profundamente herido.

Estamos asistiendo a un desigual combate en el que la cantidad de medios están demostrando su poca, incluso a veces nula eficacia, frente a grupos muchos menor dotados. En esta versión moderna de David contra Goliat, los primeros combates han sido para David, que ha ganado sus principales batallas en la arena psicológica y social, marcando una profunda herida colectiva, basada en gran medida por dejar a los Estados y a los Gobiernos desnudos frente a sus ciudadanos, en su incapacidad por frenar y desarmar a quien en medios no puede medirse con ellos.

Una nueva conciencia social. El valor de una sola vida

Estos nuevos entornos y conflictos tienen en los medios de comunicación a un elemento crítico, pues en la conformación actual de la sociedad funcionan como auténticas cajas de resonancia, en las que victorias y las derrotas son rápida y ampliamente mostradas ante la población. Lejos de aceptarse como males inevitables, la percepción social es muy sensible y crítica con el resultado de las mismas.

Si los conflictos actuales –desequilibrados, inestables e imprevisible su evolución en muchos casos– tienen una amplia cabida social es porque la misma sociedad ha cambiado sus valores y su percepción hacia estos. Si bien existen realidades muy distintas en unas zonas y otras del planeta, lo cierto es que en áreas cada vez más amplias del mundo el valor de una sola vida puede condicionar toda una estrategia de Estado y simbolizar la victoria o la derrota de conflictos que, tradicionalmente, nunca se hubieran visto expuestos a tal juicio.

Frente a la visión clásica de la supeditación de la vida humana a la victoria militar de los Ejércitos, la sociedad que vivimos no acepta tales sacrificios y los propios Gobiernos emplean todos sus recursos a tal fin. Aunque en el desarrollo de este trabajo se verán casos concretos de conflictos en los que una sola vida ha producido hondos efectos sociales, hay que señalar que este mayor valor que la sociedad, fundamentalmente occidental, otorga a una sola vida, ha abierto una vía fácil para la propagación de los conflictos asimétricos, y está poniendo hoy en día a prueba las estrategias, los medios y los recursos que los Gobiernos emplean para defender a sus ciudadanos.

Nos encontramos ante nuevos entornos y valores sociales a los que, para dar una respuesta válida, las soluciones tradicionales no sirven. No vale la superioridad de medios si es utilizada de forma abusiva, al margen de la legalidad, o sin consideración hacia otras vidas humanas, y tampoco vale si, llegado el caso, no es capaz de salvar una sola vida humana. No cabe restar un ápice de dificultad al complejo papel al que hoy se enfrentan los principales Gobiernos del mundo, en pleno tránsito desde el final de la guerra fría y acuciados por conflictos para los que, hoy por hoy, no tienen una respuesta adaptada.

El concepto tradicional de la Defensa, basado en la superioridad de medios económicos, humanos y materiales ya no es útil para dar respuesta a las exigencias de los ciudadanos, ni para dar respuesta, con soluciones efectivas, a muchos de los enfrentamientos actuales. La disonancia entre los valores actuales de la sociedad y los recursos sobre los que los Gobiernos han establecido la defensa de sus ciudadanos aflora a la superficie y genera grietas especialmente graves durante la gestión de los conflictos asimétricos, los más fáciles de ganar ante la opinión pública. La estrategia del ataque se basa en poner de manifiesto tal incapacidad y aprovechan en su favor algunas conquistas ganadas en las últimas décadas, como la facilidad de movimiento de las personas, con la dificultad que supone para un Gobierno poder garantizar una seguridad global de todos sus ciudadanos en todo momento y en cualquier lugar del mundo.

En este contexto, los medios de comunicación juegan un papel fundamental, pues tienen la capacidad de hacer universal un solo momento, gesto o vida de una persona y desencadenan –como una piedra tirada a un lago– múltiples repercusiones, en las que el mayor peso es el del simbolismo y la responsabilidad política. En el paquete de ventajas sociales ganadas para los ciudadanos que se han convertido en elementos de oportunidad y chantaje para los desencadenantes de conflictos –como la ya mencionada libertad de movimiento de las personas– hay que añadir la libertad de información, la pluralidad de medios y la multiplicación masiva de redes sociales, cuyo papel social es indudable y sobre el que los ataques actuales basan gran parte de su estrategia para alcanzar el éxito, que de otro modo sería imposible por la enorme disparidad de medios entre una parte y otra del conflicto. Basta para ello analizar las características de algunos de los conflictos actualmente vivos y de otros hechos que han marcado profundamente un antes y un después, como los sucedidos en Nueva York, Madrid y Londres.

La comunicación en el siglo XXI

Si la radio fue el medio de comunicación de masas con más éxito y grado de penetración hasta la década de los 70 del siglo pasado, no cabe duda de que en el siglo XXI lo está siendo la televisión y más aún, la imagen. En pocas décadas, la comunicación a través de la imagen ha desbancado a todos los medios existentes hasta ese momento. Aún con importantes cuotas de audiencia en cada segmento para la radio y los medios escritos, quien determina la información y lo que afecta o no a la sociedad es, a distancia de cualquier otra vía, la televisión, como portadora de la imagen.

En las primeras décadas de desarrollo de los canales de televisión, el proceso de comunicación siguió el mismo criterio que para otros medios, es decir, la imagen era un elemento de apoyo a lo que se quería narrar y el relato de los hechos (léase la noticia) lo que se quería informar. Sin embargo, de manera casi desapercibida pero incuestionable, el modelo de comunicación ha sufrido un cambio en sus principios más básicos, de tal manera que hoy en día la imagen está condicionando la noticia y, a veces, la propia imagen es la noticia, alrededor de la que se cuenta la historia. En un gran número de ocasiones, el hecho de que no haya imagen condiciona la propia existencia de la noticia, como si dicha realidad no existiera.

Son muchas las implicaciones que tiene este hecho, tanto en un primer nivel como en un análisis más profundo. Por un lado, la convivencia, a igual o superior nivel de importancia, de dos realidades distintas de la comunicación, hoy en día muy mezcladas: el periodismo como disciplina profesional y la comunicación espectáculo, basada en la imagen. Por otro, la vulnerabilidad y fragilidad que implica para todos los estamentos y para la sociedad en general, estar expuestos a impactos con una consistencia tan endeble, pues todo momento, por importante que sea, debe ser enmarcado y puesto en contexto, para entenderlo más allá de un momento concreto.

El periodismo, como disciplina profesional, y más allá de las tensiones a los que se encuentra sometido, busca contar lo que acontece bajo premisas de rigor profesional, un rigor que se concreta en la búsqueda de la verdad del hecho con independencia, así como su contextualización correcta, con el fin de que se pueda conocer no sólo qué ha pasado, sino por qué y qué consecuencias tiene. Son las 5 W del periodismo: *Who, What, Why, When, Where*.

La comunicación espectáculo, al basarse en la imagen, aísla el resto del proceso que habría de seguirse para su completo entendimiento y abre la puerta a un elemento desestabilizador, como es el sensacionalismo y la irrupción de potentes corrientes de emoción colectiva, surgidas bajo el impacto de imágenes muchas veces al filo de lo imposible. Voces críticas están alertando del nocivo efecto que tiene para la sociedad, un efecto especialmente decisivo cuando un país se enfrenta a una situación de conflicto, donde la lógica de la situación tiene que gestionarse en paralelo con la sensibilidad social.

Si éste es el estado de cosas en relación a los medios de comunicación tradicionales, el despegue de las redes sociales, con millones de contactos virtuales en un mundo sin fronteras, ingente trasvase de información de manera instantánea, anónima en gran cantidad de casos y a bajo coste, crean un panorama actual en el que la comunicación, jugando un papel fundamental para la sociedad, se realimenta de manera simultánea a través de distintos canales, lo que la hace no sólo ingobernable sino impredecible en su evolución, máxime en casos de tensión o conflicto.

COMUNICACIÓN Y CONFLICTO. UNA RELACIÓN ESTRATÉGICA.

El cuarto poder

Los medios de comunicación masivos, en cualquiera de sus soportes tradicionales (prensa, radio y televisión), están caracterizados por dos elementos que forman parte de sus señas de identidad más profundas: la capacidad de dar información y generar noticias y la capacidad de tener opinión –criterio y voz propia– y como tal, ejercer presión sobre las cuestiones que elige. Que a los medios de comunicación se les denomine «el cuarto poder» no deja de ser una representación muy acertada del poder que tienen, pueden ejercer y ejercen.

