

NOHRSTEDT, Stig A. & OTTOSEN, Rune (Eds.) (2004): *U.S. and the Others. Global Media Images on "The War on Terror"*, Göteborg, Nordicom.

VÁZQUEZ LIÑÁN, Miguel (2005): *Desinformación y propaganda en la guerra de Chechenia*, Sevilla, Padilla Libros Editores & Libreros.

Antonio PINEDA CACHERO

*U.S. and the Others. Global Media Images on "The War on Terror"* podría verse como ilustración de una fase de la propaganda de guerra contemporánea, que es al mismo tiempo una novedad histórica y una continuación de tendencias anteriores: la guerra contra el terrorismo emprendida por Estados Unidos tras los ataques del 11 de septiembre de 2001. Como afirman en la introducción Birgitta Höjjer y los editores del volumen Stig A. Nohrstedt y Rune Ottosen: "In short, the 'war on terrorism' was a propagandistic and rhetorical device for establishing power over meanings constructed and exchanged about September 11" (p. 7).

Entre las novedades de este conflicto destaca su carácter global, sus difusos límites temporales (véase la p. 8) o la ruptura del esquema clásico de los contendientes bélicos:

"It is evident, if not before September 11, 2001 so in any case after this date, that the world faces a new type of war, almost entirely different from previous wars in modern history. The basic conflict structure is not a confrontation between nation states, but rather one between an international coalition of states and a loosely constructed and less nation state-based antagonist" (Höjjer, Nohrstedt & Ottosen, pp. 7-8).

Una de las consecuencias de estas dimensiones es que las diferencias entre propaganda bélica y la construcción de opinión en tiempos de paz pierden su significado. En cuanto al elemento de continuidad que la guerra contra el terrorismo guarda con el pasado, Höjjer, Nohrstedt y Ottosen la ven como una cuarta etapa del Nuevo Orden Mundial proclamado por el ex presidente George Bush durante la Guerra del Golfo, tras las 3 etapas constituidas por la misma Guerra del Golfo, la implementación por fuerzas estadounidenses y británicas de las *no-fly zones* sobre la parte norte y sur de Irak, y la guerra entre la OTAN y Yugoslavia.

Más que un análisis de material propagandístico en sentido estricto, el objetivo del libro parecen ser las relaciones entre los medios y la propaganda (cfr. p. 14). La citada introducción al volumen ofrece, por otro lado, una interesante panorámica de ciertos aspectos de los temas tratados: las novedades en la propaganda de guerra, el periodismo de guerra en la época de la globalización, las cuestiones legales y humanitarias... En cualquier caso: "The central theoretical question is what kind of transnational contingencies emerged from the way in which the attacks and the subsequent situation were described by the President of the USA and his Cabinet" (Höjjer, Nohrstedt & Ottosen, p. 17).

En la primera parte del libro se reflejan respuestas tanto personales como oficiales a los ataques terroristas del 11 de Septiembre. El texto de Toby Miller que abre esta parte, "Being Ignorant, Living in Manhattan", puede encuadrarse como respuesta personal, si bien no está exento de reflexiones sugerentes, como la siguiente: "How could a country with a million warriors across four continents, battleships in each key ocean, and a much-vaunted desire to mount wars

on two international fronts at the same time as ensuring domestic security be said to have lost its “innocence” on 11 September? Something is rotten in the state of empire” (Miller, p. 25).

Conforme avanza, el capítulo de Miller va perdiendo el toque personal e incrementando el tono académico (por ejemplo, con citas), incluyendo reflexiones sobre temas como el carácter emocional de la cobertura mediática o la naturaleza asfixiante del sistema de medios estadounidense: “We have a media system in the United States whose mindless bluster is matched only by its awesome force”, dice Miller (p. 33).

