

## Propaganda y opinión pública: “September Dossier”

MOIRA GARCÍA DE FRUTOS  
Instituto Militar Gutiérrez Mellado

Fecha de recepción: 31 de octubre de 2013

Fecha de aceptación: 10 de abril de 2014

Fecha de publicación: 1 de septiembre de 2014

*Revista Historia Autónoma*, 5 (2014), pp. 107-118. e-ISSN:2254-8726

**Resumen:** En el nuevo orden mundial resultante tras el fin de la Guerra Fría, donde la opinión pública occidental eliminó la amenaza soviética de su imaginario inclinándose hacia posiciones no intervencionistas, el apoyo de la mayoría de la población se ha convertido en el factor fundamental a la hora de legitimar el uso de la fuerza en las democracias occidentales. Sabiendo la necesidad de construir tal consenso, a través de las élites y los medios de comunicación de masas, el Gobierno de Tony Blair lanzó en el año 2002 una campaña de propaganda y comunicación orientada a legitimar la intervención británica en la guerra de Iraq, persuadiendo a la opinión pública de la necesidad de actuar militarmente, ante el riesgo que suponían las armas de destrucción masiva. Para llevar a cabo la campaña propagandística basaron su mensaje en dos documentos oficiales publicados en prensa: “Iraq’s Weapons of Mass Destruction”, conocido como “September Dossier”, e “Iraq-Its infrastructure of concealment, deception and intimidation”, denominado por la prensa “Dodgy Dossier”. Las investigaciones posteriores demostraron que se manipuló la información de inteligencia para convencer a la opinión pública de los intereses que defendía el Gobierno Blair.

**Palabras clave:** Propaganda, consenso, Alastair Campbell, opinión pública, “September Dossier”.

**Abstract<sup>1</sup>:** The end of the Cold War brought along with one new international status quo, where Western public opinion removed the Soviet threat of its imaginary leaning towards non-interventionist positions. In this new world order, the support of the majority of the population has become the key when it comes to legitimize the use of force in the Western democracies. After knowing the need to build consensus through elites and mass media, Blair’s Government

---

<sup>1</sup> Todas las traducciones del presente análisis han sido efectuadas por el autor. Para contrastar la traducción con el original, consultar el documento citado.

launched a propaganda campaign in 2002 in order to legitimize British military intervention in Iraq war, trying to convince public opinion about the threat of weapons of mass destruction. All this propaganda campaign was based in two official documents, published in mass media: *Iraq's Weapons of Mass Destruction*, known as *September Dossier*; and, *Iraq-Its infrastructure of concealment, deception and intimidation*, popularly renowned as *Dodgy Dossier*. After the war, different inquires proved that the intelligence information included in these dossiers were manipulated in order to persuade public opinion about governmental interests.

---

**Keywords:** Propaganda, consensus, Alastair Campbell, public opinion, September Dossier.

Durante las cinco décadas que duró la Guerra Fría, el miedo a un posible ataque soviético, unido al marco de referencia imperante en torno a la seguridad nacional, marcaron y legitimaron la toma de decisiones de los dirigentes en los países occidentales, creando un consenso social en torno a la política exterior y el uso de la fuerza.

La caída de la URSS y el resultante nuevo orden mundial, con la globalización como principal característica, hizo que la opinión pública de las sociedades democráticas empezara a jugar un papel determinante en la toma de decisiones de los líderes políticos, con una gran relación con las nuevas tecnologías aplicadas a los medios de comunicación de masas.

Los gobiernos occidentales, al someterse periódicamente al veredicto de las urnas, tienen que contar con el sentir de su población a la hora de tomar decisiones, especialmente en política exterior. Por ello, deben explicar a sus votantes las razones que les llevan a tomar la determinación de hacer uso de la fuerza, convenciéndoles de la idoneidad de sus decisiones.

Partiendo de tal premisa, el objetivo principal de este trabajo de investigación consiste en analizar la campaña de propaganda llevada a cabo por el Gobierno británico para convencer a su opinión pública de la legitimidad de la operación militar contra Iraq en el año 2003, asociando la participación en la campaña con la amenaza que suponían las armas de destrucción masiva.

Por tanto, la hipótesis de partida, de acuerdo a estos objetivos, es que el Gobierno de Tony Blair hizo uso de la propaganda y las relaciones públicas para convencer a la mayoría de la necesidad de hacer uso de la fuerza, valiéndose de la manipulación y los medios de comunicación de masas.

