

## LA PROPAGANDA COMO PRODUCTO CULTURAL

MIGUEL VÁZQUEZ LIÑÁN  
*Universidad de Sevilla*

*Dejar el error sin refutación equivale a estimular la inmoralidad intelectual.*  
 Karl Marx

*Cada cosa ha de ser repensada otra vez; cada término ha de ser sometido a nuevos exámenes.*

Edward P. Thompson

*La verdad, especie de error que tiene para sí misma el poder de no poder ser refutada sin duda porque el largo conocimiento de la historia la ha hecho inalterable.*

Michael Foucault

Me resulta difícil librarme de la impresión, al afrontar una investigación en el marco de las «ciencias sociales», de que camino de puntillas sobre arenas movedizas que, en cualquier momento, pueden convertirse en una trampa mortal. La sensación se intensifica con otra imagen, la del castillo de naipes edificado sobre una frágil base que puede desmoronarse en cualquier momento. No obstante, a pesar de la dificultad, las arenas movedizas permiten cierto movimiento y el castillo de naipes, aunque frágil... es un castillo.

Esta sensación invita a repensar permanentemente los temas, las preguntas, los conceptos, los enfoques y los métodos de investigación, a

mirar hacia delante, hacia atrás y hacia los lados antes de dar un paso; pero también, desde luego, a seguir dando pasos.

Con esta carga (a veces pesada, a veces muy liberadora) pretendo re-pensar, *en voz alta*, el concepto de *propaganda*, con el que llevo trabajando algún tiempo y, por lo tanto, con el que me siento a menudo ciertamente incómodo. Dicho esto, añadiré que no es mi intención formular una «teoría de la propaganda». Albergó dudas sobre que tal empeño tenga mucho sentido (o sea posible) y, en el caso de que tuviese sentido y fuera posible, no estaría yo en condiciones de llevarlo a cabo.

La intención de definir el concepto de «propaganda», como si pudiera haber una (sola) forma de hacerlo, provoca los primeros cuestionamientos. Más bien, trataré de formular, sobre el papel, algunos de los planteamientos (en parte contradictorios, lo sé) que se encuentran tras el modo en que personalmente abordé el estudio de eso que hemos dado en llamar propaganda, especialmente cuando se trata de afrontar el estudio de su historia. Trataré, por otro lado, de ejemplificar lo expuesto con un caso de recurrente actualidad: el uso propagandístico del discurso «humanitario» en tiempos de guerra. Finalizaré esbozando, guiado por quien ha inspirado estas líneas, una propuesta de futuro.

## LA PROPAGANDA EN SU CONTEXTO

El estudio de la propaganda ha estado, desde sus inicios, muy marcado por el contexto en el que surgió: la Primera Guerra Mundial. En efecto, y aunque siempre se pueden buscar antecedentes, es durante y (sobre todo) después de la Gran Guerra, cuando el estudio de la propaganda política se convierte en prioritario para buena parte de los gobiernos y las élites universitarias de los países que participaron en el conflicto. Y quizás este origen tenga que ver con la tendencia recurrente en la historia académica de los estudios sobre propaganda, que ve la comunicación vertical y unidireccionalmente, de gobernantes a gobernados, de pequeños grupos de poder hacia las multitudes. Este enfoque ha orientado, y en buena medida lo sigue haciendo, el trabajo de quienes se dedican a la teoría y la práctica de la propaganda.\*

\*. N. E. Sobre la relación entre Teoría y Práctica véase en este mismo volumen MUÑOZ, Francisco A., JIMÉNEZ ARENAS, Juan Manuel y MARTÍNEZ LÓPEZ, Cándida. *Phrónesis y praxis. Teorías y prácticas de la paz.*

Es recurrente la referencia a trabajos editados en el período de entreguerras, como *La opinión pública* de Walter Lippman,<sup>1</sup> *Propaganda*, de Bernays,<sup>2</sup> *Propaganda Technique in World War I*, de Lasswell<sup>3</sup> y la producción del Institute for Propaganda Analysis (1937-1942), como fundacionales de esta línea de investigación que, a grandes rasgos, entiende la propaganda como un esencial (para el mantenimiento de cualquier régimen político) proceso de manipulación simbólica que nos ayuda a simplificar una realidad compleja e inabarcable para el ciudadano medio (a él van dirigidos los esfuerzos propagandísticos), pero también a interpretarla desde la perspectiva del poder. La «construcción del consenso» social en torno a esa interpretación sería, siguiendo con esta lógica, la función principal del propagandista. Aunque con matices contextuales, éste parece haber sido el enfoque de mayor éxito en los estudios de propaganda, hasta nuestros días; trufado, eso sí, de análisis en mayor o menor medida heterodoxos, como el de Jacques Ellull,<sup>4</sup> Chomsky y Herman,<sup>5</sup> cuyo trabajo *Los guardianes de la libertad* inicia una fructífera línea de trabajo en economía política de la información y la comunicación, o el de Edelstein,<sup>6</sup> que intenta actualizar el estudio de la propaganda en el marco de la cultura popular.

De esta forma, supone cierta ampliación focal en el estudio de la propaganda, situar el concepto en el marco de los denominados estudios culturales, en su vertiente de explicación de la construcción simbólica de la realidad que nos rodea. De hecho, y a pesar del gran impacto que dicha mirada ha tenido en el ámbito de los estudios en Comunicación, no parece haber sido el caso, específicamente, en lo referente a la investigación en propaganda. En este contexto, entendemos por propaganda las diferentes teorías y prácticas orientadas a la construcción interesada, a través de métodos comunicacionales, de los imaginarios sociales, vistos de forma similar a como los define Taylor:

1. LIPPMAN, W. (2003, 1ª Ed. 1922) *La opinión pública*. Madrid, Ed. C. de Langre.
2. BERNAYS, E.L. (1928) *Propaganda*. Nueva York, Horace Liveright.
3. LASSWELL, H.D. (1971, 1ª Ed. 1927) *Propaganda Technique in World War I*. Cambridge and London, The M.I.T. Press.
4. ELLULL, J. (1969). *Historia de la propaganda*. Caracas, Monte Ávila Editores.; (1990) *Propagandes*. Paris, Economica
5. CHOMSKY, N. y HERMAN, E. (1995) *Los guardianes de la libertad*. Barcelona, Mondadori.
6. EDELSTEIN, A. (1997) *Total Propaganda. From mass culture to popular culture*. London, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

*Por imaginario social entiendo algo mucho más amplio y profundo que las construcciones intelectuales que puedan elaborar las personas cuando reflexionan sobre la realidad social de un modo distanciado. Pienso más bien en el modo en que imaginan su existencia social, el tipo de relaciones que mantienen unas con otras, el tipo de cosas que ocurren entre ellas, las expectativas que se cumplen habitualmente y las imágenes e ideas normativas más profundas que subyacen a estas expectativas.<sup>7</sup>*

Es evidente que este enfoque, como casi todos, abre más interrogantes de los que cierra. La propia naturaleza de los conceptos usados (imaginarios sociales, métodos comunicacionales, construcción interesada, etc.) y los implícitos (poder, interés,<sup>8</sup> ideología, etc.) nos llevaría a un callejón sin salida si pretendiésemos definirlos con detalle y que siguieran «encajando» en una definición. De hecho, una descripción que pretendiese acotar todos los conceptos citados, más los que surgiesen de preguntas subsecuentes, llevaría a un número insostenible de contradicciones o, en su caso, a una definición rígida que nada tendría que ver con la realidad (o a las realidades) a la que pretendía aludir. Quizás paradójicamente, acotar en exceso el enfoque podría hacerle perder «contacto con la realidad» y, de esta forma, mermar sus posibilidades de intervenir en ella.

