

# LES ARMES DE FALSEDAT MASSIVA

**JOSÉ VIDAL-BENEYTO**

Madrid

La comunicació s'ha convertit en publicitat; i la comunicació política, en propaganda. Per aconseguir aquesta transformació ha sigut necessari que la informació es transformés en desinformació, és a dir, que no fossin possibles el coneixement i transmissió del que esdevé realment, perquè les dades disponibles es refereixen a una altra realitat, produïda per falsificació. Desinformar no és només informar malament o manipular la informació; és imposar una determinada informació fent impossible que en pugui existir cap altra que ofereixi continguts diferents als seus. Es tracta d'un procés de falsificació progressiva que desemboca en una falsedat radical. Des d'aquesta consideració, es pot explicar que el 41% dels nord-americans no només creguin que l'Iraq tenia armes de destrucció massiva, sinó que les seves tropes les van trobar; que els refugis soterranis de Bagdad i Tora Bora a l'Afganistan no només van existir, sinó que són impressionants; i que prop del 70% estiguin convençuts que Saddam Hussein va ser el principal responsable de l'atac contra les Torres Bessones, fets que justifiquen sobradament la guerra. Es clar que aquesta falsa realitat en la qual coincideixen un tan notable percentatge de ciutadans és resultat d'una programada operació de producció / eliminació d'esdeveniments i d'una potentíssima campanya de *marketing* mediàtic.

Hi ha dues menes d'estructures que han estat les principals responsables de l'operació. En primer lloc, una densa xarxa d'agències d'informació, que depenen directament del Departament de Defensa com la DARPA (Defense Advanced Research Project Agency), dirigida per l'almirall John Pointdexter; la TIAO (Total Information Awareness Office); l'OSP (Office of Special Plans), dirigida per Abram Shulsky; la NESA (Near East and South Asia Bureau), etc., que s'afegeixen als serveis d'intel·ligència ja existents (CIA, DIA, NASA), amb els quals a vegades entren en conflicte, i que formen una voluminosa constel·lació amb un pressupost global pel 2004 que supera, segons el *Times*, els 40.000 milions de dòlars. En segon terme, les agències privades de relacions públiques encarregades dels muntatges més espectaculars. Entre les quals hi ha la de John W. Rendon, especialitzada des de la primera guerra del Golf en l'acollida de les tropes alliberadores nord-americanes, contractant

persones per onejar banderes d'Estats Units, aplaudir l'enderrocament de l'estàtua de Saddam, etc. Rendon, que gairebé sempre ha signat els seus contractes amb la CIA, és el responsable de tots els vídeos i còmics tan extensament difosos el 2001 i 2002 per ridiculitzar Saddam, i també de l'exposició itinerant de fotografies amb les barbaritats iraquianes. Encara que potser la seva major contribució des de 1992 hagi consistit en el llançament internacional de l'iraquià Ahmed Chalabi, l'amic de Paul Wolfowitz, i la creació del Congrés Nacional Iraquià. Altres grans agències han sigut Benador Associates, Hill and Knowlton, una de les més grans del món, etc. a les quals es deu la producció i/o difusió d'aquella altra realitat favorable a la guerra a la qual m'he referit abans. És clar que no pas tot ha sortit bé. Per exemple, la pretesa trobada a Praga de Mohamed Atta i un enviat de Saddam Hussein que va estar donant voltes en l'esfera mediàtica fins que Havel ho va desmontar en unes rotundes declaracions. Però res de tan exemplar com l'*Informe sobre l'Iraq* que Colin Powell va presentar el 5 de febrer del 2003 al Consell de Seguretat, elaborat, segons ell, pels serveis britànics d'espionatge i que demostraven la necessitat de la guerra d'Iraq. Pocs mesos més tard es va saber que l'havien redactat els ajudants d'Alistair Campbell, director de comunicació de Tony Blair, copiant 16 de les seves 19 pàgines, amb errors ortogràfics i gramaticals inclosos, de dos treballs universitaris, un d'Ibrahim al Marashi publicat el 2002 a la *Middle East Review of International Affairs*, i l'altre de Ken Gause i Sean Boyne que va aparèixer a la *Jane's Intelligence Review*, també el 2002, ambdós a Internet. Però aquesta adhesió massiva a la falsedat no hauria estat possible sense una reiteració periodística i televisiva en la qual Fox News, Clear Channel i els mitjans de Murdock, l'audiència dels quals encara segueix justificant la guerra en un percentatge de més del 80%, hi tenen un paper preponderant.

La producció de la falsedat en massa no comença amb la invasió d'Iraq i la seva preparació. Ja forma part del dispositiu mediàtic muntat per Bush pare, amb ocasió de la guerra del Golf, inspirat en la teoria i la pràctica de la desinformació (Garth S. Jowett i Victoria O'Donnell, *Propaganda and persuasion*, Sage 1999; Vladimir Volkoff, *Petite histoire de la désinformation*, Editions

El País, Madrid.

du Rocher 1999) amb la novetat nord-americana de confiar la seva execució a les grans empreses de relacions públiques. La invasió de Kuwait per l'Iraq l'agost de 1990 va posar els Estats Units en la delicada situació d'haver d'atacar qui havia estat el seu aliat privilegiat durant gairebé deu anys, especialment en el seu enfrontament contra l'Iran.

