

El modelo de propaganda y la guerra en Ucrania: consensos más allá de las *fake news*

JOAN PEDRO-CARAÑANA*

Universidad Complutense de Madrid

Si Pilatos expuso la dificultad de encontrar la verdad, Humpty Dumpty nos enseñó que siempre hay que preguntarse por quién manda. Indagar en cómo desde posiciones de poder se manipula el mensaje en interés propio. Eso es precisamente lo que hicieron Noam Chomsky y Edward S. Herman en su célebre modelo de propaganda (MP), presentado por primera vez en el libro de 1988 *Manufacturing Consent* (traducido al castellano como *Los guardianes de la libertad*, 1990). Una crítica estructural e institucional de las relaciones de poder que condicionan la producción social de comunicación. En la mejor tradición empírica, los autores no solo investigaron las lógicas del poder mediático, sino que corroboraron su incidencia en los contenidos informativos en una gran cantidad de conflictos y guerras, desde Camboya y Vietnam hasta América Latina. Estructuras y contenidos aparecen, así, vinculadas.

La figura de Noam Chomsky (1928) es ampliamente conocida por parte de quienes alrededor del mundo están comprometidos con la justicia social. Sus escritos y su activismo se han convertido en una referencia insoslayable para muchas generaciones que ansían comprender y transformar el mundo. Menos conocido es su colega Edward S. Herman (1925-2017), quien colaboró con Chomsky durante cincuenta años y fue el artífice principal de la teorización del modelo de propaganda. Herman fue profesor de finanzas en la Universidad de Pensilvania y aplicó sus conocimientos profundos de la economía política de la comunicación y los medios al diseño del MP. El propio Herman fue

* Joan Pedro-Carañana es profesor en el departamento de Periodismo y Nuevos Medios de la Universidad Complutense de Madrid. Doctor en Comunicación, Cambio Social y Desarrollo (UCM). Es coeditor de los libros *El modelo de propaganda y el control de los medios*, *The Propaganda Model Today* y *Communicative Justice in the Pluriverse*. Su trabajo está disponible en <https://ucm.academia.edu/JoanPedroCara%C3%B1ana>



el principal responsable de continuar con el estudio de los medios de comunicación estadounidenses, aportando una vastísima cantidad de estudios empíricos de análisis de contenido para validar la hipótesis principal del MP, el apoyo de los grandes medios a los intereses imperiales del Estado y las corporaciones.

Por estos y otros méritos que no podemos resaltar ahora, Herman fue homenajeado por la Fundación de Investigaciones Marxistas y la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEP-ICC-Sección España) tras su fallecimiento. El acto contó con la participación de Chomsky, quien recordó su valiosa amistad y colaboración con Herman y constató la validez del MP cuarenta años después. Los resultados de la discusión se recogieron en el libro *El modelo de propaganda y el control de los medios*, siguiendo un trabajo colectivo de años de reflexión y debate sobre el MP y los aportes de los autores al pensamiento crítico y a la economía política de la comunicación. Así, el trabajo de ambos autores ha logrado ir abriéndose espacio en los estudios de comunicación y medios en las universidades españolas, principalmente orientados a análisis favorables a los poderes pecuniarios y políticos o a la superficialidad, e ignorantes del pensamiento crítico.



60

1. Viejos y nuevos filtros del MP

En sus investigaciones, Herman y Chomsky encontraron casos de invenciones mediáticas flagrantes —lo que ahora se conoce como *fake news*—, pero subrayaron que el principal problema de los medios es la reproducción de los consensos de los poderes del establishment, que persiguen el fin de fabricar el consentimiento de la población. Por supuesto que hay presiones y organizaciones dedicadas a influir directamente en los periodistas y los medios, pero Herman y Chomsky enfatizaron que no es necesaria ninguna conspiración para que los medios cumplan con esta función social: la estructura mediática y su organización institucional son suficientes para explicarla. Además, como ha señalado Chomsky, la cultura general, las visiones del mundo y mentalidades de cada sociedad son fundamentales para comprender la diversidad de opinión que pueda encontrarse en los medios.

