

# **INTERNET, E - COMMUNICATION AND PUBLIC OPINION: ANTI - WAR MOVEMENT IN THE INTERNET AND FROM THE INTERNET IN SPAIN**

**Guillermo López García**, Universidad de Valencia, Spain

## **1) Introducción: manifestaciones sociales contra la guerra**

Una opinión pública de alcance mundial ha aparecido súbitamente como principal contrapeso al poder hegemónico estadounidense en lo concerniente a la invasión de Irak y sus prolegómenos. Esta opinión pública, expresada mediante manifestaciones masivas, es de ámbito diferenciado a la que se ha venido desarrollando de forma incipiente en el mundo en los últimos años como protesta ante la globalización económica. Si esta última está fuertemente entroncada con diversos grupos antisistema y su alcance efectivo, por muchas simpatías que pueda granjearse, sigue siendo reducido, las manifestaciones que hemos vivido, sobre todo en Europa, pero también en número importante en el resto del mundo, sí que constituyen un desafío y un aviso a los representantes políticos que apoyaron la posición de los EE.UU., entre ellos el Gobierno español y en particular su presidente, José María Aznar.

Porque a estas manifestaciones se han incorporado ciudadanos provenientes de todos los ámbitos sociales e ideológicos, pero no lo han hecho apoyando la postura de una o varias opciones políticas en concreto, sino que se han manifestado por oposición, por común rechazo a la posición del Gobierno. El “No a la Guerra”, de esta forma, trasciende claramente el ámbito de la lucha de partidos y se constituye en opción de la inmensa mayoría de los ciudadanos, a juzgar por su plasmación en las diversas representaciones comúnmente consideradas de la opinión pública.

## **2) Representaciones de la opinión pública**

Hay que decir, en primer lugar, que la opinión pública no tiene en las manifestaciones su única manifestación, valga la redundancia. Es importante, con el fin de determinar

posteriormente cómo se ven modificadas y reubicadas en Internet, explicar someramente cuáles son las representaciones más importantes de la opinión pública (concepto habitualmente escurridizo y susceptible de interpretaciones complementarias e incluso dispares). Fundamentalmente, son cuatro:

- El voto y su representación efectiva en el Parlamento, o lo que podríamos llamar representación “formal”. La opinión del público, en efecto, cristaliza en el voto a una determinada opción política que supone la cesión momentánea de la “opinión” del público. Esta sería la representación más importante de la opinión pública, pero sus insuficiencias, y la propia salud del sistema democrático, requieren su supervisión por parte de otras instancias, en particular en un asunto como el que nos ocupa, donde la mayoría absoluta de que goza el Gobierno del Partido Popular en el Parlamento generó un sonoro desacuerdo entre la representación formal y las demás representaciones de la opinión pública, contrarias a la posición del Gobierno.

- Hacíamos referencia en el apartado anterior al escaso apoyo popular a esta guerra. Los sondeos, precisamente, se constituirían en la segunda manifestación de la opinión pública. En una sociedad de masas, la imposibilidad de preguntar directamente a la totalidad del público por su opinión para guiar la acción política (con contadas excepciones, es decir, el voto), ha terminado provocando un efecto no deseado: convertir a los sondeos, ante los ojos de buena parte de la clase política y los medios de comunicación, en una instancia capaz de suplantar al sufragio. Esta pretensión, naturalmente, es falsa. Los sondeos en modo alguno pueden suplantar al sufragio. Sí pueden, sin embargo, constituirse en una aproximación, un indicio relevante de la posición del público en torno a un determinado asunto. Y en ese sentido, las posiciones contrarias a esta guerra recogen en los sondeos un apoyo aplastante cercano al 90%, e incluso superior, en encuestas tan poco sospechosas como la del CIS.