Com agredir Saddam Hussein, a qui Bush havia protegit tantes vegades davant les acusacions de no respectar els drets humans? Hill i Knowlton, potser l'empresa de *marketing* polític més gran del món, va rebre l'encàrrec de llençar una campanya que preparés l'opinió mundial per l'atac que els Estats Units iniciarien contra les tropes iraquianes. El finançament de la campanya va córrer a càrrec del Govern kuwaitià i va començar amb la creació de la Fundació Ciutadans per un Kuwait Lliure, que encapçalava l'operació i era l'encarregat de recaptar els fons necessaris -29 milions, 11 d'origen públic i 18 d'empreses i particulars, dels quals Hill i Knowlton en van rebre prop del 40% com a honoraris- per organitzar les accions previstes: entrevistes i conferències de premsa amb personalitats kuwaitianes que denunciaven els horrors comesos per Saddam Hussein; instauració d'una diada nacional a favor d'un Kuwait lliure; publicació i distribució de varis centenars de milers d'exemplars del llibre *La violació de Kuwait*; distribució de dotzenes de milers de samarretes amb la inscripció "Alliberem Kuwait"; col·locació de centenars de milers d'adhesius als parabrises dels cotxes i als vidres dels edificis, etcètera.

Però el nucli central de l'operació és una audiència al Congrés dels EUA d'un comitè de personalitats, presidit per dos senadors, que s'han de pronunciar sobre els atemptats als drets humans comesos per Saddam Hussein. El comitè no té caràcter oficial i, per tant,

les declaracions falses que s'hi facin no comporten les conseqüències que té el mentir sota jurament. D'aquí la irrellevància del que s'hi digui o faci. Però el testimoni d'una jove kuwaitiana de 15 anys, Nayirah, que explica entre plors com va veure entrar els soldats iraquians en una sala de prematurs d'un hospital de Kuwait-City, com van arrancar els nadons dels seus bressols i com els van esclafar contra el terra, va tenir un gran impacte; i la Fundació per un Kuwait Lliure, que va precisar la xifra de 312 nadons assassinats, es va encarregar que la seva presència televisiva fos constant. El president Bush pare s'hi va referir en diverses ocasions i es va recordar al Congrés dels EUA i al Consell de Seguretat. John Mac Arthur, que ha escrit un llibre demolidor sobre aquest episodi -*The second front: Censorship and propaganda in the Gulf War*, University of California Press 1992- ens informa que Nayirah era filla de Said Nasir al Sabah, ambaixador de Kuwait als Estats Units, i que la vice-presidenta de Hill i Knowlton va preparar tota la presentació. John Martin, reporter de la cadena ABC, Amnistia Internacional i Middle East Watch després de la guerra van fer una investigació a fons sobre els pretesos nadons destrossats i van arribar a la conclusió que tot havia estat un muntatge. Malgrat això la pel·lícula *Live from Bagdad*, emesa per la cadena HBO el desembre de 2002, va incloure altre cop el testimoni de Nayirah. Una falsedat suficientment repetida, si no es posa en qüestió, es converteix en una realitat inqüestionable. Per què l'estafa de l'informe dels serveis britànics d'intel·ligència sobre l'Iraq en el qual es va basar la intervenció de Colin Powell al Consell de Seguretat de l'ONU no va ser denunciada a la primera pàgina dels diaris? Per què no s'ha desmuntat l'enganyifa dels suposats *nadons rebentats per Saddam*? Per què continuem amagant les impostures mediàtiques que fem servir per justificar els bombardejos de l'antiga Iugoslàvia?



## SETMANA DE LA LLUM

### CONTRA LA MANCA D'INFORMACIÓ OFICIAL

EFE. 14-3-2005. Washington. Més de 50 organitzacions periodístiques dels EUA, van organitzar la Setmana de la Llum, per lluitar contra el "secretisme informatiu" del Govern nord-americà. "Abans dels atemptats de l'11-S, la informació governamental era accessible, excepte si existia un bon motiu per mantenir-la en secret", va apuntar Theresa Medoff, presidenta de l'Associació de la Premsa de Delaware, que hi va

afegir que "ara la informació governamental és secreta, a menys que es demostrï el contrari". Tom Curley, president d'Associated Press, va afirmar que "el Govern Bush ha revocat l'esperit de llibertat d'informació als EUA". "Amb l'excusa de la seguretat i l'amenaça terrorista cada vegada hi ha menys informació disponible", va afirmar Michelle Rea, directora de l'Associació de la Premsa de Nova York.