Cuando un profesional de los medios de comunicación se encuentra en el momento anterior a crear la noticia –una vez acabada la recopilación de información– el enfoque de la misma y la importancia que se le quiere dar a dicha información influyen de manera decisiva en su planteamiento y en lo que finalmente acabará por materializarse y llegar al destinatario final, ya sea lector, oyente o televidente. En este momento, si la noticia es considerada importante, no sólo interviene el periodis-

ta, también su jefe de área, el redactor jefe, el subdirector, el director y hasta el propio editor del medio, que acaban por colorearla y darle la dimensión que estiman oportuna. Es en este recorrido interno dentro de la redacción donde confluyen información y opinión y donde los datos recabados se unen al valor que tienen o se les quiere dar.

Hay, por tanto, una estructura organizativa y de poder dentro de cualquier medio de comunicación en la que, dependiendo de la importancia que tenga o se le quiera dar a la noticia, las decisiones se toman para que ésta tenga una mayor o menor dimensión, un recorrido mayor o menor en el tiempo, un tono más aséptico o más intencional y en definitiva, un impacto mayor o menor sobre el consumidor final.

En este punto, llegamos al diferente tratamiento que medios de distintos países dan a noticias semejantes. ¿Qué influye más en los responsables de los medios al tratar las noticias? Está claro que todos se enfrentan y tratan informativamente el hecho, pero difieren en el tratamiento que le dan. En esa valoración intervienen diferentes aspectos: el posicionamiento ideológico del medio, que origina que una noticia tenga un determinado espacio y tratamiento; la consideración comercial, en el sentido de que el tratamiento ayuda a aumentar las ventas o la audiencia, un aspecto fundamental en la libertad de mercado existente; los factores culturales –un aspecto que trataremos en el caso español de manera concreta– y también, en mayor o menor medida, la responsabilidad del medio en el ejercicio de su profesión.

Lo que es nuevo, en el entorno que han generado los conflictos asimétricos, es que los medios de comunicación formen parte de la estrategia utilizada por los atacantes y que necesiten de su participación activa para la victoria frente a las sociedades que atacan, pues las victorias no son nunca numéricas, sino fundamentalmente psicológicas y simbólicas. Sin el resonar de sus acciones a través de los medios de comunicación, el envite quedaría prácticamente anulado.

El papel de los medios ante los conflictos

¿Deben ser conscientes los medios de comunicación del papel tan fundamental que juegan para el éxito de los generadores de este tipo de conflictos? Esta reflexión es imprescindible para los propios medios y el conjunto de la sociedad, pues se trata de poner luz y en su debido contexto el diseño de los conflictos actuales. Afrontar desde la libertad de in-

formación el conocimiento profundo de la realidad que está sucediendo es la mejor garantía para contrarrestar el uso de este tipo de estrategias. Es de igual forma, la vía de fortalecer un modelo de sociedad caracterizado por la libertad de información, en oposición a los que niegan este derecho.

Frente a un primer e instintivo impulso de limitar el acceso a la información, su conocimiento y puesta en contexto es el mejor antídoto frente a quienes manejan la información como una pieza clave en la estrategia de ataque a un modelo de sociedad.

Por otro lado, el que los medios sean conscientes del desigual entorno en que se manejan las decisiones por quienes están a un lado y a otro del conflicto, ayudará a que los profesionales de la información realicen su labor con mayor rigor. Cuanto más se conozca que la intencionalidad de la información es poner en evidencia las carencias actuales de los países para defenderse de este tipo de ataques y con ello, generar un estado de opinión crítico contra el gobierno, más en cuestión se pondrá la información que llega.

Los medios en general y todo periodista que lleve años en el ejercicio de la profesión conviven con las tensiones que implica el ejercicio de su profesión. Los ataques producidos hasta ahora siempre han sido hechos utilizando a su favor los medios y la libertad que la sociedad pone al servicio de sus ciudadanos, buscando un impacto emocional colectivo. Y esa libertad, en este caso de información, no debería ser utilizada para el desgaste del Gobierno, porque en realidad no es sólo al Gobierno al que se ataca, sino al país en su totalidad.

Por citar sólo un caso reciente acaecido en España de características similares a las que estamos analizando, a finales de 2009 se produjo en aguas de Somalia el secuestro de un barco atunero español, el Alakrana, que si bien tuvo el mejor de los desenlaces posibles –la liberación de todos los miembros de la tripulación en un plazo de tiempo relativamente corto para este tipo de episodios, 45 días– su gestión supuso un tremendo desgaste del Gobierno ante la opinión pública, por la permanente filtración de noticias, a veces reales, a veces inventadas, y presión permanente de los medios alrededor de esta noticia, que tuvo tratamiento informativo de primer nivel durante todo su desarrollo.

Esta presión puso en evidencia las diferentes posiciones que tenían los responsables de la gestión de esta crisis sobre la solución a la mis-

ma, con días en los que las manifestaciones de unos ministros chocaban frontalmente con las expresadas por otros. Lo que, a su vez, generaba más noticia, más presión y más desgaste interno para el Gobierno. La presión simultánea y multiplicada que ejercían los medios de comunicación españoles, poniendo de manifiesto diferencias por otro lado entendibles dada la complejidad del asunto, y amplificando los movimientos que llevaban a cabo los secuestradores, sólo tuvo un beneficiario y fueron los organizadores del secuestro.

Uno de los detonantes más fuertes de la tensión a la que estuvo sometido el Gobierno español en este conflicto fue la entrada en la escena de los medios de comunicación de las familias de los secuestrados. Esta aparición congregó alrededor de sí misma una mezcla de intereses políticos –los de los gobiernos autonómicos reclamando más esfuerzos para solucionar esta crisis– y particulares –la petición de liberación de los secuestrados por parte de las familias– y fue probablemente el momento de mayor tensión que tuvo que soportar el Gobierno.

Hay que añadir que de este conflicto se han extraído importantes lecciones a posteriori, también para los medios de comunicación, como se está pudiendo comprobar con el secuestro de tres cooperantes por Al Qaeda en Mauritania, un caso abierto en estos momentos. Frente a la abundancia informativa del caso Alakrana, son muy pocas las referencias al secuestro y ha desaparecido el enfoque sensacionalista con que se escribieron y editaron muchas de las noticias del caso anterior. La prudencia y el rigor han sustituido a la abundancia y el sensacionalismo.

El acercamiento a los conflictos desde el rigor profesional –la búsqueda de las 5 W que mencionábamos anteriormente– es sin duda el mejor recurso que existe para hacer frente al ataque más desestabilizador que estamos viviendo en la actualidad. Conocer el hecho en toda su amplitud, incluyendo la estrategia de usar a los medios de comunicación, salvaguarda de caer en lo que buscan quienes atacan de esta manera.

La función de los medios, informando de las muchas realidades que conviven en la sociedad actual, también es una herramienta muy poderosa para poner el acento en situaciones conflictivas, a veces abusivas, que de otra manera pasarían ocultas a los ojos de la opinión pública. La luz tan potente que ponen sobre el hecho que enfocan provoca tomas de conciencia política y también social.

Consecuencia de lo anterior, la movilización política, fundamentalmente a través de organismos transnacionales, ayuda a frenar y buscar soluciones a los conflictos. Por su parte, las campañas sociales ayudan en gran manera con la cada vez más frecuente recogida de fondos privados para apoyar a poblaciones especialmente dañadas, e igualmente consigue aumentar de forma espontánea el número de cooperantes para ayudar en casos de conflictos y las ayudas económicas que se realizan a las ONGs.

COMUNICAR EL CONFLICTO. GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN.

El ejercicio profesional de la comunicación

La comunicación como disciplina profesional surge a comienzos del siglo XX, con la necesidad de comunicar a los públicos de interés, o *targets*, los mensajes que posicionan a una organización frente a los de su competencia. Es hoy en día la piedra angular sobre la que se vertebran las relaciones entre públicos equilibrados entre sí.

Dejamos expresamente al margen de este análisis la propaganda política y la publicidad, ya que no son el terreno de juego en el que los conflictos y la comunicación se desenvuelven hoy por hoy. La propaganda política tuvo su momento de ser en una época en la que los medios estaban a disposición del poder que los utilizaba. Ahora es impensable este planteamiento en cualquier sociedad desarrollada, porque la atomización y descontrol de medios lo hacen inviable.

