

Los Pretorianos en Washington

Autor beu
viernes, 20 de abril de 2007
Modificado el viernes, 27 de abril de 2007

Aleksandro Palomo Garrido, El Viejo Topo

19-04-2007

El ejército y el complejo industrial del armamento

El ejército y el complejo industrial del armamento han ido ganando un protagonismo creciente en la sociedad estadounidense, que se ha traducido en un mayor poder político.

Se puede hablar de la subida al poder de una auténtica corte formada por pretorianos. No es casualidad que casi todos los jerarcas del gobierno Bush estén íntimamente relacionados con el complejo militar-industrial del país norteamericano.

El ejército y el complejo industrial del armamento han ido ganando un protagonismo creciente en la sociedad estadounidense, que se ha traducido en un mayor poder político. Este poder político atrincherado en el ala derecha del partido republicano se ha ungido como el representante de los valores tradicionales estadounidenses. Con la llegada del presidente Bush a la Casa Blanca se puede hablar de la subida al poder de una auténtica corte formada por pretorianos. El Pentágono, al ampliar el significado de la seguridad nacional para que abarque el contraterrorismo y el control de la inmigración, campos en los que ahora participa activamente, se ha introducido en asuntos de política interna. La lucha antiterrorista es una noción sumamente flexible que ha abierto la puerta a los abusos de unas fuerzas armadas ambiciosas y poco escrupulosas. El estamento militar ha expandido sus funciones en detrimento de otras parcelas del gobierno. En el verano de 2002, el gobierno Bush ordenó a los abogados de los departamentos de justicia y de defensa que revisaran la ley Posse Comitatus y cualquier otra que pudiera limitar la participación de las fuerzas armadas en la defensa y promoción del cumplimiento de la ley interior del país. En virtud de ello el Departamento de Defensa ha redactado órdenes de servicio para responder a lo que denomina CIDCON (situación de desorden civil). Para respaldar esta orden, el Departamento de Defensa creó un nuevo mando militar regional para la protección de Norteamérica, comparable a los existentes para la defensa de Latinoamérica, Europa, Oriente Próximo y el Pacífico. El poder de los comandantes militares regionales (CINC), que están al mando de estas regiones es enorme. Un CINC rinde cuentas directamente al presidente y al Secretario de Defensa, pasando por alto a los jefes de los distintos cuerpos y a la cadena de mando usual.

El Pentágono, también, ha logrado del Departamento del Tesoro que toda adquisición extranjera significativa de empresas estadounidenses deba someterse a un examen de seguridad nacional. Tal es así, que dicho organismo tiene que notificar al Pentágono, obligatoriamente, todas las adquisiciones realizadas por extranjeros por valor superior a los cien millones de dólares. Lo mismo ha ocurrido con los recursos. Además, los militares han conseguido tener una voz mucho más fuerte en el Comité de Inversiones Extranjeras de Estados Unidos (CFIUS). En lo que respecta al ámbito internacional, el anterior mandatario del Pentágono, Donald Rumsfeld, persiguió con ahínco el que las fuerzas de operaciones especiales del ejército desplazaran a la Agencia Central de Inteligencia (CIA) en su papel tradicional en la dirección y ejecución de las operaciones encubiertas en el extranjero. Sus esfuerzos no han sido vanos y en tiempos de la "guerra contra el terrorismo" las funciones de los militares se han ampliado y les ha otorgado jurisdicciones que antes eran casi en su totalidad territorio civil. De hecho, se les asignó el mayor incremento de gastos en el presupuesto de defensa de 2003 (un aumento de cerca del 20%, hasta alcanzar los 3.800 millones de dólares).

