

ARMAND MATTELART

La comunicación-mundo

HISTORIA DE LAS IDEAS Y DE LAS ESTRATEGIAS



XXI
siglo
veintiuno
editores

sociología
y
política

traducción, notas y aportaciones bibliográficas
GILLES MULTIGNER

LA COMUNICACIÓN-MUNDO

Historia de las ideas y de las estrategias

por
ARMAND MATTELART





siglo xxi editores, s.a. de c.v.

CERRO DEL AGUA 248, DELEGACIÓN COYOACÁN, 04310, MÉXICO, D.F.

siglo xxi editores argentina, s.a.

TUCUMÁN 1621, 7 N, C1050AAG, BUENOS AIRES, ARGENTINA

portada de ivonne murillo

primera edición en español, 1996

segunda edición en español, 2003

© siglo xxi editores, s.a. de c.v.

isbn 968-23-2016-x

primera edición en francés, 1992

© éditions la découverte, paris

título original: *la communication-monde. histoire des idées et des stratégies*

derechos reservados conforme a la ley

impreso y hecho en México/printed and made in Mexico

ÍNDICE

PRÓLOGO A LA EDICIÓN ESPAÑOLA <i>por</i> ENRIQUE BUSTAMANTE	13
PRÓLOGO A LA EDICIÓN FRANCESA: EL TRIÁNGULO DE LA COMUNICACIÓN	18
PRIMERA PARTE	
LA GUERRA	
1. LA APARICIÓN DE LAS REDES TÉCNICAS	25
El dominio del espacio, 25; El espectro del <i>Gabinete negro</i> , 28; La vanguardia telegráfica, 30; El <i>Penny Post</i> , 32; La era del hilo, 36; Primeros géneros de la cultura de masas, 40; Crear el acontecimiento, o los comienzos de la leyenda, 44; El caballo de hierro, 46; El cronómetro, 51; Números, objetivos y perfiles, 53; Metáforas del progreso, 55	
2. LA ERA DE LAS MULTITUDES	62
La promesa de un nuevo mundo moral, 62; La asociación universal, 65; El organismo social, 67; El espacio de vida, 70; ¿La masa contra la comunidad?, 73; El temor a las multitudes, 75; Internacionalización de los intercambios y de los conceptos, 78; El dinero como medio de comunicación, 83; El servicio público: una alternativa al jacobinismo, 85; La representación del pueblo, 87	
3. LA GESTIÓN INVISIBLE DE LA GRAN SOCIEDAD	91
La primera guerra mundial: el bautismo de fuego, 91; El ejército y los medios, 94; La información en el estado de sitio, 97; La desmovilización, 101; El zócalo de la nueva potencia, 103; En las fuentes de la sociología empírica, 107; La violación de las multitudes, 111; Las necesidades del fordismo, 114; La comunicación como salida de la crisis, 117; Contra el síndrome marciano, 121	
4. EL CHOQUE DE LAS IDEOLOGÍAS	127
Internacionalización de las ondas, 127; Una visión geopolítica del frente ideológico, 130; La guerra psicológica, 133; El Estado de seguridad nacional, 135; Conflictos de poder entre disciplinas, 139; <i>Comunicación</i>	

internacional: un discurso de combate, 142; La carrera espacial, 146; Reconversión civil, 149; *Cándidos en el extranjero*, 151

5. LA ESCUELA DE LA ASTUCIA 154

Acción indirecta, 154; La guerra en la multitud, 157; El enemigo interior, 160; La ciencia de la contrainsurgencia, 164; La desinformación en el banquillo, 168; *Desinformatsia*, 172; El Golfo: ¿una guerra posmoderna?, 176

SEGUNDA PARTE EL PROGRESO

6. DEL PROGRESO A LA COMUNICACIÓN: LAS METAMORFOSIS CONCEPTUALES 185

La *aldea global*, 185; El crisol anarquista, 187; Un porvenir radiante, 190; El mito cientista, 192; La *ciudad global*, 196; La otra cara de la moneda, 199; Por la criba de la balanza de pagos, 201; El *cerebro del planeta*, 205; Sociedades vulnerables, 209; El aborto del universalismo comunista, 211

7. LA REVOLUCIÓN DE LAS ESPERANZAS CRECIENTES 214

Contra el fatalismo: la modernización, 214; *Manifiesto no comunista*, 219; Los nuevos constructores de la nación, 222; Yugular la explosión demográfica, 226; El laboratorio campesino, 229; La teleeducación: la panacea, 232; Gestores *High Tech*, 235; El ocaso de un modelo, 237

8. LA REGLAMENTACIÓN INTERNACIONAL DE LOS FLUJOS: AUTOPSIA DE UNA DOBLE COLISIÓN FRONTAL 240

El principio de no injerencia, 240; La pedagogía a costa del entretenimiento, 243; Nuevos focos críticos, 246; La historia a la francesa, 249; *Media Imperialism*: un concepto reduccionista, 254; El *nuevo orden*: diálogo de sordos, 257; La falta de credibilidad moral, 261; Hacia el libre cambio, 263

TERCERA PARTE LA CULTURA

9. EL RITUAL DEL ESTADO 269

La desconfianza ilustrada, 269; El Leviatán, 272; En la cabecera de la cultura, 275; Interdependencia: la muda diplomática, 277; Comunidades ilocalizables, 279; Dos concepciones de la política, 282; Las ambigüedades de la investigación funcional, 285; Crisis del Estado federador, 288

ÍNDICE	11
10. EL INFLUJO DE LA GEOECONOMÍA: LA BÚSQUEDA DE LA CULTURA GLOBAL	292
La guerra económica, 292; Lo global: un modo de gestión, 295; La ameba, 298; Sólo coproductores, 300; Oferta a la carta/oferta estándar, 303; Exclusiones, 305; El auge de Japón, 309	
11. MEDIACIONES Y MESTIZAJES: LA REVANCHA DE LAS CULTURAS	312
Retorno al singular, 312; De la norteamericanización a las tradiciones nacionales, 313; Simples técnicas, 316; El horizonte gerencial, 317; ¿Una modernidad alternativa?, 321; Nuevos vínculos con la sociedad civil, 325; Placeres solitarios, 329; Tácticas, 333	
12. CONCLUSIÓN: EL ENIGMA	338
APÉNDICE: REFERENCIAS CRONOLÓGICAS	343
ÍNDICE DE NOMBRES	355

PRÓLOGO A LA EDICIÓN ESPAÑOLA

Las introducciones, los prólogos, las presentaciones de un autor por otro componen una diversa pero limitada casuística. En algunos casos se trata de avalar con la fama o la veteranía la obra de un autor menos conocido, lo que resultaría paradójico frente a la prolongada y notoria producción intelectual de Armand Mattelart, cuyas primeras y ya famosas obras tuvo la suerte de leer cuando yo era un profesional de la comunicación y apenas un investigador aficionado en este campo.

De forma más modesta, se busca en otras ocasiones acercar un pensamiento o una investigación al contexto, la experiencia y la cultura de unos lectores a quienes una traducción ha hecho esa obra algo más accesible. Y aunque la capacidad de expresión y la visión universalista de Mattelart no exijan intermediarios, ése fue mi objetivo en dos ocasiones anteriores en que tuve ocasión de presentar sus obras. Quizás reforzado por la convicción, tras conocerle personalmente en 1979 en el Congreso de Comunicación y Cultura de Burgos, de la singularidad y la trascendencia de su trabajo.

Así, en la versión española de *¿La cultura, contra la democracia?*, investigación en la que tuve la ocasión de colaborar desde España, me esforcé por resaltar las contradicciones de la política y la industria audiovisual española en su desarrollo y sus interrelaciones con América Latina, que los autores (el propio Armand junto a Michèle Mattelart y Xavier Delcourt) habían analizado espléndidamente en términos internacionales. Después, en la presentación de *Pensar sobre los medios* intenté destacar la proximidad y vigencia de la reflexión de Armand y Michèle Mattelart sobre la realidad y la investigación comunicativa española, además de ayudar a situar ese libro en el marco general de la amplia obra de sus autores, incluso con un anexo bibliográfico detallado que, generosamente para un entorno competitivo, la editorial tuvo la deferencia de aceptar.

Tales valores añadidos de una presentación habitual no son siquiera necesarios en este caso, ya que *La comunicación-mundo* plantea una problemática de indudable y evidente repercusión en España —pese a su general ignorancia en la investigación y el debate de nuestro país—. Y porque, en consonancia con la temática desarrollada, el autor

ha adoptado una visión internacional, sin anclaje ni ejemplificaciones preferentes en ningún país.

En estas circunstancias, y ante el ofrecimiento de Armand Mattelart para presentar por tercera vez una obra suya en versión española, he preferido situarme en la perspectiva de un lector, prolongado, atento y fiel, de su obra. Quizás simplemente para testimoniar —al margen de una amistad personal de la que me honro— la adelantada influencia de su pensamiento y su evolución, en paralelo a las transformaciones de la realidad, sobre múltiples generaciones de lectores apasionados, de profesionales e investigadores en comunicación. Y con la esperanza, desde luego, de facilitar el camino a los lectores que se acerquen a esta versión española.

Los objetivos directos quedan explicitados sin lugar a dudas en el libro: el análisis de la evolución histórica de la comunicación internacional —o de la internacionalización de la comunicación, si se prefiere— de sus realidades, sus términos y conceptos, sus teorías y sus aplicaciones... Una genealogía que Mattelart ha emprendido desde hace tiempo como ejercicio indispensable para iluminar la realidad actual y que sistematiza, por vez primera en esta obra, en lo que a una comunicación *mundializada* se refiere.

La primera virtud de ese esfuerzo queda de manifiesto rápidamente para cualquier lector avisado. Es la relativización, la ruptura misma de grandes mitificaciones que circulan todavía como moneda corriente en nuestras sociedades. Como la promesa de revolución social encarnada en cada innovación tecnológica en comunicación, en cada expansión o mejora de las redes de comunicación. Un ingenuo espejismo que he encontrado en casos contados en mis alumnos más ilusos, pero que florece curiosamente en el entorno del poder. Como en ese Ministro de Comunicaciones que, no hace muchos años y para mí estupor, me confesaba su feliz y entusiasta descubrimiento de las ideas de Toffler.