El análisis de la publicidad tampoco es pertinente, porque los escenarios públicos en los que se están mostrando las cartas de esta desigual partida son los medios abiertos, como Internet y las redes sociales, usados de forma preferente por parte de los grupos de conflicto, frente a los medios tradicionales que hoy en día aún utilizan los Gobiernos: prensa, radio y televisión.

Entre las distintas especialidades en las que la comunicación desarrolla su actividad, hay una que sobresale por encima del resto y es la denominada comunicación de crisis que, por su contenido, es aplicable a la gestión de conflictos. Con peso específico propio, es la herramienta de comunicación para abordar situaciones que escapan del control normal de los hechos. Su desarrollo exige un esfuerzo máximo de rapidez y coordinación entre todos los implicados, dos aspectos claramente me-

jorables a la hora de enfrentar los conflictos por los Gobiernos, pues es aquí donde se muestra el verdadero talón de Aquiles en la gestión de la comunicación y por donde, con la lección bien aprendida y utilizando un conocido símil bíblico, David golpea, y vence, a Goliat.

Sin embargo, también se ha de ser consciente de la complejidad de situaciones a las que se deben enfrentar organismos y Gobiernos en la búsqueda de soluciones. Partiendo de la base de que hay que quedar aspectos importantes de mejora, no se tiene que poner el esfuerzo en intentar competir en un terreno en el que siempre llevará ventaja quien genera o instiga el conflicto.

Rasgos diferenciadores de la comunicación en casos de conflicto

En la actual conformación de los escenarios de conflictos, la gestión de los mismos ha de enfrentarse a buscar respuestas y soluciones en un entorno caracterizado por unas circunstancias críticas, que lo hacen especialmente sensible y vulnerable a ojos de los medios de comunicación y por ende, de la opinión pública. De manera sucinta, los rasgos más identificativos son estos:

- Gestores asimétricos del conflicto. Cualquier Estado de un país moderno está dotado de multitud de herramientas con las que poder enfrentar sus dificultades, solventar los problemas, defender la vida de sus ciudadanos y proteger los valores sobre los que asiente su convivencia. El Estado es el garante material de la seguridad de su población, uno de los pilares fundamentales y más sensibles de cualquier sistema democrático, puesto que sin seguridad no hay libertad y a medida que se pierde la primera, desaparece la segunda.
- Relaciones diplomáticas, recursos militares, medios policiales, materiales, económicos, humanos, etc. etc. De poco valen casi todos ellos, cuando enfrente se tiene a una organización o grupo de instigadores, que se mueven al margen de las relaciones internacionales, con unos principios de actuación inexistentes en la mayor parte de las ocasiones, marcados por la ausencia de valores –en muchos, del respeto a los derechos humanos– y en los que el poder y la capacidad de decisión se encuentran concentrados, básicamente, en una sola persona.
- Imprevisibilidad del escenario. A diferencia de otros anteriores, e incluso de las relaciones existentes en el ámbito político y militar previo a la caída del Muro de Berlín y la finalización de la llamada

Guerra Fría, hoy en día los conflictos pueden surgir en cualquier lugar del mundo, en escenarios donde las vías de negociación y de posibles acuerdos entre las partes implicadas, sean prácticamente nulas, inexistentes y cuando no, hostiles.

- La gestión de este tipo de situaciones recae en los Gobiernos y si estos no encuentran interlocutores en su mismo nivel de responsabilidad y representación, la gestión sale de los cauces naturales de éste, así como de los medios y recursos que las autoridades tienen habilitados para tal fin, lo que provoca ya de partida una gestión comprometida y tortuosa de la crisis, ya que las numerosas herramientas que los Estados tienen a su disposición poco valen para enfrentar una situación así.
- El problema se agudiza y magnifica sobremanera en el actual entorno de comunicación y medios, ya que la gestión debe hacerse desde el minuto «0», con la atención informativa volcada en la reacción y respuesta a un conflicto para cuya solución deben, en muchos momentos, improvisarse los cauces de acercamiento y negociación.
- Podemos ilustrar este capítulo nuevamente con el secuestro del barco atunero Alakrana en aguas del Océano Índico por *piratas* somalíes. La inexistencia de un Gobierno competente con el que se pudiera arbitrar una solución dificultó la salida a este conflicto, debido a la falta de un interlocutor político válido para negociar con el Gobierno español.
- Información dispersa, cruzada, difícil de confirmar y, en multitud de ocasiones, inconexa. A la no validez de muchos de los medios con los que los Estados cuentan para enfrentar las situaciones de conflicto, se añade que, al producirse en entornos asimétricos, quienes han de gestionarlo se encuentran con una amplia batería de medios a su disposición, pero sin el alimento principal para poder tomar las decisiones correctas: la falta de una información fluida, consistente y verificable por la otra parte.
- En el establecimiento de cualquier proceso de comunicación, tanto el que va desde el más simple al más sofisticado, deben darse unos denominadores comunes, sin los cuales dicho proceso es inviable: el de ser interlocutores reconocibles e ínter operables entre ellos. Cuando estas premisas no se dan, el país afectado por el conflicto se ve nuevamente obligado a improvisar cauces que, de una manera u otra, le acerquen al foco del conflicto y al de los poseedores del poder.

- Consecuencia de los escenarios planteados en los puntos anteriores, el control de la información durante la gestión del conflicto es inestable, variable y está sometido a la presión constante de un abrupto y repentino cambio de escenario.

Gestionar el conflicto en tiempo real y en directo

Aunque sea obvio, la primera medida es tener conocimiento de lo que está sucediendo y saber valorar la gravedad de lo que está ocurriendo. Este primer escalón de identificación antes se hacía mayoritariamente a la sombra de la opinión pública, pero esta circunstancia casi hay que archivarla ya en el pasado. No obstante, en determinadas ocasiones y ante la posibilidad de que el suceso motivo de alarma pueda ser solucionado sin salir a la opinión pública, existe un primer nivel de riesgo, cuando se toma la decisión de gestionar ese potencial conflicto, o conflicto incipiente, al margen del conocimiento público. Esta decisión implica habitualmente una gestión muy controlada de la acción – muy pocos conocedores de la misma – que en caso de una salida satisfactoria queda en el conocimiento de muy pocos, pero que de acabar en un intento fallido, ya arrastra desde el principio un fallo estratégico.

Esta opción es, sin embargo, cada vez más remota, pues la actual configuración de la sociedad, con la gran movilidad que la caracteriza y el millonario parque de dispositivos de comunicaciones móviles existentes, hacen poco probable que no haya alguna fisura en el control de la información. Es el problema, y a veces, la solución de la sociedad actual, pero ello hace que quien ha de abordar el conocimiento y la gestión del conflicto sea sabedor del mismo casi al mismo tiempo, o con pocas horas de diferencia de los hechos, frente a quien va a ejercer de espectador, juez y, a veces, víctima del conflicto.

Conocer las condiciones objetivas y saber quién o qué causa el conflicto es fundamental para su correcta gestión y posterior resolución. Hay aquí un amplio abanico de posibilidades, ya que asistimos a situaciones en las que identificar a quien genera el conflicto se convierte en motivo de hipótesis pública y amplio resonar en los medios de comunicación. Lo que es indudable es que, hasta no conocer al elemento detonante, se está en clara inferioridad de condiciones y muy expuesto a la opinión pública, por la falta de rapidez en la identificación de saber quien está en la otra parte.

Aunque será motivo de desarrollo posterior, no podemos pasar este punto sin hacer mención expresa al ataque terrorista sufrido por España el 11 de marzo de 2004 y en el que conocer la autoría de los hechos se convirtió y sigue aún siendo motivo de polémica y enfrentamiento político. Se han escrito muchas portadas de periódicos y escrito cientos de artículos debatiendo sobre el autor del mayor atentado terrorista sufrido en España.

Especialmente sensible a la hora de gestionar públicamente cualquier asunto en el terreno público son las connotaciones del mismo. Como acto de «sugerir una palabra otra significación, además de la primera y aceptada» hace que muchos temas con igual conclusión, deban ser tratados de maneras muy diferentes, ya que la sensibilidad de la opinión pública condiciona la aceptación pública del asunto.

Como ejemplo de lo anterior podemos mencionar las víctimas de los accidentes de carretera. Aún siendo un número muy elevado, nadie cuestiona el transporte por carretera. Sin embargo, el que un número mínimo de personas perdiera la vida a causa de un accidente por un fallo en una central nuclear generaría un intenso debate político y social sobre la conveniencia de tener en uso centrales de este tipo.