En el texto de este autor hay también una idea interesante para ilustrar la mezcla de intereses económicos (presuntamente un ámbito de racionalidad) e irracionalidad: “In short, TV news focused on the financial implications of the destruction of *las torres gemelas*, and asked everyone in sight how they *felt* about it” (Miller, p. 31). La idea es sugerente porque podría llevar a la conexión emocional que se realiza entre la gente y el sistema económico, en lugar de un análisis racional del sistema económico por parte de la gente.

Los temas de la (ir)racionalidad y el sistema económico suponen un marco adecuado para presentar al autor del capítulo 2 del libro: Noam Chomsky. Chomsky es ya un clásico de la crítica al poder estadounidense, sus medios de comunicación y su propaganda. En este caso, su crítica se dirige al hecho de que los EEUU no se aplican a sí mismos los estándares que aplican a otros. Quizá de ahí el título de este texto chomskyano: “Terror and Just Response”. Así, Chomsky proporciona contexto histórico sobre las relaciones de EEUU con el terrorismo, o trata el tema de Afganistán. El lingüista estadounidense cierra este capítulo hablando de “(...) those whom history has accustomed to immunity while they perpetrate terrible crimes” (Chomsky, p. 47).

Si el texto de Toby Miller poseía cierto tono personal, no es nada comparado con el de Robert Fisk, que escribe el capítulo 3. Es un texto interesante (y duro) como vivencia personal, pero tiene escasas implicaciones desde un punto de vista científico. El título del texto podría resumir la postura tomada por Fisk: “My Beating by Refugees Is a Symbol of the Hatred and Fury of This Filthy War. *A Report from Kila Abdullah after Afghan Border Ordeal*”. Un marcado contraste se produce entre el capítulo 3 y el 4, este último obra de Johan Galtung, que recupera el tono académico con una (en ocasiones) muy interesante reflexión sobre los discursos fundamentalistas de Estados Unidos y el Islam, teorización sobre el terrorismo, etc. También hay comentarios que rozan el aspecto propagandístico (por ejemplo, el uso del “anti-terrorism”) o derivas hacia presupuestos de economía política de la comunicación como la siguiente: “What stands up very well against the data is a systematic effort to protect and promote US economic interests against governmental or popular forces that might be contrary to those interests, whether in the name of governmental nationalization or popular movements with redistribution one way or the other on the program. And then the military deployment pattern, including bases abroad, to protect and promote those economic interests” (Galtung, p. 65).

En todo caso, y a pesar de que el número de cuestiones tratadas en el texto lo transforma en un capítulo algo fragmentario, los núcleos temáticos serían el terrorismo y el fundamentalismo.

Por otro lado, si el libro está preocupado por las relaciones entre los medios y la propaganda, este texto de Galtung aporta un panorama mediático no demasiado proclive a EEUU (véanse las páginas 71-75). Este capítulo da la impresión de que hay espacio para la crítica a EEUU en los medios de comunicación, lo cual iría contra la hipótesis de que los medios han actuado como un coro al servicio de EEUU.

El estudio de las representaciones mediáticas de la guerra terrorista adquiere perfiles más concretos en el capítulo 5: “Portraits of Evil. *Timothy McVeigh and Osama bin Laden in Time and Newsweek*”, de Ivar A. Iversen, quien presenta “an analysis of how American and un-American evil are represented in the two most influential news magazines in the United States” (p. 77).

Se trata de un texto interesante desde el punto de vista de la propaganda, al girar sobre el término “evil”, cuya tradición propagandística tiene momentos de peso como la caracterización de la Unión Soviética como el “evil empire” o el actual “axis of evil” de Bush (citados en Iversen, p. 79). También hay referencias al concepto de orientalismo de Said, relacionado con los textos analizados. Según Iversen, Timothy McVeigh es representado, después de todo, como un “(.) all-American boy” (p. 84); en el caso de Osama bin Laden, “evil is not contingent” (p. 85). Para el autor: “Whereas psychology is used to explain McVeigh as an individual, bin Laden is more mystified than explained. And most important: The blame is always to be found somewhere else. McVeigh was created within his ‘own, paranoid world’, bin Laden in the ‘failed Arab societies’ –and all the way through, the American collective remains untouched” (Iversen, p. 90).