Como método que mejor se adapta para la consecución de los objetivos, se usarán tanto técnicas de investigación cualitativas como cuantitativas, permitiendo comprobar las hipótesis y los objetivos planteados y corroborarlas mediante datos objetivos. Así mismo, esta investigación

utiliza diversos métodos y técnicas tangenciales como el método histórico, la descripción o la interpretación.

La opinión pública y la propaganda, concretamente sus relaciones con la política exterior, han sido estudiadas ampliamente desde todas las escuelas de pensamiento de las relaciones internacionales, así como desde la política, la estadística, la comunicación o la Historia. Por tanto, como fuentes de investigación se partirá de los trabajos de autores tan representativos como Walter Lippmann<sup>2</sup>, Ole Holsti<sup>3</sup>, Alejandro Pizarroso Quintero<sup>4</sup> y Phillip Taylor<sup>5</sup>.

Partiendo y aprendiendo de la bibliografía de estos autores se ha podido tener acceso a fuentes primarias como correos electrónicos, documentos oficiales, memorias o diarios de los directores de comunicación del Gobierno Blair, que se hicieron públicos durante el proceso de investigación conocido como *Hutton Inquiri*, y que son fundamentales para entender y demostrar las hipótesis planteadas. Por último, se manejarán también datos demoscópicos, obtenidos a través de los resultados periódicos del observatorio británico de opinión pública Ipsos-MORI.

## 1. Aproximación conceptual: propaganda y opinión pública

Antes de abordar las relaciones entre propaganda y opinión pública es necesario acotar ambos conceptos. Ante la existencia de numerosas acepciones, definiciones o tendencias, en el presente estudio se tomarán como base las teorías de Robert Entman, quien postula tres tipos de opinión pública<sup>6</sup>.

Por un lado, en su acepción habitual, no sería sino la suma de las preferencias individuales de cada individuo; en segundo lugar, lo que él denomina “polling opinion”, u opinión medible, que constituye el dictamen de la mayoría reflejada en las encuestas. Para Entman, este tipo de sentir es susceptible de ser influenciado por los medios de comunicación y sus resultados son más fácilmente manejables por las élites que aquellos resultantes de la suma de voluntades individuales. En tercer lugar, está la opinión observada, que es aquella que perciben los observadores, incluidos dirigentes y prensa especializada, suele ser una construcción ficticia de

---

<sup>2</sup> Lippmann, Walter, *La Opinión Pública*, Madrid, Cuadernos de Langre, 2003.

<sup>3</sup> Holsti, Ole, *Public Opinion and American Foreign Policy*, Michigan, University of Michigan Press, 2004.

<sup>4</sup> Pizarroso Quintero, Alejandro, *Historia de la Propaganda: notas para una estudio de la propaganda política y de guerra*, Madrid, Eudema, 1990.

<sup>5</sup> Taylor, Phillip, *Munitions of the Mind. A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Day*, Manchester, Manchester University Press, 2003.

<sup>6</sup> Entman, Robert, “Declarations of Independence: The Growth of Media Power after the Cold War”, en Shapiro, Robert (ed.), *Decisionmaking in a Glass House: Mass Media, public opinion, and American and European foreign policy in the 21st Century*, Maryland, Rowman & Littlefield Publishers, 2000.

estas élites, que a menudo descartan resultados de las encuestas e incluso el sentir del pueblo a favor de su propia percepción.

Por tanto, tomando como referencia las teorías de Entman, en el presente análisis se definirá opinión pública como el dictamen de la mayoría social sobre un tema concreto, obtenido a través de la suma de las preferencias individuales de cada individuo, hechas públicas a través de los medios de comunicación de masas y las encuestas.

Por otro lado, el concepto de propaganda, aunque como tal no se acuña hasta el siglo XVII, se conoce ya desde la Grecia Clásica y ha ido ligado a los conflictos bélicos desde entonces. Existen numerosas definiciones del término, así como múltiples obras que tratan el fenómeno<sup>7</sup>. En este trabajo podemos aceptar como paradigma la definición adoptada por el Institute for Propaganda Analysis donde se define la propaganda como “la expresión de una opinión o acción por un individuo o grupo, deliberadamente orientada a influenciar opiniones o acciones de otros individuos o grupos”<sup>8</sup>.

La propaganda es una actividad multidisciplinar que ha sido estudiada y aplicada a diferentes ciencias históricas, políticas, sociales o económicas. Históricamente, es posible analizar las prácticas propagandísticas como hechos, poniendo de relieve los resultados derivados de las mismas, y así se estudiará en el presente trabajo.

