



LA CONSTRUCCIÓN DEL CONSENSO. REVISITANDO EL MODELO DE PROPAGANDA DE NOAM CHOMSKY Y EDWARD S. HERMAN

Miguel Vázquez y Francisco Sierra (coords.)

Siranda Editorial, Madrid, 2006
276 Páginas

Reseña por Ana Isabel Barragán Romero

La construcción del consenso es fruto de un proyecto celebrado en la Universidad de Sevilla en octubre de 2004: “Seminario de Teoría Crítica y Comunicación”, subtítulo: “Noam Chomsky. La producción del consenso”, donde se debatieron aplicaciones actuales del modelo de propaganda propuesto por Noam Chomsky y Edward S. Herman en *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media —Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*, en su traducción al castellano—.

En los países donde el poder se concentra en manos de unos pocos, la principal función de los medios de comunicación es la de servir a una “determinada élite”. Pero es más difícil reconocer la propaganda cuando los medios son privados y no actúa la censura. Y más aún, cuando estos critican continuamente las acciones de las empresas y el gobierno y se consideran así mismos “portavoces de la libertad de expresión y de los intereses generales de la comunidad” (Chomsky y Herman, 1990: 21).

Este modelo de propaganda nace de la desigualdad existente en los medios de comunicación estadounidenses. A ésta se suma el papel activo que juegan las empresas y el gobierno en la publicación de noticias. Se basa en cinco filtros:

- 1) La envergadura, la concentración de la propiedad, la riqueza del propietario, y la orientación de los beneficios de las empresas dominantes en el ámbito de los medios de comunicación;
- 2) la publicidad como fuente principal de ingresos de dichos medios;
- 3) la dependencia de los medios de la información proporcionada por el gobierno, las empresas y los «expertos», información, por lo demás, financiada y aprobada por esos proveedores principales y por otros agentes del poder;
- 4) las «contramedidas» y correctivos diversos como método para disciplinar a los medios de comunicación, y
- 5) el «anticomunismo» como religión nacional y mecanismo de control (Chomsky y Herman 1990: 22).

La construcción del consenso propone una revisión de este modelo para mostrar su utilidad en nuestros días. Está compuesto por siete capítulos a cargo de académicos y profesionales del mundo de la comunicación.

El primero de ellos lo desarrolla uno de los coordinadores de la obra, Francisco Sierra, y se titula "Pensar el control informativo. Fundamentos y perspectivas del modelo de propaganda norteamericano". En él introduce el modelo de propaganda de Chomsky y Herman y apunta seis principios para una lectura alternativa del mismo: 1. principio constructivista; 2. lectura institucional; 3. principio simbiótico de la hegemonía; 4. principio del poder descentralizado y multifactorial; 5. teoría radical de la democracia; y 6. análisis ideológico de los contenidos informativos. Tras estos puntos de partida, cuyo objetivo es una reflexión sobre el modelo, el autor destaca una serie de críticas liberales, sin dejar de enfatizar la gran aportación de Chomsky y Herman: fomentar un debate social sobre el papel de los medios de comunicación en la creación de un consenso.

"Chomsky y Orwell: hacia un modelo de propaganda de élite" es el título del segundo capítulo, cuyo autor es Antonio Pineda Cachero. El eje de su estudio es el tercer filtro del modelo de propaganda -el suministro de información por parte de la élite a los medios de comunicación- y sus dos consecuencias: "el control de la información y la labor de los intelectuales como legitimadores del poder" (p. 40). La hipótesis de partida es que Orwell configura un papel importante en la generación del pensamiento chomskyano. Para el autor, lo que Chomsky toma de Orwell es su idea implícita de que los intelectuales son un sector de especial interés para la propaganda, puesto que la teoría de Chomsky se basa en un modelo de propaganda de élite en EEUU. Los intelectuales son los líderes de opinión de las masas, por ello es de vital importancia que crean todo lo que se les dice.

Mientras Pineda Cachero plantea el tercer filtro del modelo propagandístico, Ana I. Segovia estudia el primer filtro en "Imperialismo corporativo y concentración mediática. La preponderación del primer filtro". Este tercer capítulo del volumen considera que el primer filtro del modelo es el más importante, así como la base de la cual derivan todos los demás. Lo actualiza en función a tres categorías: 1) Limitaciones por inversión; 2) concentración de la propiedad y directorios interconectados y 3) orientación hacia el beneficio. Con una gran cantidad de ejemplos, en la primera categoría se menciona la imposibilidad de adquirir un medio de comunicación debido a sus altos costes. Los ejemplos hablan por sí solos y muestran cómo la mayor parte de los medios acaba siendo propiedad de unos pocos. A esto se une el problema de que quienes adquieren dichos medios no son personas que quieran alzar la voz en la sociedad, sino empresarios que poseen todo tipo de negocios que no tienen nada que ver entre sí. Entramos así en la segunda categoría. La interconexión entre empresas de todo tipo debido a la necesidad de supervivencia deriva a una información orientada claramente hacia el beneficio. La élite que controla la mayor parte de las empresas del sector privado y los organismos institucionales filtran una información a los medios – también de su propiedad– que busca imagen y beneficios.