\*

Uno de los objetivos que ha guiado tradicionalmente la teoría y la práctica de esta mirada a la comunicación que hemos llamado aquí propaganda, ha sido el de construir imaginarios sociales *jerárquicos*, a través de narrativas y mensajes que seleccionan, de la realidad, valores, actitudes, comportamientos e ideas y las disponen de forma que dicha jerarquía pudiera parecer «natural». Como apunta Todorov:

7. TAYLOR (2006) *Imaginarios sociales modernos*. Barcelona, Paidós, p. 37.

8. La relación entre «poder» e «interés» es de especial relevancia para el concepto de propaganda expuesto aquí, como «comunicación interesada». Para una lectura muy sugerente de esta relación, véase LUKES, S. (2005) *Power: A Radical View* (Second Edition). London, Palgrave, Macmillan; y (2007) «Power and the battle for hearts and minds. On the bluntness of soft power», en BERENSKOETTER, Felix and WILLIAMS, M. J. (eds.) *Power in World Politics*. London, Routledge, pp. 83-97.

*Las prácticas sociales de un grupo son múltiples y cambiantes, pero para construir una representación debemos elegir y combinar, operaciones que no reflejan de forma pasiva la naturaleza de las cosas, sino que la organizan de determinada manera. En consecuencia, los individuos quedan inmersos no en contactos exclusivamente físicos con el mundo, sino en un conjunto de representaciones colectivas que en un momento dado ocupan un lugar jerárquico dominante en la cultura.<sup>9</sup>*

Se trata, de esta forma, de elegir «fragmentos de realidad» que son reordenados y dispuestos en un discurso linealmente lógico y coherente. El espejismo nos puede llevar a confundir la racionalidad del discurso con la de la realidad que supuestamente lo respalda. No dejarse llevar por el espejismo implica trabajo; resistencia.

La jerarquía, así, es construida *propagandísticamente* siguiendo el criterio del «emisor», sea éste quien sea. Podríamos situar aquí, de hecho, una de las bases de lo políticamente correcto, convertido hoy en objetivo máximo de muchos propagandistas. Conseguir situar en ese *olimp* una propuesta, significa que ésta gozará de grandes privilegios a la hora de ser, en mayor o menor medida, asumida por una porción considerable del grupo al que nos dirigimos, como «normal», «probablemente inevitable», «característica de nuestra época» o, aún mejor, como «elemento identitario propio». Incluso quienes no compartan el fundamento de esa propuesta se lo pensarán dos veces antes de explicitar su oposición. Si lo hacen, en la mayoría de los casos se sentirán obligados a incluir en su discurso gran cantidad de justificaciones, excusas e incluso disculpas por su oposición al discurso políticamente correcto. De esta forma, dicho discurso funciona como censura, inhibidor de la libre expresión de otras propuestas provocando, a veces, «el patológico temor a enunciar las ideas propias que revelan muchas gentes (y que) responde a un reconocimiento subterráneo de la derrota y se traduce a la postre en un genuino desarme ideológico».<sup>10</sup>

El «reconocimiento» del mensaje, e incluso su aceptación en mayor o menor medida no significa, necesariamente, asumirlo como «verdadero», al menos no como el único verdadero; no implica «creer» en él. La

9. TODOROV, T. (2008) El miedo a los bárbaros. Barcelona, Galaxia Gutenberg-Círculo de Lectores, p. 90.

10. TAIBO, Carlos (2010) *Libertari@s*. Barcelona, Los libros del lince.Taibo, p. 200.

conversión no es siempre el objetivo del propagandista. Pongamos un ejemplo: no es imprescindible creer en la narrativa hegemónica de que la democracia liberal es democracia y, al mismo tiempo, el menos malo de los sistemas, para saber que una tozuda oposición a dicho mensaje «traerá más problemas» (la gravedad de esos problemas depende del lugar y el momento histórico), aceptarlo (apoyándolo explícitamente, manteniendo un silencio cómplice, etc.). Esta aceptación acrítica es la que parece estar, a veces, tras lo que (mal) llamamos «consenso»; ya que éste rara vez incluye la participación del receptor en la formulación o negociación de ese «consenso».

La participación, así como la capacidad crítica del receptor, se ven sensiblemente mermadas cuando la propaganda es organizada desde los poderes hegemónicos, en sistemas autoritarios. No obstante, las prácticas autoritarias, al igual que las totalitarias, se dan en sistemas políticos a los que quizás no denominaríamos autoritarios o totalitarios. En esta línea, resulta muy sugerente la aportación de Postoutenko que, en su análisis de la comunicación totalitaria, propone

*sostituire la manieca dicotomia 'totalitario' / 'no totalitario' por una scala variable (...) rinunciare a la infruttuosa ossessione del Stato como un todo e ir a maiori ad minus, describiendo la comunicazione totalitaria a través del prisma di pratiche specifiche non specificamente associate al totalitarismo.<sup>11</sup>*

Es en este punto donde, quizás, deberíamos situar el «problema» de la propaganda. Más allá de la aversión que pueda producir el término, asunto del todo coyuntural, la propaganda no es «buena o mala», ni la jerarquización interesada de los mensajes es necesariamente nociva (dependerá, fundamentalmente, de cómo se haya llegado a esa jerarquización). El autoritarismo en la producción de esa jerarquía, sin embargo, sí es, o debería ser, intolerable. Si además denominamos «consenso» a aquello que ha sido impuesto autoritariamente (algo en sí *propagandístico*), entenderemos mejor el tipo de actuaciones que han llevado a la mala prensa del término propaganda.

11. POSTOUTENKO, K. (2010) *Totalitarian Communication. Hierarchies, Codes and Messages*. Verlag, Bielefeld, Transcript, p. 12.

Las prácticas autoritarias ocasionan lo que Van Dijk,<sup>12</sup> en la línea de Gramsci, llama el *control del contexto*, considerado como «la estructura (mentalmente representada) de aquellas propiedades de la situación social que son relevantes para la producción y la comprensión del discurso». Como hemos dicho, las prácticas autoritarias no se dan siempre en el marco de sistemas autoritarios «puros», pero es evidente que son la norma cuando se desarrollan en tales contextos. En estos sistemas, los grandes medios de comunicación siguen, hoy, manteniendo la función que señalaban, a finales de los años ochenta del siglo XX, Noam Chomsky y Edward S. Herman:

*Los medios de comunicación de masas actúan como sistema de transmisión de mensajes y símbolos para el ciudadano medio. Su función es la de divertir, entretener e informar, así como inculcar a los individuos los valores, creencias y códigos de comportamiento que les harán integrarse en las estructuras institucionales de la sociedad. En un mundo en el que la riqueza está concentrada y en el que existen grandes conflictos de intereses de clase, el cumplimiento de tal papel requiere una propaganda sistemática.*<sup>13</sup>

La idea central de un sistema de medios de este tipo es, continuando en la línea del análisis crítico del discurso que propone Van Dijk, tener el mayor acceso al discurso (y a su control) posible: «Aquellos que gozan de mayor control sobre más y más influyentes discursos (y sobre más propiedades discursivas) son también, según esta definición, más poderosos».<sup>14</sup> La desigualdad de acceso a los discursos está en la base del autoritarismo. Por otra parte, tampoco las prácticas comunicativas autoritarias son exclusivas de los estados, autoritarios o no; sino que resultan fácilmente rastreables a escala supraestatal y a nivel local, así como en las relaciones interpersonales que se desarrollan en el entorno familiar, laboral, etc.