El nuevo orden mundial, que nace tras la caída del Muro de Berlín, ha traído consigo la construcción de una comunidad y una sociedad civil integral. En este entorno globalizado, marcado por las relaciones económicas transnacionales, los organismos políticos supranacionales y las organizaciones internacionales, los medios de comunicación de masas se han convertido en el paradigma de la globalización de ideas.

Así, los medios de comunicación de masas son un vehículo para la formación de la opinión pública, sobre todo a través de dos mecanismos. Por un lado, generan la ilusión de consenso, lo que se conoce como “espiral del silencio”<sup>9</sup>, la reproducción en los medios de las corrientes de pensamiento predominantes hacen que aquellas contrarias se adhieran por miedo al aislamiento. Por otro lado, definen los temas a valorar y discutir por las mayorías a través de la *Agenda Setting*<sup>10</sup>. Tal y como expone Cohen, los medios “pueden no tener éxito en decirle a la gente qué pensar, pero si lo tienen en decirles sobre qué”<sup>11</sup>.

En nuestras democracias representativas el examen periódico al que se someten los gobernantes en las urnas hace que tengan que estar pendientes del criterio de los ciudadanos.

---

<sup>7</sup> Para obtener más información sobre el fenómeno de la propaganda y su historia ver: Sturminger, Alfred, *3000 años de propaganda política*, Madrid, Ediciones Cid, 1965.

<sup>8</sup> Miller, Clyde, “If you detect propaganda”, en *The Rotarian*, diciembre de 1939, p. 14.

<sup>9</sup> Noelle-Neumann, Elisabeth, *The Espiral fo Silence*, Chicago, University of Chicago Press, 1993.

<sup>10</sup> McCombs, Maxwell et al., *Communication and Democracy: Exploring the intellectual frontiers in Agenda-Setting theory*, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, 1997.

<sup>11</sup> Cohen, Bernard, “A View from the Academy”, en Bennett, Lance (ed.), *Taken by storm: The Media, Public Opinion, and U.S. Foreign Plicy in the Gulf War*, Chicago, University of Chicago Press, 1994, p. 13.

Por tanto, durante el proceso de toma de decisiones los líderes políticos tienden a considerar a la opinión pública, ya que no pueden permitirse tomar decisiones contra este consenso general. Así mismo, concededores de estos mecanismos imperantes, los gobiernos occidentales se han esforzado en el estudio y el empleo de la opinión pública para, a través de su propaganda institucional, conseguir que se apoyen sus políticas públicas.

En política exterior, la construcción de este consenso es fundamental, sobre todo a la hora de autorizar el uso de la fuerza lejos de las propias fronteras. Como establecía, ya en 1984, el Secretario de Defensa Casper Weinberger, entre los requisitos necesarios para desplegar a las Fuerzas Armadas en el extranjero “debería haber alguna prueba razonable de que tendrían el apoyo del pueblo americano”<sup>12</sup>.

Hasta la desaparición de la URSS, demonizada como enemigo por Occidente, existía un consenso que permitía a los dirigentes hacer uso de la fuerza como medida defensiva ante el *demonio soviético*. La URSS estaba conceptualizada como amenaza en el imaginario colectivo del pueblo occidental, con lo que los dirigentes podían hacer uso de la fuerza legitimando su acción como defensiva ante tal percepción. Sin embargo, la caída del Muro de Berlín hizo que las sociedades occidentales dejaran de percibir amenazas, creándose el consenso de falta de enemigos y, por tanto, tendiendo a posiciones no intervencionistas.

A la hora de autorizar el uso de la fuerza cualquier Gobierno debe contar con el apoyo de las mayorías y, para ello, debe construir un consenso en torno a las medidas tomadas. Tiene que contar con la unidad de mensaje de las élites, incluidos los medios de comunicación, y con el apoyo de la oposición. Cuando la población detecta una fractura política, generalmente refrendada en la prensa nacional, el acuerdo construido a través de la espiral del silencio se rompe y es más fácil observar juicios contrarios.

## 2. El uso de la propaganda para legitimar el uso de la fuerza: intervención británica en Iraq

La operación “Libertad Iraquí” se inició oficialmente en marzo de 2003, sin embargo la campaña internacional de relaciones públicas para legitimarla databa del 11 de septiembre de 2001. Tras los atentados del World Trade Center y Washington, Estados Unidos inició su guerra contra el terrorismo incluyendo a Saddam Husein como epicentro de la misma.