En materia de gestión de crisis y conflictos conviene, por tanto, no olvidar en ningún momento que los gestores de los conflictos deben gestionar, de forma simultánea al conflicto, el convencimiento de sus ciudadanos y, consecuentemente, su propia aceptación e imagen pública.

Gestiones asimétricas de los conflictos.

Escenarios de los Gobiernos democráticos o el entorno de Goliat

La gestión de los conflictos es profundamente desigual cuando las dos partes que deben encontrarse para buscar una solución –quien lo origina y quien lo padece– provienen de realidades distintas o asimétricas. Estas diferencias se ven expuestas al máximo, en los medios de comunicación y ante la opinión pública, cuando el objeto del conflicto es el secuestro de la libertad y la posible amenaza a la vida de los ciudadanos. La vida es un derecho fundamental en una gran parte del mundo, pero en otra gran parte del planeta, su valor se reduce a ser el de una simple moneda de cambio.

La puesta en riesgo y pérdida posterior de una sola vida humana puede llegar a tener un impacto tan profundo en la sociedad que haya

un antes y un después de este suceso en la vida del país. Por poner un solo ejemplo, fue lo que sucedió en España –en este caso bajo la autoría de ETA– con el secuestro y posterior asesinato del concejal vasco Miguel Ángel Blanco. El secuestro de una sola persona fue vivido como el secuestro de una sociedad completa y su cruel asesinato, como un duro golpe para los valores de toda una sociedad. El daño moral infringido fue tan grande que, en contraposición, permitió acercar a parte de una sociedad profundamente dividida.

Gestionar esta amenaza y pérdida de valores forma parte del muy complejo escenario de relaciones e intereses en los que debe manejarse el Gobierno que se enfrenta a una amenaza de conflicto asimétrico. Por poner sólo algunos de ellos encima de la mesa, y citándolos desde el núcleo del conflicto a la periferia, citaremos los siguientes:

- Coordinación de las partes involucradas directamente en la resolución del conflicto. El seguimiento y gestión de un conflicto convoca de manera automática a un número de representantes políticos para hacer frente a su gestión. Además de la figura que asume al más alto nivel la dirección del mismo –habitualmente una personalidad perteneciente a las más altas instancias de Gobierno– este Comité suele congregar a un *núcleo duro* del que forman parte los ministros de Asuntos Exteriores, de Defensa y de Interior, a los que, según el desarrollo de los acontecimientos, se van sumando otros.
- La rapidez con la que se desarrollan los acontecimientos durante unas circunstancias así y el elevado grado de exposición a la opinión pública que tienen estos dirigentes provoca, con no poca facilidad, que los mensajes dados por los diferentes portavoces coincidan a un mismo público en el tiempo, pero no en su contenido y lo que es aún más delicado, en el planteamiento público de su solución. Esta visibilidad pública de diferencias ha generado tensiones más que sonadas en el Gobierno y ampliada en los medios.
- El papel de los expertos en comunicación es fundamental en estas situaciones. Entender y saber gestionar los tiempos y las expectativas, conocer los medios de comunicación y entender los hechos desde el punto de vista informativo, tiene un peso determinante para informar a la sociedad y gestionar la presión pública que se genera alrededor.
- Intervención de otros poderes estatales. Cada vez con más frecuencia, debido a la disparidad de entornos en los que se producen los hechos, deben intervenir altos representantes del poder judi-

cial, dado que el conflicto se produce en escenarios internacionales donde las reglas de juego pasan por el conocimiento e intervención del poder judicial. Las decisiones que deriven de este poder afectan directamente a las que pueda tomar el Ejecutivo. El problema, de cara a la opinión pública, es que muchas veces las diferencias de postura se conocen y dirimen en la arena de los medios de comunicación.

- Coordinación internacional. Puesto que, en gran parte de ocasiones, el escenario físico del conflicto se sucede en escenarios internacionales, deben ponerse automáticamente en marcha acciones de coordinación tanto con otros países como, en determinadas ocasiones, organizaciones internacionales de las que se es miembro o agentes que permiten el acercamiento a la negociación. Estos pasos, aunque normalmente se dan con la debida discreción, puedan saltar a la opinión pública y generar un debate acerca de la idoneidad o no de los mismos.
- Además de la puesta en marcha de estas actividades concretas, los Gobiernos han de enfrentarse a la gestión del conflicto desde marcos muy concretos que, en la mayor parte de las ocasiones, no son respetados por los causantes de esta situación. Brevemente:
 - Respeto a la legalidad vigente. El respeto a las leyes nacionales e internacionales deben marcar las posibles vías de solución del conflicto. El límite legal en el que a veces se encuentran las posibles vías de solución abre la puerta a un foco importante de conflicto, por el debate público que ello genera.
 - Respeto a los derechos humanos. Si bien la Declaración Universal de los Derechos Humanos, otorgada por Naciones Unidas en 1948 inspira la actuación y los límites de los países, no es el caso de otros muchos y menos aún de grupos u organizaciones al margen de la legalidad internacional.
 - Por último, en un interés legítimo por preservar su estatus, los Gobiernos se deben a sus votantes y a la imagen que estos perciben de ellos. Las acciones de comunicación también están pensadas teniendo en cuenta este objetivo y en el de neutralizar, o salir al paso, de las críticas que reciben por parte de los partidos políticos en la oposición.

La puesta en marcha de la gestión del conflicto abarca, como hemos visto sucintamente, numerosas áreas de trabajo concreto, marcos de actuación y salvaguarda de intereses, cuyo desarrollo –avances, tro-

piezos, estancamientos, crisis repentinas, críticas– va desgranándose simultáneamente a través de los medios de comunicación, desde prácticamente el primer momento en que surge el conflicto. Este maniobrar atendiendo de forma simultánea tantos frentes produce una inevitable desventaja comparativa frente a la agilidad de respuesta y capacidad de movimientos de quien produce el ataque.

Gobiernos autocráticos, o el escenario de David

Si de un lado acabamos de ver una compleja maquinaria en funcionamiento tras la búsqueda de una solución satisfactoria –que para ello ha de serlo tanto en el fondo como en la forma– al otro lado del conflicto encontramos al elemento detonador del mismo, cuya desigual conformación, intereses y marco de actuación –cuando hablamos de conflictos asimétricos– lleva inevitablemente a un combate desequilibrado, en el que los medios de comunicación colaboran en determinadas ocasiones, por sus propias características, a un mayor desgaste en la gestión del conflicto, en ocasiones por el enfoque de los contenidos y en otras por la información en sí misma.

Así, frente a un poder atomizado entre distintos responsables, propio de un sistema democrático, detrás de los conflictos asimétricos encontramos mayoritariamente poderes autocráticos, basados en sistemas de gobierno absolutos, en los que una sola persona constituye la Ley Suprema y toma bajo sí misma, el control absoluto. Estas formas de gobierno tan alejadas entre sí no pueden compararse porque no son opciones compatibles, y sin embargo, la rapidez en la toma de decisiones, la agilidad con la que «mueve» sus fichas el autócrata es una ventaja comparativa ante los medios de comunicación, frente a la relativa lentitud de la maquinaria democrática en el conocimiento de los hechos y la toma de decisiones. Esa lentitud comparativa es el *precio* de vivir en sistemas democráticos.

Parte de la crítica que necesariamente debe haber tras la gestión de un conflicto tiene que girar alrededor de la gestión de los tiempos, ya que si malo es tomar decisiones con retraso, aún más lo es hacerlo de forma precipitada. Estamos ante un fino hilo de equilibrios en el que las tensiones aumentadas inducen a un mayor número de equívocos y errores. ¿Deben ser conscientes los medios de comunicación de ese papel desestabilizador que pueden provocar y ser consecuentes con ello al abordar su trabajo?

En el relato de comparaciones entre uno y otro actor, debemos también hacer mención expresa al marco que los poderes autocráticos se dan a sí mismos. El principio y el fin de sus acciones están en ellos mismos, no se deben a reglamentos internacionales y el respeto a los valores no forma parte de su credo. De hecho, una característica de sus actuaciones, muy utilizada con los medios de comunicación, es convertirlos en cajas de resonancia de acciones en los que los valores de la sociedad atacada se muestran públicamente humillados: secuestrados que se *exhiben* en penosas condiciones (sucios, maniatados, abandonados en su aspecto); asesinatos de rehenes que se graban para mostrarse a lo largo de todo el planeta, etc. Las heridas y el sufrimiento que infringen a la sociedad, más allá de los afectados en primera instancia, son muy altas y desgraciadamente, el coste para ellos es muy bajo.