12. VAN DIJK, T. A. (1999) «El análisis crítico del discurso», en *Anthropos* (Barcelona), 186, septiembre-octubre, pp. 23-36.

13. CHOMSKY, N. y HERMAN, E. (1995), p. 21

14. VAN DIJK, T. A. (1999), p. 27.

\*

El propagandista intenta situar su propuesta (interesada, por definición) en el foco de la fotografía, artificialmente estática, que quiere representar la sociedad en la que vive; y en el centro del foco, si es posible, para que pase a formar parte, también central, de la «cultura del momento», artificialmente singular, y entendida en el sentido que le otorga Todorov:

*En este sentido la cultura es la imagen que la sociedad se forma de sí misma. Los individuos intentan identificarse con esta representación, o aspiran a liberarse de ella. Y la representación no deriva de forma automática de los hechos en sí. La jerarquía interna de los diferentes elementos de una cultura se determina o se modifica en función de conflictos entre grupos, que los trasladan a la sociedad, o entre toda la sociedad y sus interlocutores externos.<sup>15</sup>*

Esos conflictos que modifican (pretenden modificar) la jerarquía simbólica han sido provocados precisamente para eso, para influir en la «cultura del momento» y tomar posición en ella. Parte de esos mensajes, aquellos que han sido interesada e intencionadamente promocionados, a través de diferentes canales, para modificar esa jerarquía, son mensajes propagandísticos.

## POR UNA HISTORIA SOCIAL DE LA PROPAGANDA

*Sólo se recuerda a los victoriosos (en el sentido de aquellos cuyas aspiraciones anticipaban la evolución subsiguiente). Las vías muertas, las causas perdidas y los propios perdedores se olvidan*

Edward P. Thompson

*El pasado sólo cabe retenerlo como imagen que relampaguea de una vez para siempre en el instante de su cognoscibilidad*

Walter Benjamin

15. TODOROV, T. (2008), p. 90.

Leí en algún lugar que Edward P. Thompson ha sido el historiador más citado en el siglo XX. No sé cómo se puede medir con garantías algo así, pero me hace ser optimista con respecto al futuro del oficio de historiador. En buena medida, el adjetivo «social» que le he añadido a la Historia de la Propaganda, como parte de una más amplia Historia Social de la Comunicación, se debe, al menos en mi caso, a las enseñanzas del historiador inglés. Pero antes de acudir de nuevo a Thompson...

*La historia, genealógicamente dirigida, no tiene como finalidad reconstruir las raíces de nuestra identidad, sino por el contrario encarnarse en disiparlas; no busca reconstruir el centro único del que provenimos, esa primera patria donde los metafísicos nos prometen que volveremos; intenta hacer desaparecer todas las discontinuidades que nos atraviesan.<sup>16</sup>*

La forma de hacer historia de la propaganda en la que parece sensato trabajar hoy comparte, en buena medida, estos presupuestos. Una historia que no tenga en el punto de mira la búsqueda de los elementos identitarios «esenciales», que no persiga «el origen» como arcadia a la que siempre regresar, ni se empeñe en la construcción de mitos fundacionales, pero sí que atienda al empeño de los diferentes actores por construir identidades para su consumo masivo y se pregunte cómo (y por qué) se construyen, de qué forma se difunden y qué efectos sociales producen. Esta historia se interesa, además, por el envoltorio en que se ofrecen y los espacios de recepción donde se despliegan, así como, en lo posible, por el ambiente creado para mejor digestión de los mensajes destinados a divulgar esas identidades. No deja de lado el uso político y propagandístico de la Historia. Eric Hobsbawm se refiere al daño que puede hacer una historia malintencionada: «existe la posibilidad de que nuestros estudios se conviertan en fábricas clandestinas de bombas [...] [por lo que, los historiadores] somos los encargados de criticar todo abuso que se haga de la historia desde una perspectiva político-ideológica». <sup>17</sup> Hobsbawm ha insistido, a menudo, en la responsabilidad social del historiador a la hora de desmontar un relato construido sobre anacronismos y mitos:

16. FOUCAULT, M. (1992) La microfísica del poder. Madrid, Ediciones La Piqueta, p. 27.

17. HOBSBAWM, E. (2004) Sobre la historia. Barcelona, Crítica. p. 18.

*Debemos oponer resistencia a la formación de mitos nacionales, étnicos o de cualquier otro tipo, mientras se encuentren en proceso de gestación. Al hacerlo no ganaremos en popularidad: Thomas Masaryk, fundador de la República Checoslovaca no se hizo demasiado popular cuando entró en la política como el hombre que probó, con gran pesar pero sin la menor vacilación que los manuscritos medievales en que se basaba buena parte del mito nacional checo no eran más que falsificaciones.*<sup>18</sup>

Será nuestra forma de deconstruir el discurso de los poderes y «encarnizarnos» en disipar «las raíces de nuestra identidad». Desde esta perspectiva (que es heredada, naturalmente), hablar de historia social significa, también, desplazar el centro de interés de la investigación (y la divulgación) histórica hacia ámbitos como la historia cultural (o socio-cultural), que

*no es sólo una aportación temática, sino la incorporación de una perspectiva de análisis que al ocuparse de las representaciones, símbolos y prácticas de los individuos de una época y cómo éstos dan sentido a la realidad construyendo su discurso, pretende evitar una historia teleológica y coherente elaborada de forma abstracta en el discurso del historiador.*<sup>19</sup>

Esta mirada, la de una historia socio-cultural implica, así lo creo, volver a girar, para poner la lupa sobre la cultura popular, entendida como “la vida cotidiana de la gente en común, los objetos materiales de los que ésta se rodea, y las diversas formas de percibir e imaginar el mundo”,<sup>20</sup> Se trata de subrayar otras partes del texto sin olvidarnos del texto; hacerlo (olvidarlo) significaría, pienso, amputar; y el miembro amputado no tiene vida propia. De hecho, nos tomamos muy en serio la advertencia de Edward P. Thompson en referencia al uso de la expresión cultura popular:

*Y, a decir verdad, el mismo término ‘cultura’, con su agradable invocación al consenso, puede servir para distraer la atención de las*

18. *Ibidem.*, p. 21.

19. MARTÍNEZ, J. (2007) “Historia Socio-cultural. El tiempo de la historia de la cultura”, p. 239, en *Revista de Historia Jerónimo Zurita*, 82, pp.237-252.

20. BURKE, P. (1993) “La nueva historia socio-cultural”, en *Historia Social*, n. 17, pp.105-114.

*contradicciones sociales y culturales, de las fracturas y las oposiciones dentro del conjunto.*<sup>21</sup>

No olvidar las fracturas, ni la desigualdad, ni la injusticia es central en la idea que tenemos sobre la función de la Historia en general, y la historia de la propaganda en particular. Una de las obligaciones del historiador es, como afirman entre otros Todorov<sup>22</sup> o Hobsbawm,<sup>23</sup> recordar lo que otros quieren olvidar. No se trata de estudiar lo individual para olvidar lo colectivo (ni a la inversa), ni de dar un papel a la casualidad en la Historia para negar categóricamente la influencia de las estructuras. De hecho, intentaremos negar categóricamente... lo menos posible.