Durante el año 2002 se sucedieron los acontecimientos, con la Agencia Internacional de Energía Atómica (OIEA) y sus observadores sobre el terreno como protagonistas, buscando las armas de destrucción masiva supuestamente en manos del gobierno iraquí. La falta de

---

<sup>12</sup> Holsti, Ole, *Public Opinion and... op. cit.*, p. 1.

colaboración del régimen Saddam, unida a las sucesivas expulsiones de los observadores, provocaron la resolución 1441 del Consejo de Seguridad de Naciones Unidas, que daba un plazo máximo de treinta días a Iraq para colaborar con la OIEA en la comprobación de la existencia de armas de destrucción masiva sobre el terreno. El Consejo de Seguridad amenazaba con graves consecuencias en caso de que la resolución fuera incumplida, pero no contemplaba en ningún caso el uso de la fuerza<sup>13</sup>.

Haciendo una interpretación extensiva de dicha resolución, las Fuerzas Aéreas norteamericana y británica crearon un espacio de exclusión aérea en Iraq los días 2 y 3 de marzo. Apenas dos días después, Francia, Rusia y Alemania deslegitimaban la acción al no contemplar el uso de la fuerza para resolver el conflicto.

El 16 de marzo se producía la Cumbre de las Azores con el Presidente Bush, Tony Blair, José María Aznar y Durao Barroso, simbolizando la división de opiniones en torno al uso de la fuerza en el seno de la Alianza Atlántica. El día 19, Estados Unidos daba cuarenta y ocho horas a Saddam Husein para que entregase sus armas de destrucción masiva. El 21 de marzo, cumplido el ultimátum, se iniciaba la operación “Libertad Iraquí”, que terminaría el mismo 9 de abril, dando paso a una guerra de resistencia y un proceso de reconstrucción que continúa aun hoy vigente<sup>14</sup>.

Como se ha expuesto, la campaña de propaganda a favor de la intervención en Iraq fue iniciada por Estados Unidos dos años antes. El impacto de los atentados del 11 de septiembre, unido a la percepción de amenaza terrorista, hizo que Bush mantuviera cotas altas de apoyo entre su población para intervenir en Iraq.

Sin embargo, Tony Blair, como sus aliados europeos, tuvo muchos problemas a lo largo de 2002, e incluso con la ruptura de las hostilidades en marzo de 2003, para legitimar la operación. Los medios de comunicación, su propio Parlamento, sus socios europeos y la opinión pública estaban en contra de una acción militar contra Saddam Hussein. Las encuestas en marzo de 2002, un año antes de que se produjera la operación, mostraban que el 52% de los británicos estaban en contra de una acción militar en Iraq<sup>15</sup>.

En julio de 2002, en el documento secreto “Conditions for Military Actions”, que se utilizó como base de la reunión al más alto nivel del Gobierno Blair, se podían leer que las condiciones necesarias para llevar a cabo la operación en Iraq incluían “justificación legal, coalición internacional, letargo del conflicto palestino-israelí, la evaluación positivo del riesgo/beneficio y preparar a la opinión pública”<sup>16</sup>. Como vehículo para legitimar la operación se

---

<sup>13</sup> La Resolución 1441 puede ser consultada online en «<http://www.un.org/Docs/scres/2002/sc2002.htm>» [Consultado el 15 de abril de 2013].

<sup>14</sup> Para conocer más detalles de la Guerra de Resistencia en Iraq desde el año 2003 consultar: Pizarroso, Alejandro, *Nuevas Guerras, Vieja Propaganda (de Vietnam a Irak)*, Madrid, Cátedra, 2005.

<sup>15</sup> “Time Poll Reveals Declining British Support For The War Against Terror”. «<http://www.ipsos-mori.com/researchpublications/researcharchive/poll.aspx?oItemId=1104>» [Consultado el 12 de mayo de 2013].

<sup>16</sup> “Conditions for Military Actions”, *Sunday Times*, 12 de junio de 2005. «<http://www2.gwu.edu/~nsarchiv/NSAEBB/NSAEBB328/II-Doc13.pdf>» [Consultado el 12 de septiembre de 2013].

indicaba que se tendría que dar “máxima cobertura a la amenaza que suponía Saddam Hussein, incluyendo sus armas de destrucción masiva”<sup>17</sup>.

A partir de este momento, y partiendo de dichas premisas, el Gobierno Británico centró su mensaje en la asociación del régimen iraquí con las armas de destrucción masiva, subrayando la amenaza que estas suponían para la población civil occidental. Con el fin de conseguir legitimar la futura acción militar y explicar a su población las razones por las que se debía apoyar la operación, se lanzó una campaña masiva de información y propaganda centralizada en dos documentos de inteligencia: “Iraq’s Weapons of Mass Destruction”<sup>18</sup>, conocido como “September Dossier”, e “Iraq—Its infrastructure of concealment, deception and intimidation”<sup>19</sup>, denominado por la prensa como “Dodgy Dossier”.

