



JOSEP GIFREU

La pantalla dividida

Entre la declaració de guerra i la declaració de l'atac hi ha un pas obligat: la declaració institucional davant les càmeres de televisió. I és que el primer objectiu d'una campanya bèl·lica postmoderna és guanyar la batalla de la imatge pública de la guerra. Com fer creure que la causa és justa, i la guerra, un mal menor? La guerra contra l'Iraq arrossega des del principi greus mancances de legitimitat. No sols no hi ha raons per a la desproporcionada ofensiva militar, sinó que a més s'han d'idear i justificar les bases de la nova doctrina de l'anomenada "guerra preventiva".

Un dels estudis impossibles que tocaria fer seria un balanç del paper que ha representat la petita pantalla en la definició dels termes d'aquesta guerra contra Saddam Hussein. Resulta obvi per a qualsevol observador que aquesta guerra no és com les altres. El refinament de les armes determina la victòria pròpiament militar i, per tant, no hi ha cap dubte possible sobre la victòria final. El dubte és sobre els objectius no militars de la campanya contra l'Iraq. Si l'objectiu era el derrocament del dictador iraquetà i la persecució preventiva dels focus destructius de l'"Eix del Mal", la condició prèvia era la justificació de la nova doctrina. Per cert, una doctrina que no beneeix ni el papa de Roma.

Una guerra com aquesta requeria també un nou tipus de victòria. La que no passa ni per les urnes ni pel camp de batalla, sinó per la petita pantalla. Perquè és petita, sí, però universal. Universal per l'extensió dels usuaris, per la permanència en el temps i per la cobertura de tots els conflictes. Bush, Blair i Aznar necessitaven guanyar la gran batalla de la petita pantalla per imposar la "correcta" imatge de la guerra. Però aquest és un camp de batalla cada vegada més disputat.

Els senyors de la guerra destinen fabulosos recursos per a la construcció d'una imatge que precedeixi, acompanyi i celebri les excel·lències d'aquesta guerra. Tanmateix, el fet és que la pantalla es

presenta profundament dividida i subdividida. Ningú no podria assegurar a hores d'ara que els *spin doctors* de la campanya de guerra hagin aconseguit d'imposar la seva imatge. La imatge d'un B-52 o d'una columna de *marines* a Kuwait o d'un bombardeig massiu es pot llegir de moltes maneres. Les resistències a les lectures proposades i la producció de contranarratives s'han fet notar ara com mai. No hi ha hagut dos bàndols clarament definits, com a la guerra freda. No s'ha produït un ampli consens amb petits nuclis rebels, com en la guerra del Golf. Ara, cada canal de comunicació i cada nucli de producció simbòlica ha generat un front d'activitat en la guerra semiòtica i icònica entre els partidaris de la intervenció armada i els altres.

Si repassem el panorama de la disputa per la imatge d'aquesta guerra, podem identificar almenys tres fronts on la divisió s'ha fet ben visible. El primer escenari ha estat el de la comunitat internacional. La imatge zenital d'un Consell de Seguretat de Nacions Unides dividit davant del més gran repte del segle XXI sobre la seguretat mundial, ha passat a ser, paradoxalment, l'emblema de la impotència i la inseguretat. Aquest nucli escindit s'ha multiplicat, com en un mirall trencat, per tot el mapa dels estats nacionals. No sols les pantalles de tot l'Iraq transmetien una imatge que no era la de Bush: tampoc no ho feien les de Xina, les de Rússia, les de França o les d'Alemanya. I cap d'aquests estats no forma part de l'"Eix del Mal"; ben al contrari, tots són membres del Consell de Seguretat. Els canals de TV i els mitjans de difusió de tots aquests estats i de tants altres han optat sovint per fer costat als governs mateixos i a posicionar-se contra les directrius de Washington.

El segon escenari no deixa de tenir menys interès. A l'interior dels països promotors de la guerra preventiva han aflorat autèntiques batalles entre els mateixos mitjans convencionals per incidir en l'opinió pública respectiva. Als mateixos

Estats Units, les grans cadenes de TV s'han vist desbordades per l'accés de comentaristes i cronistes desfavorables a la guerra. Els grans diaris, tot i haver mantingut un suport ampli a la línia intervencionista, han començat a manifestar discrepàncies. L'endemà de l'ultimàtum de Bush a Saddam, els articles editorials de *The New York Times* i de *The Wall Street Journal* exemplificaven la divisió: molt crític el primer, entusiasta el segon. La divisió, la coneixem de primera mà els ciutadans i telespectadors de l'estat espanyol, obligats per Aznar a seguir el carro dels guerrers. Però, a l'estat espanyol, igual que a Gran Bretanya o Itàlia, una part important dels mitjans han disputat durament la política de guerra dels respectius governs.

Finalment, hi ha un tercer escenari de disputa emergent, cada dia més decisiu. Em refereixo al nou camp de forces que genera Internet. A diferència dels altres mitjans convencionals, Internet presenta una novetat única: és un mitjà d'interlocució incontrolable (almenys en l'anomenada societat oberta). Internet acaba de demostrar l'enorme potencial que ofereix als grups marginats de l'esfera del poder. Internet subministra una nova generació d'armes o eines exclusives del ciberespai, aptes per a la vertebració dels nous moviments socials i per a la mobilització global. El moviment de Pòrto Alegre o Fòrum Social Mundial ha trobat en Internet una de les claus del seu èxit. L'espectacular i recent mobilització mundial del 15-2-03 contra la guerra representa la maduració d'aquesta nova via d'accés a la pantalla. En realitat Internet ha obligat a la reconversió de la pantalla, i l'ha feta eina activa d'intervenció en la batalla general de les imatges posant-la a disposició de qualsevol usuari. La pantalla, doncs, s'està convertint en poderosa arma en mans dels usuaris, difícilment controlable pels senyors de la guerra.

Catedràtic de teoria de la comunicació de la Universitat Pompeu Fabra