Así, la historia de la propaganda debe interesarse por las «otras propagandas»; es decir, aquellas que intentaron construir imaginarios sociales diferentes y, en ocasiones, fueron conscientemente olvidadas por no coincidir con la propaganda hegemónica en un determinado contexto. Recuperar los esfuerzos que, en comunicación, se hicieron para construir esos imaginarios, entiendo, debe ser objeto de estudio de la historia de la propaganda. La búsqueda de las razones del «fracaso» de esas narrativas es importante, pero también lo es subrayar que dichas narrativas forman parte del pasado, tanto como aquellas que, antes o ahora, resultaron hegemónicas.

El estudio histórico que se ocupa, casi en exclusiva, de la propaganda hegemónica, corre el riesgo de colaborar en su repetición, consciente o inconscientemente. Elige un pasado, una narrativa del pasado, para explicar (o justificar) el presente y el futuro. La ampliación focal nos lleva a una historia más justa y, en cierto sentido, nos ayuda a re-enfocar discusiones no siempre productivas, como la que enfrenta a «Oriente» y «Occidente», así como a las narrativas asociadas a estos conceptos. Afirma Santos que vivimos en un tiempo en el que criticar a Occidente desde Occidente se ha convertido en una especie de «autoflagelación».<sup>24</sup> Esa crítica no es sólo pertinente, sino saludable y necesaria, pero no lo es menos, para quienes estudian la propaganda occidental, «ampliar la

21. THOMPSON, E.P. (1995) *Costumbres en común*. Barcelona, Crítica, p. 19.

22. TODOROV, T. (2000) *Los abusos de la memoria*. Barcelona, Paidós.

23. HOBSBAWM, E. (2009) *Guerra y paz en el siglo XXI*. Madrid, Diario Público.

24. SANTOS, B. (2009). «A Non-Occidental West?: Learned Ignorance and Ecology of Knowledge», en *Theory, Culture & Society*, 26; pp.103-125.

experiencia histórica de Occidente, concretamente dando voz a tradiciones y experiencias occidentales que fueron olvidadas o marginadas porque no se ajustaban a los objetivos imperialistas y orientalistas predominantes tras la convergencia de la modernidad y el capitalismo». <sup>25</sup> Esta forma de historiar tiene, desde luego, influencia en el presente: «El objetivo es intervenir en el presente como si tuviera otros pasados más allá del pasado que lo ha convertido en lo que es hoy. Si pudo haber sido diferente, puede ser diferente». <sup>26</sup>

El interés por los significados, las representaciones, las prácticas culturales son préstamos de la historia socio-cultural que, nuestra Historia Social de la Propaganda acepta con agrado. No se trata, así, de una historia limitada de los medios de comunicación. Es la historia de la construcción interesada, en su contexto, de los imaginarios sociales, de todos los posibles y hasta donde sea posible. La Historia Social de la Propaganda mira desde la calle (¿desde abajo?) y ve al periódico en el quiosco; no sólo (aunque también) como parte de una estructura de medios. Atiende al receptor y a los espacios de recepción, entendiendo su significado en el proceso de comunicación; no se obsesiona con la cultura escrita, hace suya la historia de la lectura, la música, el arte, el ritual, la costumbre (como canales de propaganda) y se interesa, de esta forma, por historiar la esfera pública. Es la comunicación en la vida cotidiana (y la vida cotidiana de la comunicación); pero no sólo. Es también la historia de los medios, de los significados y las diversas representaciones mediadas del mundo. Esta es la aportación, lo nuevo, lo que ha cambiado y, por eso, lo que subrayamos. Pero de la Historia Social de la Propaganda a la que aquí nos referimos no ha desaparecido el Estado, ni las estructuras, ni los mapas, ni las cronologías. Habrá que aceptar el reto, una vez más, del mestizaje de miradas.

Por otra parte, la historia de la propaganda se ha centrado demasiado, a mi modo de ver, en el análisis de las narrativas y mensajes producidos por las «grandes» instituciones (estados, iglesias, partidos políticos, etc.) o «relevantes» personajes históricos, dejando a menudo de lado narrativas producidas a otros niveles y, en ocasiones, con gran impacto en su contexto. Este punto de vista ha marginado la importancia de esos discursos como tales, así como la influencia de los mismos en la

25. *Ibidem.*, pp. 105-106

26. *Ibidem.*, p. 106

«narrativa dominante» de su época; de hecho, el análisis de la influencia de los discursos producidos «desde abajo» en aquellos difundidos «desde arriba» (y viceversa) debería ser motivo de análisis para el historiador de la propaganda.

Y, creemos, mirar así a la Historia debe significar no perder la capacidad de sorpresa, de ser sorprendidos, de cambiar de rumbo. Escribe Thompson, refiriéndose a Richard Carlile, el editor radical del siglo XIX inglés que tanto hiciera por la agitación entre los obreros: “Como es característico de los doctrinarios, a veces intentaba manipular la realidad para que confirmase sus doctrinas”.<sup>27</sup> Debería estar entre nuestros objetivos cometer, lo menos posible, este error. Preferiremos, en su caso,... la contradicción; certidumbre no es sinónimo de ciencia y, en nuestro ámbito, caminamos siempre, lo hemos dicho, sobre arenas movedizas.

Pero caminar así es caminar, al fin y al cabo. La historia, lo hemos dicho, puede y debe escribirse. Y es cierto, hay trampas en el estudio del pasado. Muchas de las fuentes de las que bebe el historiador tienen que ver con producciones intencionadas de sus autores, que así (precisamente así) querían pasar a la posteridad. Las dificultades para separar el grano de la paja serán muchas, insalvables a veces; pero quizás la discusión, aquí, tenga que ver con la distinción entre historiadores (o métodos) más o menos solventes, y no siempre, como a menudo se discute, con la posibilidad misma de escribir la Historia. La dificultad para reconocer las carencias del propio conocimiento o las limitaciones del método y el conocimiento humano son características propias de la mediocridad e inmoralidad intelectual. Para el historiador de la propaganda, como forma de comunicación interesada, debería ser importante el estudio de esa intencionalidad. Thompson vuelve a darnos pistas de cómo hacerlo:

*En realidad, [los historiadores] cuando examinan los jeroglíficos mayas más antiguos o las inscripciones cuneiformes de la antigua Babilonia, las intenciones de quienes los grabaron constituyen, precisamente, un importante objeto de estudio: y, a través de ellas, la recuperación de su cosmología, su astrología y sus calendarios, sus exorcismos y encantamientos, en suma, los ‘intereses’ de los autores de aquellos mensajes. Los datos empíricos intencionales (los datos intencionadamente proporcionados a la posteridad) pueden ser estudiados, en el marco de la disciplina*

27. THOMPSON, E.P. (2001) *Obra esencial*. Barcelona, Crítica, p. 142.

*histórica, con tanta objetividad como los datos no intencionales (esto es, la mayor parte de los datos históricos, que sobreviven por razones independientes de los propósitos de los actores). En el primer caso, las intenciones son ellas mismas un objeto de investigación; y en ambos casos los 'hechos' históricos son 'producidos', por medio de disciplinas apropiadas, a partir de los hechos empíricos.<sup>28</sup>*