O como el difusionismo, la falsa promesa de desarrollo por la simple multiplicación de las tecnologías y los medios que Mattelart sitúa históricamente en el timo a escala internacional, con la ONU como aval, de los teóricos de la segunda generación academicista estadounidense. Y que sin embargo, todavía hoy, continúa floreciendo en distintas versiones como componente esencial de la *modernidad*.

La labor de Mattelart en este análisis es extraordinariamente precisa y útil. Porque sabíamos, por ejemplo, que la mayoría de las tecnologías de comunicación, nuevas y clásicas, están vinculadas en su

origen y su desarrollo a la guerra, para pasar sólo después a aplicaciones civiles. Pero los críticos solían concluir de este hecho la perversidad intrínseca de las nuevas tecnologías de la información, mientras los integrados deducían simétricamente la extraordinaria utilidad de los ejércitos en su misión de generar *spin offs* para el desarrollo civil. El autor, en cambio, no deja lugar a dudas: la comunicación y su tecnología, los medios —y su investigación— se desarrollan al servicio del poder, militar y civil, perfectamente imbricados y solidarios entre sí, capaces de poner a su servicio a unas ciencias sociales domesticadas, *administrativas*, que aprovechan las guerras exteriores, coloniales e internas, como laboratorios de tamaño natural.

La historia de la comunicación y de la información es así, al mismo tiempo, la de la incomunicación y la desinformación, la de la propaganda y la censura, como la victoria del *libre flujo de la información* es también el triunfo del control que la invasión de Granada o la guerra del Golfo no hace más que poner en evidencia. Todo un formidable mentís, en suma, a cualquier concepción lineal y progresiva del mundo, pero también un recordatorio del carácter social, dependiente de la comunicación masiva y, cómo no, de su investigación.

¿De qué dependencias estamos hablando? La visión de Mattelart se caracteriza desde hace años por rechazar las simplificaciones y el didactismo fácil, por un enorme esfuerzo de restitución de la complejidad, disciplinar e histórica, de los procesos comunicativos. Y su respuesta en esta obra no podía dejar de ser tan clara como compleja: la comunicación es *también* cultura, y por esa vía han de explicarse sus realidades cambiantes, encardinadas en la sociedad, que invalidan por tanto las recetas, las fórmulas, los catecismos.

Contempladas en el conjunto de su obra, además, estas respuestas se hacen cada vez más amplias. Porque cada libro de Mattelart constituye ciertamente, además de un texto autónomo con disección sistemática de un tema acotado, una pieza de una obra conjunta de altos vuelos intelectuales. Una progresión acumulativa que no deja de integrar los cambios de la teoría, e incluso las autocríticas ante una realidad cambiante y los enriquecimientos de una teoría crítica a cuya construcción ha contribuido poderosamente. En esa medida, los libros de Mattelart son, mucho más allá de lo lógico en cualquier autor, la "historia de un itinerario personal" (*Pensar sobre los medios*) y hasta, en cierta medida, la historia de la evolución de muchos de sus lectores.

Porque Mattelart no se limita a ampliar y desarrollar progresivamente una trabajada dinamitación del edificio ya ruinoso de la teoría

funcionalista de la comunicación, incluyendo sus últimos epígonos como los *descubrimientos* del receptor celebrados por un Elihu Katz. Sino que también ha venido desarrollando un implacable desmenuzamiento de las teorías críticas, incluyendo sus errores y obsolescencias frente a la realidad verificada.

En ese sentido, su análisis evolutivo del concepto de *imperialismo* de los medios, comunicativo o cultural, me parece paradigmático. Precisamente porque es capaz de distanciarse tanto del oportunista abandono de las modas como de la pureza nostálgica para concluir sus logros (huida del economicismo) y sus fracasos (reduccionismo, incapacidad de reflejar una realidad cada vez más compleja), partiendo de que los problemas que exigieron esa terminología permanecen y de que la economía sacrosanta de mercado sigue mostrando su incapacidad para solucionarlos.

En todo caso, *La comunicación-mundo*, como la mayor parte de las obras individuales o colectivas de Armand Mattelart, está lejos de ser un libro estrictamente catalogable en la sección académica de comunicación. Porque su concepción, radicalmente no mediocéntrica, conduce a una visión extremadamente amplia de los problemas sociales contemporáneos, de sus causas y soluciones, con un alcance que puede definirse de político y filosófico en sus más amplias acepciones.

Hay así en este libro una reflexión auténticamente humanista de los grandes problemas de nuestro tiempo y una crítica profunda de sus grandes mitos. De la tecnología, como reto que exige respuestas globales e internacionales. De la empresa como nuevo centro de gestión de las relaciones sociales pero también como territorio de confrontación. Del intelectual como figura mayoritariamente escorada hacia los medios y el poder. Del nuevo orden mundial como escenario revisitado por los maniqueísmos, que no acabaron precisamente con la desaparición de la disyuntiva Este/Oeste...

Las conclusiones, las *soluciones* a este análisis tan cualitativo como fundamentado, tan alejado de sobreestimaciones como de infravaloraciones, no podían dejar de ser complejas, abiertas al *enigma*. Potencialidades múltiples y cruzadas, fecundadas por modernidades alternativas, impulsadas por reacciones comprobables del receptor, fomentadas por nuevas redes comunicativas y educativas... Posibilidades iluminadas por una teoría disidente, siempre marginada pero siempre presente y fructífera, que se veía impulsada por el desarrollo de una historia crítica de la comunicación y por una reflexión epistemológica que hoy se revelan como ampliamente insuficientes.

Mattelart da ejemplo en esta senda planteándose él mismo el interrogante sobre el lugar —histórico, social, geopolítico— desde el que habla el investigador. Una pregunta especialmente lúcida para un autor que, como él, ha compartido durante años la historia de la investigación en comunicación en el *Sur* (América Latina especialmente), para formar parte después de la punta de lanza de la reflexión crítica europea. Una muestra de claridad y honestidad pero también de rigor en un campo intelectual que ha de afrontar hoy sus limitaciones y condicionamientos al tiempo que sus responsabilidades.

ENRIQUE BUSTAMANTE

PRÓLOGO A LA EDICIÓN FRANCESA: EL TRIÁNGULO DE LA COMUNICACIÓN

Reconstituir la genealogía del espacio comunicación-mundo —concepto calcado de la noción de economía-mundo de Fernand Braudel—, éste es el cometido de la presente obra. Se trata, mediante un método cruzado, de analizar las modalidades de la implantación de las tecnologías y de las redes que, desde el siglo XIX, no han dejado de repudiar las fronteras de los Estados-naciones y, a la vez, de poner de manifiesto los conceptos, las doctrinas, las teorías y las controversias que han acompasado la construcción de un campo de observación científico cuyo objeto es la *comunicación internacional*.

Esta historia de la comunicación internacional y de sus representaciones es la historia de los lazos que se han tejido entre la *guerra*, el *progreso* y la *cultura*, la trayectoria de sus sucesivos reajustes, de sus flujos y de sus reflujos.

La comunicación, para lo que sirve, en primer lugar, es para hacer la guerra. Pero, fuera del periodo de las hostilidades, que suscitan la abundancia de los análisis e incluso su alistamiento al servicio de los ejércitos, la guerra se ha constituido, tradicionalmente, en zona ciega del pensamiento acerca de la comunicación. El confinamiento de la noción de comunicación en la industria del entretenimiento en tiempo de paz no es el último en hacer inaudible el discurso sobre la relación comunicación-guerra. Los manuales de guerra psicológica para uso de las fuerzas armadas dicen más sobre el tema que la mayoría de los textos en los que los futuros profesionales de la comunicación aprenden los rudimentos de su oficio.

Ahora bien, la guerra y su lógica son componentes esenciales de la historia de la comunicación internacional, de sus doctrinas y de sus teorías, así como de los usos que de ellas hayan podido hacerse. Esto se ha comprobado desde el alba del telégrafo y de la fotografía. Y la jurisprudencia sentada con motivo de la guerra de Crimea, hace cerca de ciento cuarenta años, a propósito de la *puesta en imagen de la guerra* es la primera de una larga serie de decisiones que desembocaron, en enero de 1991, en el control total de la información por parte de las autoridades militares. La primera experiencia masiva de la que la

teoría de la comunicación ha extraído sus hipótesis acerca de la gestión de la opinión de las grandes multitudes es la primera guerra mundial, un conflicto *total* que iría afectando a más y más gente. Será entonces cuando despegue la noción de *propaganda* que, luego, con ocasión del segundo conflicto, se metamorfoseará en *guerra psicológica*. No sin antes haber transitado por la doctrina del partido nacional-socialista nazi y por el *agitprop* del joven poder soviético y del *Komintern*. Extremadamente simbólico es el hecho de que, en plena guerra fría, allá por los años cincuenta, vea la luz en Estados Unidos el primer intento de construcción, al abrigo de la sociología empírica, de una disciplina denominada *comunicación internacional*.

Durante más de cuarenta años, a ambos lados del telón de acero, la lógica maniquea de esta guerra no declarada entre el Este y el Oeste no sólo proporcionará un marco de referencia para una comunicación internacional pensada en términos de *bloques*, sino también una matriz industrial para el desarrollo de las altas tecnologías de comunicación y de información. Hasta el día en que lo que se creía monolítico y establecido de una vez por todas en la historia ha enseñado sus fisuras y sus contradicciones. Por su parte, las guerras coloniales contra los movimientos de liberación obligarán a los estados mayores de los ejércitos occidentales a romper con las doctrinas de la guerra convencional y a elaborar estrategias de *acción psicológica* inspirándose en las prácticas de sus adversarios. Será necesaria la conmoción de la guerra del Golfo para recordar que la guerra psicológica y la desinformación querida y consentida distan mucho de haber desaparecido del paisaje audiovisual en la era de la ubicuidad de la comunicación transfronteriza, y también cuánto se han modernizado los viejos métodos desde el final de las guerras del sureste asiático, de tal modo que resulta cada vez más frágil el fino tabique que separa a la información de la propaganda. Sin olvidar que la naturaleza misma de la guerra ha cambiado profundamente.