En su conceptualización original, el MP identifica cinco factores o «filtros» por los que tiene que pasar la información antes de hacerse pública. Estos filtros dejan pasar unos contenidos y obstaculizan otros, condicionando y tamizando el enfoque, los énfasis y omisiones de los medios *agenda-setting*, particularmente en situaciones de conflicto en las que las élites tienen importantes intereses económicos y políticos. Estos filtros son:

1. La estructura de propiedad de los medios
2. La dependencia respecto a los ingresos por publicidad

3. Las sinergias con las fuentes oficiales
4. Los correctivos para disciplinar a los medios y periodistas críticos o *Flak*
5. Las ideologías dominantes como mecanismo de control social

¿Qué contenidos informativos son esperables en medios que son propiedad de grandes corporaciones con estrechas relaciones con poderes políticos y económicos? La respuesta es obvia. El periodismo refleja el poder institucional y estructural de la sociedad. Como ha señalado Chomsky, decir que los medios defienden a los ricos es tan de Perogrullo como decir que se defienden a sí mismos. Pese a la evidencia, los propios medios y la mayor parte de la investigación académica siguen sin discutir este hecho insoslayable. Su sumisión al poder es precisamente la causa principal de la pérdida de credibilidad y legitimidad de los medios hegemónicos, lo que ha abonado el terreno para el auge de las *fake news* y la posverdad. En este sentido, el MP permite identificar los corsés que aherrojan la independencia periodística de los profesionales y, por tanto, señala líneas de transformación para favorecer su libertad y profesionalidad.

Los autores reconocen que no se trata de un modelo omnipotente y que, aunque las características estructurales de los medios favorecen sistemáticamente el apoyo a las élites, también permiten ciertas dosis de crítica y la apariencia de pluralidad, a diferencia de los medios de comunicación en sistemas totalitarios. No obstante, la cantidad de información crítica y transformadora es muy inferior a la que sirve para satisfacer los intereses hegemónicos. En palabras de Chomsky, «la manera inteligente de mantener a la gente pasiva y obediente es limitar estrictamente el espectro de opinión aceptable, pero permitir un debate muy vivo dentro de ese espectro». Las voces alternativas quedan relegadas y forzadas a debatir desde los marcos consensuales del sistema. No resultaría legítimo imponer una opinión monolítica como en las dictaduras; conviene alimentar el conflicto. Salirse del marco establecido es condenarse a la etiqueta peyorativa de «radical».

Según Herman y Chomsky hay dos factores clave que permiten una mayor disensión. Uno se refiere a contextos en los que se producen divergencias entre las élites, lo cual favorece que los medios den cabida a las diferentes posiciones. El otro es el desarrollo de una opinión pública informada y crítica. Cuando la sociedad no acepta las políticas hegemónicas y existen fuertes movimientos de protesta y cambio, los medios se ven obligados a atender sus demandas. Aunque la mayor parte del tiempo lo hagan crítica, parcial y sesgadamente, la movilización social se entiende como la principal fuerza de democratización de la información.

En las últimas dos décadas se ha ido conformando una escuela de pensamiento en torno al MP que no solo ha aplicado el modelo en diferentes contextos, sino que ha profundizado teóricamente en sus filtros y ha propuesto otros nuevos. Puede destacarse el filtro del sistema de propaganda en su conjunto,



con la variedad de instituciones de élite dedicadas a la persuasión, las relaciones públicas, la diplomacia pública y el *spin*. También el sistema de seguridad, que hace saltar las alarmas cuando informadores como Assange o Snowden revelan hechos inconvenientes sobre el Gobierno estadounidense. El filtro de la legalidad va cobrando relevancia a medida que los medios se implican más en procesos de *lawfare* y golpistas. Sin duda, también cabe tener en cuenta el papel de las normas profesionales y de los periodistas, tanto los propagandistas pagados como los profesionales honrados que son posibles aliados en la lucha de clases. Las características de las nuevas tecnologías, así como el impacto de las culturas nacionales y locales, son otros factores que considerar.

2. Modelo de propaganda, *fake news* y consensos del *establishment*



62

Como ejemplos paradigmáticos de *fake news* para la fabricación de *casus belli* que son coherentes con el MP pueden señalarse las falsedades esgrimidas sobre la voladura del Maine, el incidente del Golfo de Tonkin, el asesinato de bebés en una maternidad en la primera guerra del Golfo o las armas de destrucción masiva para justificar la invasión de Irak. Pero más allá de ejemplos concretos, la clave para Herman y Chomsky es que, frente a los supuestos de independencia y objetividad periodísticas, los medios están plenamente imbricados en las estructuras de poder y son pieza central en la difusión sistemática de propaganda y en las operaciones psicológicas.