El presupuesto de defensa no ha parado de crecer y ello ha ido en detrimento de las asignaciones presupuestarias de otros departamentos. Por ejemplo, en 2003, el 93% de las asignaciones presupuestarias destinadas a los asuntos internacionales han ido a parar a los militares y sólo el 7% al Departamento de Estado. Para justificarlo se aduce que el dominio militar permanente del mundo es un negocio caro y no les falta razón. El US. Army tiene 480.000 miembros, la US. Navy 375.000, la US. Air Force 359.000 y la infantería de marina 175.000, sumando un total de 1,389.000 hombres y mujeres en servicio activo. En 2003, la nómina de ese personal ascendía a 27.100 millones de dólares en el US. Army ; 22.000 en la US. Navy ; 22.000 en la US. Air Force y 8.600 en la infantería de marina. Para el año fiscal 2003, el proyecto de asignaciones militares, que se firmó el 23 de octubre de 2002, ascendía a 354.800 millones de dólares. Para el año fiscal 2004, el Departamento de Defensa solicitó al congreso que ese importe se elevara hasta los 379.300 millones de dólares, lo que se le concedió, además de los 15.600 millones para los programas de armas nucleares que administra el Departamento de Energía y de los 1.200 millones para la Guardia Costera. El importe total asciende a 396.100 millones de dólares. Esas cifras no incluyen los presupuestos de los servicios de inteligencia, ni los gastos derivados de la invasión de Iraq, ni la solicitud adicional del Pentágono de 10.000 millones de dólares para la lucha contra el terrorismo. Gran parte de este presupuesto de defensa, lo cual incluye la totalidad de las partidas destinadas a los servicios de información, es secreto. El nombre oficial de este "presupuesto negro" es "Programas de Acceso

Especial” (SAP) y están clasificados como alto secreto. Los SAP se dividen en tres tipos básicos: investigación y obtención de armamentos (AQ-SAP), operaciones y apoyo (OS-SAP), e inteligencia (IN-SAP). Unicamente unos pocos congresistas pueden asistir a las sesiones informativas sobre ellos[i]. Además, el Secretario de Defensa puede eximir a determinado programa del informe exigido, una decisión de la que sólo se notifica, oralmente, a un total de ocho congresistas pertenecientes a los comités de defensa. No existe un total oficial, aunque la Oficina General de Contabilidad (GAO) estimó en una ocasión que se dedicaban entre 30.000 y 35.000 millones de dólares al año a secretos militares y de inteligencia. Los fondos para “programas negros” incluidos en el presupuesto de 2004 fueron los más elevados desde 1998[iii].

Para añadir más oscurantismo sobre el complejo militar en Estados Unidos, el Departamento de Defensa pidió, en octubre de 2001, a las empresas estadounidenses fabricantes de armamentos, que no informaran sobre sus exportaciones. El secreto se extendía sobre los contratos ya firmados. Teniendo en cuenta la diversificación financiera inversora creciente con la Globalización, se hace muy complicado determinar hasta donde llegan los tentáculos del dinero proveniente de la producción de armamento. Lo que es indudable es que el negocio de las armas produce pingües beneficios en una sociedad global envuelta en pleno “choque de civilizaciones”. Existen sociedades financieras dedicadas a explotar este creciente mercado, ya sea blanqueando beneficios provenientes del tráfico de armas, como invirtiendo estos capitales en sectores económicos de importancia estratégica que refuerzan este monopolio sobre el sector.

El grupo Carlyle es una de estas sociedades financieras y una de las más poderosas del momento. Las cifras indican que ninguna otra compañía de inversiones gestiona más dinero. Y es que el líquido con el que Carlyle cuenta para sus actividades es de casi 14.000 millones de dólares. Las inversiones del grupo Carlyle se extienden por todo el mundo. El desembarco en Europa de la sociedad fue espectacular. Llegó en el año 2001 con miles de millones de euros para invertir en los países más proclives a la política de Estados Unidos. Llama la atención su interés por sectores industriales estratégicos como el sector de los armamentos y la investigación. El Carlyle Group fue creado en 1987 y está dirigido por importantes figuras de la política internacional, ligados por la ideología conservadora: Frank C. Carlucci (ex-secretario de Defensa de Bush sr.), el propio Bush sr. (ex-presidente de Estados Unidos), James Baker (ex-secretario de Estado con Bush sr.), John Major (ex-primer ministro de Reino Unido), John Malek (ex-director de la campaña electoral de Bush jr.), Sami Barrma (director del Prime Commercial Bank), etc. La sociedad gestiona los bienes de algunas de las más importantes fortunas del planeta y actúa como contratista para numerosas empresas, especialmente las dedicadas a la fabricación de armamento[iiii]. Posee participaciones mayoritarias en United Defense Industries Inc. (el principal suministrador de armas a los gobiernos de Estados Unidos, Turquía y Arabia Saudí), pero también posee participaciones en el sector civil que no tienen nada que ver con el militar, como por ejemplo en Seven Up (que asegura el embotellamiento para Cadbury Schweppes) o Federal Data Corporation (que equipó, por ejemplo, a la Federal Aviation Administration con su sistema de vigilancia de tráfico aéreo civil). Este tipo de empresas salió enormemente beneficiadas de las ayudas y de los importantes contratos que impulsó el gobierno Bush tras el 11-S. En concreto, el Carlyle Group se calcula que ha recibido del gobierno de Bush, a raíz del 11-S, más de 12.000 millones de dólares.