La comunicación sirve para promover el progreso. Con el prodigioso auge de las tecnologías electrónicas e informáticas, la *comunicación* se ha convertido, en los años ochenta, en *el* progreso, y la vanguardia de las redes técnicas de la *sociedad de la información* se ha erigido en el rasero del crecimiento y de la democracia. A partir de los años setenta, la utopía del igualitarismo comunicacional ha inspirado a los inventores de los conceptos de *aldea global*, de *sociedad tecnocrónica* y de tantos otros que han acompañado el progresivo deslizamiento de la comunicación-actividad sectorial hacia la comuni-

cación-zócalo de la nueva sociedad. Pero, de forma un tanto paradójica, no ha sido en los grandes países industriales donde se ha instalado el primer teatro de operaciones de las *teorías de la comunicación-modernización-progreso*, sino en las zonas inseguras del planeta: en los países de lo que se ha convenido en llamar el *tercer mundo*, en el transcurso de los años cincuenta y sesenta. La comunicación-agente del cambio social se ha ofrecido allí como salida para el subdesarrollo, aportando su contribución a la *racionalización* de los comportamientos en el ámbito de la planificación familiar, de los métodos agrícolas y de la alfabetización. Hasta el día en que la concepción lineal del desarrollo/progreso, inspirada en la historia industrial de Occidente, entró en crisis, abriendo un nuevo campo de debates acerca de las condiciones de una democracia internacional en los intercambios culturales y señalando la aparición de otros actores, de otras culturas, de otras historias, de otras formas de ver, distintos de los que fueran consagrados por la experiencia histórica de los años de la tecnología.

El obligarnos a zarandear los puntos de vista etnocéntricos no es, ciertamente, la menor de las virtudes de la historia de la comunicación internacional. El debate público iniciado a comienzos de los años setenta se interrumpirá en el decenio siguiente, dejando en suspenso el tema de la gestión internacional de la desigualdad del desarrollo. Un tema al que el derrumbamiento del socialismo y la nueva agenda de la integración de las sociedades de Europa oriental y de la antigua Unión Soviética en la economía y en el mercado-mundo no le serán de ayuda para ser incluido de nuevo en el orden del día.

La comunicación también es cultura. Ahora bien, pensar en la comunicación bajo la influencia de la cultura no ha sido la principal preocupación de las teorías y de las estrategias de la comunicación internacional a lo largo de su historia, debido a la existencia de desviaciones de signo técnico y económico. La primacía de la cultura no alcanzaría su legitimación hasta muy recientemente, en el transcurso de los años ochenta, a medida que entraban en crisis los modelos centralizados de gestión cultural del Estado-nación-providencia. A medida que el mercado-mundo se convertía en un espacio de reglamentación transnacional de las relaciones entre las naciones y los pueblos. A medida que se formulaban los interrogantes críticos acerca de la seudouniversalidad de un modo de crecimiento y de desarrollo incapaz de suministrar a todos lo que había realizado para algunos. A medida que la idea de nación resultaba problemática para numerosos pueblos. ¿Cultura o culturas? Esta cuestión, en lo sucesivo, centrará

las apuestas contemporáneas en torno a la construcción del espacio-mundo. Un espacio en el que operan, a la vez, tanto las lógicas *desterritorializantes* de la desreglamentación y de la globalización de la economía-mundo como el proceso de *reterritorialización* de los espacios singulares en el transcurso del cual cada comunidad intenta dar un sentido a esta tendencia predominante que las proyecta al encuentro de *universales*.

Pensar en la comunicación a partir de lo *internacional* se presenta hoy como esencial. El conocimiento y la conciencia de lo que acontece en el espacio-mundo en formación son, en efecto, indispensables para combatir las múltiples formas que reviste la exclusión del otro, aquí y en cualquier otra parte. Acceder a dar un rodeo por esta *dimensión* de la realidad es darse la posibilidad de desatascar el sempiterno debate sobre el papel de los medios en nuestras sociedades democráticas, el cual, a fuerza de ensimismarse ante el escaparate nacional y no tomar la distancia que confiere la historia, desemboca en un círculo vicioso: el que formula la cuestión siendo, a la vez, juez y parte.

ARMAND MATTELART

PRIMERA PARTE

LA GUERRA

1. LA APARICIÓN DE LAS REDES TÉCNICAS

El dominio del espacio

El siglo XIX prepara la lenta aparición de un nuevo modo de intercambio y de circulación de bienes, mensajes y personas, así como de un nuevo modo de organización de la producción. En el transcurso de este siglo, y muy particularmente a partir de 1850, en un contexto en el que se concreta la noción de libertad de opinión, un conjunto de inventos técnicos va a permitir el desarrollo de nuevas redes de comunicación. Las formas históricas de implantación, según las cuales cada uno de estos nuevos circuitos de intercambio se insertará en las distintas sociedades, son anunciadoras de cuestiones que se prolongarán en el siglo siguiente.

A finales del siglo XVIII, durante el periodo revolucionario, se instala en Francia el primer sistema de telecomunicaciones —término que habrá de esperar hasta principios del siglo XX para ser acuñado por un ingeniero francés de Correos y Telégrafos y que será ratificado internacionalmente en 1932. El origen de este sistema, que se apunta una primera victoria sobre el tiempo y el espacio, está en el telégrafo óptico o aéreo, también llamado telégrafo de brazo, inventado por Claude Chappe. Aprobado por la Convención Nacional, el primer enlace de telegrafía aérea, que consistía en la transmisión de señales mecánicas repetidas de puesto en puesto, se instala entre París y Lille en 1793. El país en guerra necesita que sus ejércitos estén comunicados. El primer uso de este invento tendrá, pues, fines militares. Y los conservará durante mucho tiempo. Porque, cuando Chappe propone al cónsul Napoleón Bonaparte tres utilizaciones civiles del telégrafo, dos son rechazadas: la puesta a disposición de los industriales y de los comerciantes y el lanzamiento de una pequeña gaceta telegráfica. Sólo se tomará en consideración la transmisión de los resultados de la lotería (lo cual permitía limitar las astucias especulativas que jugaban con el plazo de transmisión de los resultados por correo entre la capital y las provincias). “Así es como —según observa Yves Stourdzé—, durante cincuenta años, el telégrafo óptico fue financiado por subvenciones del ministerio de la Guerra y del Interior y mediante la Lotería

Nacional. Hubo que esperar a un Estado *fuerte* para que se osara asumir el riesgo de abrir el telégrafo eléctrico al público".¹ Cincuenta años en el curso de los cuales el dispositivo francés de telegrafía logra dotarse de la red más larga del mundo, que comprende 534 estaciones de semáforos a lo largo de casi 5 000 kilómetros. A imagen de la red de carreteras, y más tarde de la red ferroviaria, está construida en estrella, a partir de París. Veintinueve ciudades tienen correspondencia directa con la capital. Dos puestos avanzados: Maguncia y Turín.

Francia había optado por el monopolio de Estado. En Inglaterra, donde el telégrafo aéreo se implanta a partir de 1797, el Almirantazgo conservó el control del sistema hasta el final de las guerras napoleónicas, para luego ceder el testigo al sector privado. En Estados Unidos, se impone, ya desde 1800, el modelo comercial. En Prusia, en cambio, donde la primera línea hará su aparición mucho más tarde, en 1832, el uso de esta técnica será de la competencia exclusiva del Estado mayor.²

El telégrafo preeléctrico participa, en la Francia nacida de la Revolución de 1789, de un proyecto conjunto de dominio del espacio. Es un elemento en un esquema unitario del territorio. Una visión coherente de este territorio nacional da forma a una regulación que intenta poner orden en el flujo de mercancías y de personas. Se suprimen las barreras interprovinciales. Se rediseña de arriba abajo el mapa administrativo. Se unifica el sistema de los impuestos y el código de jurisprudencia. Se impone la lengua francesa como lengua del Estado-nación (si bien esta unificación tendrá que esperar a final de siglo hasta formar parte de los usos). Se crea un cuerpo de *ingenieros nacionales* que reúne en la Escuela Politécnica a la ingeniería militar y a las obras públicas; se le confía la construcción de puertos, carreteras, puentes, canales y, más tarde, la de los ferrocarriles. Se implanta una serie de instrumentos indispensables para la gestión de la economía y de la demografía. De esta época datan dos normalizaciones pioneras.

La primera: desde los primeros años de la década que se inicia en 1790, la Comisión de pesas y medidas adopta el sistema métrico que

¹ Y. Stourdzé, "Généalogie des télécommunications françaises", en *Les réseaux pensants*, bajo la dirección de A. Giraud *et al.*, París, Masson, 1977.

² Para fijar los jalones históricos de la evolución del telégrafo y del teléfono, hemos recurrido a dos clásicos: A. Belloc, *La télégraphie historique depuis les temps les plus reculés jusqu'à nos jours*, París, Firmin-Didot, 1888; C. Bertho, *Télégraphes et téléphones. De Valmy au microprocesseur*, París, Le livre de poche, 1981.

pone fin a la diseminación de los pesos y medidas utilizados en el país. Habrá que esperar, no obstante, a los años de la década de 1840 para que el metro y el kilogramo se conviertan en obligatorios, puesto que la población rechazó, durante mucho tiempo, esa unificación. A finales de siglo, esta reforma francesa se habrá internacionalizado en la mayoría de los países de la Europa continental y de América Latina; Inglaterra, Estados Unidos, Rusia y Japón se negarían a aceptarla. Transcurrirán más de 150 años entre su adopción por Francia y la adhesión de Inglaterra. El metro será la medida de lo universal. En cambio, la reforma del calendario, aquella tentativa de dominar el tiempo, sería un fracaso.

Segunda innovación administrativa: en aquellos mismos años de 1790, el ministerio del Interior inaugura la primera oficina de estadísticas propiamente dicha. Es decir, la primera institución de Estado que tiene por cometido no sólo reunir y clasificar los informes y documentos remitidos al Gobierno, sino organizar directamente la recogida de datos, destinados al establecimiento de una *estadística general*. Numerosos países europeos siguen éste camino. Inglaterra lo hará en 1832. El año anterior, Bélgica había hecho lo mismo, bajo el impulso del matemático y astrónomo Adolphe Quételet. El modelo de organización de la herramienta estadística propuesto por Quételet se convertirá rápidamente en la referencia para la implantación de servicios de estadística general. Con Quételet hace su aparición un campo de estudios que depende de la *aritmética política*. Surgen las primeras sospechas acerca de las finalidades disciplinares de estos mecanismos de gestión del número. Al deducir *valores medios* de sus series estadísticas, el científico belga propone normas, un *individuo medio*, socialmente deseable para el equilibrio social, un orden moral.