*Newsweek*, que ya se citaba en el capítulo 5, es también objeto de estudio en el 6, donde Karmen Erjavec analiza la construcción del “discurso del riesgo” (“risk discourse”) en dicha publicación entre el 11 de Septiembre y la “Anti-Terror Act” estadounidense. Metodológicamente, la investigación parte del Análisis Crítico del Discurso (cfr. p. 95). Erjavec concluye, por ejemplo: “Risk was identified as a threat to the nation, not only to small group(s) or individual(s)” (p. 98). También podríamos destacar que los textos analizados presentan unos EEUU asustados y un pueblo estadounidense unido (ambos conceptos importantes desde el punto de vista de la propaganda), entre otros elementos. Además de las fuentes oficiales, Erjavec menciona el papel de los expertos, los cuales “(.) are drawn almost entirely from establishment, given that their main purpose is to express the consensus of those in power” (p. 103). En definitiva, este capítulo del libro muestra un caso de puesta del periodismo al servicio de la legitimación de la “Anti-Terror Act” (y, por extensión, afirmaríamos que es una puesta al servicio de la Guerra Contra el Terrorismo). La discusión de Karmen Erjavec alrededor del papel del periodismo ante una situación de consenso (véanse las pp. 103-104) es asimismo de interés: “In those issues in which the media assume that there is a consensus in society, journalists reproduce the discourse of the dominant ideology” (Erjavec, p. 104).

Con el sugerente título “Mr. President: ‘The Enemy is Closer than You Might Think’”, Rune Ottosen escribe el capítulo 7, donde el tema de la propaganda se aborda directamente desde la primera página. Desde el punto de vista de la historia de la propaganda, es interesante que en la Guerra Contra el Terrorismo se parta de la expectativa de que, inevitablemente, los medios de comunicación tendrán que relacionarse de una forma u otra con la propaganda. La historia de la propaganda bélica ha acostumbrado a los periodistas a que la recepción de propaganda sea algo habitual para ellos en tiempos de guerra. En palabras de Ottosen: “(.) after September 11, a great many journalists sought advice from media researchers on how they should prepare themselves to meet the propaganda pressure they expected as part of the preparations for the bombing of Afghanistan. (...) This was even more so in the crisis over Iraq in the winter of 2003” (p. 107).

Junto al tratamiento directo del tema de la propaganda, este capítulo también da comienzo a los análisis en extenso del comportamiento mediático fuera de EEUU; en este caso, los diarios

noruegos *Verdens Gang* y *Aftenposten*. El texto de Ottosen también incluye un análisis de un discurso del Presidente Bush, así como indicios de evidencia sobre la labor propagandística de los medios estadounidenses (en relación a esto último, véanse las pp. 116-117). En cuanto a los diarios noruegos mencionados, ambos (de manera más o menos dura) apoyaron la postura estadounidense, aunque difirieron en cuanto a la cobertura del citado discurso de Bush. En palabras de Ottosen (p. 124): “To summarize, the coverage of Bush’s speech in *Aftenposten* and *VG* [*Verdens Gang*] showed major differences in the approaches and journalistic angles of the biggest broadsheet morning paper and biggest tabloid paper in Norway. The Norwegian media did not speak with one voice, but there is no doubt that, within the mainstream Norwegian press, the point of departure in the coverage was that “we” belong in a natural alliance with the U.S. in “the war against terror””.