En este entorno y con las capacidades que se dan unos y otros actores, la reacción de los instigadores del conflicto será siempre mucho mayor y más versátil que la de cualquier Estado democrático. Y esta «libertad» que se auto otorgan no debería nunca volverse en una ventaja comparativa y menos en un *handicap* contra quien respeta los principios democráticos.

Todo lo anterior lleva a concluir que David, ágil en su respuesta, con las manos libres para lo que haga falta, con recursos y con un poderoso olfato para encontrar el punto débil de Goliat, no debería encontrar en los medios de comunicación a un partícipe y poderoso difusor de sus estrategias de guerra, aunque ésta sea asimétrica.

Estudio de caso. El papel de los medios de comunicación frente a los ataques del 11-S, 11-M, y 7-J

Hay quien dice que la verdadera historia del siglo XXI comenzó el 11 de septiembre de 2001. Y buena parte de razón no le falta. La confluencia de circunstancias que se dieron alrededor de este ataque, el más importante registrado en tiempos de paz desde la 2ª Guerra Mundial, marcan un antes y un después en la historia de nuestra civilización. Quizás nunca antes un atentado terrorista había conectado de una manera tan profunda y tan extendida a la población mundial.

Posteriormente Madrid y luego Londres, sufrieron ataques similares, que fueron reflejados de distinta manera por los medios de cada país. ¿Qué diferencia el tratamiento informativo que dieron estos tres países a

unos hechos –a efectos periodísticos– tan parecidos? ¿Es mejor periodismo el que se hace en Estados Unidos, que el que se hace en España o en Gran Bretaña? En su entendimiento juega mucho el pasado reciente de cada país y el posicionamiento que frente a esa historia han hecho los medios de comunicación.

11-S

Podían haber sido otras torres, otra ciudad y hasta otro país, pero fueron precisamente las Torres Gemelas, ubicadas en el corazón de Manhattan, centro neurálgico de la economía estadounidense y mundial, y uno de los símbolos más emblemáticos de la isla más famosa del mundo. Ni siquiera la hora a la que se produjo la acción estaba dejada al azar, muy al contrario estaba cuidadosamente elegida, porque iniciar el ataque a las 9 de la mañana garantizaba que la población y los dirigentes estadounidenses y europeos pudieran seguir al unísono los ataques en directo, lo que añadía una dosis extra de impacto ante lo que se estaba viendo. Hubo importantes dosis de inteligencia puestas en marcha detrás de esta acción, de la que todos deberíamos ser conscientes.

La reacción de los medios de comunicación estadounidenses es conocida por todos y ha sido motivo de análisis y muchos comentarios, no sólo entre los profesionales de la comunicación. ¿Cómo era posible que habiendo fallecido casi tres mil personas no se hubiera visto ni un solo cadáver? ¿Se habían prohibido estas imágenes? ¿Había habido una petición oficial para censurarlas? En caso de ser así ¿por qué habían aceptado los medios de comunicación de uno de los países con mayor libertad informativa del mundo?

Para encontrar, y entender, la respuesta hay que remontarse hasta la década de los 60 y la guerra de Vietnam, un país del que se tuvo que retirar Estados Unidos ante la presión contraria tan fuerte ejercida por la opinión pública estadounidense. De aquella guerra lo que llegó durante años fue un continuo goteo, pasado diariamente por las cadenas de televisión, de soldados muertos, cuerpos mutilados y miembros desgarrados.

El desgaste que produjeron aquellas imágenes fue incalculable para la población, máxime en una nación caracterizada por un sentido tan fuerte del patriotismo como es la de Estados Unidos. De esta guerra y de su tratamiento informativo se concretaron diversas medidas, aún hoy en

vigor en el país. De un lado, censurar en cualquier otro conflicto posterior en el que pudieran participar soldados o civiles estadounidenses, la exhibición de imágenes con víctimas. De otro, crear la figura del «periodista empotrado» (embedded journalist) viajando en los mismos convoyes militares, de tal forma que se pudiera tener control sobre las imágenes captadas del escenario de batalla.

El acuerdo de no volver a emitir o publicar imágenes de civiles o militares norteamericanos muertos es la razón que explica la ausencia de este tipo de imágenes en otras guerras posteriores o en conflictos actualmente vivos. El actual Presidente de Estados Unidos, Barack Obama, ha roto parcialmente este tabú. Nueve meses después de que jurase el cargo, en octubre de 2009 y por primera vez desde el comienzo de las guerras de Afganistán e Irak, un Presidente de los Estados Unidos asistió a la llegada de los ataúdes con los restos de 15 soldados y tres civiles muertos en la guerra de Afganistán. También en 2009 el Pentágono suspendió la prohibición de cobertura por los medios de la llegada de los ataúdes impuesta por el Gobierno del Presidente George Bush (padre) durante la primera Guerra del Golfo, y continuada por su hijo George W. Bush. La nueva reglamentación impuesta por la Administración Obama deja ahora a las propias familias, y no al Gobierno, la decisión sobre la presencia de los medios de comunicación en la llegada de los muertos estadounidenses en la guerra.

Por lo demás, volviendo al 11-S, no sólo hubo autocensura en las imágenes de las torres, sino también en las de los otros aviones que también cayeron aquel día y de las que, aunque inicialmente hubo alguna imagen fugaz, rápidamente fueron apartadas. Finalmente, en cuanto al contenido informativo, no hubo ni una sola voz disonante respecto al tratamiento de este brutal atentado.

11-M

Justo tres años y medio más tarde fue España quien se encontró con una situación similar el 11 de marzo de 2004, con los atentados simultáneos que se produjeron en cuatro trenes de las Cercanías de Madrid. Desde el primer momento las imágenes de los trenes destrozados, los heridos y los muertos alrededor de las vías llenaron las portadas de los periódicos y las imágenes de televisión, que fueron desgranándose y ampliando en las horas, días y semanas posteriores al ataque.

En cuanto al tratamiento informativo y a pesar de haberse producido ya el juicio y haber pasado seis años, aún colea periódicamente noticias que reavivan el conflicto político, ampliamente resonado en prensa, al que dio lugar el atentado, sobre la autoría de ETA o Al Qaeda. No debemos olvidar que el atentado se produjo sólo 72 horas antes de que en España tuvieran lugar las Elecciones Generales, que se realizaron bajo el choque del impacto, pero con total normalidad, el 14 de marzo.

7-J

Finalmente, un año más tarde, el 7 de julio de 2005, se produjo el atentado en el metro de Londres, también por Al Qaeda. De este ataque, en un tratamiento informativo semejante al de los medios de Estados Unidos, fueron muy pocas las imágenes que se pasaron, aunque se repitieron una y otra vez. A pesar de haber, igualmente, un número importante de personas fallecidas, no hubo escenas de cadáveres, ni de los vagones del metro en los que se produjeron los atentados y las que hubo de heridos fue sólo en un primer momento.

El tratamiento informativo fue lógicamente importante en los primeros momentos y días, pero rápidamente fue desapareciendo de los medios de información.

El caso español

Uno de los elementos que más puede dificultar el hecho de evitar que los creadores de conflictos tengan el eco que buscan en los medios de comunicación son algunos de los rasgos característicos de la cultura española, así como parte de la historia de violencia a la que está acostumbrado el país, por influencia de la convivencia con el terrorismo de ETA. Una circunstancia que también impregna a los propios medios de comunicación, y como tal, les condiciona.

Mientras que en países de nuestro entorno no se ven afectados por un caso similar, los españoles de cierta edad tenemos asociadas a nuestra historia las imágenes de las víctimas de ETA, la mayoría de ellas muy cruentas. Afortunadamente son cada vez menos, pero desde que apareció el grupo terrorista, en la década de los 60 del pasado siglo, los españoles estamos acostumbrados a convivir con este tipo de imágenes, suministradas a través de los medios de comunicación, ya sea en los informativos o en las portadas de los periódicos.

¿Seríamos capaces, no sólo los medios, sino los propios ciudadanos españoles, de renunciar a ver fotografías cruentas, si con ello nos protegemos de quien nos ataca? Es lo que hicieron los medios norteamericanos y su sociedad aceptó, al igual que en el Reino Unido, pero no sería tan clara la respuesta en el caso español.