Esto fue lo que los autores encontraron respecto a la guerra de Vietnam. La mitología ha difundido la idea de que la prensa adoptó una posición crítica con el Gobierno estadounidense, pero Herman y Chomsky aportan una visión más precisa. La legitimidad de la invasión nunca fue puesta en duda por la prensa. Nunca fue catalogada de crimen, ni siquiera condenada como invasión ilegítima. A medida que la guerra avanzó y se hizo más costosa para Estados Unidos, surgieron críticas tácticas que provenían de sectores del *establishment* en términos de los costes económicos y humanos... ¡para los propios Estados Unidos! El enemigo vietnamita siguió siendo deshumanizado, mal representado y subrepresentado, y la legitimidad de la invasión no se puso en tela de juicio. En concordancia con lo esperado por el MP, el espectro de opinión se pudo abrir ligeramente cuando se desarrollaron poderosos movimientos antiguerra que pudieron influir en el debate público, si bien tendieron a ser demonizados y criminalizados.

Herman y Chomsky también estudiaron la cobertura del Watergate, que ha pasado a la historia como gran ejemplo de la prensa oposicional. No cabe duda del valor de las valientes investigaciones para el *Washington Post* de Woodward y Bernstein, quienes tuvieron que hacer frente a un poderoso sistema de

flak. Lo interesante para los autores es que el caso Watergate encaja con los supuestos del MP: una parte de la élite (el Partido Republicano) estaba atacando a otra parte de la élite (el Partido Demócrata), que tiene herramientas para defenderse. El escándalo derivado de la filtración de Garganta Profunda (subdirector del FBI, una fuente de la élite) forzó al presidente Nixon a dimitir, pero no se produjo semejante tratamiento mediático cuando, en fechas similares, salió a la luz el programa encubierto e ilegal del FBI, COINTELPRO, que durante cinco administraciones se dedicó al terrorismo estatal contra organizaciones sociales como el Partido Comunista, los movimientos feminista, negro e indio-americano y colectivos ecologistas y de la *New Left*. El análisis comparativo muestra la diferencia en la información cuando las víctimas son «dignas» y cuando son «indignas». También, cuando quien perpetra el crimen son los dos sectores de la élite.

El caso de la guerra y ocupación de Irak es uno de los ejemplos más claros de seguidismo de la agenda de Washington. Liderados por el *New York Times* desde la sensibilidad del Partido Demócrata y por *Fox News* desde los republicanos, los medios no solo justificaron la invasión bajo el pretexto de la existencia de armas de destrucción masiva en Irak, sino que vincularon a Saddam Hussein a los atentados del 11S, vendieron la guerra como una aventura humanitaria y liberadora y omitieron que la invasión y posterior ocupación suponían una violación del derecho internacional. Cabe señalar que en la prensa europea hubo una mayor crítica a la posición de Washington. De nuevo, esto es lo que espera el MP, ya que una parte de la élite se oponía a la guerra y se desarrolló un fuerte movimiento de protesta contra la misma.

Si uno se fija en los grandes consensos del *establishment*, podrá observar, por ejemplo, que los medios dan amplio espacio a economistas neoliberales y algo de espacio a keynesianos, pero un espacio irrelevante a posiciones marxistas y anticapitalistas. En el mismo sentido, los medios finalmente están atendiendo al cambio climático, pero raramente lo relacionan con el sistema capitalista o con la necesidad de pensar alternativas posextractivistas no basadas en el crecimiento ilimitado, el productivismo y el consumismo. Las propuestas se limitan a soluciones individuales desde el consumo responsable, y se omite el papel central de la industria militar en la emisión de gases invernadero. Es más, los medios siguen dando espacio a negacionistas del cambio climático, a menudo sin revelar su pertenencia a instituciones y empresas que lo fomentan.

En España, algunos consensos de las élites que limitan el espectro de opinión se refieren a la mal llamada «seguridad nacional» (con los medios guardando un silencio vergonzoso en torno a Assange, Snowden o Manning), el colonialismo (con la financiación y promoción de proyectos propagandísticos sobre las bondades de la «conquista de América»), la monarquía (tras mucho tiempo, no ha habido más remedio que criticar la corrupción del actual rey emérito, pero sin cuestionar la legitimidad de la institución y apostando por



su continuidad en manos del hijo), las actividades de la banca en paraísos fiscales o el papel de grandes empresas controladas por los Pérez, Ortega o Roig (*publicity* y ausencia de crítica). En estos casos, los medios aplican lo que el historiador Mark Curtis ha llamado la creencia ciega en la benevolencia básica de Occidente, sus líderes y *modo de vida*. Pueden equivocarse a veces, pero su naturaleza es bondadosa y su poder conveniente para la sociedad.