La prensa griega es el objeto de estudio en el capítulo 8 (de Sophia Kaitatzi-Whitlock, con Dimitra Kehagia), concretamente 4 diarios (dos de centro-izquierda, uno conservador y otro comunista). En general, es de destacar el cambio de tono de los medios griegos: debido a factores históricos como un tradicional antiamericanismo, los medios griegos se muestran más críticos con el poder estadounidense, apuntando a las causas de la tragedia del 11-S. De hecho, en relación a la búsqueda de las causas podemos citar un fragmento del capítulo que revela hasta qué punto puede separarse a la prensa griega de los medios de comunicación de otros países: “The issue of Islamic fundamentalism is used as an explanatory parameter for *kamikaze* violence. The Greek press examines a broad set of underlying causes for such acts. Scepticism prevails as to the alleged perpetrators. Hence, speculation is open and goes in all directions. The most daring scenarios examine even the possibility of an ‘enemy within’ or a ‘home-made’ project: a line of thought which is perhaps unthinkable in the mainstream press of other countries. Nothing is taken at face value and there is no precipitate jumping to conclusions. The press coverage as a whole presents a sophisticated questioning of all possible scenarios with a strong tendency towards pessimism for the future” (Kaitatzi-Whitlock, con Kehagia, p. 147).

La evaluación de la actuación de los medios griegos estudiados parece, en general, muy positiva, adecuada a estándares de crítica, escepticismo, etc. (cfr. pp. 152-153), lo que quizá suponga un contrapunto a la ola de propaganda con que deben tratar los medios de comunicación en tiempos de conflicto. Obviamente, hay algunas diferencias entre los diarios (cfr. p. 152), pero su actuación parece ejemplar en conjunto:

“Overall, the Greek press (a) provides sympathy and compassion, (b) launches a severe critique both immanent and external and (c) gives the ground up for any future action to the ‘superpower’ ” (Kaitatzi-Whitlock, con Kehagia, p. 152).

De Grecia pasamos a Bulgaria, en el capítulo 9, donde Snezhana Popova y Evelyn Vatova estudian los periódicos *24 Chassa* y *Dnevnik*. Es interesante ver cómo los medios siguen el consenso político de sus estados; en el caso búlgaro, el hecho de ser pro-OTAN. Existen diferencias en el tratamiento dado por *24 Chassa* (un diario que parece bascular entre el periodismo serio y el sensacionalismo –cfr. pp. 157-158–) y *Dnevnik* (un periódico del mundo de los negocios que quiere posicionarse en el periodismo de calidad), pero la similitud más destacada radica en el consenso de política exterior: “The most important similarity between the two newspapers in regard to the events after September 11, 2001 is in their respect for political consensus on Bulgaria’s foreign policy, especially on NATO and EC membership” (Popova y Vatova, p. 174).

Ello puede explicar hechos como el citado a continuación: “In the studied samples, for example neither newspaper comments or draws conclusions about the legitimacy of intervention in Afghanistan” (*Ibidem*, p. 173). En cuanto a las diferencias: “The most significant difference between the two studied newspapers is in their individual orientations. In fact, both of them represent opposite poles in the Bulgarian daily press. The investigated events presented an excellent opportunity for a high-circulation newspaper, such as *24 Chassa*, to grow, to draw information from an original source, to use visuals effectively, to *exaggerate*. On the other hand, it was a good occasion for *Dnevnik*, the newspaper pretending to be the qualitative press, to make the media representation and persuasion more complex and multilateral” (Popova y Vatova, p. 174).

Obviamente, optar por exageraciones sensacionalistas o por mayores matices no significa que se adopten posturas *realmente* alternativas. Algo parecido podría decirse del análisis ofrecido por Sean Phelan en el capítulo 10, que analiza *The Irish Times*, un periódico liberal. El excelente análisis crítico del discurso que realiza Phelan de los comentarios editoriales de *The Irish Times* ofrece un ejemplo de medio de comunicación que, a pesar de abogar por un enfoque plural y multilateralista (entre otros elementos), no deja de apoyar la respuesta militar estadounidense: “The evidence presented here suggests that *The Irish Times*’ editorial stance largely converges with the official stance of the Irish Government, as both structure their positions around a range of interdiscursive tensions which qualify their support for a US led-military response” (Phelan, p. 187).

La calidad del estudio y la información contextualizadora son rasgos que hacen de este capítulo uno de los mejores de *U.S. and the Others*.