El establecimiento de una *estadística general*, por iniciativa del ministro del Interior en la Francia de finales del siglo XVIII, es contemporáneo de otro proyecto lanzado por esta misma institución: la organización de una *exposición anual de productos de la industria francesa*. El objetivo de esta exposición es hacer balance de la producción nacional y de sus innovaciones técnicas y científicas con el fin de “estimular a los industriales franceses en la lucha contra la Inglaterra monárquica”. La primera exposición tuvo lugar en París en 1798. Y a continuación, hubo diez más, durante la primera mitad del siglo siguiente. Un jurado, compuesto por eminentes científicos, designados por el Gobierno, otorgó premios a las empresas, inventores, sabios e ingenieros, artesanos y obreros que se habían distinguido por la

calidad de sus productos o trabajos. La necesidad de sistematizar un orden de exposición de los productos coincidía con las preocupaciones de los expertos encargados de elaborar nomenclaturas para recoger e interpretar los datos sobre el estado y el movimiento de la industria.

Pero, para un historiador de la comunicación, la *exposición* imaginada en este periodo reviste un interés más preciso. Introduce una nueva forma de comunicación. Es una forma de representación de la ciencia, de la industria, de la investigación científica y de la innovación técnica. Por mediación de los valores simbólicos que propone a sus visitantes, este acontecimiento construye progresivamente los grandes relatos del progreso-civilización. Sin embargo, estos grandes relatos, esta *utopía progresista*, sólo conseguirán desplegarse con toda libertad cuando la exposición deje de estar restringida a los productos y realizaciones nacionales e incorpore al mundo. Serán las grandes citas en los recintos de las *exposiciones universales* de la segunda mitad del siglo XIX.

El espectro del Gabinete negro

¿Quién ha de controlar la circulación de la información, la implantación y el funcionamiento de las redes de comunicación a distancia: el Estado o el sector privado? ¿Quién está autorizado para utilizar los nuevos servicios? Estos interrogantes no se remontaban a la llegada del telégrafo de brazo. Habían acompañado la larga prehistoria de la institución postal.

El Renacimiento y la era del papel convirtieron el correo en un servicio regular. Una de las primeras iniciativas fue adoptada en 1464 por el rey de Francia Luis XI. Inspirándose en el modelo romano de organización postal —que, a su vez, había adaptado el de la Persia de Ciro el Grande (529 a.C.)— y aprovechando las enseñanzas de la red establecida a partir de 1150 por la Universidad de París para sus propias necesidades, el edicto de Luxiès instituyó los *correos mayores* en toda la extensión del territorio y sentó las bases del sistema: los relevos, eslabones esenciales de la cadena de transmisiones que constituye la vía postal. El rey de Inglaterra hará lo mismo en 1481. Los vasallos fueron autorizados a utilizar los correos del rey. Pero éste se reservó el derecho de leer las cartas que les confiaban.

Habrà que esperar más de un siglo, reinando Enrique IV, para que el Estado se encargue, de forma habitual, del transporte de la corres-

pondencia de los particulares, asumido hasta entonces por la iniciativa privada. Los nombres y las direcciones de los remitentes eran obligatoriamente anotados, tal y como lo exigían, a la vez, la seguridad del Estado y los mecanismos de pago de un servicio que sólo se abonaba en destino. A partir de entonces, la historia del antiguo régimen del correo se confundió con la progresiva unificación de los servicios en un monopolio integral del transporte de la correspondencia. Un monopolio que selló la suerte de un sistema en el que varias explotadoras —la institución universitaria, entre otras— se repartían la gestión. En la construcción de este modelo administrativo destaca un nombre: Louvois, superintendente general de Correos, entre 1668 y 1691.³ Por otra parte, si este ministro de Luis XIV ha pasado a la posteridad no ha sido tanto por haber reorganizado el sistema postal como por haber transformado radicalmente el sistema militar, al fijar los jalones de un ejército moderno (sustitución de tropas improvisadas por una milicia permanente y regular, reforma de la disciplina, organización de un cuerpo de ingenieros). Al suprimir las agencias privadas en 1635, Inglaterra se había adelantado por poco a Francia en la consagración del correo como una regalía.

En este paisaje postal dominado por el control directo del soberano había una señalada excepción: la de los territorios dependientes del Sacro Imperio Romano Germánico.⁴ Hacia 1450, el emperador de Alemania, Federico III, confía a la familia patricia de Thurn y Taxis, oriunda de Venecia, la organización de un verdadero servicio postal, a disposición de todo el que lo solicite. Este encargo fue confirmado en 1516 por Carlos V, quien, en la hora en que la Reforma se extiende hasta las más pequeñas aldeas, cuenta con el correo para, desde ese eje clave que es la ciudad de Bruselas, asegurar un vínculo permanente entre el poder central y los más distantes súbditos del imperio. Más de una gran ciudad hanseática, deseosa de asumir ella misma la gestión del transporte de la correspondencia, se rebelará a lo largo de su historia contra este privilegio. A pesar de los cambios de régimen, de las invasiones y de las guerras, los correos mayores Thurn y Taxis conservarán durante más de tres siglos el monopolio de explotación privada de lo que se convertiría en la primera red transeuropea que

³ Véase E. Vaillé, *Histoire générale des postes françaises*, París, PUF, 1947-1955, seis volúmenes.

⁴ B. Delepinne, *Histoire de la poste internationale en Belgique*, Bruselas, Presses H. Wellens & W. Godenne, 1952, p. 80.

no hiciera caso de los soberanos territoriales. Será en 1867 cuando la familia perderá su último monopolio de un servicio postal, con motivo de la fusión de Correos y Telégrafos, en la mayor parte del territorio de Alemania, dentro de una administración única. La unificación postal se adelantó entonces en tres años a la unificación política de este país en un Estado-nación.

A lo largo de la prehistoria de la modernidad postal, el temor a la conspiración —nacional o internacional— ha obsesionado a los gestores de las redes. Esta psicosis dará origen en Francia al *Gabinete negro*, ese despacho de la oficina de correos, creado bajo el reinado de Luis XIII, donde se violaba el secreto de las cartas. Los memoriales de agravios de 1789 denunciarían esta práctica como “una de las más absurdas y una de las más infames invenciones del despotismo”. Un historiador británico llegará, incluso, a decir, a propósito del desarrollo del correo en su país: “Toda persona que escriba acerca de la historia de los primeros pasos de nuestro *Intelligence Service* debería, al mismo tiempo, relatar los comienzos de nuestros servicios postales.”⁵

Esta institución del *Gabinete negro* hará estragos por todas partes y permanecerá en vigor mucho tiempo después del reconocimiento oficial del derecho del ciudadano al secreto de su correspondencia. Si bien la Revolución francesa la abolió, Napoleón la restableció un poco más tarde, ampliando el ámbito de sus actividades. Si hacemos caso de las palabras de un antiguo censor del *Gabinete negro* de los zares, visiblemente orgulloso de su oficio: “Es justo decir que en ningún lugar del mundo, ningún *Gabinete negro* ha trabajado tan bien como el de Rusia, especialmente el de San Petersburgo.”⁶ En vísperas de la Revolución de 1917, el *Gabinete negro* todavía seguía funcionando en el imperio ruso. La Rusia soviética, después de haberlo puesto en la picota, se afanará en restablecerlo con una temible eficacia.

La vanguardia telegráfica

En 1837, la pareja inglesa compuesta por William Cooke y Charles Wheatstone y un americano, Samuel Morse, ponen a punto, cada uno

⁵ F. Staff, *The Penny Post*, Londres, Lutterworth Press, 1964, p. 22.

⁶ S. Maiski, citado en Medvev, J., *Le secret de la correspondance est garanti par la loi*, París, Julliard, 1972, pág. 121.

por su lado, los primeros sistemas de telégrafo eléctrico. Ensayados en las afueras de Londres a partir de 1839, los primeros clientes son los ferrocarriles, inaugurados en 1825, los cuales todavía se comunican, de estación a estación, mediante señales manuales. La gestión es asumida por compañías privadas. En 1852, Inglaterra, dotada para entonces de la red ferroviaria más densa del mundo, cuenta con 6 500 kilómetros de líneas telegráficas. Aventaja ampliamente a Estados Unidos que, en 1844, instalan la primera línea interurbana (Washington-Baltimore). El tránsito a la explotación comercial del telégrafo se producirá a finales de la guerra de Secesión, en 1865, con la constitución de la Western Union Company, que unifica la red norteamericana.

En Francia, uno de los últimos países en adoptar el sistema Morse —al preferir una versión eléctrica del Chappe, el Foy-Bréguet— la implantación de la red telegráfica, acordada en 1845, permanece estancada durante siete años, para luego acelerarse en el transcurso de los veinte años siguientes. En el mismo lapso de tiempo, se incrementa la red del ferrocarril, que pasa de 3 010 kilómetros a 17 733 kilómetros. En 1852, se autoriza, por fin, la utilización del telégrafo por parte del público, pero la nueva reglamentación está entreverada con numerosas restricciones (en nombre del orden público y de las buenas costumbres). Persiste este miedo al complot sobre el que se injerta el temor a las especulaciones ilícitas. Habrá que esperar a 1867 para que se produzca una liberalización.

Entretanto, el empleo del telégrafo con fines estratégicos habrá tenido numerosas ocasiones para acreditar sus aptitudes. El telégrafo aéreo instalado en Argel en 1842 se había mostrado como un auxiliar decisivo en la ocupación y colonización de Argelia. Será sustituido, a partir de 1854, por las primeras líneas de telégrafo eléctrico. Pero la primera aplicación de envergadura de este sistema para los estados mayores se producirá durante la guerra de Crimea (1854-1855). En lucha contra el ejército del zar, los altos mandos francés y británico inauguraron un enlace entre el cuartel general y los diversos cuerpos de ejército de una coalición que también contaba con fuerzas expedicionarias procedentes del Piamonte y de Turquía. Los británicos, asimismo, tendieron un cable submarino en el Mar Negro para garantizar, mientras durara el conflicto, una relación permanente con París y Londres. Otra hazaña del telégrafo eléctrico la constituye la guerra de Secesión de Estados Unidos, entre 1861 y 1865. Este conflicto estimuló la construcción de las redes: 24 150 kilómetros en

cuatro años y más de 6.5 millones de telegramas.