El presente análisis tomará como referencia el proceso de elaboración y publicación del primero de ellos, para analizar la propaganda y manipulación que llevaron a cabo desde el Gobierno Blair para conseguir construir el consenso de amenaza a través de los medios de comunicación, legitimando la acción militar y buscando el apoyo de la opinión pública.

### 3. “September Dossier”

El 17 de julio de 2003 David Kelly, científico asesor del Ministerio de Defensa, se suicidó al no poder soportar la presión cuando su nombre fue filtrado como la fuente principal de la BBC, que afirmaba que el Gobierno Blair había exagerado la amenaza que suponía Saddam Hussein para ganar el apoyo de la mayoría a la Guerra de Iraq.

Las afirmaciones de Andrew Gilligan en la BBC, el suicidio de Kelly y los desmentidos del Gabinete de Tony Blair, hicieron que se iniciara una investigación pública de los hechos, conocido como “The Hutton Inquiry”<sup>20</sup>, que permitió hacer público gran cantidad de documentos privados, oficiales e incluso confidenciales en torno a la campaña de propaganda del gobierno, centrada en el “September Dossier”.

El 29 de mayo de 2003, en su programa “Today” de BBC Radio 4, Gilligan afirmaba:

“Uno de los oficiales encargados de elaborar el dossier nos ha contado que probablemente el Gobierno sabía que la cláusula de los cuarenta y cinco minutos estaba equivocada antes de incluirla [...] Downing Street ordenó una

---

<sup>17</sup> *Ibidem*.

<sup>18</sup> Este documento está disponible online en la dirección: «<http://www.archive2.official-documents.co.uk/document/reps/iraq/cover.htm>» [Consultado el 10 de mayo de 2013].

<sup>19</sup> El documento puede consultarse online en: «<http://www.fas.org/irp/world/iraq/uk0103.pdf>» [Consultado el 10 de mayo de 2013].

<sup>20</sup> Todos los documentos publicados, así como las transcripciones de los testimonios, están disponibles en la dirección: «<http://www.the-hutton-inquiry.org.uk/>» [Consultado el 10 de mayo de 2013].



semana antes de su publicación que se hiciera más atractivo, más atrayente...”<sup>21</sup>.

El programa de la BBC “Panorama” reconstruyó la conversación entre Gilligan y Kelly y dio lugar a las declaraciones del primero de ellos que iniciaron el proceso sobre el “September Dossier”:

“GILLIGAN: Volviendo al dossier. ¿Qué paso? La última vez que nos vimos me dijiste que no era muy interesante. KELLY: Si, es correcto. Hasta la última semana fue como te dije. Se modificó en la semana antes de su publicación.

GILLIGAN: ¿Para hacerlo más atractivo?

KELLY: Si, para hacerlo más atractivo.

GILLIGAN: ¿Qué quieres decir? ¿Puedes darme algún ejemplo?

KELLY: El clásico es el de los 45 minutos. La afirmación de que las armas de destrucción masiva podrían estar disponibles en 45 minutos provenía de una sola fuente, cuando la mayoría de informaciones del dossier tenían al menos dobles fuentes.

GILLIGAN: ¿Cómo ocurrió esta transformación?

KELLY: Campbell.

GILLIGAN: ¿Qué? ¿Campbell se lo inventó? ¿Ellos se lo inventaron?

KELLY: No, era información real, pero era poco fiable y se incluyó en el dossier en contra de nuestra voluntad”<sup>22</sup>.

La figura de Campbell es fundamental en el proceso, en la campaña de propaganda y en la propia génesis del Gobierno Blair. Alastair Campbell fue el asesor de imagen de Blair y el Director de Comunicación del Primer Ministro. El “September Dossier” fue elaborado por la inteligencia británica, pero controlado por Campbell para que sirviera a sus intereses propagandísticos. Cuando Gilligan sacó a relucir el nombre de Campbell, este declaró que las acusaciones de la BBC eran falsas y que simplemente se limitó a hacer recomendaciones de presentación, sin modificar la esencia del dossier. Sin embargo, los documentos desvelados en “The Hutton Inquiry” permiten demostrar que tanto él como su equipo de colaboradores fueron determinantes en los cambios que se llevaron a cabo en el dossier.

Como se puede observar en las declaraciones de Gilligan, la afirmación de que Iraq tenía la capacidad de desplegar sus armas de destrucción masiva en 45 minutos se convirtió en el paradigma de la campaña de propaganda de Campbell. Textualmente, en el dossier se puede leer “Su planeamiento militar permite que algunas de sus armas de destrucción masiva estén disponibles en 45 minutos desde que se dé la orden de usarlas”<sup>23</sup>.