El capítulo 11 prosigue en el contexto irlandés: “Alternative Media, the ‘War on Terror’ and Northern Ireland”, de Greg McLaughlin y Stephen Baker. El interés de este texto puede radicar en que contraponen los *mainstream media* a los *alternative media*. Como señalan los autores en la sección sobre los *alternative media*: “None of the publications reviewed in this section are constrained by the same commercial and political imperatives of the mainstream media. Their marginal status liberates them to articulate what most would not dare to say in public” (McLaughlin & Baker, p. 195).

El capítulo también incluye alguna crítica a los medios *mainstream*: “Even governments in such places as Russia, China, Pakistan, India and Israel have appropriated the logic of the ‘war on terror’ in their own approaches to local and regional conflicts, more often than not with drastic results.(...) These regional and local consequences of the war on terror are often ignored and neglected by the mainstream news media, perhaps because of their tendency to ‘make sense’ of every conflict, every crisis, within the most simplistic and reductive explanatory frameworks. The grand media theme of September 11 and the global ‘war on terror’ serves the interests of power and propaganda rather than promoting real understanding of the local specifics of such conflicts” (McLaughlin & Baker, pp. 200-201).

El siguiente capítulo nos ofrece un cambio de país (Suecia), un cambio en el medio estudiado (la radio) y un contexto interesante: el análisis de la Swedish Broadcasting Company, bajo la acusación de que su cobertura había sido demasiado crítica con EEUU.

“In response to this criticism, SR’s board of directors decided to investigate its coverage of the terror attacks of September 11, 2001. The task was given to the Department of Journalism and Mass Communication at Göteborg University. The present article summarizes the main findings of that study” (Ghersetti, p. 204).

El análisis cuantitativo de calidad realizado en este capítulo de Marina Ghersetti indica, no sólo que las críticas a la Swedish Broadcasting Company (SR) son infundadas, sino que, de hecho, la cobertura era favorable a EEUU. El siguiente párrafo del capítulo es esclarecedor: “To return to the catalyst for the study summarized here –i.e. the criticism directed against Swedish Radio coverage of the 9-11 terror attacks– the analysis has shown that both speculation and criticism of the US occurred in the reporting during the first three days of the event. However, the main result of the study is that these instances were not dominant. On the contrary, the overall picture was clearly supportive of the US and condemning of the terrorists and their acts. The results of the study do thus not support the accusations of SR having been biased and inaccurate in disadvantage to the US” (Ghersetti, p. 220).

Con el capítulo 13, de C. Anders Johansson, se recupera en parte el cariz teórico, incluyéndose un modelo analítico sobre cuestiones de ética periodística y reflexiones sobre la misma materia. “Media, Ethics and Terrorism. *A Study of Swedish Media’s Ethics in Relation to September 11*” es el título del capítulo, y puede ser indicador de su contenido. C. Anders Johansson aplica el citado modelo analítico a las respuestas de 14 entrevistados escogidos de la radio nacional, estaciones de televisión y diarios (tabloides excluidos), lo cual amplía una vez más el tipo de *media* estudiados más allá del periodismo impreso. En todo caso, es de destacar el peso de la teoría en este texto, dado que también se incluyen sugerencias para mejorar el modelo analítico.

Suecia aparece una vez más como objeto de estudio en el siguiente capítulo, obra de Peter Berglez, que pretende poner atención “(..) to the way in which the Swedish newspaper *Dagens Nyheter* (independent liberal) and the Slovenian newspaper *Delo* (independent social liberal) generate similar kinds of ideological mechanisms” (Berglez, p. 245). También una vez más, la inspiración metodológica es el análisis crítico del discurso. Como ocurría en el capítulo anterior, la carga teórica se incrementa en este texto. Quizá este capítulo de Berglez sea uno de los más interesantes desde el punto de vista del análisis ideológico, desarrollando, por ejemplo, una llamativa teoría sobre la ambivalencia que rodea a EEUU, o una aún más sugerente teoría sobre el hecho de que los medios de comunicación se centran en un sujeto concreto (por ejemplo, EEUU), rodeado de ambivalencia, mientras pasa por alto cuestiones estructurales y relacionales más extensas (por ejemplo, la estructura económica capitalista)