- Los medios de comunicación, como intermediarios entre el público y el poder y representación más o menos reduccionista, pero a grandes líneas efectiva, de los estados de opinión del público. Los medios sancionarán lo que se considera socialmente bueno y

ejercerían el papel de “portavoces de la opinión pública”. Sin embargo, el hecho de que los medios no sean ajenos muchas veces a intereses espúreos ajenos a la opinión común invalida en parte esta pretensión. En el caso español, donde la práctica totalidad de los medios de comunicación de referencia mantienen estrechas relaciones con una parte del poder político, el pluralismo mediático no corresponde al existente en la opinión pública, aunque sí se da un curioso “pluralismo formal” (basado fundamentalmente en la diversidad de visiones de la actualidad que matizan poderosamente, e incluso invalidan en ocasiones particularmente importantes –un proceso electoral, por ejemplo- el “efecto Agenda Setting”), que en la práctica se acerca bastante a las distintas “opiniones públicas”, también en lo que respecta a la información relativa a la guerra, donde si bien los medios favorables al Gobierno continuaron, con alguna excepción (el diario El Mundo) defendiendo su postura en esta cuestión, también se dio una decantación, creciente conforme se evidenciaba la opinión del público, contraria a la guerra, en el mismo sentido de oposición.

- Por último, la cuarta manifestación de la opinión pública es, justamente, las manifestaciones sociales, expresión directa de un estado de opinión por parte de la ciudadanía. El volumen de las manifestaciones, así como su carácter continuado, es fiel reflejo de la veracidad de un estado ampliamente mayoritario de la opinión en contra de la guerra. Básicamente, el descontento con las acciones de todo tipo que en torno a este asunto ha llevado a cabo el Gobierno ha generado un movimiento en los medios de comunicación (encargados de trasladar al público dichas acciones) y en la ciudadanía que se ha reflejado en amplias manifestaciones (ante la constatación de los ciudadanos, a través de los datos expresados en los sondeos, y también a través de la acción interpersonal, “grado cero” de la opinión pública, de que el descontento con la acción del Gobierno era generalizado, y por tanto “no estaban solos”) que a su vez sirven de retroalimentación a los medios, a la oposición política y a nuevos sondeos, ayudados por la nula rectificación del Gobierno, la imagen del “Trío de las Azores”, el doble lenguaje del Gobierno en lo referente a la “Acción Humanitaria” o la propia elusión del término “guerra”, los excesos de la policía o las extemporáneas declaraciones de Ana Palacio sobre cómo el petróleo baja

gracias a la guerra.

### **3) Modelos de comunicación en Internet**

MORRIS y OGAN (2002) design four different communication levels within the Internet:

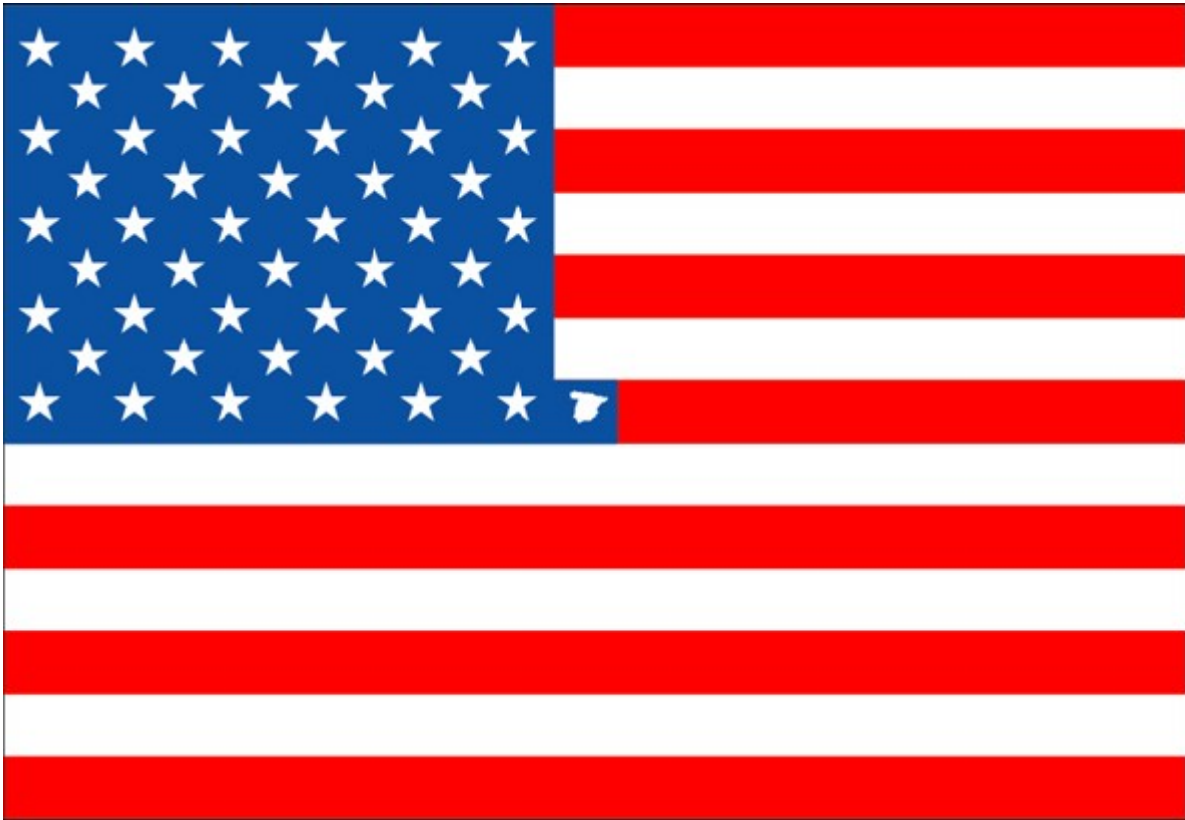
- a) one-to-one asynchronous communication, such as E-mail;
  - b) many-to-many asynchronous communication, such as Usenet, electronic bulletin boards, and Listservers that require the receiver to sign up for a service or log on to a program to access messages around a particular topic or topics;
  - c) synchronous communication that can be one-to-one, one-to-few, or one-to-many and can be organized around a topic, the construction of an object, or role playing, such as MUDs (Multi-User Dungeons and their various transformations as MOOs, MUCKs and MUSHs), Internet Relay Chat and chat rooms on commercial services; and
  - d) asynchronous communication generally characterized by the receiver's need to seek out the site in order to access information, which may involve many-to-one, one-to-one, or one-to-many source-receiver relationships (e.g., Web sites, gophers, and FTP sites).
- (2002: 138)