John Scarlett, Presidente del Comité de Inteligencia Conjunto, declaró que la afirmación de los 45 minutos “se refería solo a las armas de corto alcance como morteros, y no a los

---

<sup>21</sup> La transcripción completa del programa de radio se puede encontrar en «[http://www.the-hutton-inquiry.org.uk/content/bbc/bbc\\_1\\_0004to0017.pdf](http://www.the-hutton-inquiry.org.uk/content/bbc/bbc_1_0004to0017.pdf)» [Consultado el 10 de mayo de 2013].

<sup>22</sup> La transcripción completa del programa de televisión se puede consultar en: «<http://news.bbc.co.uk/nol/shared/spl/hi/programmes/panorama/transcripts/afighttothedeath.txt>» [Consultado el 10 de mayo de 2013].

<sup>23</sup> “Iraq’s Weapons on Mass Destruction. The assesment of the Brithish Government”, The National Archives (en adelante, TNA). «<http://webarchive.nationalarchives.gov.uk>» [Consultado el 26 de abril de 2013].



misiles de largo alcance que podrían alcanzar las bases británicas en Chipre, como señalaba el dossier”<sup>24</sup>.

Campbell declaró que obviamente la cláusula debería haber sido más clara en el dossier y haber indicado que se trataba de munición de corto alcance, y que, como declaró Tony Blair en la Cámara de Comunes, se trataba de una simple afirmación que la prensa había convertido en icono<sup>25</sup>. Sin embargo, la afirmación aparece cuatro veces en el documento, incluida en la introducción del propio Blair, y siempre ligada explícitamente a las armas de destrucción masiva, específicamente químicas y biológicas.

Así mismo, los documentos hechos públicos en la investigación probaron que Campbell y el Gobierno Blair tenían interés en que la prensa difundiera la información del dossier, como prueba el intercambio de mails entre el propio Campbell y el jefe de Gabinete de Blair, Jonathan Powell. El 19 de septiembre, Powell escribía a Campbell “¿Alastair cuál será el titular del Standard el día de la publicación? ¿Cuál queremos que sea?”<sup>26</sup>. El titular del *Evening Standard* del 24 de septiembre fue “45 Minutes From Attack”, en el mismo sentido al día siguiente los grandes diarios británicos abrieron con los siguientes titulares: “45 minutes from a Chemical War” en *The Start*, “Saddam can strike in 45 minutes” para el *Express* o “Brits 45 minutes from doom” para el diario *The Sun*<sup>27</sup>.

La prensa hizo así de los 45 minutos el titular fundamental del dossier. Si estaba mal explicado, como se alegó posteriormente, nadie desmintió que no se trataba de las armas de destrucción masiva.

Junto a la cláusula de los 45 minutos, la investigación hizo aflorar numerosas transformaciones en el documento, como parte de la campaña de propaganda para influenciar en la opinión pública y que esta diera su apoyo a Blair en la operación militar en Iraq.

En primer lugar, hasta el 19 de septiembre, apenas cinco días antes de su publicación, el borrador se llamaba “Iraq’s Programme for WMD”, frente al título final de “Iraq’s Weapons of Mass Destruction”. El cambio de título nos permite señalar dos grandes elementos. En primer lugar, se sustituyen las siglas en inglés de armas de destrucción masiva, no reconocibles por el gran público; en segundo lugar, se elimina la palabra programa, que da a entender que se trataba de un proceso, dando por hecho que esas armas ya se han conseguido<sup>28</sup>.

En el intercambio de e-mails entre las oficinas de John Scarlett y Campbell destacan las revisiones en las sucesivas versiones del documento del lenguaje empleado. Campbell insiste

---

<sup>24</sup> Transcripción disponible en: <http://www.the-hutton-inquiry.org.uk/content/transcripts/hearing-trans42.htm> [Consultado el 3 de mayo de 2013].

<sup>25</sup> Biles, Peter, “Alastair Campbell defends «every word» of Iraq dossier”, en BBC News, 2012. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/8453116.stm> [Consultado el 1 de junio 2013].

<sup>26</sup> Intercambio de e-mails entre Campbell y Powell: [http://www.the-hutton-inquiry.org.uk/content/cab/cab\\_11\\_0103.pdf](http://www.the-hutton-inquiry.org.uk/content/cab/cab_11_0103.pdf) [Consultado el 2 de mayo de 2013].