3. El modelo de propaganda y la guerra en Ucrania

La verdad muere primero, luego vienen la guerra y los muertos. Es una verdad incuestionable que Putin ha lanzado una invasión criminal y brutal a Ucrania. Pero ahí —donde se quedan los medios— no termina toda la historia. Hay otras verdades inconvenientes que son omitidas convenientemente, aunque la guerra siga generando sufrimiento en todo el mundo y se corra el riesgo de escalada nuclear. Es fruto de la limitación del debate público al consenso de la OTAN, particularmente de Washington. Se difunde su versión oficial casi exclusivamente, con poco margen para la búsqueda de los conflictos subyacentes y su justa resolución.

No cabe duda de que Rusia ha elaborado un relato de la guerra en base a *fake news*, pero no hay que obviar que desde Occidente también se participa en la guerra comunicativa sucia. Más allá de fabricaciones narrativas, un análisis de los contenidos informativos en los medios occidentales muestra un sesgo fundamental hacia la continuación de la guerra como marco de consenso.

3.1. Antecedentes

Herman había advertido la demonización creciente de Rusia y el ambiente de rusofobia que se llevaba desplegando desde hace años en los medios estadounidenses. Esta campaña preparatoria para que la población aceptase la escalada del conflicto con Rusia podía entenderse mejor mediante la comparación. Herman contrastó el tratamiento de la invasión rusa de Crimea en la que no hubo muertos (víctimas dignas, 2014) frente a la invasión de Irak (víctimas indignas, 2003-presente), encontrando un énfasis muy diferente, tal y como espera el MP.

Herman también encontró un tratamiento informativo muy diferente cuando comparó las noticias sobre las «heroínas» de Pussy Riot contra Putin con las noticias sobre Megan Rice, religiosa católica y activista antinuclear encerrada en prisión durante dos años. En sus últimos artículos, Herman analizó la cobertura en el *New York Times* sobre Rusia entre 1917 y 2017, desarrollando una historia de *fake news*, y comparó el tratamiento de la intervención de Rusia en las elecciones presidenciales estadounidense de 2016 con el de las interven-



ciones de Estados Unidos en otros países, así como su diferente cobertura y enfoque respecto a medios propagandísticos como *Russia Today* vs. *Radio Liberty*.

3.2. Claves del tratamiento mediático de la guerra

El relato oficial explica la guerra en curso como una invasión no provocada por parte del «loco» de Putin con el propósito de conseguir más poder y construir un imperio contrario a Occidente. La virtud de esta narrativa es que, mediante el uso estratégico del énfasis, se centra en las maldades del enemigo, exagera su amenaza descartando del análisis la correlación de fuerzas, esconde eficazmente la geopolítica de la guerra, especialmente el papel de Estados Unidos y la OTAN, y no deja margen para que se discutan las posibilidades diplomáticas de negociar la paz. La insistencia en que se trata de una guerra no provocada supone un claro ejercicio orwelliano de repetir lo contrario de lo cierto. La invasión es injustificada, pero sí que ha habido provocación por parte de Estados Unidos por largo tiempo.

Las claves de la propaganda atlantista pueden sintetizarse de la siguiente manera:

Culpabilización exclusiva, demonización y patologización del enemigo

Dado que se da por supuesto que no se puede negociar con un loco —*Mad Putin*—, la patologización del enemigo funciona para diluir la responsabilidad de Estados Unidos. Al concentrarse en la maldad del villano, la anterior agresividad de la OTAN hacia Rusia queda fuera de la discusión y se justifica una mayor escalada militar. La propaganda bélica se centra en gran medida en los males del objetivo aprobado para desviar la atención de cualquier cuestionamiento del papel de Estados Unidos. Lo que se dice del otro ayuda a ocultar lo que uno ha hecho. Este uso estratégico del énfasis no deja espacio para los cambios en la política exterior estadounidense que son necesarios para favorecer un acuerdo diplomático y construir un orden mundial más justo y seguro.