Adrián Huici Módenes propone una nueva mirada en "Reescribir el pasado: el modelo de Chomsky y el relato histórico norteamericano". En estas líneas desvela un nuevo tipo de literatura nacida para revelar verdades históricas. La mayoría de estas obras descubre un pasado turbio en la historia de Estados Unidos y muestra una realidad cargada de discursos propagandísticos. Esta forma de reescribir el pasado apela al futuro apocalíptico que Orwell vaticinaba en *1984* y supone para el autor la "potenciación al máximo de los filtros chomskyanos" (p. 160).

"Kosovo y los guardianes de la libertad. Vigencia y actualidad de Chomsky en la posguerra fría", capítulo a cargo de Pablo Sapag, traslada el modelo de propaganda de Chomsky y Herman a la crisis de Kosovo de 1999. Para Sapag, uno de los principales filtros que funcionaban en Kosovo era el tercero: los principales difusores de la información eran la sede de la OTAN y la del Pentágono. También destaca la importancia que concede Chomsky a los expertos e intelectuales; y es que estos toman un papel destacado en la guerra de Kosovo, ya que apoyaron y justificaron la intervención de la OTAN. A lo largo de estas líneas, el autor consigue demostrar la importancia que el modelo chomskiano sigue teniendo en nuestros días.

Miguel Vázquez Liñán aplica el modelo al ámbito ruso en "La guerra de Chechenia y el modelo de propaganda". El autor puntualiza que, a pesar de que el modelo estadounidense partía de un estudio sobre la era Reagan y su lucha contra el comunismo, la situación no ha cambiado demasiado. En estos momentos, el chivo expiatorio pasa a ser el terrorismo internacional. Esta estrategia la ha llevado a cabo Vladimir Putin en su campaña a las presidenciales del año 2000, acusando a los independientes chechenos de atentados terroristas que costaron la vida a unos trescientos ciudadanos. La población no dudó sobre la veracidad de este mensaje. Poniendo en entredicho algunos ejemplos de la segunda guerra de Chechenia, como el "caso Bibitski", se llega a la conclusión de que "criticar las acciones del gobierno de Chechenia pasaba a ser (...) trabajar para el enemigo" (p. 221).

El último capítulo lo desarrolla Inmaculada Miralles: "Propaganda y desinformación en la prensa española: el caso de la guerra de Afganistán". Estas páginas son el resultado de un análisis de contenido de los diarios *El País*, *El Mundo* y *Abc* durante los primeros 38 días de la guerra de Afganistán. El estudio tiene como base los cinco filtros del modelo chomskiano, ya que estos determinan las noticias que pueden ser publicadas, las cuales, a su vez, sirven a los intereses de una élite. De este modo, mientras en otro lado del mundo no cesaban los bombardeos, el público español apenas era consciente de la importancia de estos hechos. Las noticias aparecían dispersas en una gran cantidad de secciones cuyo principal objetivo era el de desviar la atención del ciudadano.

Enlazando gran cantidad de ejemplos, los autores consiguen demostrar la vigencia del trabajo realizado por Chomsky y Herman en la década de 1980. El análisis de los medios de comunicación como creadores de un consenso social en Estados Unidos y su extrapolación a cualquier país europeo se hace posible debido a la globalización de la sociedad occidental.

Para finalizar, podríamos retomar una de las ideas principales de la obra: los medios están al servicio de una élite económica. Este hecho nos hace receptores de una información superficial e inconclusa. La libertad de información no llega más allá de su formulación teórica, ya que todo hecho noticiable pasa por los cinco filtros de la propaganda. Sin embargo, la mayor parte de la sociedad no es consciente de esta manipulación. Los temas tratados, independientemente de su punto de vista ideológico, suelen desviar la atención del ciudadano hacia cuestiones banales para dejar en un rincón debates que no interesan al poder: desigualdad social entre el primer y el tercer mundo, guerras, explotación y privación de los derechos humanos, agotamiento de los recursos naturales, y un interminable etcétera.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHOMSKY, Noam y HERMAN, Edward S. (2000): Los guardianes de la libertad: propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas. Barcelona, Biblioteca de Bolsillo.