<sup>27</sup> “Timeline: The 45-Minute Claim”, BBC News. [http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk\\_news/politics/3466005.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/3466005.stm) [Consultado el 2 de mayo de 2013].

<sup>28</sup> Norton-Taylor, Richard, “10 ways to sex up a dossier”, en *The Guardian*, 27 de septiembre de 2003.

en la sustitución de todas las formulas condicionales<sup>29</sup> por frases más asertivas. En uno de los e-mails incluye un memorándum de dieciséis puntos que deben ser modificados en el borrador. En el punto 19, por ejemplo, se puede observar como propone “«podría» es débil, «puede ser usado» es mejor”<sup>30</sup>. Scarlett confirma en su respuesta del día siguiente que “hemos fortalecido el lenguaje en las preocupaciones y planes actuales, incluyendo el sumario ejecutivo”<sup>31</sup>.

Siguiendo los planes de la Administración Blair para conseguir que el régimen de Saddam fuera considerado una amenaza por el pueblo británico, legitimando así el uso de la fuerza, todos los detalles fueron cuidados. El 19 de septiembre Powell alerta a Campbell de que la afirmación “«Saddam está preparado para usar sus armas químicas y biológicas si siente que su régimen está siendo amenazado» es un problema”<sup>32</sup>. Powell insta a Campbell a rehacer el párrafo, al juzgar que puede dar a entender al lector que Saddam sólo atacará si se siente amenazado, es decir, se defenderá. Finalmente, el texto que fue publicado señalaba “inteligencia indica que como parte del planeamiento militar iraquí, Saddam está dispuesto a usar sus armas químicas y biológicas”<sup>33</sup>.

El escándalo mediático que provocó la investigación “Hutton”, sobre todo en lo relativo a las manipulaciones del dossier por parte de Alastair Campbell y el Gabinete del Primer Ministro Blair, hicieron que surgieran diferentes investigaciones institucionales para esclarecer los hechos y la responsabilidad de los implicados. Las más importantes fueron las llevadas a cabo por la Cámara de los Comunes en julio de 2003 bajo el título “The Decision to go to War in Iraq”<sup>34</sup> y la conocida como Butler Inquiry<sup>35</sup>, llevada a cabo por profesionales independientes y basada en la información de inteligencia, que emitió el informe “Review of Intelligence on Weapons of Mass Destruction”.

Ambos informes coinciden en que los juicios emitidos en el dossier fueron más allá de la información de inteligencia que se disponía, pero no hubo intención deliberada del Gobierno de inducir a error. En particular, se centran en la cláusula de los 45 minutos afirmando: por un lado, que no debería haber sido incluida, con lo que lleva a sospechar que se incluyó por su gran impacto visual<sup>36</sup>; y, por otro, que no debería haber tenido tanta presencia en el dossier, al

---

<sup>29</sup> Se insiste en la sustitución de palabras como *may*, *could* o *might* que dan idea de condicionalidad (podría) por frases más contundentes como *is capable* (es posible).

<sup>30</sup> En el original: “«could» is weak «capable of being used» is better”.

<sup>31</sup> Intercambio de e-mails disponible online en: <<http://www.the-hutton-inquiry.org.uk/>> [Consultado el 2 de mayo 2013].

<sup>32</sup> Intercambio de e-mails entre Campbell y Powell: <[http://www.the-hutton-inquiry.org.uk/content/cab/cab\\_11\\_0103.pdf](http://www.the-hutton-inquiry.org.uk/content/cab/cab_11_0103.pdf)> [Consultado el 2 de mayo de 2013].

<sup>33</sup> “Iraq’s Weapons on Mass Destruction. The assesment of the Brithish Government”, TNA, p . 22. <<http://webarchive.nationalarchives.gov.uk>> [Consultado el 25 de abril de 2013].

<sup>34</sup> The Foreign Affairs Committee, *The decision to go to war in Iraq*, Londres, House of Commons: Stationery Office Limited, 2003.

<sup>35</sup> Committee of Privy Counsellors, *Review of Intelligence on Weapons of Mass Destruction*, Londres, House of Commons: The Stationery Office, 2004.

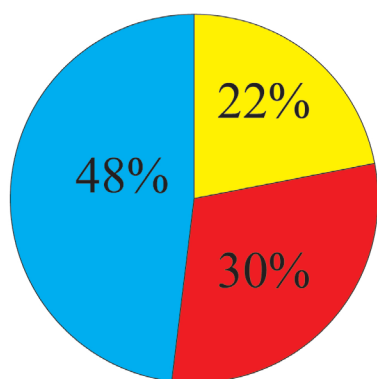
<sup>36</sup> *Ibidem*, p. 4.

estar basada en una sola fuente no contrastable<sup>37</sup>. Campbell fue considerado no responsable de la manipulación del dossier por la Cámara de los Comunes, pero dimitió de su puesto el 25 de febrero de 2004.

