

**CONTRERAS, Fernando y SIERRA, Francisco (coords.) (2004): *Culturas de guerra*, Ediciones Cátedra, Madrid.**

Desde que, en 1991, durante la “primera entrega” de la guerra en el Golfo Pérsico, CNN nos prometiese la guerra en directo, han sido muchos los estudios que se han publicado sobre la información en tiempos de conflicto armado, así como acerca del propio fenómeno de la guerra y la violencia simbólica que encierra.

En esta línea podríamos incluir al libro coordinado por los profesores de la Universidad de Sevilla Fernando Contreras y Francisco Sierra. *Culturas de guerra* recoge, desde un punto de vista académico y pluridisciplinar, las reflexiones de dieciséis autores sobre un fenómeno, el de la violencia simbólica, tan variopinto y multidimensional como el propio conflicto social. Se trata, según los autores, de abordar “el papel central de los medios de comunicación en las formas modernas de conflictividad y confrontación bélica o, por el contrario, los usos alternativos de los medios al servicio de una cultura de la paz y la tolerancia” (p.10). De hecho, poner a los medios al servicio de la paz y la tolerancia es hacer política y también matizar la máxima de Hobbes: el hombre es el lobo del hombre. El conflicto es inevitable y siempre creador. Hegel afirmaba que el espíritu se hace verdad sólo a través de la guerra y de la lucha; pero la guerra es, por encima de todo, horror y fracaso humano.

*Culturas de guerra* nos ayuda a entender el fenómeno desde diferentes perspectivas: podemos partir de la idea marxista del conflicto como motor social (César San Nicolás, pp.123-124) o verlo, siguiendo esta interpretación, como un organizador de transiciones sociales entre el desorden y el orden (Juan M. Aguado, p.256); pero en nuestros días, hay una dimensión del conflicto que ha cobrado una importancia muy especial: es la dimensión mediática, la transmisión en directo de la guerra. Esto se hace especialmente patente cuando la violencia internacional toma la forma de marca comercial: “la guerra contra el terrorismo”. Esta forma de franquicia simbólica de la violencia hace que las guerras tocadas por ella y en las que interviene su gran mentor (hoy, el gobierno estadounidense), ocupen las portadas y el *prime time* informativo de buena parte del mundo.

En esta situación internacional, “las infraestructuras de telecomunicaciones son la base logística de producción de la hegemonía (...) En las nuevas formas de guerra (...) la victoria se dirime en la capacidad de destrucción y dominio de los sistemas de información” (Francisco Sierra, pp. 72-73). Efectivamente, el componente industrial y el propagandístico, siempre fundamental en tiempos de conflicto bélico, se hace aún más presente debido al alcance de las nuevas redes de telecomunicaciones. Pero, ¿ha cambiado de forma relevante la relación comunicación-guerra? Si echamos la vista atrás podríamos llegar a la conclusión, con Alejandro Pizarroso, de que “no hay nada nuevo bajo el sol, o más bien muy poco” (p.18).

Pero sí se ha producido un cambio de escenarios. La superabundancia de información en la parte del mundo que toma las decisiones ha hecho que se recrudezca la batalla “por los corazones y las mentes”, y que la organización de la propaganda evolucione, adaptándose a las nuevas redes de información. En ocasiones, la red ha sustituido a la organización piramidal de la propaganda tradicional. Nuestra percepción de lo que ocurre en el mundo es esencialmente mediática, y los medios se convierten en productores de imaginarios, dando sentido a la pregunta que se hace Cé-

sar San Nicolás sobre hasta qué punto lo único “real” que tenemos es precisamente vivir a base de dichos “imaginarios” (p.128). Las guerras son una realidad cruel y tangible, el problema está en su justificación pública tomando como axiomas esos imaginarios. *Culturas de guerra* nos ayuda a comprender esta terrible característica de nuestro mundo.

Si bien los canales y las formas de organización han evolucionado en buena medida con la aparición de las nuevas tecnologías, los mensajes de la actual propaganda de guerra han cambiado poco con respecto a sus “antepasados”. Agustín García (pp. 354-355) cita el decálogo de la propaganda belicista planteado por Arthur Ponsaby y, más recientemente, por la historiadora Anne Morelli... y claro, se nos hace tremendamente familiar, especialmente en algunos puntos como los que sentencian que nuestro bando *no quiere la guerra, es el adversario (personificado en la figura de su jefe) quien ha empezado*; o, mejor aún:

“Todos aquellos que ponen en duda el carácter sagrado de la contienda o cualquier otro aspecto de la propaganda de guerra son traidores” (p.355).

Otra cosa es el aspecto tecnológico y militar del conflicto armado: “El éxito de las operaciones militares dependerá, cada vez más, de la capacidad de alcanzar la superioridad en materia de adquisición de información sobre un adversario en los niveles estratégicos y operacional” (Francisco Marín, p. 337). Esta perspectiva militar convierte en aún más estratégico el componente informacional de la guerra, lo que nos debe alertar sobre la posible visión deformada de que la tecnología elimina la violencia en asuntos humanos (Fernando Contreras, p.276). No es así; y se hace necesario, también en el mundo académico, aceptar la invitación a la reflexión que nos plantea el profesor Vázquez Medel: ante la propaganda y los mensajes simplistas, se impone una llamada al pensamiento complejo y, ante la diferencia... tolerancia y reivindicación de lo común, lo humano (pp. 104-110).

Pero si bien es en la guerra donde tenemos la oportunidad de observar en toda su pureza las más diferentes formas de violencia simbólica, ésta permanece y con ella convivimos en nuestra cotidianidad. Una violencia que, usada como método para subir las audiencias, nos acompaña a diario en formato de noticia televisada mientras almorzamos; o la violencia por la violencia, como la del conductor suicida, provocada, según Gerard Imbert, por la pérdida del respeto a la muerte y conciencia de los límites.

*Culturas de guerra* es un buen punto de partida, necesariamente plural en su perspectiva, para adentrarse en el conocimiento de un fenómeno con mil caras, el de la violencia simbólica, que hay que conocer y, hasta donde se pueda, combatir... ¿Cómo? Las últimas páginas de *Culturas de guerra* apuestan por la educación para la comunicación, que debe contar con la colaboración activa de todos los actores sociales implicados (docentes, empresarios de la comunicación, autoridades políticas,...) y que debe tender a la recuperación de la memoria, la crítica y el debate. En definitiva, “conseguir que la sociedad salga de su letargo y reivindique una recuperación de los espacios de libertad perdidos” (Agustín García, p.370).

¿Difícil? ... Sin duda.