Todas estas formas de comunicación presentes en la Red han tenido una singular importancia en el proceso de formación de un determinado estado de la opinión pública en España. Veamos el funcionamiento de cada una de ellas en el asunto que nos ocupa y los correspondientes ejemplos:

- El correo electrónico: La importancia de este vehículo de comunicación en la transmisión de informaciones y opiniones relativas a la guerra fue muy grande y, además, desde un principio, se dio no sólo en cuanto comunicaciones personales one-to-one, sino mediante el reenvío de diversos correos formalizados de denuncia de la guerra, y en particular, de la posición del gobierno español en el conflicto, a través de la red, por ejemplo el clásico correo en que se demanda la firma del receptor apoyando una determinada opinión y el reenvío del mensaje a sus conocidos:

NO A LA GUERRA ASUNTO: NO A LA GUERRA. Estados Unidos está a punto de declarar la guerra. Nos encontramos en una grave situación de desequilibrio mundial que puede dar inicio a una Guerra devastadora y cruel de implicaciones impredecibles. Si tu estas en contra de esta guerra, la ONU se encuentra recopilando firmas para evitar este trágico acontecimiento mundial. POR FAVOR COPIA este e-mail en un mensaje nuevo, firma al final de la lista que veras a continuación, y mándalo a todas las personas que conozcas. Si recibes esta lista con + de 500 nombres en ella, por favor envía una copia del mensaje a: [unicwash@unicwash.org](mailto:unicwash@unicwash.org) Incluso si decides no firmar, por favor se considerado y no elimines la petición. SÓLO REENVÍALO PARA JUNTOS HACER ALGO. Gracias. (Recibido el 7 de Febrero, el 18 de Febrero y el 6 de Marzo de 2003)

O simplemente correos críticos con la posición de España respecto a la intervención armada en Irak, como ocurre con la siguiente imagen:



Recibido el 13/03/2003 y el 20/03/2003

Es difícil calibrar en qué medida este tipo de correos electrónicos tuvieron incidencia en la difusión de opiniones contrarias a la guerra de Irak, a falta de estudios estadísticos fiables al respecto, pero sí podemos aventurar que su papel fue importante en lo que se refiere a la llamada a la movilización social. A través del correo electrónico se difundieron con gran eficacia y rapidez diversos mensajes, provenientes de colectivos sociales o directamente de particulares, informando del lugar y hora de convocatoria de las sucesivas movilizaciones

que, con carácter exclusivamente local o puestas en relación con convocatorias de mayor alcance (por ejemplo las grandes movilizaciones públicas que se dieron el día 15 de Febrero de 2003 en todo el mundo)., iban a celebrarse con carácter más o menos inmediato.