Por añadidura, la guerra de Crimea proporcionó a las autoridades militares la ocasión de sentar las bases de una nueva jurisprudencia en materia de censura de la información en periodo de guerra. Por primera vez en la historia de los medios modernos, se censuraron las imágenes relativas al teatro de operaciones.⁷

El fotógrafo británico Roger Fenton obtuvo autorización para tirar sus clichés siempre y cuando su objetivo evitara cuidadosamente enfocar los horrores de la guerra. No asustar a las familias de los soldados: ésta fue la razón aducida por el Estado mayor. El resultado consistió en 360 placas en las que la guerra parecía una partida de campo. Esta construcción artificial contrastaba violentamente con los reportajes del periodista William Howard Russell, quien, en el *Times*, describía la batalla y la matanza de Balaklava, del 25 de octubre de 1854, en la que perecieron 400 de los 600 jinetes ingleses enviados contra los cañones rusos,⁸ lo que suscitaría una toma de conciencia sin precedentes por parte de la opinión y del Parlamento. Hasta tal punto que, en febrero de 1856, un mes antes de la firma del tratado de paz, el alto mando británico decidió poner término al libre ejercicio del periodismo. Un decreto impuso la obligatoriedad de la acreditación por las autoridades militares.

Apenas diez años más tarde, el fotógrafo Matthew B. Brady se trajo de la guerra de Secesión miles de daguerrotipos sin censura previa: tierras quemadas, casas incendiadas, familias desamparadas, cadáveres. La venta no respondió a sus esperanzas y el norteamericano perdió su fortuna en la aventura.

El *Penny Post*

Índice de las fronteras del mundo de la comunicación a distancia de aquel entonces, la Conferencia Internacional Telegráfica organizada en Roma en 1872 con el fin de regular las nuevas redes del planeta, sólo congregaba a 22 Estados: Alemania, Austria-Hungría, Francia,

⁷ G. Freund, *Photographie et société*, París, Seuil, 1974. [ed. esp.: *La fotografía como documento social*, Barcelona, Gustavo Gili, 1976].

⁸ Los escritos (1855-1856) de León Tolstoi siguen siendo uno de los testimonios más elocuentes sobre los horrores de la guerra de Crimea. (*The Sebastopol sketches*, translated by D. Mc Duff, Londres, Penguin, 1986.)

Gran Bretaña, la India británica, Italia, Rusia, Turquía, España, Bélgica, Países Bajos, las Indias orientales neerlandesas, Rumanía, Suecia, Dinamarca, Noruega, Suiza, Grecia, Portugal, Serbia, Luxemburgo y Persia. Todos estos países o regiones se habían afiliado a la Unión Telegráfica Internacional, fundada con motivo de un primer congreso celebrado en París en 1865. La transmisión es libre, pero las partes contratantes se reservan el derecho de "impedir los telegramas que amenacen la seguridad del Estado o violen las leyes del país, el orden público y la moral". Esta Unión representaba, en realidad, la primera institución internacional de la era moderna, la primera instancia internacional de reglamentación de una red técnica.

La Unión Postal Universal, por su parte, verá la luz en Berna un poco más tarde, en 1875, al amparo de la Conferencia Postal Internacional de 1874. La primera Conferencia Postal, a la que asistirían representantes de catorce naciones, se había reunido en París, en 1863. Las primeras decisiones de esta Unión consisten en armonizar las tarifas postales internacionales y en reconocer oficialmente el principio del respeto del secreto de la correspondencia. La puesta al día de la vieja institución postal era una tarea impostergable.

Inglaterra da ejemplo, en 1840, con la reforma Rowland-Hill, que lleva el nombre de su promotor, inventor también del sello de correos. La novedad consistía en que no se tenía en cuenta la distancia en el precio del transporte de las correspondencias postales y se adoptaba una tasa única de un penique (10 cts.). Entre las inmediatas repercusiones de esta medida cabe destacar que el número de cartas, que había sido de 76 millones en 1839, se elevó, el año siguiente, a 169 millones, lo que representa un aumento del 122 por ciento. Los resultados financieros, en cambio, fueron menos brillantes y el correo británico necesitó veintitrés años para superar la renta neta de 1839. Pero, según observaba el economista francés Paul Leroy-Baulieu, a finales del siglo pasado: "El bajo precio de las correspondencias hubo de ayudar al desarrollo del comercio, facilitar el auge de industrias que, bajo el régimen de las antiguas tarifas, habrían permanecido estacionarias, y, a través de mil canales indirectos, el tesoro ha recibido, con el aumento del producto de las otras tasas, sumas que quizás anulaban o que atenuaban la pérdida que sufría por la larga disminución de las recaudaciones postales." Y concluía: "La reforma postal ha formado parte, sin duda, junto con los ferrocarriles, los barcos de vapor, los telégrafos, el oro de Australia y de California, de esas causas poderosas y diversas que tan magníficamente han incrementado los

intercambios en estos treinta y cinco últimos años.⁹

En 1847, el Congreso de Estados Unidos adoptó el sello de correos y acogió varias disposiciones de la reforma británica. Al año siguiente, Francia emitió el primer sello y procedió a una reforma menos radical que la aplicada del otro lado del canal de la Mancha. La administración fijó en 20 céntimos la tasa interior para las cartas de 7.5 gramos. El aumento del tráfico postal fue mucho menor: 34 por ciento.

En el decenio de 1860, dará comienzo en casi toda Europa —en Estados Unidos, el telégrafo permanecerá bajo la férula del sector privado, y el correo, bajo la del sector público— la fusión, en una administración del Estado, de los correos y de los telégrafos: 1868, en Inglaterra, tras la compra de la red telegráfica a las compañías privadas; 1875, en Alemania; 1878, en Francia; 1889, en Italia, etc. Ya sea con cartera propia, o bien vinculado a algún ministerio, el estatuto de correos y telégrafos es de los más variados. A finales de siglo, ambos servicios están subordinados al ministerio del Interior en Noruega, en Rumania, en Rusia, en España, en Grecia y en México; al ministerio de Asuntos Exteriores en Bulgaria; mientras que otros Estados prefieren que dependan de Hacienda. Éste fue el caso de Francia, en algunas épocas, o de Suecia. Los modelos metropolitanos de organización del servicio postal se exportan. Así, Siam contrata a un experto alemán, Persia a un austríaco; Japón a un norteamericano, justo en el momento de la abolición (1871) del régimen feudal, precipitando la entrada del país en la era de las redes: la primera línea telegráfica entra en servicio en 1869-1870; la de los ferrocarriles en 1872, el año en que el emperador acomete la unificación y la modernización del ejército, y un año antes de la adopción del calendario occidental.

Con los progresos de la navegación a vapor, se remodela el transporte de las correspondencias internacionales. Sin embargo, no será sino en abril de 1838 cuando el primer barco de vapor, el *Sirius*, perteneciente a un armador irlandés de Cork, atraviese el Atlántico y entre en el puerto de Nueva York. En 1839, el Almirantazgo británico acepta las ofertas de Samuel Cunard, que cuenta con el apoyo de algunos importadores de algodón, para establecer un servicio bimensual Liverpool-Halifax-Boston. El Almirantazgo —que desea reforzar el vínculo imperial con un Canadá que se ha sublevado en 1837— con-

⁹ P. Leroy-Baulieu, en *La grande encyclopédie*, París, 1902.

cede a esta primera compañía postal del Atlántico Norte una subvención anual de 35 000 libras. En 1840, se suscribe otro contrato postal con la Royal West India Mail Steam Packet Co., para el transporte del correo con destino a las Antillas y al Brasil. Francia no entrará en la carrera de los servicios postales internacionales con barco de vapor hasta 1854, con la creación de la Compagnie Générale Maritime, antepasada de la Compagnie Générale Transatlantique. Su fundador fue Émile Péreire, sansimoniano y artífice del primer ferrocarril francés, el Paris-Saint-Germain (1837). Su primer presidente fue Adolphe d'Eichtal, también sansimoniano, y presidente del ferrocarril Paris-Saint-Germain.¹⁰

En el alba del siglo XX, el sistema de las subvenciones a las empresas de servicio marítimo postal es norma habitual en la mayoría de los países. Ninguna de las líneas que realizan este servicio está en medida de subsistir sin esta aportación del Estado, ya sea en Francia, en Estados Unidos e incluso en Inglaterra, a pesar de los poderosos recursos de su flota comercial.

El conjunto de los cambios técnicos que se producen en el modo de comunicación contribuye a alterar radicalmente el estatuto económico de la información. Al reducir los plazos, obliga a modificar los métodos de recogida, de tratamiento y de codificación. Convierte en arcaicas las reglamentaciones de las Bolsas de valores y exige la búsqueda de nuevos procedimientos de intervención en los mercados. La información se transforma en cosa de especialistas y su complejidad reclama la competencia de analistas preocupados en prever la coyuntura. ¿Cómo vivieron los hombres del negocio contemporáneo estas conmociones? La respuesta nos la da un periódico financiero (*The Sugar Cane*), de Manchester en 1888: "En los buenos tiempos de antaño, las mercancías raras veces dejaban pérdidas, salvo en época de gran pánico. Los comerciantes, incluso si especulaban ampliamente, tenían las mercancías a la vista en los almacenes y en los puertos. La prudencia, la previsión y la inteligencia tenían su recompensa. La introducción de la navegación a vapor lo ha cambiado todo y el telégrafo ha completado la revolución. La información en exclusiva, laboriosamente obtenida, que antes le proporcionaba un beneficio al negociante inteligente, es, hoy en día, propiedad pública, desde el

¹⁰ M. Barbance, *Histoire de la Compagnie générale transatlantique*, Paris, Arts et métiers graphiques, 1955.

momento en que aparece. El especulador audaz dispone de ella al mismo tiempo, por así decirlo, que sus competidores; esta es ahora la regla."¹¹

Índice de crecimiento de los flujos: según las estadísticas elaboradas por la Unión Telegráfica Internacional, el número de transmisiones telegráficas en el mundo pasó de veintinueve millones en 1868 a ciento veintiún millones en 1880. Veinte años más tarde, se alcanzaban los trescientos treinta y nueve millones. Los flujos internacionales representaban, en esa fecha, un poco más del 20 por ciento del total.