También resultará complejo, a veces imposible, deshacernos de nuestro presente al mirar al pasado. Como afirma Benjamin, «la historia es objeto de una construcción cuyo lugar no lo configura ese tiempo vacío y homogéneo, sino el cargado por el tiempo-ahora».<sup>29</sup> El resultado será siempre imperfecto, pero necesario. Habremos de interrogar una y otra vez a las mismas fuentes, volver a interpretar, pero no podemos dejar de preguntar. Thompson habla de seis maneras diferentes de interrogar a lo que él llama, los «hechos discretos». La primera de esas formas es básica:

*Antes de que pueda iniciarse cualquier otra pregunta, debe examinarse sus credenciales como hechos históricos: ¿cómo fueron registrados? ¿Con qué finalidad? ¿Pueden ser confirmados por otras pruebas adyacentes? Y así sucesivamente. Este es el sustento de todo el asunto.<sup>30</sup>*

El trabajo del historiador parte de que quedarán (muchos) asuntos, períodos, personajes... sobre los que nada o casi nada podremos conocer. Es importante vencer la tentación de llenar esos huecos para que (como hacía Carlile) la realidad confirme nuestras teorías. Es más, la excesiva coherencia de determinados discursos históricos puede levantar «sospechas» y está entre los intereses de quienes estudian la propaganda.

La Historia Social de la Comunicación, así como la Historia de la Propaganda tienen, como tema de estudio ineludible, el análisis del discurso propagado. Y el interés por la intencionalidad del emisor al transmitir un determinado mensaje, sobre todo en el caso del estudio de la propaganda, es una cuestión central.

28. THOMPSON, E.P. (1981) *Miseria de la teoría*. Barcelona, Crítica, p. 50.

29. BENJAMÍN, W. (2008) *Obras* (2v.). Madrid, Abada, p. 315.

30. THOMPSON, E.P. (1981), p. 52.

\*

De lo dicho hasta ahora se desprende que el estudio de la propaganda debe prestar atención al «mercado de las narrativas» en un contexto histórico determinado, ya que es producto de una cierta época y de unas circunstancias concretas, materiales. Estamos, pues, ante un producto cultural y no ante una categoría metafísica que trascienda su contexto. Esto no quita que resulte sencillo identificar, a lo largo de la historia, técnicas, medios y mensajes recurrentes en una historia de la propaganda que lo fuera de los lugares comunes, de una especie de «eterno retorno» como el que definiera Eliade<sup>31</sup> y que, para Benjamin hace que el acontecimiento histórico se convierta en «artículo de masas». <sup>32</sup> El miedo, por ejemplo, como elemento de persuasión política, ha sido profusamente utilizado por la Inquisición, los jacobinos y los regímenes totalitarios y «democráticos» del siglo XX, entre otros. También los gobernantes han intentado ofrecer de sí mismos una imagen determinada, legitimadora de su situación privilegiada... no siempre legítima. Pero hay que ser cuidadosos al comparar el uso que del miedo hizo Torquemada con el que hiciera Goebbels, o la imagen que el rey Eannatum, de Lagash, en el tercer milenio antes de Cristo, con la que de la monarquía francesa quiso transmitir Luis XIV o la del presidente Obama en EEUU. No estaban, probablemente, pensando en lo mismo cuando definieron su «propaganda»... ¿o sí? También aquí hay continuidades y discontinuidades... ¿o no?

El propio Eliade intenta disuadirnos de ver, en los líderes del pasado remoto y en su interpretación mítica de la realidad, un ejercicio de construcción interesada de los imaginarios sociales; es decir, de propaganda tal y como aquí la entendemos, ya que dicha interpretación «para nada tiene en cuenta la estructura de la mentalidad arcaica». <sup>33</sup> No obstante, Eliade define la memoria popular como ahistórica, que retiene con dificultad acontecimientos «individuales» y figuras «auténticas»: «Funciona por medio de estructuras diferentes; categorías en lugar de acontecimientos, arquetipos en vez de personajes históricos». <sup>34</sup> La mentalidad arcaica lleva

31. ELIADE, M. (1997). *El mito del eterno retorno*. Madrid, Alianza/Emecé.

32. BENJAMIN, W. (2008), p. 269.

33. ELIADE, M. (1997), p. 43.

34. *Ibidem.*, p. 48.

a la «abolición del tiempo por la imitación de los arquetipos y por la repetición de los gestos paradigmáticos». <sup>35</sup> Resulta difícil resistirse a la tentación de pensar que, quienes diseñan hoy campañas de comunicación y propaganda, tienen en mente a un público que interpreta a través de estas clasificaciones «míticas». De aquí que este segundo nivel de análisis de la historia de la propaganda, el que subraya la evolución (o la no-evolución) de los arquetipos, los lugares comunes, los temas recurrentes, lo siempre (casi) igual, sea también deseable para una historia social de la propaganda que no puede huir de la historia de las mentalidades ni, por supuesto, de la consideración de la propia condición humana.

Parafraseando la reflexión recurrente de que no hay dos momentos históricos iguales, pero tampoco dos completamente diferentes (aplicable también a los seres humanos), se nos antoja poco sensato plantear un estudio de la propaganda (y de su historia), que no contemple ambos niveles de análisis.

#### «LA GUERRA ES LA PAZ». EL USO PROPAGANDÍSTICO DEL DISCURSO HUMANITARIO

*El gran dilema de la política internacional es si la gente en peligro debe ser rescatada por ejércitos extranjeros*

Michael Walzer

*En todos los tiempos, los pueblos al igual que los hombres, se han contentado con palabras. Casi invariablemente les basta con las apariencias, no piden nada más. Es posible entonces crear instituciones ficticias que responden a un lenguaje y a ideas igualmente ficticias*

Maurice Joly

Quizás el efecto inmediato de una mirada como esta a la historia de la propaganda sea la de situarnos en una posición privilegiada a la hora de observar críticamente el presente. Esa crítica es el primer paso hacia la intervención política para el cambio social. La deconstrucción y denuncia del uso interesado de determinadas narrativas puede ser el prólogo necesario para modificar, si fuese necesario, esos usos y ceder

35. *Ibidem.*, p. 40.

el paso a otros discursos. Abordamos, a continuación, un ejemplo recurrente en nuestros días: el uso interesado del discurso de los derechos humanos en su forma, probablemente, más extrema: la justificación de la «guerra humanitaria».\*

La guerra es fea y nadie gusta ser, siquiera sentirse, responsable de ella. Cuando sabemos (o intuimos) que estamos haciendo algo mal, resulta habitual que busquemos excusas para justificar nuestro comportamiento. Y nuestros argumentos pueden no ser siempre muy convincentes. La defensa discursiva de la guerra sigue derroteros parecidos. Lo normal es que el discurso público construido para la justificación de la violencia se apoye en argumentos políticamente correctos (aquí y ahora); es decir, aceptados socialmente, de forma más o menos amplia, como «buenos», «aceptables» o, en el peor de los casos, como el «mal menor». Deberíamos cuestionarnos, entonces, sobre qué comportamientos son considerados intolerables por un determinado grupo social en un (también determinado) contexto y qué es lo permisible para defenderse de lo intolerable. La discusión, de naturaleza moral, en estos términos, nos ayudará a comprender los mensajes de la propaganda de guerra e interpretar las narrativas de resistencia a los mismos.\*

Los derechos humanos, entendidos como aquellos recogidos en la Declaración de 1948, conforman un precioso manifiesto, fruto de una forma de entender el mundo (la llamada occidental) y de la experiencia, muy reciente entonces, de la Segunda Guerra Mundial. Los horrores de la guerra y la catarsis posterior al conflicto fortalecieron la idea de naciones «moralmente superiores» que, a grandes rasgos, serían aquellas incapaces de cometer las atrocidades del pasado reciente. Las autodenominadas democracias dejaron por escrito la diferencia entre civilización y barbarie en el nuevo mundo de posguerra. Los gestos simbólicos se sucedían en un mundo que necesitaba de ellos, mientras asistía horro-

\*. N. E. Sobre los Derechos Humanos y el Derecho Internacional Humanitario véase en este mismo volumen SIERRA, Francisco y MORAL, Lucía del. *Cultura de paz y biopolítica. Pensar los Derechos Humanos desde un nuevo pensamiento antagonista de lo procomún*; y PRONER, Carol. *Derecho Internacional: El Polifemo y el ejercicio de humanidad*.