“The problem here mainly concerns the way in which the mass media *disconnect* the natural link between the US and what the US basically represents (the world capitalist system). The omnipotent *presence* of this ‘identifying or disidentifying with the US’ simultaneously ‘causes’ the *absence* of a media discourse in which the US could potentially appear, not as an autonomous cultural ‘thing’ (as something in itself), but rather as a cogwheel within the capitalist system as a whole; as a representative of a structural condition. The more the media explicitly identify ‘them’ (the US) as Hegemony, as the one and only ‘bad’ Western party or actor ‘involved’ in this terror event, the more this automatically draws attention away from the structures of capitalism” (Berglez, pp. 257-258).

La carga teórica es prácticamente predominante en el capítulo 15, “Warfare and Dual Vision in Media Discourse”, de Elisabeth Eide. Un texto con cierto tono de reflexión postmoderna y, por consiguiente, algo fragmentario. De todas formas, desde el punto de vista del análisis de la propaganda es interesante el apartado “Myths of War” (pp. 272-274). Del capítulo también parece desprenderse que los medios estudiados son los de Noruega, pero no hay un análisis sistemático. En las partes finales Eide se centra más en la cuestión de los medios noruegos, y

la evaluación parece mostrar que dichos medios han seguido la tónica habitual de secundar a EEUU, con el añadido extra de que Noruega intervino en Afganistán.

También es pertinente hablar de propaganda en el último capítulo del libro: “Afghanistan: The War and the Media”, de Jörg Becker. Centrado en cierto modo en los medios alemanes, este artículo aporta más datos sobre la labor de los *media* al servicio de EEUU: “A specific form of patriotic journalism was also evident in Germany in the form of a ‘We-are-all-Americans’ attitude” (Becker, p. 297). En cualquier caso, los elementos relacionables con la propaganda y la censura son los más destacables desde un punto de vista histórico. Si no fuese un texto ligeramente fragmentario, “Afghanistan: The War and the Media” sería un broche perfecto para este libro sobre medios de comunicación y guerra.

En general, *U.S. and the Others* ensancha el conocimiento del panorama mediático internacional, más allá del análisis de los medios y la propaganda estadounidenses. Metodológicamente, podría destacarse la tendencia al análisis crítico del discurso. En cuanto a los medios investigados, hay cierto predominio del análisis de la prensa escrita; hubiera sido más interesante contrastarlo con un mayor número de estudios de medios no impresos.

El libro ilustra sobre los reflejos mediáticos de las tendencias políticas de sus países: antiamericanismo griego, proatlantismo búlgaro, etc. En este sentido, y aparte de los datos que puede ofrecer a la historia de la propaganda (por ejemplo, la doctrina Bush de estar con EEUU o estar contra EEUU aparece varias veces), *U.S. and the Others* ilustra asimismo sobre la relación medios-política en la actualidad. Es posible que el panorama descrito en el libro pueda definirse con palabras tomadas de Sean Phelan: “(..) the Gramscian notion of a symbiotic relationship between elite media and political field actors” (capítulo 10, p. 188).