La respuesta no resulta fácil, pues además de la costumbre ya establecida de ver este tipo de imágenes, existe la constatación del gusto español por el morbo, el sensacionalismo y los sucesos. Esta mezcla de gusto por la curiosidad y el morbo es lo que puede llegar a provocar y provoca, aunque sea un apunte anecdótico, retenciones kilométricas en una autovía, con tal de ver qué ha pasado en el choque entre dos vehículos. En los medios de comunicación encontró su reflejo con el gran éxito de ventas que tuvo durante su existencia el periódico «El Caso», que como su nombre indica, estaba dedicado íntegramente a contar noticias basadas en casos propios de investigación policiaca. Un tipo de periodismo sin reflejo en otros países y que, en verdad, refleja una parte de la cultura española que dificultaría tomar medidas como en su momento han hecho otros países.

LA COMUNICACIÓN EN EL SIGLO XXI. MEDIOS TRADICIONALES FRENTE A INTERNET Y LAS NUEVAS REDES SOCIALES

Una visión fundamentalmente enfocada a los medios de comunicación tradicionales daría una visión sesgada e incompleta del escenario real en el que se desenvuelven en la actualidad la gestión mediática de los conflictos. Frente a la opción predominante de la información ante los medios de comunicación tradicionales, elegida por los Gobiernos para relacionarse con su sociedad, los grupos instigadores de conflictos han optado por Internet, las nuevas tecnologías y el actual boom de las redes sociales como canal favorito de comunicación. Algo que hacen tanto para sus conexiones internas, como puso de manifiesto en España la investigación derivada tras el atentado del 11 de marzo de 2004, en el que el correo electrónico fue el modo elegido por los terroristas para comunicarse, así como para difundir sus mensajes y principalmente sus imágenes a todo el mundo.

Si el relato de pros y contras de posicionamiento de los medios ante los conflictos asimétricos puede dar lugar a amplios debates, también es cierto que sería una reflexión parcial e incompleta de lo que ya es una

realidad comunicacional ampliamente instalada en la sociedad, como es el éxito de Internet y el cada vez mayor peso de las redes sociales.

De la historia en blanco y negro, a Internet

La televisión, y posteriormente Internet, son los grandes artífices del cambio habido en los medios de comunicación y, por decantación directa, en la sociedad. El nivel de desarrollo de los medios ha sido directamente proporcional al grado de madurez de las sociedades en las que han surgido, a su nivel de libertad y de sus medios de comunicación de masas, también conocidos como *mass media*.

Las sociedades anglosajonas han sido, por tradición política y libertad de pensamiento, las que han acunado mayor número de iniciativas y las que mayor caldo de cultivo han propiciado para el desarrollo de los medios de comunicación. De ellas han surgido los *inventos* que más han revolucionado el mundo de la comunicación. Hagamos un breve repaso cronológico.

Las primeras emisiones públicas de televisión fueron emitidas en Inglaterra por la BBC en 1927 y en Estados Unidos por la CBS y la NBC en 1930. Pero no es hasta 1936 y 1939, respectivamente, cuando se producen las primeras emisiones programadas, que se vieron interrumpidas durante la 2ª Guerra Mundial.

En España, las primeras emisiones regulares se iniciaron en 1956, después de la creación de Televisión Española en 1952, y con casi tres décadas de retraso respecto de las anteriores. Sin embargo, no experimenta su verdadero auge hasta la década de los 70, con la irrupción de la televisión en color y su aceptación masiva por la sociedad española. Hasta ese momento, la radio ostentaba desde hacía décadas el privilegio de ser el medio de comunicación preferido por los españoles.

Importante es decir también que en España, hasta 1988, la televisión fue un monopolio estatal. Fue, en 1989, cuando se concedieron las primeras licencias de televisión privada, y en 1990 cuando salieron al aire las primeras señales emitidas por una cadena privada. Este hecho coincidió en el tiempo con el año de la creación de las tres W (www) en 1990, si bien pasó prácticamente desapercibido en nuestro país, pues el acento y el interés estaban puestos en el inicio de las emisiones de las cadenas privadas de televisión y el fin del monopolio televisivo. De hecho, en 2010, la cadena de televisión privada Antena 3, que fue la pri-

mera cadena privada en España, ha cumplido y celebrado sus primeros 20 años de emisión.

De ARPANET a Internet

La creación de Internet es el segundo elemento que ha contribuido de forma más decisiva al cambio de escenario de los medios de comunicación. Sin embargo, y a diferencia de la televisión, sería un error centrarlo en el mundo de los medios, pues ha sido el gran revulsivo del mundo de las comunicaciones, con mayúscula. No en vano, su aparición provocó un terremoto en el mundo empresarial, con el advenimiento de las empresas *.com*, la euforia desatada respecto de las posibilidades de este nuevo entorno y el posterior *pinchazo* de la llamada *burbuja tecnológica* en el año 2001.

De acuerdo con la definición de Wikipedia: Internet es un conjunto descentralizado de *redes de comunicación* interconectadas que utilizan la familia de *protocolos TCP/IP*, garantizando que las redes físicas *heterogéneas* que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial. Sus orígenes se remontan a 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como *ARPANET*, entre tres universidades en *California* y una en *Utah, Estados Unidos*.

Uno de los servicios que más éxito ha tenido en Internet ha sido la *world wide web* (*www*, o «la Web»), hasta tal punto que es habitual la confusión entre ambos términos. La *www* es un conjunto de protocolos que permite, de forma sencilla, la consulta remota de archivos de *hipertexto*. Ésta fue un desarrollo posterior (1990) y utiliza Internet como *medio de transmisión*.

Faltaría por añadir a esta definición que en 1993 el CERN (Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire), laboratorio del que surgió la *web*, anunció que sería gratis para todos. A partir de ese momento empezó su verdadero auge, su extensión a todos los ámbitos y con él, la transformación de la sociedad, con un millonario intercambio de información y repositorio de datos en el que se da la paradoja de que, siendo entornos públicos, los instigadores y creadores de conflicto han encontrado el mayor anonimato a sus acciones.

Rápidamente surgieron nuevas iniciativas que han dibujado el actual panorama de los medios de comunicación y las muy extendidas redes

sociales. Por citar de forma cronológica los principales hitos: en 1996 se crea el protocolo http; en 1997, Larry Page registra el dominio «Google.com»; en septiembre de 2002, nace el agregador Google News; en febrero de 2005 surge «Youtube»; y apenas un año más tarde, en marzo de 2006, nace Twitter.

Internet como medio de comunicación

Para dar visibilidad a la rápida aceptación por parte de los medios de comunicación podemos citar que en 1995 el prestigioso diario norteamericano «The Washington Post» lanzó su edición digital y con él se inició un tormentoso periodo de convivencia entre el periodismo basado en medios tradicionales y el que se desarrolla en entornos electrónicos y cuyas tensiones se dirimen, hoy en día, en las redacciones de los periódicos en los que conviven ambas realidades.

Ningún medio de comunicación que quiera estar hoy en día en la sociedad puede hacerlo sin estar en Internet. El hecho de no tener fronteras físicas, de ser de acceso universal, su inmediatez y el bajo coste económico lo han hecho imprescindible para la comunicación y como tal, para los medios.

En el momento presente, en pleno tránsito de los medios hacia los medios virtuales, son varias las realidades que están conviviendo. La más conservadora, la que está llevando a formato electrónico el contenido del medio en formato tradicional (prensa escrita, radio o televisión), para lo cual lo que se necesita fundamentalmente es un soporte tecnológico que permita tal volcado de información, pues redacción y contenidos sólo hay una. La más rompedora, trabajar directamente sobre el formato electrónico, también con una única redacción equipada y preparada exclusivamente para este canal. La más conflictiva es la que se encuentra a caballo entre una y otra, y que es en la que conviven hoy en día la mayoría de los medios de comunicación, si bien es un conflicto llamado a desaparecer con el tiempo.

Hasta que, como mínimo, llegue al poder la primera generación que se haya educado desde un principio bajo el entorno de Internet y las redes sociales, el medio de prestigio y de influencia por excelencia es el papel y como tal, la prensa escrita, algo a lo que los principales periódicos no quieren renunciar, al menos de momento. Este hecho está provocando que los medios de comunicación en prensa escrita tengan en

muchos casos dos redacciones trabajando en paralelo, cada una para atender a un público distinto, con necesidades diferentes.

