



El Modelo de Propaganda y el control de los medios



M. Cruz Tornay-Márquez

[cruzornay@gmail.com]

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/IC.2020.i17.24>

E-ISSN: 2173-1071

IC - Revista Científica de Información y Comunicación
2020, 17, pp. 561 - 564

Pedro-Carañana, J. y Sierra Caballero, F. (coords.) (2019). *El Modelo de Propaganda y el control de los medios. Salamanca: Comunicación Social.*

Entre 1980 y 1992, Estados Unidos destinó diariamente más de un millón de dólares para evitar el triunfo de la guerrilla en El Salvador¹ y, así, contener la expansión comunista en la vecina Centroamérica, una amenaza antecedida por la victoria del Frente Sandinista en Nicaragua. La relevancia estratégica del pequeño país salvadoreño se evidenció en la cobertura mediática de acontecimientos que permitían realzar la imagen de su Gobierno militar y, por tanto, legitimar el apoyo de las administraciones republicanas en el exterior tras el fiasco sufrido en la guerra de Vietnam. Sin embargo, el volumen de informaciones *positivas* sobre un país con dramáticas tasas de violencia y represión, contrastaba con la escasa atención que los medios dedicaron a sucesos de indudable

1 Quan, A. (2005). Through the Looking Glass: U.S. Aid to El Salvador and the Politics of National Identity. *American Ethnologist*, 32(2), 276-293.

interés informativo, como fueron el asesinato del monseñor Óscar Romero o las torturas, violaciones y asesinatos de cuatro misioneras estadounidenses represaliadas por su trabajo humanitario en comunidades con presencia guerrillera.

El compromiso de los intelectuales Edward S. Herman y Noam Chomsky les condujo a realizar un análisis pormenorizado de la cobertura informativa realizada por los medios de comunicación estadounidenses en el marco de la Guerra Fría encontrando que, patrones como los observados en Centroamérica, se daban también en otros contextos. La divergencia de criterios informativos en según qué casos y países o la creación de *víctimas dignas o indignas*, respondían a elecciones sesgadas vinculadas a los intereses de Washington y estaban dirigidas a la producción de un consenso en la opinión pública; elecciones periodísticas cuyo modelo de funcionamiento, el Modelo de Propaganda (MP), fue expuesto en el original *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media* (1988).

Treinta años después de la publicación de una obra seminal para los Estudios de Comunicación desde una perspectiva crítica, *El Modelo de Propaganda y el Control de los Medios* reúne a una nueva generación de investigadores que revisan la vigencia de los cinco filtros descritos por Herman y Chomsky y que toman el MP como hilo conductor para la presentación de un diagnóstico global de la comunicación en el siglo XXI. La obra que se presenta es coordinada por Joan Pedro-Carañana y Francisco Sierra-Caballero, dos de los autores que han sabido poner en valor la contribución de Herman y Chomsky a los estudios críticos de la Comunicación, incluso en aquellos momentos en los que la vigencia y utilidad del modelo pudiera ser puesta en cuestión por las transformaciones geopolíticas acontecidas en la era post-Internet. Precisamente, *El Modelo de Propaganda y el Control de los Medios* surge de un seminario realizado por ULEPICC (Unión Latina de la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura) como homenaje tras el fallecimiento de Edward S. Herman y que coincidió con el treinta aniversario de la publicación de *Manufacturing Consent*. De ahí, también, dos de las destacadas contribuciones del libro: la entrevista a Herman dos semanas antes de su fallecimiento y la intervención de Chomsky en el tributo sobre el legado del que fuera su amigo y compañero de investigación durante más de cincuenta años.

Junto a las voces de los autores del MP, el libro presenta en diez capítulos los trabajos de quince investigadores que, mediante la fundamentación teórica y la presentación de estudios empíricos, actualizan el modelo de funcionamiento de los medios de comunicación en un contexto que principalmente difiere del analizado por Herman y Chomsky por la desaparición de la Unión Soviética -enemigo oficial de Estados Unidos,