Aparte de dinero, Estados Unidos precisa movilizar importantes recursos humanos para mantener activo un ejército de tales dimensiones. Desde la Guerra de Vietnam, el servicio en las fuerzas armadas es voluntario y se ha convertido en una forma de movilidad social para quienes están vedados otros canales de ascenso. En 1999, el 38% del personal alistado en el ejército de Estados Unidos no pertenecía a la raza blanca (el 22% eran afroamericanos, el 9% hispanos y el 7% otros). Esta proporción se incrementaba en las unidades de primera línea de combate. Incluso hay un factor racial en los criterios de selección para las distintas armas del ejército. La fuerza aérea es el feudo de la raza blanca, sólo un 28% pertenecen a minorías raciales, mientras que el 44% del personal del ejército de tierra pertenecen a minorías raciales. Los motivos prácticos, como el ascenso en el status social, son los principales a la hora de motivar el alistamiento en el ejército, pero no es despreciable el romanticismo que empuja a muchos jóvenes a buscar en la vida castrense el riesgo y la gloria. De hecho, en una sociedad en la que el ejército tiene un papel protagonista, como en Estados Unidos, es necesario reforzar esta visión idealista acerca del ejército y sus cometidos. En un ejército profesional como el de Estados Unidos, los soldados son inculcados con la idea de que constituyen un estrato especial de la sociedad. Por tanto, se sienten cada vez más inclinados a pensar en términos corporativos y no ya como personas que esperan regresar en breve a la vida civil. Todo esto constituye un aspecto del militarismo creciente que impregna la sociedad estadounidense.

Este militarismo se traduce en rasgos de violencia que impregnan la cultura. Las películas de Hollywood favorables a la guerra y que ensalzan la violencia no son una novedad. En Hollywood la desnudez del cuerpo humano no es bienvenida, mientras que la exhibición de armas y desgarros corporales varios se considera algo casi imprescindible. Las películas bélicas en concreto, se realizan con asesoramiento, personal y equipamiento militares, a cambio de que las fuerzas armadas examinen por anticipado el guión y tengan derecho a efectuar cambios en el mismo. El Pentágono participa regularmente en la realización de películas que tratan temas bélicos. Estas películas han divulgado la imagen de que la guerra es emocionante, un lugar para demostrar la masculinidad y para desafiar a la muerte de un modo socialmente aceptable. El protagonista es un personaje prototípico familiarizado con el manejo de las armas e imbuido de una poderosa obsesión por salvar al mundo. El personaje del malvado está representado por una figura unidimensional, cuya única función es ser fanática y conspirar para llevar el dolor y la muerte a los norteamericanos. Actualmente, los villanos favoritos son terroristas, de origen musulmán, sudamericano o del Este. Esa es la tesis de

tantas películas recientes de Hollywood como: Iron Eagle (Aguilas de acero), True lies (Mentiras arriesgadas) y The Siege (Estado de sitio), que tienen al “terrorismo islamista” de argumento reiterativo y gancho del que colgar una película de acción y emoción. Su “gente”, el colectivo de personas corrientes del que proviene el terrorista, se representa como si también compartiera las mismas características de los que cometen los actos terroristas.