A pesar de esta versión oficial, durante la investigación quedó comprobado que Campbell y el Gobierno Blair llevaron a cabo una campaña de propaganda con el fin de conseguir que el pueblo británico apoyara sus intenciones de entrar en guerra con Iraq. Su asociación del régimen iraquí con las armas de destrucción masiva no fue casual, sabían, por las encuestas, que estas armas eran la llave para conseguir una resolución del Consejo de Seguridad de Naciones Unidas y un sí en la legitimación popular de la ocupación.

A pesar de que el impacto del dossier es cuantificable sobre todo los primeros días de

Es necesario tomar acciones



Iraq es una amenaza

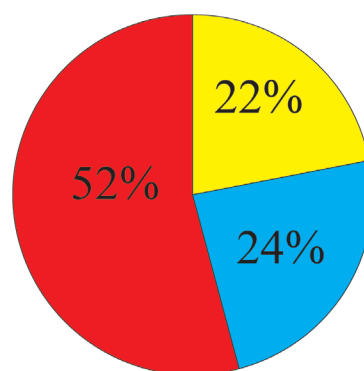


Figura 1: Impacto del “September Dossier” en la opinión pública británica (septiembre de 2002). Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Ipsos de septiembre de 2002. “Possible War with Iraq-the Public’s View”. <http://www.ipsos-mori.com/researchpublications/researcharchive/1029/Possible-War-With-Iraq-the-Publics-View.aspx> [Consultado el 5 de junio de 2013].

su publicación, lo cierto es que aunque ayudó a que Tony Blair pudiera lanzar su ofensiva en Iraq, no consiguió el apoyo unánime de la mayoría a la política exterior del Gobierno británico. El Dossier me ha convencido de que:

#### 4. Conclusiones

<sup>37</sup> The Foreign Affairs Committee, *The decision... op.cit.*, p. 8.

Una vez analizados los diferentes parámetros de la investigación, es posible afirmar, como establecía la hipótesis inicial, que el Gobierno Blair hizo uso de la propaganda para convencer a su opinión pública de la necesidad de hacer uso de la fuerza en Iraq, utilizando la manipulación y el impacto de los medios de comunicación de masas.

Como establecía Cohen, Campbell tuvo éxito en el desarrollo de su campaña de propaganda ya que, independientemente de conseguir o no que la población confiara en su mensaje, consiguió que las armas de destrucción masiva y su posible despliegue en 45 minutos se convirtieran en el epicentro de la información sobre Iraq al publicar el dossier.

Aunque las versiones oficiales, tanto de la Cámara de los Comunes como de la Investigación Butler, concluyeran que a pesar de que hubo manipulación no se podía hablar de voluntad deliberada de inducir a error, lo cierto es que para llevar a cabo la campaña de propaganda usaron intencionadamente todas las herramientas que tenían disponibles.

Así, la inclusión de la cláusula de los 45 minutos funcionó perfectamente como eslogan, simplificando toda la información de inteligencia del dossier de forma que pudiera ser entendida por todos y se convirtiera en un titular impactante en los medios de comunicación. Junto a ello, modificaron el lenguaje para conseguir que informaciones probables fueran entendidas como definitivas.

Buscaron también el mayor impacto posible del dossier y sus informaciones en los medios de comunicación, al saber que estos son hoy el elemento fundamental en la construcción del consenso y el vehículo para llegar a la opinión pública al ser el gran globalizador de ideas.

Fueron conscientes de la necesidad de que existiera una amenaza que sacara al pueblo británico de sus posiciones no intervencionistas, construyéndola premeditadamente a través de la campaña de propaganda, como se puede ver en la reunión de julio de 2002.

Es por tanto evidente que existió voluntariedad en la campaña de manipulación para conseguir el apoyo de las mayorías, construyendo el consenso a través de la propaganda.

Como afirmó Henry Porter en *The Observer* la cuestión no era tanto si Campbell mintió, como si deliberadamente tanto él como el Gobierno Blair utilizaron la manipulación, sesgando o manejando la información a su antojo, para crear un dossier en el cuál se basó la decisión de un Estado de ir a la guerra<sup>38</sup>.

---

<sup>38</sup> Porter, Henry, "We all are mad, or is it Hutton?", en *The Observer*, 1 de febrero de 2004.