Negación de la posibilidad de alcanzar soluciones diplomáticas

Según Chomsky, «este conflicto es el más peligroso y a la vez el más fácil de resolver». El fin de la guerra depende de que una de las partes gane militarmente o de que Estados Unidos y Rusia acepten negociar soluciones viables. Esa posibilidad existe, pero los medios no discuten sobre los acuerdos de Minsk que



pueden servir de marco, ni de propuestas como la de un estatus de neutralidad para Ucrania, que su propio presidente Zelenski aceptó en marzo de 2022, la reinstauración del Tratado sobre Fuerzas Nucleares de Rango Intermedio, acuerdos de seguridad compartida u otras propuestas basadas en la cooperación que podrían servir de base para para construir una paz duradera. A pesar de que la guerra se alarga y aumentan los muertos, los medios siguen sin discutir las propuestas viables orientadas a alcanzar un alto el fuego y avanzar en la transformación de las relaciones entre Rusia y Occidente. Junto al énfasis en el enemigo, invisibilizar las soluciones diplomáticas también ayuda a que Estados Unidos y la OTAN se desresponsabilicen de los actos propios y de buscar la paz. Se justifica como inevitable la continuación de la guerra.

Desresponsabilización



66

La propaganda atlantista oculta la responsabilidad de Occidente en la guerra, es decir, qué ha hecho para contribuir al conflicto y qué puede hacer para ayudar a resolverlo. Se omite el proceso histórico y presente de expansión de la OTAN que Rusia entiende como una amenaza y otras acciones como el apoyo de Washington al Maidán. Se silencia igualmente que un obstáculo fundamental a la paz es que Estados Unidos se ha opuesto sistemáticamente a negociar sobre la renuncia de Ucrania a ingresar en la OTAN y, realmente, a cualquier posibilidad real de llegar a un acuerdo. No se pone en cuestión la estrategia estadounidense de no negociación, expansión, sanciones económicas y apoyo militar y económico a Ucrania, ni tampoco el objetivo expreso de la Casa Blanca de «debilitar» a Rusia y «hacerle pagar el precio de la agresión», un objetivo que, según Anatol Lieven, es «completamente incompatible con la búsqueda de un alto el fuego e incluso de un acuerdo de paz provisional». La posibilidad de que Ucrania esté siendo tratada como «una extensión de la OTAN» no es discutida. Occidente, con el apoyo de sus medios, actúa irresponsablemente ante el riesgo de «choque militar directo» y de guerra nuclear, favoreciendo la escalada de violencia. Los líderes Occidentales no tienen responsabilidad alguna ni en la gestación de la guerra ni en su evidente falta de resolución. Como Pilatos, se lavan las manos. La estrategia de la desresponsabilización va acompañada de la creencia en la benevolencia de Occidente para edulcorar la narrativa sobre su rol en el conflicto.

El principio de benevolencia básica

La guerra ha sido enmarcada de manera maniquea como una lucha entre buenos y malos, entre libertad y autoritarismo, Occidente o el caos. Incluso las em-

presas armamentísticas que comercian con regímenes dictatoriales alrededor del planeta argumentan que venden armas a Ucrania para defender la democracia. El presidente Biden actúa de bueno y dice retóricamente que pondrá «muy, muy difícil» a Putin lanzar una invasión mientras rechaza negociar seriamente en los prolegómenos de la misma. Los europeos también somos buenos y solidarios con Ucrania porque ofrecemos armamento y ayuda económica, además de atender espectacularmente a sus refugiados y enfadarnos mucho con el malo de la historia. Occidente, concretamente Estados Unidos, no pareciera tener intereses geoestratégicos de dominio. No se le puede dar voz, por ejemplo al veterano diplomático Chas Freeman, quien ha argumentado que Washington se empeña en luchar «hasta el último ucraniano», la misma estrategia que se utilizó para Afganistán en la Guerra Fría.

Otras claves de la propaganda bélica en la guerra de Ucrania que se relacionan con las identificadas son la invisibilización de los beneficiarios y la supuesta inevitabilidad del sufrimiento económico y sus efectos mortíferos en el Sur.



4. Hacia la democracia informativa

67

Los poderes económicos y estatales seguirán empleando *fake news*, pero solamente podrán imponer su hegemonía si determinan los consensos, es decir, los marcos de las opiniones aceptables. Por tanto, son estos marcos los que hay que ampliar mediante la praxis social y comunicativa. En el contexto actual, y en consonancia con los postulados del MP, la posibilidad de abrir el debate mediático a perspectivas críticas y responsables favorables a la paz pasa ineludiblemente por el desarrollo de un fuerte movimiento por la paz con justicia social, es decir, un movimiento que conecte la necesidad de vivir en paz con la necesidad de impulsar relaciones geopolíticas más justas y una mayor igualdad y diversidad, una democracia real. Sin olvidar que un componente fundamental de la democracia es el periodismo y que cabe llevar a cabo reformas profundas en los sistemas mediáticos para asegurar la libertad profesional de los periodistas. ★