A partir de 1875, el planeta ha entrado en ese periodo que el historiador británico Eric Hobsbawm caracterizará como la "era de los imperios" (1875-1914). Con el cambio de velocidad de las mutaciones técnicas y el despegue de las metrópolis, aumenta la distancia entre el mundo desarrollado y lo que, mucho más tarde, se convertirá en el tercer mundo. En 1800, las diferencias del producto nacional bruto per cápita eran insignificantes; eran de 2 a 1 en 1880; serán de 3 a 1 en 1913 y alcanzarán 7 a 1 en 1970.¹²

La era del hilo

En 1876, Graham Bell patenta en Estados Unidos el invento del teléfono. Al año siguiente, la Bell Telephone Company emprende la explotación comercial de su aparato. En 1882, la Bell establece una primera filial en Bélgica, en Amberes. En 1885, se crea la American Telegraph and Telephone (ATT) que, progresivamente, se convertirá en la casa matriz del sistema Bell. Durante cerca de 80 años, ATT logrará conservar su cuasimonopolio privado sobre las redes de telecomunicación de Estados Unidos. Habrá que esperar a la marejada de la desreglamentación, a comienzos de los años ochenta, para asistir a su desmonopolización.

En 1881, la red norteamericana cuenta con 123 000 aparatos. En Europa, Gran Bretaña opta, al principio, por confiar la ampliación de sus líneas al sector privado, aunque, en 1881, Londres no tiene más que 1 100 abonados. El Estado no asumirá el control de todo el sistema

¹¹ *The sugar cane*, citado en M. Moreno Friginals, *El ingenio, complejo económico social cubano del azúcar*, La Habana, Editorial de Ciencias Sociales, 1978.

¹² E. Hobsbawm, *The age of empire (1875-1914)*, Londres, Weidenfeld & Nicolson, 1987.

hasta 1912. En Francia, el teléfono se implanta siguiendo el *modelo administrativo* que ya ha sido aplicado al telégrafo. Pero, al igual que del otro lado del canal de la Mancha, la administración se queda rezagada. En 1888, París cuenta con 5 800 aparatos, o sea, el 70 por ciento del parque de las diez primeras ciudades francesas. Las primeras comunicaciones telefónicas internacionales se intercambian, entre París y Bruselas, en 1887. Entre Londres y París, en 1891; entre París y Suiza, en 1892. En cada ocasión, hay que firmar previamente un convenio bilateral para autorizar la transmisión. Hasta 1906 no se alcanzarán los primeros acuerdos multilaterales, firmados por 28 países, en el congreso de Berlín, que asistirá al nacimiento de la primera Unión Radiotelegráfica Internacional. No hay que olvidar que en esas fechas el espacio telefónico internacional es aún muy limitado. Hasta 1956, es decir un año antes de que se inicie la carrera de los satélites, no se tenderá el primer cable telefónico submarino trasatlántico.

En 1900, las diferencias en Europa son ya muy acusadas. Mientras Suecia presenta un teléfono por cada 115 personas y Alemania uno por cada 397, Francia, con una tasa de equipamiento de uno por cada 1 216, sólo aventaja a Italia (uno por cada 2 629) y Rusia (uno por cada 7 000). Éste retraso de Francia en relación con los otros países será una constante estructural de su dispositivo de telecomunicaciones hasta, prácticamente, la llegada de la telefonía digital, hacia 1974. (En menos de quince años, el parque telefónico se multiplicará por más de cuatro.) A finales del siglo XIX, Estados Unidos, pues, lleva clara ventaja, con un promedio de un aparato por cada 60 habitantes. Son también sus fabricantes de material telefónico los que tejen la primera red multinacional de producción y de ventas. La International Western Electric, filial de la Western Electric, propiedad, a su vez de ATT, se instala en Gran Bretaña, Bélgica, España, Francia, Países Bajos, Italia, Noruega, Polonia, Australia, China y Japón.¹⁵ (En 1925, a raíz de un proceso antitrust, cederá esta red a la International Telegraph & Telephone, ITT, fundada en 1920; no volverá a establecerse en el extranjero hasta después de 1982, al amparo, precisamente, de la desreglamentación.)

En 1901, el italiano Guglielmo Marconi explota el descubrimiento

¹⁵ N.R. Danielian, *A.T.&T.: The story of industrial conquest*, Nueva York, Vanguard Press, 1939.

sobre la propagación de las ondas electromagnéticas y, con el apoyo de compañías armadoras y de grupos de prensa, logra establecer la primera transmisión trasatlántica de telegrafía sin hilo. El Almirantazgo británico será el primero en captar el sentido estratégico de esta innovación de las comunicaciones por radio que rechazaba los límites de un planisferio que ya había sufrido profundas modificaciones con la aparición de los cables submarinos. Las patentes del inventor italiano servirán para fundar una firma británica que llevará su nombre. En Francia, en 1899, el ministerio de la Guerra encarga al capitán Ferrié, quien escribió el primer libro sobre la técnica de la radio, un estudio sobre sus aplicaciones militares, especificándole que evite los contactos con Marconi, "al servicio de una potencia extranjera". En 1907, la marina de guerra toma la primera iniciativa para reagrupar a las primeras empresas del sector.¹⁴ En la conferencia de Berlín, en 1906, 28 estados habían discutido en torno a la cuestión de la normalización de los equipos, con el fin de minimizar las interferencias entre estaciones. Las grandes potencias marítimas (Gran Bretaña, Alemania, Francia, Estados Unidos y Rusia), grandes usuarias de radiocomunicación, habían legitimado por aquel entonces una doctrina imperial según la cual la prioridad en el uso del espectro de frecuencias se atribuía al primer país en notificar a la Unión radiotelegráfica su intención de utilizar una frecuencia concreta de radio. Este pragmatismo planteará muchos problemas, unos setenta años más tarde, cuando las naciones excluidas reivindican el pleno acceso al espectro. Para entonces, la *comunidad internacional* de las comunicaciones a distancia ya no estará compuesta por 28 sino por cerca de 150 naciones.

El 18 de agosto de 1858, siete años después del tendido del cable submarino que enlaza Dover con Calais, se había establecido la primera comunicación entre Inglaterra y Estados Unidos. Sin embargo, el cable trasatlántico no será realmente operativo hasta septiembre de 1866. El primer mensaje comercial consiste en un despacho destinado al *New York Herald* en el que se transcribe íntegramente el discurso pronunciado ante el Parlamento prusiano por el emperador Guillermo, vencedor de los austríacos en Sadowa. Pero el costo resulta prohibitivo: ¡36 000 francos!

¹⁴ Véase el dossier "Entre guerre et paix", bajo la dirección de A. Lefébure, *Interférences*, núm. 1, París, 1981.

La extensión internacional del cable irá acompañada de la rivalidad de los imperios inglés y francés que se intensificará a partir de 1869, fecha de la apertura del canal de Suez. (Entre 1851 y 1868, las redes submarinas se desarrollan esencialmente a través de los enlaces del Norte, las líneas del Mediterráneo, las de la India y el cable del golfo Pérsico). Entre 1870 y 1880, se inauguran, sucesivamente, una comunicación que parte de las costas de Inglaterra y llega hasta las Indias neerlandesas (Batavia), la red de las Antillas, la línea que va desde la India británica a Australia y a China, las redes de los mares de China y de Japón, el cable entre Suez y Aden, la comunicación entre Aden y la India británica, los cables de Nueva Zelanda, la comunicación entre la costa oriental y el sur de África, el cable entre Hong Kong y Manila. En los años de 1880, Francia establece una cascada de enlaces a lo largo de las costas de Indochina y de África negra (redes del Senegal y de la costa occidental del África). Otra dirección hacia la que se dirigen las cabeceras de red de Europa y de Estados Unidos, América Central y América del Sur: en 1874 se abre la red trasatlántica Sur (el cable Lisboa-Recife enlaza directamente Europa con Brasil, pasando por las islas de Cabo Verde y por la isla de Madeira); en 1876, la red de las costas de Chile; en 1880, la red de la costa de México; un año más tarde, la red de las costas del Pacífico, desde México hasta Perú.¹⁵ Las redes de cable que entrecruzan el globo están entonces, mayoritariamente, en manos del sector privado. Sobre una longitud total de cables de 104 000 millas, no más del 10 por ciento pertenece a las administraciones gubernamentales.

La supremacía británica en estas redes submarinas es aplastante: en 1910, el imperio, por sí sólo, concentrará la mitad, aproximadamente, del parque mundial, o sea, 260 000 kilómetros. Francia que, a diferencia de Estados Unidos y de Gran Bretaña, ha optado por una gestión estatal del cable, no controla más que 44 000 kilómetros.¹⁶

La preponderancia de las compañías británicas, que perdurará hasta el final de la primera guerra mundial, se fundamenta en un doble control de las redes internacionales: directo, a través de la propiedad; indirecto, por la vía de la censura diplomática de la que Londres dispone sobre las comunicaciones que transitan por los canales británicos. Desde el punto de vista industrial, el imperio victoriano ofrece

¹⁵ Informaciones publicadas por la Oficina Internacional de las administraciones telegráficas; *Rapport*, Berna, 1890, 3a. edición.

¹⁶ C. Bertho, *Télégraphes et téléphones*, op. cit.

tecnología, fábricas y una flota cablera, más operativas que las de sus rivales. Controla el mercado del cobre y del caucho: las cotizaciones mundiales de estas dos materias primas del cable se fijan en Londres; las empresas mineras británicas son dueñas de yacimientos y de minas de cobre. Por último, la Corona no escatima sus ayudas: científica (investigadores del Almirantazgo, servicio de cartografía) y financiera (las subvenciones que garantizan las operaciones son más elevadas que en Francia). En 1904, 22 de las 25 compañías que gestionan las redes internacionales son filiales de empresas británicas; Gran Bretaña dispone de 25 navíos que suman cerca de 70 000 toneladas, mientras que los seis barcos de la flota cablera francesa no superan las 7 000 toneladas.¹⁷

En 1898, con motivo de la crisis de Fachoda, la secuencia más comprometida del contencioso africano entre las dos potencias coloniales en el que el plan de expansión del imperio francés, de oeste a este, partiendo de Brazzaville, tropieza con el de norte a sur británico, es tal la dependencia de las redes de su rival que París tiene que pedir autorización al gobierno de Londres para utilizar el hilo y el barco del general Kitchener para comunicarse con el capitán Marchand que acaba de ocupar Fachoda. La agencia de prensa Havas, por su parte, se encuentra en una análoga situación de subordinación respecto de la agencia Reuter cuando se producen estos acontecimientos que, a juicio de los historiadores de la prensa, ven el reconocimiento del “peso de la opinión pública en las relaciones internacionales, tal como la prensa popular la refleja y la modela”.¹⁸

Primeros géneros de la cultura de masas

Muy pronto, las grandes agencias de prensa se convirtieron en asiduas usuarias de las redes de comunicación a distancia, felices como estaban de no tener que depender de las palomas mensajeras para transportar sus despachos.