Frente al «monoproducto» de las redacciones en papel, que habitualmente elaboran un único contenido para el periódico diario, las redacciones para atender al usuario de Internet quedarían obsoletas si hicieran esto y a lo largo del día renuevan dos, tres y hasta cuatro veces su contenido. Ello hace que la necesidad de reponer información haga que exista auténtica voracidad informativa y que, como tal, la información se *queme* continuamente. Asimismo, provoca muchas tensiones en las redacciones de los periódicos, a la hora de decidir si se quiere ganar la batalla de la audiencia en Internet o la del lector en papel.

La crisis económica en los medios de comunicación

A la crisis evolutiva que están viviendo los medios en la actualidad acerca del modelo de periodismo en función del soporte sobre el que se desarrolle, se ha unido el impacto de la actual crisis económica, cuyas consecuencias han llegado al mundo de los medios por la parte más sensible económicamente: la contratación de publicidad, que es la fuente principal de ingresos y mantenimiento de cualquier empresa periodística. El año 2009 ha sido especialmente negro para la actividad periodística, que ha visto caer a plomo la contratación publicitaria y que ha forzado a emprender fusiones de medios en algunos casos y, en todos sin excepción, a poner en marcha medidas, más o menos traumáticas, para ajustar el tamaño de las plantillas al nivel de ingresos.

De acuerdo con los datos de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), en 2009 podrían haber perdido su empleo más de 2.000 periodistas en esta Comunidad Autónoma, datos que la Federación de Asociaciones de la Prensa Española (FAPE) eleva hasta cerca de 4.000 profesionales, sólo durante el año pasado, en todo el territorio nacional. Al igual que en otros ámbitos económicos, los más perjudicados han sido profesionales de dilatada experiencia, con edades superiores a los 45-50 años, con la consiguiente pérdida de valor en la información y descapitalización del acervo periodístico, fundamental para entender y poner en contexto los acontecimientos más complejos de la actualidad, y que son muchos en el contexto actual.

Y si esto afecta en el ámbito estricto de los medios de comunicación, inmersos en una doble crisis económica y de redefinición de modelos,

el auge de los dispositivos móviles y las redes sociales han venido a complicar aún más el panorama informativo y el torrente incontrolado de información circulando continuamente por la red.

La aparición del periodismo ciudadano

En este contexto, ha venido a aparecer la figura de la persona que se encuentra ante un hecho noticioso y lo graba con sus recursos personales, en la mayor parte de los casos a través de teléfonos o dispositivos móviles y lo cuelga en Internet –Youtube se ha convertido con gran éxito en la mayor base de almacenamiento de videos no profesionales del mundo– irrumpiendo con este acto en un proceso que antes pertenecía exclusivamente al de los profesionales de los medios de comunicación.

Cabría hacer una puntualización en este aspecto pues, frente a quienes han venido a llamarlo *periodismo ciudadano*, desde el punto de vista profesional de la comunicación no se trata de periodismo, sino que se limitaría a ser una fuente de información. Proporcionar datos, imágenes, o sonidos, de un hecho puntual o concreto es algo que se identifica con la información que proporciona una fuente en la búsqueda o elaboración de la noticia, pero no con la actividad del periodista, que debe cotejar, contrastar y situar la información en el contexto para convertirla en una noticia veraz y entendible.

El desarrollo de las redes sociales

Si quedaba alguna duda sobre el proceso de globalización que estamos viviendo, el auge de las redes sociales viene a constatar con datos y cifras concretas la expansión ilimitada que está viviendo el proceso de la comunicación, aunque en este caso se trate por las vías menos convencionales y sin embargo las de mayor crecimiento exponencial.

Las redes sociales se han extendido en la sociedad casi sin hacer ruido. Cabe destacar que España se ha convertido en el séptimo país del mundo en el uso de redes sociales. Bajo el nombre de algunas de las más sonadas, como Facebook, se extienden millones de contactos cuyo campo de relaciones es prácticamente inabordable, dado que unas veces son abiertas y otras permanecen cerradas a quien no está expresamente autorizado. Hagamos de manera somera un repaso por las más destacadas.

Redes sociales para profesionales

- LINKEDIN: tiene 65 millones de usuarios en todo el mundo. En España la cifra supera las 800.000 personas.
- XING: cuenta en España con 1,2 millones de usuarios. Más de 8 millones de personas de negocios y profesionales de todos los sectores usan cada día la red profesional XING en 16 idiomas para gestionar sus contactos y establecer nuevas relaciones comerciales. En marzo de 2008 XING adquirió e integró a su oferta otra red social hasta ese momento fuertemente vinculada al mundo laboral y asociada al portal www.infojobs.net: NEURONA. XING también compró hace un par de años otra de sus grandes competidoras: ECONOZCO.
- VIADEO: 25 millones de profesionales en todo el mundo, con representación de 2,7 millones de empresas.

Redes sociales para amistades

Las más concurridas son:

- FACEBOOK: la más utilizada en España, cuenta con más de 400 millones de usuarios en todo el mundo y traducción a 70 idiomas. En España, a finales de enero de 2010 (últimos datos hechos públicos) Facebook tenía más de 8 millones de usuarios activos y en marzo de este mismo año ya ha sobrepasado a Google por número de entradas.
- En la práctica el «mundo Facebook» se ha convertido en el tercer «país» con más habitantes del mundo tras, China e India. Cabe destacar que una empresa de capital riesgo americana, In-Q-Tel (considerado como el brazo tecnológico de la CIA) ya vio el potencial de información social y comunicación de la red social cuando hace unos años decidió invertir y comprar una parte de Facebook, como también hizo con éxito económico con la propia Google.
- MySPACE: Segunda en el mundo con 125 millones de usuarios.
- TWITTER: 80 millones de miembros en todo el mundo, tercera en el ranking. En marzo de 2010 declaró más de 22 millones de usuarios en España.
- Hi5: ha perdido usuarios en los últimos meses a favor de otras redes. Según datos de junio de 2009, tenía en España más de 1,5 millones de usuarios únicos. La red social de origen americano era una de las mayores comunidades virtuales del mundo con sus más de 60 millones de usuarios en 200 países.

Según el Observatorio de Redes Sociales elaborado por la empresa The Cocktail Analysis y hecho público a principios de febrero de 2010:

- Facebook y Tuenti presentan un espectacular crecimiento entre ambas oleadas: de 13% a 64% para Facebook (líder indiscutible de la categoría) y de 12% a 33% para Tuenti.
- Fotolog, Hi5 y MySpace presentan considerables tasas de abandono.
- Flickr y Twitter, aún siendo minoritarias (son utilizadas por uno de cada 10 encuestados), presentan interesantes crecimientos: ésta última con considerable fuerza, aunque también con una importante tasa de abandono.
- También presentan un cierto crecimiento, quizás favorecidas por el contexto de crisis económica, las redes profesionales, aunque distan de una penetración central.

Foursquare, la nueva red social de última generación

Foursquare: muchos consideran a esta red social, de las que pocos han oído hablar, la sustituta de Facebook y Twitter en los nuevos dispositivos móviles. Foursquare es una aplicación diseñada por y para teléfonos móviles: Blackberry, iPhone y Android, que emplea las herramientas de geoposicionamiento de la que estos están dotados en la actualidad. La dinámica parece simple a la vez que genial: se abre Foursquare, y muestra un listado de lugares públicos que corresponden a la ubicación física del usuario (en caso de no existir la referencia espacial a un lugar concreto, da la posibilidad de crear una del lugar donde uno se encuentra) y más tarde permite registrarte en aquel lugar (hacer «check-in»). Si se desea, la ubicación o registro es luego compartida con la lista de contactos de Foursquare y opcionalmente con los usuarios que elija en Facebook y Twitter. Se podría resumir, según los expertos, en algo así como que Twitter es: «¿Qué está ocurriendo?», Facebook: «¿Qué estás pensando?»; y Foursquare «¿Dónde estás?».

Retos para la gestión de la seguridad

La multiplicación de contactos y enlaces que propician las redes sociales constituye un reto para la mejora en los controles de la seguridad. A las características de Internet como soporte abierto, sin fronteras y de bajo coste, hay que añadir la creación de mundos virtuales, con entornos y redes capaces de crecer interconectándose y sin apenas limitación.