Más allá de la idea de reflejar o no el contexto político, la imagen que va emergiendo de los análisis mediáticos realizados es, en general, favorable a EEUU. Quizá la clave esté en lo comentado por C. Anders Johansson en el capítulo 13: “An important factor to take into consideration in the 9/11 case is the so-called rally-around-the-flag-effect that dominated US news media reports. It is a well-known phenomenon that a society under attack closes in on itself to meet the aggression. The media as an institution included. It is also well-known that the news media tend to prioritise event reporting and vital information to the public in more urgent situations and downplay their questioning role.(..) During that initial period of national survival instinct, the media is prone to support its national leader and will not remain unbiased. International studies have shown that the Western world news media are receptive to US propaganda in cases close to war or international conflict.(..)” (p. 228). Los medios estadounidenses no son los únicos alineados con el poder estadounidense. Análisis específicos, como el de Marina Gherstetti en el capítulo 12, pueden plantear además dudas interesantes: más allá del hecho de que los medios se alineen con EEUU, la cuestión es *hasta dónde* puede pedirse a los medios que cierren filas con EEUU; *hasta dónde* pueden llegar ciertas posturas que acusan a medios pro-USA de ser críticos con Estados Unidos. Lo interesante ya no es sorprenderse de que los medios de comunicación sigan la línea oficial, sino estudiar el fervor con que se supone que los medios deben seguir la línea oficial y, de paso, adecuarse a las tesis de la propaganda (en este contexto, puede consultarse lo comentado en el último capítulo del libro por Jörg Becker sobre la prensa amarilla occidental –cfr. pp. 294-296–). En otras palabras, ¿cuán extremistas pueden ser los medios de comunicación en su sometimiento al poder?

La tensión Occidente/Oriente podría ser uno de los temas subterráneos u ocultos del libro (se menciona algunas veces a Edward Said), de forma que *U.S. and the Others* pudiera ser un

texto a considerar por quien esté interesado en la comunicación intercultural o los estudios culturales.

Aunque el título del libro de Miguel Vázquez Liñán, *Desinformación y propaganda en la guerra de Chechenia*, apunta a cuestiones más específicas dentro del contexto de la propaganda de guerra contemporánea, su conexión con la Guerra Contra el Terror podría adivinarse ya desde el “Prólogo” de Carlos Taibo: el libro de Vázquez Liñán “(...) arroja mucha luz sobre lo que sucede en la Rusia contemporánea y algo nos dice, también, de conductas que recorren el planeta entero”, en palabras de Taibo (p. 11). El propio Miguel Vázquez señala en la “Introducción” que conforma el primer capítulo del libro que “(...) desde 1999, y con much[a] mayor intensidad tras los atentados del 11 de Septiembre, las autoridades rusas han insistido, con aparente éxito, en la idea de incluir la lucha por la independencia de Chechenia bajo el sacrosanto rubro de ‘guerra contra el terrorismo internacional’” (p. 15).

En el capítulo 2 de *Desinformación y propaganda en la guerra de Chechenia*, el autor del libro se centra en “LA PRIMERA GUERRA (1994-1996)”, estudiando la propaganda chechena, la estructura de medios de la Rusia post-soviética, la propaganda militar rusa (diferente, en principio, a la propaganda “política” en sentido estricto), la propaganda electoral de las elecciones presidenciales rusas de 1996 (donde las disensiones internas del poder político-empresarial se dejaron a un lado para evitar la llegada al poder del Partido Comunista de Guennadi Ziugánov)...

La perspectiva multidimensional sobre la propaganda persiste en el capítulo 3, “LA SEGUNDA GUERRA (1999- ...)”, donde se apuntan novedades respecto al tema principal del libro: “El objetivo es, desde el principio, establecer diferencias con la primera guerra: esta vez se están haciendo ‘bien’ las cosas. El estilo militar y de hombre duro de Putin gusta a una población aterrorizada por los atentados, y hace subir exponencialmente su popularidad” (Vázquez Liñán, p. 61).

Desde el punto de vista de la historia de la propaganda, el papel de Putin es básico: “La llegada de Vladimir Putin al poder (...) será presentada propagandísticamente como el paso definitivo hacia la verdadera renovación del país; Putin es, según esta visión, el líder fuerte e incorruptible capaz de encabezar la ‘resurrección del país’”, escribe Vázquez Liñán (p. 55). En este largo capítulo, el autor estudia, junto a la ola de patriotismo y nacionalismo imperial de la Rusia de Putin, el culto a la personalidad organizado alrededor de éste. No faltan tampoco referencias a elementos disidentes (cfr. pp. 93-98).