- Las listas de correo colectivas y los foros de debate fueron también un ámbito en el que la distribución de informaciones, y el debate a propósito de las mismas, se dio con gran asiduidad. Tanto en los ámbitos de debate más formalizados (foros y listas de partidos políticos y asociaciones no gubernamentales) como en espacios de discusión en principio menos claramente estructurados (foros de debate incorporados a los más variados medios de comunicación en Internet), la información y la opinión relativas al proceso de negociación en Naciones Unidas, y posteriormente a la propia guerra, fueron abundantes, retroalimentándose de las informaciones expuestas en los principales medios de comunicación de masas o en las propias páginas web de las que formaban parte.

- En el caso de los chats, dado su carácter normalmente efímero, resulta más complicado aventurar la presencia de la guerra como asunto de discusión y, en consecuencia, la incidencia de las conversaciones habidas en este espacio en el posterior comportamiento de la opinión pública. Sí es posible, sin embargo, detectar una presencia importante del conflicto en Irak en los canales de chat dedicados específicamente a discusiones temáticas, en las que normalmente se celebra un debate con especialistas, y cuyos contenidos después se mantienen disponibles para el público, como es el caso, por ejemplo, de los Encuentros Digitales del Diario El Mundo ([http://www.elmundo.es/encuentros\\_digitales/](http://www.elmundo.es/encuentros_digitales/)), donde la importancia conferida a todo lo relacionado con el conflicto de Irak fue notable (invitando, por ejemplo, a Fernando Valderrama, ex encargado de negocios de la embajada española en Irak que presentó la dimisión por sus discrepancias con la línea política adoptada por el Gobierno, el día 18 de Marzo, víspera del inicio de la guerra) y trascendió su dimensión política, pues los invitados en secciones tan diferenciadas como Música, Literatura, Cine, etc., tuvieron también ocasión de hablar con los lectores y manifestar su opinión respecto a este asunto.

Todas estas formas comunicativas son representación y evolución en Internet de uno de los factores que sin duda más han contribuido a extender la oposición al conflicto: La comunicación interpersonal, expresada en el comentario social relativo al conflicto en Irak. La opinión pública, aunque se manifiesta en representaciones en principio ajenas a la dimensión interpersonal de la comunicación, se forma y se desarrolla fundamentalmente en este ámbito, moldeando posteriormente un estado de opinión que se manifiesta en dichas representaciones, y viéndose influida, a su vez, por los sondeos, medios de comunicación y manifestaciones sociales a la hora de definir tanto sus temas de conversación como su posicionamiento al respecto.

Es muy posible que la comunicación interpersonal, conjuntamente con las formas de comunicación masiva, haya generado un proceso de “espiral del silencio”, en virtud del cual “La opinión que recibía apoyo explícito parecía más fuerte de lo que era realmente, y la otra opinión más débil. Las observaciones realizadas en unos contextos se extendieron a otros e incitaron a la gente a proclamar sus opiniones o a ‘tragárselas’ y mantenerse en silencio hasta que, en un proceso en espiral, un punto de vista llegó a dominar la escena pública y el otro desapareció de la conciencia pública al enmudecer sus partidarios. Éste es el proceso que podemos calificar como de ‘espiral del silencio’ (...) Cuando alguien piensa que los demás le están dando la espalda, sufre tanto que se le puede guiar o manipular tan fácilmente por medio de su propia sensibilidad, como si ésta fuera una brida. Parece que el miedo al aislamiento es la fuerza que pone en marcha la espiral del silencio. Correr en pelotón constituye un estado de relativa felicidad; pero si no es posible, porque no se quiere compartir públicamente una convicción aceptada aparentemente de modo universal, al menos se puede permanecer en silencio como segunda mejor opción, para seguir siendo tolerado por los demás”. (1995: 22 – 24)

Desde el momento en que los medios perciben, a través de los sondeos de opinión, la oposición generalizada del público a la guerra de Irak (del orden del 90%), procuran ajustar su posición a la posición del público (si es que anteriormente difería). Los individuos, por otro lado, reciben continuos impactos informativos contrarios a la guerra en los medios de

masas, pero también, y sobre todo, a través de su entorno inmediato, tanto en el mundo físico como en Internet.