\*. N. E. Sobre esta temática véase en este mismo volumen el epígrafe «De la tolerancia a la distancia crítica. El reto de la cultura de paz» en el capítulo SIERRA, Francisco y MORAL, Lucía del. *Cultura de paz y biopolítica. Pensar los Derechos Humanos desde un nuevo pensamiento antagonista de lo procomún*.

rizado al descubrimiento de los campos de concentración y entonaba el *mea culpa* por haber hecho, en muchos casos, la vista gorda. A partir de entonces, si bien el contenido de la Declaración se mantuvo como desiderátum, el uso discursivo de la misma comenzó a convertirse en hegemónico cuando se trataba de justificar el uso de la violencia. Así, desde entonces, el discurso de los derechos humanos se ha utilizado como argumento para fines muy diferentes. Por un lado, son legión los defensores de derechos humanos que, individual o colectivamente han enarbolado la Declaración para luchar contra el uso de la violencia, el abuso y la opresión en los más distintos contextos. A quienes han arriesgado en esa lucha, a quienes han tomado en serio el enfrentarse, más allá de modas «solidarias» o sustanciosos sueldos, a la injusticia, les debemos mucho; más de lo que podemos formular por escrito. Sin embargo, un discurso *similar*, que enarbola el argumento humanitario, la Declaración de 1948 y la defensa a ultranza de la «paz» se ha utilizado para perpetuar sistemas de relaciones de poder autoritarios, regímenes intolerables y, desde luego, para la justificación de la guerra:

*Los derechos humanos han sido categorías que, en determinados momentos y bajo determinadas interpretaciones, han cumplido un papel legitimador de ese nuevo sistema de relaciones; y en otros momentos y bajo otras interpretaciones han jugado el papel de movilización popular contra la hegemonía de las relaciones que el capital ha venido imponiendo durante sus cinco siglos de existencia.*<sup>36</sup>

Volvamos a subrayarlo: el reconocimiento «legal» de estos derechos no implica, de ningún modo, que se hayan convertido en una realidad. Y es importante insistir en ello, porque uno de los argumentos recurrentes en la propaganda de guerra de nuestros días es, como fácilmente se deducirá de lo dicho hasta ahora, acusar al enemigo de estar «violando sistemáticamente los derechos humanos fundamentales», afirmación que suele llevar implícita una segunda, a saber: «Nosotros no lo hacemos. Nosotros sí respetamos los derechos humanos». La primera sentencia suele ser más fácilmente demostrable que la segunda pero, como apuntábamos, se trata de una reedición del discurso que opone civilización y

36. HERRERA Flores, J. (2005) *Los derechos humanos como productos culturales. Crítica del humanismo abstracto*. Madrid, Catarata, p. 19.

barbarie, con origen (esta vez) en la posguerra mundial y que se convierte en hegemónico tras la caída de la Unión Soviética.

No es difícil rastrear, históricamente, casos similares, es decir, en los que ciertos mensajes han sido utilizados para justificar prácticas opuestas a aquellas para las que fueron formulados. En el caso de la Declaración, sus propias contradicciones internas facilitan dicho uso «distorionado». Santos,<sup>37</sup> como Herrera,<sup>38</sup> comienza preguntándose por la razón, dado que la humanidad es «una», de la diversidad de principios, concepciones y prácticas de la dignidad humana,\* así como de las divergencias y contradicciones entre ellas. Para Santos, la respuesta ofrecida por el *pensamiento ortopédico*, es decir, aquel resultante de la separación de la ciencia de los problemas «reales», es decepcionante (y también contradictoria):

*La respuesta que ofrece el pensamiento ortopédico (orthopedic thinking) consiste en reducir dicha diversidad al universalismo abstracto de los derechos humanos: existe diversidad siempre que esté reconocida por los derechos humanos. Es una respuesta débil, porque niega lo que afirma (el universalismo), afirmando lo que niega (la diversidad). Si los derechos humanos son múltiples y diversos internamente, entonces no hay razón para creer que esa multiplicidad y diversidad se limiten a las contenidas en los derechos humanos.<sup>39</sup>*

Este uso propagandístico de la Declaración Universal de Derechos Humanos lleva implícita, además, una simplificación que está lejos de ser neutral: la de describir al enemigo únicamente por *lo que hace*, no por lo que le ha llevado a comportarse así. La propaganda de guerra se suele centrar en las acciones injustificables, intolerables (moral y jurídicamente), en las atrocidades: atentados, tortura, violaciones, etc.; es decir, en los medios, no en las causas. El acento se sitúa en las violaciones de los derechos humanos para, en ocasiones, poner en marcha campañas militares que, difícilmente, puedan o quieran evitar violacio-

37. SANTOS, B. (2009)

38. HERRERA Flores, J. (2005)

\*. N. Es. Véase en este mismo volumen ARENAS HIDALGO, Nuria. *En busca de la dignidad de los desarraigados. El derecho de asilo y su imperfecta consagración jurídico internacional.*

39. SANTOS, B. (2009), p. 110.

nes similares. Todorov, refiriéndose a la denominada «guerra contra el terrorismo», afirma:

*Otro inconveniente de esta expresión es su carácter indeterminado. Nos informa de que tal individuo o tal organización no actúan en nombre de un Estado, y que atacan y destruyen indistintamente a civiles, militares, edificios y medios de transporte. Pero nada nos dice del objetivo global que persiguen estos militantes, ni de sus motivaciones concretas. Esta ausencia de todo indicio sobre las razones de la lucha no es fortuita, por supuesto: al identificarlas sólo por sus métodos de actuación impedimos toda empatía y todavía más toda simpatía hacia esos individuos.*<sup>40</sup>

Describiendo con detalle las atrocidades del enemigo, y sólo las atrocidades del enemigo, se pretendería romper con la posibilidad de empatía e incluso provocar rabia, asco... odio hacia él. El paso siguiente, en esta lógica discursiva, puede ser la justificación del uso de los mismos métodos del enemigo para combatir lo que, repito, es injustificable e intolerable tanto moral, como jurídicamente. La consecuencia la apunta el propio Todorov: «Si para vencer al enemigo imitamos sus actos más odiosos, la que sale ganando es la barbarie».<sup>41</sup>

En cierto sentido, este problema moral está en la base de la discusión, tan importante como espinosa, de las llamadas «intervenciones humanitarias»,\* entendidas como aquellas misiones militares que, a menudo organizadas desde el extranjero para intervenir en un Estado, tienen como objetivo «salvar vidas», habitualmente deteniendo una masacre en marcha. Si ya el dilema que plantean dichas operaciones resulta espinoso, añadamos que estas intervenciones son, al menos en estado puro, muy escasas. En el mejor de los casos, la motivación humanitaria es una más de las que han llevado a tomar la decisión de intervenir militarmente. Michael Walzer apunta, además, una cuestión no menor: intervenir en un Estado implica, en mayor o menor medida, hacerlo por empatía con uno de los bandos en conflicto, lo que no significa necesariamente compartir ni apoyar en su totalidad los objetivos de dicho bando. De hecho, si

40. TODOROV, T. (2008), pp. 157-158.

41. *Ibidem.*, p. 162.