Esta ingente proliferación de mensajes y contactos que favorecen el intercambio de información, hace inabordable su control en la práctica, lo que genera un terreno abonado para quien no desea ser detectado y, por el contrario, un reto considerable para quien debe buscar un rastro determinado.

El reforzamiento de la identidad en Internet es un camino sobre el que ya están trabajando países e instituciones, con el fin de evitar que el anonimato sea un escudo para preservar el anonimato de quienes pretenden vulnerar las leyes utilizando esta plataforma. A medida que se avance en este terreno se irá ganando en cotas de seguridad, que tendrán igualmente impacto positivo sobre las redes sociales.

Como factor de riesgo de nueva creación, también los Gobiernos están dedicando esfuerzos y recursos para combatir su mal uso. Siendo importantes los recursos materiales, conocer este ámbito es fundamentalmente un trabajo de inteligencia. La ausencia de fronteras y apenas de huellas físicas requiere más que nunca de la coordinación internacional.

Hoy en día la llamada ciberdefensa está aflorando como un elemento esencial de lucha contra los malos usos de las redes informáticas, especialmente de aquellas organizaciones que utilizan estas plataformas como lanzaderas para sus planes de ciberterrorismo dirigido fundamentalmente a las infraestructuras consideradas como críticas.

CONCLUSIONES

La complejidad en la que se desenvuelve el mundo de hoy, mucho más abierto, interrelacionado y vinculado entre sí a escala global, hace que la comunicación – más allá de lo local – adquiera un valor sin precedentes para catalogar, entre la avalancha de información que se genera día a día, cuando un hecho es una noticia y decidir el tratamiento que se le da. A su vez, el importante peso que tiene la opinión pública de cara a sus gobernantes en el conjunto de los países democráticos hace que el tratamiento informativo de las noticias tenga un plus de presión añadida, por su capacidad de influencia política y social.

Esta realidad es significativamente relevante cuando se trata de abordar el papel de la comunicación en la resolución de los conflictos, especialmente los llamados asimétricos, un concepto de nuevo cuño, surgido

tras la desaparición del Muro de Berlín y con él la división del mundo en bloques políticos y militares. En su lugar, ha aparecido un mundo mucho más fragmentado en todos sus estamentos, que es necesario conocer en sus principales facetas para poder abordar correctamente su resolución.

El análisis de los principales conflictos vividos hasta la fecha muestra como nexo de unión, en todos ellos, que la comunicación juega un papel determinante para los creadores de los conflictos de cara a conseguir la victoria, si no material debido a la disparidad de medios entre los contendientes, sí en el terreno político y social, aprovechando la conciencia social actual, muy crítica hacia la pérdida de vidas humanas en cualquier asunto de índole política.

Dar a conocer a los medios de comunicación el papel que esperan de ellos quienes promueven los actuales conflictos es, sin lugar a dudas, la mejor estrategia existente para frenar el impacto de los ataques promovidos por quienes lo crean. Frente a la opción de la censura por omisión de información, válida sólo a corto plazo, es mucho más rentable y consecuente con la libertad de información existente en los países de corte democrático, informar y formar a quienes ejercen el derecho y la obligación de dar noticia sobre estos conflictos. Vivimos un mundo complejo y sin un conocimiento que permita contextualizar y dar significado a los hechos, el ejercicio profesional de la información es parcial y sesgado.

La búsqueda del entendimiento de los hechos y de lo que se persigue con ellos será de igual forma una manera de otorgar nivel y credibilidad a aquellos medios de comunicación cuyo objetivo sea la información veraz y el ejercicio responsable del periodismo. Este plus de veracidad y rigor en la información les dará una fuerza más necesaria ahora que en otros momentos, debido a la maraña informativa que vivimos en la actualidad, con medios en los que prima la imagen por encima de la noticia y del muy potente y extendido mundo de la información a través de Internet y los nuevos dispositivos móviles.

Internet como soporte de comunicación ha aportado, no cabe duda, muchas ventajas al actual entorno. Capacidad de llegada a un mundo sin fronteras, inmediatez, acceso simultáneo a millones de personas, bajo coste económico y barrera formativa de entrada muy baja para los usuarios. Estas características han permitido su amplia aceptación y calado social y al estar tan diseminada entre la sociedad, crea un flujo de

noticias imparables y neutraliza los posibles intentos de ocultamiento de los hechos, opacidad informativa o manipulación manifiesta por algunos poderes. En el ámbito de los medios está resultando un revulsivo total, por el rompimiento de estructuras que supone para el mundo de la comunicación.

Por otra parte, y al menos en un escenario a corto plazo, el escaso control que pasa la información que se vuelca en la red, al igual que el de las fuentes que la originan, han propiciado que se convierta en el medio por excelencia para la difusión de información, noticias e imágenes que, en medios más profesionales, tendrían dificultad de entrada. Es por ello que, frente a los medios de comunicación de masas tradicionales, que son los elegidos por los Gobiernos y los poderes reconocidos legalmente, el anonimato y la falta de control de Internet son el escenario idóneo para quien huye de la confrontación directa y se da a conocer a través de unos hechos.

La Red, igualmente, ha propiciado el nacimiento de un nuevo escenario en el que el control de la información a nivel masivo ya no está en manos de unos pocos, ni siquiera de los medios de comunicación de masas tradicionales, como sucedía hasta hace escasamente una década. Este hecho genera la pérdida de control sobre la información, un elemento vital en cualquier estructura de poder clásica, capaz de desestabilizar a cualquier gobierno y sociedad.

Fenómenos tan recientes como el llamado *periodismo ciudadano*, por el que cualquier persona es potencialmente un generador de noticias a gran escala, unido a la dificultad de identificar la fiabilidad de una información, han generado que medios de comunicación de prestigio internacional hayan cometido errores y tenido que reconocer a posteriori el equívoco informativo, debido a las fuentes utilizadas. Es de esperar que, aunque aún nos encontremos en un estadio algo prematuro, el tiempo ayude a poner cada elemento en su sitio y las fuentes de información se queden en la etapa que les corresponde, la de fuentes, justo anterior a la generación de la noticia. Mientras tanto, asistimos a la actual mezcla y confusión de conceptos.

Frente al ocultamiento y la opacidad de quienes atacan el modelo de sociedad a través de los recursos de esa misma sociedad, el ejercicio de la información en toda su amplitud y complejidad permitirá ganar a dicha sociedad una batalla que, en sus primeros desenlaces se ha visto sorprendida por una estrategia de ataque muy calculada, pero que, como

ha podido verse recientemente en casos de conflicto muy cercanos en el tiempo, ha aprendido rápidamente la lección. Que del sensacionalismo y la profusión de noticias en torno al secuestro del Alakrana se haya pasado a la prudencia y la casi ausencia de información sobre el secuestro de tres cooperantes españoles en Mauritania por Al Qaeda es una noticia excelente y una prueba real de que es mucho lo que se ha aprendido del anterior caso.

Por último, la búsqueda del acercamiento al entendimiento completo de los hechos por parte de los medios produce un gran beneficio para la sociedad, pues unos medios de comunicación rigurosos en su desempeño son una necesidad fundamental para la sociedad, por el papel crítico y de salvaguarda que ofrecen frente a ataques e intentos desestabilizadores de cualquier corte.

RESUMEN

En un mundo abierto, relacionado e interdependiente a escala global, la comunicación juega un papel fundamental para decidir qué es, o no, motivo de noticia. Quienes instigan los conflictos ejecutan sus acciones desde el conocimiento profundo de las sociedades que atacan, diseñando, en el caso de la comunicación, operaciones a medida para convertirse en noticia de primer orden y desde esa posición, atacar o negociar manejando la presión que la opinión pública ejerce sobre los Gobiernos. El conocimiento de dichas estrategias por parte de los medios ayudará a que ejerzan su papel desde un conocimiento global, al tiempo que les aportará valor añadido y de calidad en el nuevo entorno de Internet y las redes sociales.

Palabras clave: Comunicación, Conflicto, Internet, redes sociales, la Red.

ABSTRACT

In an open, communicated and interdependent world at global scale, communication plays a crucial role in deciding what makes the headlines. Instigators are well aware of the nature of their targets. In the case of communication, they conceive strategies to hit the front page and then attack or make deals by manipulating the pressure of the public opinion on governments. Awareness of these types of strategies will make the

role of the media more effective, will provide added value in the new internet environment and social networks.

Key words: Communication, Conflict, Internet, Social networks service, the Web.