- Páginas web: Puede comprenderse que, dada la enorme diversidad de contenidos existentes en Internet, y también en el “Internet español”, el público tuvo la oportunidad de nutrirse de informaciones provenientes de todo tipo de fuentes, oficiales u oficiosas, neutrales o más o menos favorables a alguna de las dos posturas incardinadas en la sociedad. Para clarificar los resultados de nuestro estudio, comentaremos por separado la información proveniente de medios de carácter “masivo”, como los grandes periódicos digitales y portales generalistas, y la que llegaba al público por vías secundarias en el flujo informativo de la web, a través de páginas sin ánimo de lucro, webs personales o portales de contrainformación.

a) En el primer caso, los medios de referencia, en líneas generales siguieron fielmente las pautas marcadas por la información de periódicos impresos, televisiones y radios, incluso limitándose a reproducirla (notoriamente la información de la agencia EFE, fuente informativa de muchos de los diarios digitales y, sobre todo, portales generalistas españoles). Este primer factor, unido al proceso de privatización o mercantilización de la información que se está produciendo en los últimos meses en buena parte de los diarios digitales, disminuyó el impacto relativo que pudieran tener los medios digitales de referencia sobre el público, dado que la información que ofrecían era, en buena medida, información ya conocida por el público o, en todo caso, información disponible en otros soportes. Sin embargo, sí cabe atisbar algunos elementos de interés para el caso que nos ocupa, la movilización de la opinión pública en contra de la guerra, que son:

- Mayor pluralismo: pluralismo que deriva no sólo del mayor número de medios accesibles para el público en comparación con cualquier otro soporte, sino de la existencia de diversos portales dedicados específicamente a la recopilación de informaciones de los diarios y portales generalistas (como por ejemplo [www.periodistadigital.com](http://www.periodistadigital.com)), lo que permitía ofrecer al público una visión de conjunto que escapaba de la reproducción de

informaciones de agencia, o de la versión impresa del medio, que caracterizaba a buena parte de los medios de referencia.

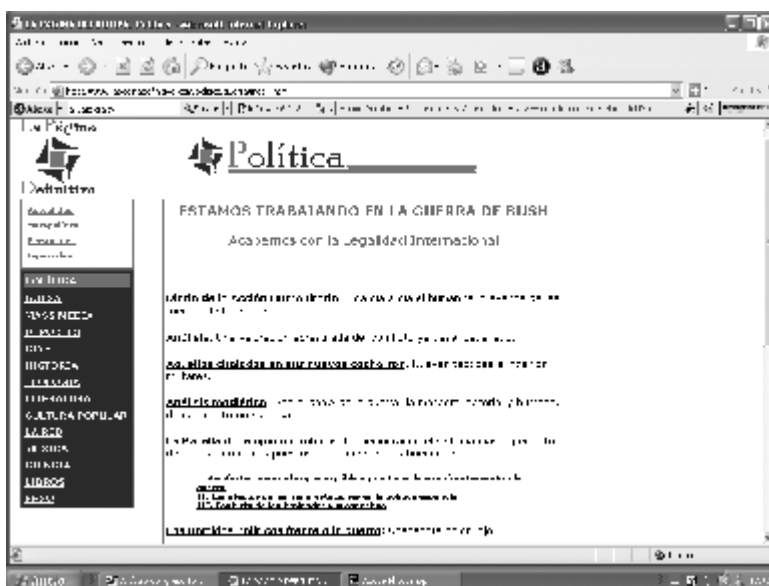
- Mayor volumen de información: los medios más importantes no se limitaron únicamente a reproducir lo ya publicado en su versión impresa, sino que supieron aprovechar, en mayor o menor medida, dos características clave del soporte digital, su dimensión multimediática y su instantaneidad, para ofrecer diversos Especiales temáticos dedicados a las movilizaciones en sí y al conflicto, como el del diario El Mundo (<http://www.elmundo.es/especiales/2003/02/internacional/irak/>), por un lado, y para ofrecer la información actualizada conforme se iban conociendo nuevos datos (sobre todo, obviamente, una vez el conflicto ya se había iniciado).