Hasta finales de la década de 1960, las películas de guerra estadounidenses siempre terminaban en victoria. Esas victorias de ficción reforzaron la imagen de que las fuerzas armadas podían conquistarlo todo, eran todopoderosas y siempre tenían razón. Evidentemente, después de la Guerra de Vietnam se produjeron algunos cambios. Se introdujo cierto realismo, aunque el Pentágono se negó a colaborar en algunas películas como Apocalipse Now . En la actualidad, se ha recuperado el estilo triunfalista, aunque con frecuencia aparece un factor nuevo con respecto a las viejas películas y es el personaje de un traidor relacionado con Estados Unidos. El traidor desprecia los valores más profundos y conservadores de América y representa la antítesis del héroe. Hoy en día, cada rama de las fuerzas armadas posee un despacho en Los Angeles que se encarga de negociar las producciones fílmicas. Estas oficinas están gestionadas por los “oficiales de proyecto” que el Pentágono envía a los rodajes de las películas, con las que han firmado un contrato, observan lo que se está filmando y ofrecen su asesoramiento y punto de vista. Un ejemplo contemporáneo de los estrechos vínculos entre Hollywood y el Pentágono es Pearl Harbor , de los estudios Disney. La película se estrenó el 21 de mayo de 2001, con una proyección especial en la cubierta de aterrizaje del portaaviones nuclear John C. Stennis . Se montaron unas gradas y se instaló una inmensa pantalla sobre la cubierta. A continuación, el portaaviones se trasladó (sin aviones) de su puerto base en San Diego a Pearl Harbor específicamente para el acto. La marina y Disney invitaron al estreno a más de 2.500 personas. Tal como muestran los créditos, gran número de mandos de las fuerzas armadas ayudaron a realizar la película; a cambio pudieron realizar modificaciones en el planteamiento de la trama con el fin de presentar a los militares bajo una óptica favorable y promover la idea de que el servicio militar es romántico, patriótico y divertido. Según el Chicago Tribune , los reclutadores militares llegaron a colocar mesas en los vestíbulos de los cines donde se proyectaba la película, con la esperanza de atrapar a unos cuantos jóvenes a la salida de la película[iv].

El ejército actúa como una corporación más, promocionando sus productos (la guerra) y lanzando sus ofertas de reclutamiento al mercado. Para conseguir este objetivo de forma más eficiente, firma periódicamente contratos con empresas de la comunicación para difundir su mensaje[v]. La imagen del ejército debe ser impoluta y de infalibilidad para que refuerce el mito de la supremacía militar estadounidense. Los desastres y los casos de negligencia son tratados por los medios de comunicación con gran benevolencia. Como cuando el 9 de febrero de 2001, el submarino nuclear de ataque Greeneville de 6.500 toneladas salió repentinamente a la superficie frente a la costa de Honolulu durante una emergencia simulada. Colisionó con el Ehime Maru, un buque escuela japonés de 130 metros de eslora, lo hundió y ocasionó la muerte a nueve jóvenes japoneses. El caso fue un claro ejemplo de negligencia de la marina. El submarino había zarpado con el único fin de dar un paseo a dieciséis ricos patrocinadores de la marina. Sin embargo, el tratamiento que dio la prensa al suceso fue el de un accidente inevitable. Por otro lado, la influencia de la industria del armamento sobre la difusión de la información y la cultura, a través de la inversión financiera en empresas de comunicaciones, no es nada despreciable. Por ejemplo, el principal accionista de la cadena NBC es la corporación General Electric, una de las principales empresas proveedoras del Departamento de Defensa. Los contratos de GE para motores de aviones militares ascienden a miles de millones de dólares. Este fenómeno no se da únicamente en Estados Unidos, sino también en todos los países con una potente industria de armamentos. En el caso de Francia, por ejemplo, Serge Dassault y Jean-Luc Lagardère, dos de los dos principales empresarios de la comunicación en el país, afines al presidente Jacques Chirac, tanto por simpatía ideológica como por asuntos de negocios, dirigen respectivamente los grupos Dassault y Lagardère. Estos dos importantes grupos tienen en común la inquietante particularidad de haberse constituido en torno a una empresa central dedicada a la actividad militar (aviones de caza, helicópteros, misiles, cohetes, satélites, etc.). El viejo temor se ha hecho realidad: algunos de los principales medios de comunicación están ya en manos de los vendedores de cañones. En este momento en el que se producen importantes tensiones internacionales, es de imaginar que estos medios de comunicación no se opondrán enérgicamente al empleo de intervenciones militares.

Aleksandro Palomo Garrido. Doctorando en el departamento de Ciencia Política y de la Administración II en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la UCM.

[i] Este limitado acceso a la información sólo se concedió bastante avanzada la Guerra Fría, tras los escándalos del Watergate .

[ii] Datos extraídos de: Chalmers Johnson. Las amenazas del imperio . Edt. Crítica, Barcelona, 2004. p. 135.

[iii] Los haberes financieros del saudí Binladen Group (SBG) son gestionados por el Carlyle Group , desde el año 1995 en que Khaled Bin Mahfouz confió millones de dólares a la empresa.

[iv] Ver: Johnson, 2004, p. 129.

[v] Por ejemplo, ha firmado recientemente un contrato por valor de 470 millones de dólares con Microsoft, que es

copropietaria de MSNBC junto con NBC.Publicado en "El Viejo Topo" nº 230 (marzo 2007)