La agencia Havas —antepasada de la Agence France Presse (AFP)— se funda en 1835, la alemana Wolff en 1849 y la británica Reuter en

¹⁷ Ph. Bata, “Les câbles sous-marins des origines à nos jours”, *Télécommunications*, núm. 45, París, octubre de 1982.

¹⁸ M. Palmer, *Des petits journaux aux grandes agences. Naissance du journalisme moderne*, París, Aubier, 1983, p. 194.

1851. La agencia norteamericana Associated Press (AP) inicia su historia en 1848. Pero sólo las tres europeas nacen como agencias internacionales. Con el cambio de siglo, la norteamericana se interna en esta vía. El cártel Havas, Reuter y Wolff se reparte el mercado mundial mediante un acuerdo explícito firmado en 1870. El territorio de la agencia parisina abarca más específicamente a la Europa meridional; el de la Wolff, la Europa central y septentrional. En cuanto a la británica, se configura según las líneas de fuerza del imperio. Desde sus comienzos, hace de la información comercial y financiera una de sus áreas privilegiadas. La originalidad de Havas está en combinar información y publicidad. Esta acumulación la convertirá en el precursor de los grupos *multimedia* del siglo XX. También es original la compleja historia de sus imbricaciones con el Estado. A raíz de la primera guerra mundial, Wolff dejará de ser una agencia mundial. Y de este modo, las agencias Havas y Reuter saldrán reforzadas, hasta los años treinta, en que las agencias norteamericanas AP y United Press (UP) emprenderán la caza de las noticias en el mismo terreno.¹⁹

El auge de las redes de las grandes agencias es paralelo al advenimiento de una prensa liberada de los condicionamientos de la censura. Entre 1853 y 1861, Gran Bretaña suprime los "impuestos sobre el saber" que obstaculizaban el desarrollo de una prensa de masas. Estados Unidos se había anticipado ampliamente ya que, incluso antes de 1850, hacía su aparición una prensa diaria barata con una audiencia popular.

En Francia, la legislación señala una etapa en 1881. La imprenta y la librería son libres. Se suprime el depósito previo, lo mismo que la fianza y el timbre. Los únicos delitos de prensa son la provocación al delito, la incitación a la desobediencia militar, las injurias al presidente de la República, los gritos sediciosos, las ofensas a las buenas costumbres, las difamaciones e injurias personales, la injuria hacia los jefes de Estado y agentes diplomáticos extranjeros. Se autoriza la venta ambulante y la distribución de impresos y se regula la fijación de carteles. El gerente es responsable de la publicación; su nombre ha de figurar en el periódico. Tal era, sustancialmente, el contenido de la ley francesa del 29 de julio de 1881, acogida como la gran ley en materia de libertad de prensa y considerada como la victoria de la burguesía republicana.

¹⁹ Véase J.O. Boyd y M. Palmer, *Le trafic des nouvelles. Les agences mondiales d'information*, Paris, Alain Moreau, 1981.

En 1890, *Le Petit Parisien* se jacta de ser el primer diario popular europeo en superar el millón de ejemplares de tirada.²⁰ El *New York Journal*, del norteamericano William Randolph Hearst, emblema de la prensa sensacionalista, ni siquiera alcanza esta cifra, a pesar de sus suplementos dominicales y de sus *comics*. A ambos lados del Atlántico, la competencia estimula la búsqueda de los primeros géneros de la cultura de masas. En Francia, donde *Le Petit Journal* y *Le Petit Parisien* libran una guerra encarnizada, el folletín se convierte en uno de los triunfos del periodismo popular. Introducido a partir de 1836, este género alcanzará su apogeo a mediados de la década de 1880, cuando esos periódicos lleguen a publicar dos o tres folletines a la vez, a base de grandes campañas de promoción.

En Estados Unidos, la lucha entre los suplementos dominicales del diario de Hearst y del *New York World*, de Joseph Pulitzer, asiste al nacimiento de los primeros *comics* en 1894. Será necesario esperar quince años para que se ponga a punto la primera estrategia de penetración del mercado internacional sobre la base de este tipo de producto editorial. En 1909, Hearst crea el primer *syndicate*, International News Service, agencia cuya función consiste en vender material literario a los periódicos, artículos de divulgación científica, crucigramas, historietas. En 1915, le sucede el King Feature Syndicate, uno de cuyos productos básicos es el *comic*. La reestructuración de este género en torno al *syndicate* trae como consecuencia el final de la etapa artesanal en beneficio de la división del trabajo y de la producción (la agencia se arroga los derechos del *autor*, puede retocar, suprimir y modificar, encontrar un sucesor cuando desaparece el dibujante; es decir, tiene una política editorial); una “estandarización de los materiales, procurando cierta homogeneidad de cara al mercado internacional y eliminando los aspectos críticos o agresivos que pudiesen alejar clientes en países de costumbres, religión o principios políticos distintos”.²¹

Pero es en el ámbito de la industria cinematográfica donde se prepara el primer gran proceso de internacionalización de la naciente cultura de masas. Las primeras representaciones cinematográficas tienen lugar en París y en Berlín en 1895, en Londres, en Bruselas y en Nueva York al año siguiente. Los hermanos Lumière le disputan a Edison la primacía de la invención de esta técnica. La rivalidad entre

²⁰ M. Palmer, *op. cit.*

²¹ R. Gubern, *El lenguaje de los comics*, Barcelona, Ediciones Península, 1974, p. 70.

los dos sistemas se hizo sentir especialmente en las grandes ciudades latinoamericanas que descubrieron el cine en la misma época que las grandes capitales europeas. Las primeras proyecciones públicas en América Latina tuvieron lugar, en efecto, en 1896, en Rio de Janeiro, Montevideo, Buenos Aires, México, Santiago de Chile y Ciudad de Guatemala, a las que siguieron, en 1897, La Habana y Lima. En México y Brasil, a partir de esos años, las grandes capitales provinciales asistieron a la llegada del proyector, ya fuera el de Edison o bien el de los hermanos Lumière: Guadalajara, Mérida, Puebla, Curitiba, São Paulo, Salvador de Bahía. Pero países como Bolivia y su capital La Paz hubieron de esperar a 1904 para una primera representación, y su centro minero Oruro, a 1907.²² Después del periodo de explotación en ferias o ambulante, el cine se vuelve sedentario; a partir de 1902-1903 en Estados Unidos y unos tres o cuatro años más tarde en Francia y en Alemania. En vísperas de la primera guerra mundial, los productores franceses, encabezados por Pathé Frères, fundada en 1907, seguida de Gaumont (1885) dominarán claramente el mercado europeo. Así, la red distribuidora de las sucursales de Pathé estará presente en una decena de países (Alemania, Italia, España, Suiza, Países Bajos, Portugal, Suecia, Turquía, Estados Unidos, Brasil).

Hollywood es fundada por independientes entre 1909 y 1913. En 1910, Carl Laemmle lanza a la primera *star*, Mary Pickford, inaugurando el *star system*, el sistema de las películas con estrellas. En 1915, los estudios de Hollywood producirán *El nacimiento de una nación*, de David W. Griffith. Película inaugural que llevará a Jean-Luc Godard a decir: "Las grandes cinematografías nacionales siempre han sido grandes películas de guerra, e incluso de guerra civil. Es decir, en un momento en que una nación se bate contra ella misma y ya no sabe quién es."²³ El comercio internacional de las películas no está entonces obstaculizado por ninguna medida aduanera ni por ninguna política comercial. La primera medida contraria al libre cambio será tomada en 1916, y confirmada en 1917, por Alemania que impondrá un control sobre la importación de películas extranjeras. Es la época en que Berlín comienza a idear una política estatal en materia de industria cinematográfica.²⁴

²² P. Paranagua, *Cinema na América Latina*, Porto Alegre, L. & PM, 1984.

²³ Citado en J.M. Frodon, "L'Amérique et ses démons", *Le Monde*, 7 de mayo de 1992, p. 30.

²⁴ P. Bachlin, *Histoire économique du cinéma*, París, La Nouvelle Édition, 1947.

Crear el acontecimiento, o los comienzos de la leyenda

Fue en un entorno de áspera competencia entre dos gigantes de la prensa de gran tirada donde empezó a forjarse una leyenda sobre el poder del medio de masas y, más aún, en su relación con la guerra.

Fue, en efecto, a finales del siglo XIX cuando se desarrolló la primera gran campaña de prensa con el propósito de incitar a un gobierno a intervenir militarmente en una tierra extranjera, en este caso la isla de Cuba, una de las últimas posesiones de un imperio español moribundo. El presidente W. Mc Kinley, finalmente, fue incapaz de resistir la presión de una opinión amotinada por W.R. Hearst. Los *marines* desembarcaron en 1898 —un año, desde luego, rico en acontecimientos, ya que el enfrentamiento franco-británico en Fachoda por el reparto de África, y el asunto Dreyfus, en Francia, ocupan la primera plana de la información— en la isla y, con ellos, los operadores de la Vitagraph, que filmaron por primera vez una intervención militar, titulando su reportaje *Fighting with our boys in Cuba* [Combatando con nuestros muchachos en Cuba]. Una intervención que, en opinión de numerosos historiadores, podría haberse evitado perfectamente de no haberse producido esa histeria de lógica bélica desencadenada por una prensa que no retrocedió ante ninguna mentira para provocar el desenlace fatal.²⁵ Es conocida la famosa fórmula que resume bien esta fulgurante operación. Hearst envía a La Habana a un reportero y a un célebre dibujante, Frederic Remington, quien, desde la capital cubana, telegrafía a su jefe: “Nada que señalar. Todo está en calma. No habrá guerra. Quisiera regresar.” Lo que le vale la famosa respuesta de Hearst: “Ruégole se quede. Proporcione ilustraciones, yo proporcionaré la guerra.”²⁶

Este hecho destacado —inmortalizado en una de las primeras secuencias de *Citizen Kane*, de Orson Welles (1941)— habrá influido lo suyo en la idea que se iba a tener del poder ilimitado de los medios, capaces de hacer y de deshacer el acontecimiento. E ilustra, asimismo, dos realidades inéditas: la acción de fuerza que representaba este desembarco daba la señal de salida a una larga historia de políticas de injerencia de carácter imperial, de distinta naturaleza que la de la colonial acostumbrada. Cuatro años más tarde, la compañía francesa

²⁵ G. Kennan, *American diplomacy 1900-1950*, Londres, Secker & Warburg, 1952.