- Por último, la dimensión internacional del conflicto hizo de Internet el medio ideal para que el público pudiera acceder a informaciones provenientes de todas las partes del globo, con el único límite de su competencia lingüística, configurándose un amplísimo “menú” informativo en el que tenían cabida medios que mostraran los diversos intereses y posturas enfrentadas existentes en torno a la cuestión de la intervención en Irak. De esta forma, un lector español podía configurarse en Internet una visión muy completa de la situación, accediendo a periódicos estadounidenses, británicos o franceses, pero también, si lo deseaba, informaciones generadas (normalmente en inglés) desde el mundo árabe, como era el caso de la página web de la TV Al Yazeera ([www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net)), que abrió una versión en inglés en los últimos días de la guerra.

b) En lo que concierne a los medios “alternativos”, el panorama es muchísimo más amplio, sus informaciones, por tanto, más plurales (pero también menos fiables en muchas ocasiones), y su efecto sobre la opinión pública, mucho más disperso, habida cuenta de que el impacto relativo de cada uno de ellos sobre la audiencia, en principio y dada su menor visibilidad, es pequeño.

- Las páginas de contrainformación o de información independiente dieron cumplida

cuenta de la actualidad de la guerra y sus prolegómenos desde determinados postulados ideológicos o sencillamente informativos, en todo caso alejados normalmente de la moderación imperante en los medios de referencia. Es el caso, por ejemplo, de La Insignia ([www.lainsignia.org](http://www.lainsignia.org)) y sus artículos críticos con la intervención armada y la política exterior norteamericana, o La Página Definitiva ([www.lapaginadefinitiva.com](http://www.lapaginadefinitiva.com)), publicación que yo mismo codirijo, en la que se desarrolló un amplio Especial sobre la guerra que contenía un resumen diario de la actualidad del conflicto combinado con diversos análisis que atendían sobre todo a los efectos de las movilizaciones públicas sobre la política española.



- Las weblogs, que están viviendo ahora en España una auténtica eclosión, tuvieron un destacado papel no tanto en la información sobre el conflicto en sí cuanto en la argumentación contraria a la guerra que propiciaría la movilización ciudadana, a través

tanto de recomendaciones de enlaces como de comentarios, algunos auténticos artículos de opinión (por ejemplo en [posdatas.blogspot.com](http://posdatas.blogspot.com)), explicando las razones que tenía el autor de la publicación para oponerse a esta guerra; en un medio tan personalizado como las weblogs, donde el valor de la publicación deriva directamente de la credibilidad de su autor, podemos cavilar que la influencia de estos comentarios sobre la opinión del público, aunque éste fuera reducido, no habrá sido desdeñable, máxime si conjuntamente con los posts se incluían diversas imágenes - slogan contrarias a la guerra que se extendieron con profusión por Internet (en parte gracias a la campaña previamente desarrollada exigiendo responsabilidades políticas por el desastre ecológico del petrolero Prestige). La información proporcionada por las weblogs tuvo incidencia en España en un caso particular, el del weblog en inglés [http://dear\\_raed.blogspot.com/](http://dear_raed.blogspot.com/), que describió diariamente la situación de la población de Bagdad, y la propia del autor, durante los primeros días de la II Guerra del Golfo en marzo-abril de 2003.

- Finalmente, revistió también gran importancia la labor de información y de movilización ciudadana realizada por multitud de páginas pertenecientes a asociaciones de todo tipo, desde partidos políticos hasta organizaciones ciudadanas creadas específicamente con el propósito de oponerse a la guerra, pasando por las páginas web de las Organizaciones No Gubernamentales. Algunas de estas páginas acabaron teniendo un enfrentamiento directo con el Gobierno, como es el caso de [www.noalaguerra.org](http://www.noalaguerra.org), cuyo dueño, Juan Carlos Monedero, tiene que enfrentarse actualmente a una denuncia promovida por el Partido Popular que puede acarrearle hasta cinco años de cárcel, debido a que en su página web aparecieron imágenes de dirigentes del PP que eran tachados de “asesinos” por su apoyo al Gobierno.