utilizado para justificar las políticas imperialistas y las censuras domésticas- y, también, el alcance de Internet como aliado de los movimientos sociales y medios alternativos y de contrapeso a la concentración de la propiedad mediática. La cuestión de la ideología y las posibilidades reales de Internet en relación al cambio social, son dos de los elementos que toman protagonismo en la actualización de los cinco filtros del MP desde la Era Reagan hasta nuestros días: ¿Quién ha sustituido a la URSS como enemigo, cómo opera en la actualidad el filtro definido por Herman y Chomsky como *Anticomunismo como mecanismo de control*? En la época actual, el anticomunismo habría sido sustituido por la creencia en el “milagro del mercado”, según la revisión realizada por Herman, mientras que Pedro-Carañana amplía el concepto a *ideologías dominantes* para abarcar la multiplicidad de opresiones como “el capitalismo, el clasismo, el racismo, el machismo, el neoliberalismo o el individualismo” (p. 44). Según este enfoque, los medios dominantes se hacen eco de las ideologías dominantes como estrategia para la fabricación de consensos y, en consecuencia, se produce el silenciamiento de posibles formas alternativas de poder. En este sentido, Silvina Romano toma como referencia el análisis del Referéndum en Bolivia de 2016 para observar la “reinstalación del consenso a favor de las democracias procedimentales” (p. 124), conclusión extrapolable a otras experiencias *fallidas* de transformación social que, ante la ausencia de alternativas, contribuyen a la apatía y desmovilización.

Los estudios de casos presentados permiten apreciar de manera empírica la vigencia del MP, más aún en aquellos países en los que medios de comunicación han sido protagonistas de lo que el filósofo Fernando Buen Abad definiera como un Plan Cóndor Mediático por su beligerancia contra gobiernos elegidos democráticamente. En el capítulo “Imperialismo e información hegemónica en América Latina. La experiencia del golpe mediático”, Sierra-Caballero aborda lo que define como “nuevo golpismo mediático en América Latina” (p. 87) que, involucrando a diferentes fuerzas, se dirige a “evitar o revertir” aquellos procesos de transformación social (p. 103) que, en esencia, suponen una amenaza a los intereses de Estados Unidos. Se trata de una actualización del quinto filtro del MP que “coincide con la extensión de la ideología del control social en la agenda política occidental y en medios del área de influencia de Estados Unidos” (p. 105).

En la segunda parte del libro, que lleva por nombre *El control del pensamiento en la Era Digital*, encontramos aquellos trabajos que invitan a pensar el MP en el contexto de los cambios propiciados por la aparición de Internet, entre ellos, los vinculados con la participación política y con el impacto de las redes sociales y su influencia en procesos emergentes. La dualidad entre *ciber-pesimismo* y *ciber-euforia* que Miguel Peralta aborda

en su capítulo dedicado a la “Reformulación del Modelo de Propaganda de Herman y Chomsky para el siglo XXI”, se sostiene en el limitado alcance de Internet para el “desarrollo de un sistema de medios más democrático”, como reconociera Herman en la entrevista incluida en el libro (p. 32), y su indiscutible contribución a la convocatoria de movilizaciones, entre ellas, el 15M en España, la Primavera Árabe o la Revolución de las Cacerolas en Islandia. La digitalización ha permitido a los movimientos sociales subvertir la espiral del silencio de la década de los noventa y posicionar su discurso en la esfera pública; a cambio, es necesario contrarrestar la saturación informativa, el ruido y los mecanismos de diferenciación de contenidos (p. 213).

El hecho de que el MP sea un instrumento válido para el análisis del funcionamiento de los medios de comunicación, no excluye la posibilidad de disenso, es decir, de excepciones que aparecen en momentos de crisis y que involucran a nuevos actores. Este el punto de partida del interesante caso de la activa oposición a la guerra de Irak por parte del diario británico *Daily Mirror* descrita por Des Freedman en el capítulo titulado “¿Sin tropiezos? El modelo de propaganda y tiempos de crisis” y que sirve para la reflexión acerca de las divisiones dentro de la elite y las movilizaciones populares que desafían el poder (p. 238).

Recordando de nuevo a Herman, el objetivo del MP es centrarse en el funcionamiento y comportamiento de los medios de comunicación, no en los efectos que pudieran alcanzar. Por tanto, sirvan las contribuciones de los autores de *El Modelo de Propaganda y el Control de los Medios* para profundizar en las estrategias del poder en la creación de consensos, pero, también, para pensar el disenso y las alternativas dirigidas a la transformación y a la justicia social.