\*. N. E. Véase en este mismo volumen PRONER, Carol. *Derecho Internacional: El Polifemo y el ejercicio de humanidad.*

quienes intervienen no se vieran guiados por dicha empatía, incurrirían probablemente en un (aún) mayor número de contradicciones irresolubles:

*La intervención humanitaria implica una acción militar a favor de gentes oprimidas y requiere que el Estado que interviene participe, hasta cierto punto, de los objetivos de esa gente. No es preciso que realice él mismo esos objetivos, pero tampoco puede obstaculizar su consecución. Las personas están oprimidas, presumiblemente, porque persiguen algún fin: la tolerancia religiosa, la libertad nacional o cualquier otro, que resulta inaceptable para sus opresores. No es posible intervenir en su favor y contra sus fines.<sup>42</sup>*

Hobsbawm reflexiona sobre los argumentos en los que descansa el discurso humanitario a la hora de justificar las intervenciones armadas:

*(...) el argumento humanitario a favor de la intervención armada en los asuntos de los estados descansa en tres presupuestos: que en el mundo contemporáneo existe la posibilidad de que surjan situaciones intolerables —por lo general matanzas, o incluso genocidios— que la exijan; que no es posible hallar otras formas de hacer frente a tales situaciones; y que los beneficios derivados de proceder de este modo son patentemente superiores a los costes.<sup>43</sup>*

Una vez más, el planteamiento suscita todo tipo de interrogantes y nos devuelve al debate moral (y a la vez contextual) sobre lo que es o no «intolerable», sobre la legitimidad de quienes tienen la posibilidad de definirlo o, añadamos un nuevo avispero, sobre la posibilidad y pertinencia de analizar un conflicto armado en términos de «beneficios y costes».

Por otro lado, si bien la intervención humanitaria en estado puro se da con dificultad, la propaganda humanitaria para justificar la guerra goza, especialmente desde los primeros años noventa del siglo XX, de excelente salud. En cierto modo, ha venido a sustituir al anticomunismo de la guerra fría como argumento para movilizar a las «opiniones públicas». El argumento central de dicho discurso vendría, de nuevo, a subrayar la superioridad moral de los valores «occidentales», entre los

42. WALZER, M. (2001). *Guerras justas e injustas*. Barcelona, Paidós, p. 153

43. HOBSBAWM, E. (2009), pp. 17-18.

cuales está la defensa de los derechos humanos, tal y como se presentan en la Declaración de 1948. Estaríamos ante la guerra por los derechos humanos, la guerra «por la paz», como medio para volver a dotar de sentido mesiánico a las potencias occidentales, huérfanas de misión histórica tras la caída de la URSS. Como afirma Hammond, «la Guerra y la intervención (militar) desde la Guerra Fría han estado motivadas por el intento, de parte de los líderes occidentales, por recuperar un sentido de propósito y significado, tanto para ellos mismos como para sus sociedades».<sup>44</sup>

No es una novedad que la propaganda de guerra intente justificar la intervención desde un punto de vista moral y legal, ni que esconda o minimice los objetivos reales del conflicto (o parte de los mismos), pero en un contexto, el de la posguerra fría, de incredulidad ante los metarrelatos clásicos, se añade un nuevo factor:

*La justificación retórica de la acción militar ha tenido, a menudo, apariencia de arbitraria e inconsciente, no porque se ocultaran las motivaciones 'reales', sino porque la motivación principal para la acción era demostrar o ejemplificar los valores proclamados, construir un cierto sentido de propósito común e inspirador para las sociedades occidentales.*<sup>45</sup>

La conclusión de Hammond significaría una nueva vuelta de tuerca al asunto que aquí abordamos, ya que la propia guerra, la acción militar, pasaría a convertirse en propaganda, en parte del discurso de la «civilización», de la paz y los derechos humanos. *La guerra para propagar la paz* y volver a dotar de sentido a Occidente, armado de una actualizada misión civilizadora susceptible de movilizar a sus ciudadanos. Orwell, desde su tumba, debe estar esbozando una amarga sonrisa.

44. HAMMOND, P. (2007) *Media, War and Postmodernity*. London, Routledge, p. 11.

45. *Ibidem.*, p. 38.

## EPÍLOGO: POR UNA PROPAGANDA PARA LA «DESTRUCCIÓN DEL CONSENSO»

*Es preciso, pues, luchar ideológicamente para recuperar el mundo. No hay alternativas al mundo, sino alternativas en el mundo.*

Joaquín Herrera

*La libertad que nosotros queremos no es el derecho abstracto de hacer la propia voluntad, sino el poder de hacerla.*

Errico Malatesta

*Faltan soñadores, no intérpretes de sueños*

091

La idea de propaganda como «construcción del consenso» acuñada por los *padres fundadores* de la disciplina, a quienes ya nos hemos referido, lleva implícita la necesidad de simplificar una realidad compleja e inabarcable para el ciudadano medio, pero también, recordémoslo, de interpretarla desde la perspectiva del poder, a menudo tendente a la integración del receptor en un determinado orden establecido (o por establecer). Se trata de un proceso de fragmentación/reordenación/interpretación de la «realidad» que requiere la manipulación simbólica. En la práctica, y como ya hemos apuntado, quienes gozan de mayor acceso a los discursos públicos influyentes y a los canales por los que estos circulan, quienes tienen más posibilidades de ser escuchado, las tienen también de participar, con garantías, en la «construcción del consenso», de dotar de sentido al discurso políticamente correcto. En un mundo de acceso desigual al discurso, a los medios de comunicación; en un contexto comunicacional complejo a nivel internacional, caracterizado por la tensión entre diferentes sistemas, modos y propuestas, pero también por una fuerte presencia de modelos autoritarios de propaganda masiva controlados por un número muy limitado de emisores, el consenso «participado» no es fácil de alcanzar. De ahí que, como propone Joaquín Herrera, optemos por dejar entrar la realidad en los conceptos; desempolvarlos, devolverles el sentido perdido y que éstos abandonen su condición de arquetipos fáciles de manipular (quizás así, términos como «democracia» o «derechos humanos» recuperen la dignidad perdida).\* La deconstrucción (¿o a la destrucción?) de

\*. N. E. Véase en este mismo volumen GÁNDARA CARBALLIDO, Manuel E. *La reinención de las democracias*.

esa idea de consenso es parte de un proyecto propagandístico destinado a construir otros imaginarios sociales (o dar mayor visibilidad a los que ya existen) que dejen ver la dignidad de las diferentes formas de estar en el mundo. Parecería sensato, así, pretender desactivar un «consenso» en el que no hemos participado. El proyecto, ambicioso, requiere de una comunicación y una pedagogía menos encorsetada; más... *libertaria*, que nos invite a participar y perder el miedo a decir lo que pensamos. La propuesta no es nueva, ni lo son los obstáculos:

*No tememos decirlo: queremos hombres capaces de evolucionar incesantemente; capaces de destruir, de renovar constantemente los medios y de renovarse ellos mismos; hombres cuya independencia intelectual sea la fuerza suprema, que no sujeten jamás a nada; dispuestos siempre a aceptar lo mejor, dichosos por el triunfo de las ideas nuevas y que aspiren a vivir vidas múltiples en una sola vida. La sociedad teme a tales hombres: no puede, pues, esperarse que quiera jamás una educación capaz de producirlos.<sup>46</sup>*

Una pedagogía de estas características será buena compañera de viaje de una comunicación que, en primera instancia, subraye las contradicciones del discurso políticamente correcto.\*

Joaquín Herrera describe un mundo, el actual, en el que pretende imperar una (sola) teoría político-económica, que goza de poderosos seguidores y que defiende una determinada forma de organización social:

*el sistema de relaciones sociales basadas en el control del capital sobre toda la actividad reproductiva material de las personas (...) Tal teoría económica política procede más de un proceso ideológico que intenta imponer una sola visión del mundo como si fuera la natural, la racional y por supuesto, la universal; relegando todas las demás visiones al terreno de lo incierto, de lo irracional y de lo particular.<sup>47</sup>*

46. FERRER I GUÁRDIA, cit. en TAIBO (2010), pp. 191-192.

\*. N. E. Véase en este mismo volumen GARCÍA VALLINAS, Eulogio. *Los desafíos formativos del docente para una cultura de paz en la escuela democrática*; y PUERTAS CRISTOBAL, Esther y FERNÁNDEZ ALLES, José Joaquín. *Formando la sociedad del futuro. Los derechos de los estudiantes extranjeros*.

47. HERRERA FLORES, J. (2008) «Cultura y derechos humanos. La construcción de los espacios culturales», p. 29. IC (*Revista científica de Información y Comunicación*), 5, pp.

En los términos que hemos apuntado ya en este texto, esa (sola) cosmovisión «natural, racional y universal» goza, en buena parte del mundo, de un considerable *consenso social*, al que se ha llegado sin grandes opciones de presentar, en pie de igualdad, alternativas. Esta posición hegemónica del discurso que acompaña al sistema de relaciones definido por Herrera hace que se presenten las alternativas al mismo como artificiales, irracionales y coyunturales. En el mejor de los casos, las alternativas «asumibles» (aquellas que no ponen en peligro la base del sistema), se presentarán como inocentes, inmaduras, propias de proyectos sociales irrealizables y, en el peor, como peligrosas y punibles. Ejemplo de cómo opera esta campaña es el «maltrato» mediático que ha sufrido el discurso libertario, calificado habitualmente de «antisistema». Previamente, se ha construido mediáticamente, en torno al concepto de «antisistema», un imaginario determinado. El término pretende activar imágenes mentales de violencia callejera, enfrentamiento y riesgo para la seguridad de los ciudadanos. Lo antisistema es violento. El discurso hegemónico, de hecho, ha explotado bien el miedo al abismo post-capitalista, como si la única alternativa al capitalismo fuera la dictadura. De hecho, este miedo está en la base, pienso, de que las prácticas propuestas por movimientos ecologistas, de defensa de los derechos civiles, etc. no acaben de ponerse en práctica, a pesar de lo contundente y razonable de sus argumentos. Resulta demasiado evidente que tomar en serio dichas propuestas implica cambiar sensiblemente el capitalismo, al menos en su forma actual.

La propuesta propagandística que, con Joaquín Herrera, aquí esbozamos, pretende ir más allá de la tan necesaria denuncia de lo intolerable y matizar la idea hegemónica de vida digna que choca con la diversidad de caminos, de «vías hacia la dignidad».<sup>48</sup> La propuesta es ambiciosa, porque debería poder acercarnos a «aquello que no puede ser reconducido a nuestras explicaciones, interpretaciones e intervenciones en el mundo».<sup>49</sup>

El planteamiento que aquí hacemos no es original, pero esto no le resta importancia:

---

26-72. Disponible en Internet: [http://www.ic-journal.org/data/downloads/1256295703-2\\_herrera-flores.pdf](http://www.ic-journal.org/data/downloads/1256295703-2_herrera-flores.pdf) [ref. de 12/01/2011]

48. HERRERA Flores, J. (2005), p. 20.

49. *Ibidem.*, p. 17.

*lo que proponemos es un 'relativismo relacional' cuyo presupuesto básico radica en considerar que todas las formas de relación con el mundo deben ser consideradas —nos gusten o no— como relaciones culturales, quebrando con ello toda pretensión de uniformidad y homogeneización del mundo en que vivimos.<sup>50</sup>*

Abrir todos los espacios de comunicación posibles para dar visibilidad a otras propuestas (parciales y globales) de estar en el mundo es un camino, muchas veces iniciado, que resulta indispensable continuar. Para ello, la teoría crítica debe dejar las muletas del «pensamiento ortopédico» que, académicamente burocratizado, sólo responde a las preguntas que él mismo se hace, que no siempre (o rara vez) tienen que ver con problemas sociales necesitados de una respuesta teórico-práctica. Políticamente, afirma el propio Santos, «asumir completamente nuestro tiempo significa (...) radicalizar el rechazo y buscar alternativas, al mismo tiempo que se reconoce la incertidumbre de las mismas».<sup>51</sup>

Joaquín Herrera, propone un acercamiento profundamente «real» a la construcción de una teoría crítica para el cambio social:

*Una teoría debe medirse, no tanto por sus posibilidades de realización futura, sino por su capacidad actual de impulso hacia la construcción de heterotopías y de caminos de dignidad alternativos a los que tradicionalmente han dominado los textos y las prácticas de los derechos humanos.*

*Desde nuestras posiciones iniciales, la fuerza de una teoría crítica se medirá por dos cosas: 1ª por los caminos que nos abra en nuestro presente a la hora de facilitar encuentros con los otros: otros militantes, otros defensores de la dignidad; y, por supuesto, con «lo otro», es decir, con la naturaleza y sus procesos; 2ª por su virtualidad a la hora de aumentar la capacidad que todo ser humano tiene de indignarse ante las injusticias y opresiones que se dan en nuestro presente, en nuestra cotidianidad, en nuestras relaciones diarias con este mundo que (a pesar de todo idealismo) está fuera de nuestra mente. Pero el mundo no se reduce a los estados de hecho. El mundo tiene en sí mismo otra esfera de realidad que se compone del conjunto de significaciones, símbolos,*

50. *Ibidem.*, p. 18.

51. SANTOS, B. (2009), p. 111.

*teorías, prácticas individuales y sociales que nos capacitan para 'reaccionar' frente a tales estados de hecho y a los entornos de relaciones en los que vivimos. Las cosas del mundo no son únicamente lo que son; también son lo que significan. Es decir, lo «facticio», lo artificial, lo no convencional, lo no natural, en definitiva, lo que «hacemos por nosotros mismos» desviándonos de los núcleos epistémicos y sociales que tienen la hegemonía.<sup>52</sup>*

Facilitar el encuentro y aumentar la capacidad de indignación ante la injusticia. Es un buen punto de partida para la construcción de una propaganda que destruya el consenso «que no es» y nos muestre una realidad mucho más estimulante y diversa de lo que, probablemente, imaginábamos. Gracias, maestro, por el consejo.

52. HERRERA Flores, J. (2005), pp. 58-59.