#### **4) Nuevo paradigma de la opinión pública**

Aunque es muy pronto para elaborar conclusiones firmemente apoyadas en datos, sí podemos esbozar apresuradamente algunos efectos que para la formación y características de la opinión pública en las sociedades de masas ha podido tener el movimiento antiguerra

y, en particular, el movimiento antiguerra en Internet:

- La guerra de Irak y sus prolegómenos ha alumbrado un nuevo modelo mediático, en particular un nuevo modelo de recepción de información, en virtud del cual la importancia de los grandes medios de comunicación “tradicionales” disminuye frente a un público interesado en adquirir información y capacitado para hacerlo a través de las más diversas fuentes, desde los canales de información 24 horas hasta las noticias distribuidas mediante la Red, pasando por las formas de comunicación interpersonal, de gran importancia en la difusión de la oposición al conflicto. El modelo informativo de Internet, caracterizado por un receptor activo que interactúa con el emisor y se encarga de realizar su propia selección de la información, se enfrenta al modelo tradicional de audiencia de masas con carácter pasivo, que accede sólo a unos pocos medios de referencia. El panorama mediático, en este contexto, se vuelve más disperso y complicado, pues no es fácil aventurar cómo accede el público a la información y qué efectos tiene ésta sobre la recepción. El modelo Agenda Setting puede así ponerse en crisis, pues la selección ya no sólo la hacen los medios, sino también el público.

- Así como Internet tiene un efecto sobre el universo de medios de comunicación, también lo tiene sobre las formas de comunicación interpersonal, que se reproducen en Internet a través de diversos canales, como el email, el chat o los foros de debate. Internet no es sustitutivo, sino extensión de la comunicación interpersonal. Nuevamente el público abandona su pasividad tradicional convirtiéndose en público activo, capaz de emitir también información y de decodificarla en atención a sus intereses, en colaboración con otros miembros del público con los que entabla conversación. La consideración apocalíptica de la “masa” como suma de individuos aislados, e incluso de la “sociedad de masas”, se diluye, viéndose modificada parcialmente por una nueva sociedad de “públicos”.

- El carácter activo del público en Internet nos lleva a reivindicar el papel central del medio en uno de los elementos más importantes del proceso de formación de la opinión pública

en torno a esta cuestión: se trata de la *movilización*. La estructura de comunicación en red, más compleja que el modelo comunicativo asimétrico propio de los medios de comunicación de masas, permite jugar un papel importantísimo a usuarios y medios en la exigencia de elaborar respuestas concretas a aquello que se rechaza (la guerra, y en particular la participación y apoyo de España en el proceso que desemboca en dicha guerra), mediante el uso del derecho a la manifestación; y ello se provoca mediante la difusión de las convocatorias de diversas manifestaciones y la llamada a la participación en las mismas. El usuario de Internet se moviliza a través de la Red, pero se manifiesta también fuera de ella.

- Por último, Internet confiere a las manifestaciones sociales, y al propio proceso de formación de la opinión pública, su dimensión internacional, articulando todas las movilizaciones en una compleja red de actos ciudadanos que, pese a no ser controlados o convocados por ninguna instancia superior en particular (es decir, a pesar de no tener un centro, como tampoco lo tiene la propia red), o quizás justamente por eso, funcionan de manera concertada a nivel internacional y se constituyen en un contrapeso importantísimo de los poderes tradicionales (llegándose a hablar incluso de la existencia de dos superpotencias: EE.UU. y la opinión pública internacional). Aunque es ciertamente muy prematuro considerar que esta incipiente opinión pública internacional tendrá continuidad en futuras movilizaciones de protesta en función de nuevos problemas de política internacional, lo que sí es indudable es que, de darse, estas manifestaciones circularán, se difundirán y se desarrollarán básicamente a través del único medio auténticamente transnacional, Internet.

## **Bibliografía**

- CRESPI, Irving (2000), *El proceso de opinión pública*, Barcelona, Ariel.

- DADER, José Luis (1998), *Tratado de comunicación política*, Madrid, J. L. Dader.
  
- MILLS, Wright (1956), *The Power Elite*, Nueva York, Oxford University Press.
  
- Morris, Merrill; Ogan, Christine (2002), “The Internet as mass medium”, in McQuail, Dennis (ed.) (2002), *McQuail’s Reader in Mass Communication Theory*, Londres, Sage Publications.
  
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth (1995), *La espiral del silencio*, Barcelona, Paidós.
  
- NOYA, Javier (2003), “La España post – Sadam y su opinión pública”, en <http://www.realinstitutoelcano.org/analisis/277.asp>.
  
- VV.AA. (1992), *Opinión pública y comunicación política*, Madrid, Eudema.
  
- YOUNG, Kimball, *et alii* (1999), *La opinión pública y la propaganda*, Barcelona, Paidós.
  
- ZALDÍVAR, C.A., and VALCÁRCEL, D. (2003), *Una conversación sobre Irak*, Madrid, Biblioteca Nueva.