Si Rusia perdió la primera guerra de Chechenia, la presentación propagandística de la segunda va a ser más dura y eufórica. Es interesante, en todo caso, que esta segunda guerra de Chechenia esté más próxima en el tiempo al contexto internacional de la Guerra Contra el Terror. De hecho, Rusia va a vincular el conflicto checheno con la lucha contra el terrorismo internacional ya desde 1999 (cfr. p. 100). Según Vázquez Liñán (p. 100):

“En lo que se refiere a la posición internacional en el caso de Chechenia, se aplica la pragmática del ‘mal menor’: por ahora, el conflicto es un asunto interno que, además, se encuadra, para las autoridades rusas, dentro de la guerra contra el terrorismo internacional, hoy, ‘el peor de los males de la humanidad’”.

Y esta oportunidad ha supuesto una interesante vuelta de tuerca en la estrategia propagandística de Rusia: la primera guerra se perdió y hubo un acuerdo de paz que escenificaba el fin del conflicto. Pero ahora es diferente; ante la indefinición y el carácter transnacional del enemigo, ya no estamos ante una “guerra”, sino frente a una lucha constante contra un enemigo



común, mundial. Desde esta perspectiva, Rusia comparte trinchera con todos los Estados que sufren esta amenaza; por lo tanto, un plan de paz local, en Chechenia, no tiene sentido. No es una guerra entre Estados, ni siquiera una batalla contra una república secesionista, sino por la eliminación de bandas armadas internacionales cuya organización trasciende las fronteras de los Estados-Nación. Si a esto unimos la estructura de red que se atribuye al terrorismo internacional, ¿de qué sirve negociar?, ¿con quién? El argumento de la inutilidad de negociar es también la justificación de la guerra permanente.

El tercer capítulo culmina con un repaso de las últimas tendencias propagandísticas del gobierno de Putin (2003-2005), antes de cerrar el libro con una sintética cronología del conflicto checheno.

Desde el punto de vista estilístico, *Desinformación y propaganda en la guerra de Chechenia* es un ejemplo de cómo puede narrarse la historia de forma amena. Desde el punto de vista del contenido, y aparte de ilustrar sobre la tendencia del poder al control de los medios de comunicación, en este libro hay, a su vez, dos libros: un libro explícito, mediante el cual Miguel Vázquez Liñán expone su conocimiento de distintas manifestaciones propagandísticas, pero también hay un libro oculto que versa sobre el poder en la Rusia postsoviética. El resultado de ambos trabajos es de enorme interés, y evidencia la calidad de la labor de Vázquez Liñán. A ello debe añadirse que el enfoque de lo propagandístico en *Desinformación y propaganda en la guerra de Chechenia* es multidimensional, pues el autor va más allá de la desinformación y la propaganda bélica en sentido estricto y ofrece también comentarios sobre la propaganda electoral, la política informativa, la creación de imagen, etc.

No obstante, la amplitud de cuestiones tratadas podría ser un elemento negativo en un libro que no es demasiado extenso. Ello podría relacionarse con otro elemento criticable: da la impresión de que el tema de la guerra de Chechenia no es (como debería) la cuestión presente en todo momento en el libro, lo cual se debe quizás al énfasis contextualizador del autor, o quizás a la citada multidimensionalidad con que se registran las manifestaciones de la propaganda.

La Guerra Contra el Terror ha inaugurado un nuevo capítulo en la historia de la propaganda, y puede comprobarse tanto en la respuesta directa de EEUU y sus seguidores (*U.S. and the Others*) como en conflictos más localizados que son vinculados al combate contra el terrorismo internacional (*Desinformación y propaganda en la guerra de Chechenia*). Junto al tema de la propaganda (o quizá estrechamente unido a él), la relación entre medios de comunicación y política es uno de los temas compartidos por los dos libros que aquí se reseñan.