²⁶ F. Williams, *The right to know*, Londres, Longmans, 1969.

que había iniciado las obras del canal de Panamá en 1881 cedía sus bienes y sus derechos a Estados Unidos, el cual ayudaba a los secesionistas de lo que no era más que una provincia de Colombia a separarse y a proclamar la independencia, mientras que el nuevo Estado-nación panameño renunciaba, en beneficio de Estados Unidos, a su soberanía sobre la zona del canal, que será inaugurado en 1914; la información de masas se convertía ya en un reto. La historia tendrá en el futuro numerosas ocasiones de trastabillarse. Por lo que se refiere a saber si, de todas formas, con o sin campaña estruendosa, hubiera tenido lugar la guerra hispano-cubano-norteamericana, la cuestión, realmente, sólo reviste interés para una interrogación prospectiva sobre el papel de los medios en nuestras sociedades si nos negamos a considerar el medio como un nuevo demiurgo o Maquiavelo, rompiendo el círculo vicioso de la causa y del efecto.

En esa región de América —y en ese entorno— se consolidan las primeras sociedades del complejo agroalimentario, de carácter multinacional. En primera línea, está el monopolio del cultivo y de la comercialización de la banana, en manos de la United Fruit Company, nacida en 1899, después de absorber a sus competidoras. Es imposible prescindir de esta empresa cuando se describe la genealogía de los ferrocarriles, de las líneas navieras, del telégrafo y del teléfono en dicha parte del mundo. Entrelazando, cuando no confundiendo, los intereses de sus negocios con los de las naciones en las que posee tierras, el *holding* frutero —que será un pionero de la implantación de la radio en el propio territorio de Estados Unidos— creará una filial, la Tropical Radio Telegraph Company, que explotará una red de estaciones telegráficas en una veintena de países del continente americano. Utiliza esta red para enlazar, entre ellos, y con el mercado, los enclaves de producción, a la vez que ofrece sus servicios telegráficos, así como los de sus ferrocarriles y de sus barcos, a los clientes exteriores, sustituyendo, supliendo o, llegado el caso, haciéndole la competencia a los servicios públicos de comunicación y de transporte de gobiernos cómplices, que no cabían en sí de gozo al ver que así se instalaba lo que aclamaban como “las vías del progreso”.²⁷

²⁷ Acerca de la historia de la United Fruit, por uno de sus antiguos empleados: T. Mc Cann, *An American company: the tragedy of United Fruit*, Nueva York, Crown, 1976. Para una historia crítica que contiene numerosos análisis del sistema de comunicación del *holding* frutero: C. Fontanellas (bajo la dirección de), *United Fruit Co.*, La Habana, Editorial de Ciencias Sociales, 1976.

El caballo de hierro

La Conferencia Internacional de Ferrocarriles ve la luz en 1882. O sea, diecisiete años después del primer acuerdo internacional sobre el telégrafo. Y sin embargo, la primera locomotora de los Stephenson, llamada *Blucher*,* había hecho su aparición en 1814 y la red ferroviaria mundial se extiende ya sobre más de 430 000 kilómetros. Pese a lo cual todavía se está a la búsqueda de la “vía normal”. Porque la normalización del ancho de vía se lleva a cabo lentamente. Incluso en Inglaterra, la norma que George Stephenson había elegido en 1825 para el ferrocarril Stockton-Darlington (4 pies y 8 pulgadas, o sea, 1 435 m) no se implantará definitivamente hasta 1892. Aun cuando el Parlamento, ya en 1846, había otorgado su preferencia a este ancho que correspondía al de los transportes por carretera de la época. En cuanto a la unificación europea de la vía, ésta no se producirá. España, en 1844, adoptó, bajo la influencia de ingenieros ingleses, un ancho de 1 674 m y Rusia escogió el de 1.52 m. Por razones estratégicas, ninguna de estas dos naciones accederá luego a emparejarse con las restantes redes europeas donde terminará triunfando la norma de Stephenson.²⁸

Cuando los representantes de los gobiernos de Alemania, Austria, Hungría, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Rusia y Suiza comienzan a concertarse en 1882, todavía se está discutiendo la armonización de las diversas legislaciones en materia de transporte de mercancías. Comoquiera que estas últimas circulan sucesivamente por varias empresas sometidas cada una de ellas a una legislación diferente, el problema consistía en determinar cuál sería aplicable en caso de pérdida o daños, cuál sería el tribunal competente y cómo se ejecutarían las decisiones.²⁹

Y es que, a diferencia del telégrafo, que prefigura la circulación en tiempo real de los flujos de información de una economía a escala del globo que representa el movimiento, las redes que traza la locomotora como máquina en movimiento reconocen la rigidez de las fronteras, las separaciones de una era en la que la “nación” es la idea motriz. Tan

* En 1829, George Stephenson construiría la famosa *Rocket* (Cohete), considerada como la precursora de las modernas locomotas de vapor.

²⁸ H. Peyret, *Histoire des chemins de fer en France et dans le monde*, París, Société d'éditions françaises et internationales, 1949.

²⁹ *Les archives diplomatiques*, París, 1988.

es así que el tren, parangón de la “revolución *dromocrática* del transporte” o de la celeridad, según la expresión de Paul Virilio, está comprometido con la construcción del Estado-nación industrial y de las burguesías nacionales.³⁰ Es bastante revelador observar cómo la primera disposición que, en Estados Unidos, limitó el principio liberal de la libertad de empresa, se aprobó en 1887 y llevaba por nombre el de Interstate Commerce Act. Estados Unidos —igual que Inglaterra y al contrario de Francia, que había optado por un sistema mixto— había confiado completamente a la iniciativa privada el cuidado de establecer las líneas, y a la libre competencia el de fijar los trazados. El objetivo de la medida federal de 1887 —a semejanza de la Sherman Antitrust Act, aprobada en la misma época— era el de reglamentar las redes ferroviarias con el fin de permitir que la industria del país pudiera dar el “gran salto hacia adelante” de la revolución industrial, forzosamente, en esta fase, nacional. (Para entonces ya circulaba, desde 1869, el primer tren transcontinental.) Dicha norma, realmente, no será puesta en entredicho hasta la Staggers Rail Act, en 1980, cuando el proceso de desreglamentación del conjunto de las redes de comunicación —por carretera, aérea, ferroviaria, medios, telecomunicaciones, y también financiera— prenderá en una economía en trance de *mundializarse*.

La *conexión internacional* del ferrocarril sólo pudo dar un salto cualitativo gracias a las nuevas estrategias imperiales, fundamentalmente en el último cuarto del siglo XIX y a principios del XX. La formación, en la India, a partir de 1845, de las tres compañías (East Indian Railway, Great Indian Peninsula Railway, Madras Railways) ya había marcado la pauta: la mayoría de las líneas habían sido concebidas con fines más estratégicos que económicos, para acortar el tiempo del transporte de las tropas. Hasta los inicios de la *mutiny*, o rebelión de los cipayos, en 1857, no se emprenderá el programa masivo de ferrocarriles, que agilizará las industrias del algodón y del yute, y conectará los centros de la industria pesada con los *Indian coal deposits* [yacimientos indios de carbón] explotados por la East Indian Railway. Pero la red de lo que un funcionario imperial denominaba “las ciclópeas fraguas de los ferrocarriles”, nunca llegará a completarse. No unirá directamente a Bengala con Birmania, que sin embargo era

³⁰ P. Virilio, “L’empire de l’entreprise”, *Traverses*, núm. 13, diciembre, 1978. Véase también, del mismo autor, *Speeds and politics*, Nueva York, Semiotext(e), 1986; y en colaboración con S. Lotringer, *Pure war*, Nueva York, Semiotext(e), 1983.

el granero de arroz de la India. El Colonial Office privará al país de esta ventana exterior para controlarlo mejor.

“El tren —decía Cecil Rhodes— es un instrumento de pacificación que resulta más barato que el cañón y llega más lejos.” Porque, tal y como lo recuerda el historiador Marc Ferro, con motivo de la publicación por la revista *Traverses* de un número monográfico sobre *redes ferroviarias*, el tren también tiene un imaginario internacional que no se confunde con las encantadoras imágenes del Oriente-Express: “Su negra humareda fue el signo mismo del progreso. Por mediación del tren, Occidente se identificó con su símbolo. En el nombre del tren, Victoria conquistó África, desde El Cabo hasta El Cairo. En nombre del tren, Alejandro y Nicolás amenazaron Asia, alcanzaron Vladivostok... El gallo republicano francés pretendió el mismo sueño: atravesar un continente. Agotado, entre Dakar y Yibuti, su esperanza fue detenida en Fachoda. A su vez, para dominar el imperio del Sol Naciente, o al menos obtener audiencia, el Tío Sam le ofreció al Mikado un pequeño tren mecánico. Impúdica, también ella, la China de Tseu-Hi se expuso a las miradas de las potencias: a cambio, pidió que un expreso tuviera parada en las puertas de Cantón. De este modo, el mundo en tres colores se sometió a los amos de la máquina humeante.”⁵¹

El modelo ferroviario —vía de penetración— se inscribe en el contexto colonial: el ejemplar trazado de las redes de ferrocarriles en África. Redes que tuvieron por misión la de enlazar los centros administrativos, ubicados, la mayoría de las veces, en la costa, con las minas del interior, o bien la de permitir el acceso hacia otros territorios que controlar y colonizar, sin contar con los nueve tipos distintos de ancho de vía que han sido instalados. Que van desde el *imperial gauge* de la era victoriana (tres pies y seis pulgadas, o 1.067 m) hasta ese ancho casi exclusivo de las regiones de las minas en Suráfrica (1.435 m). Algunos países, colonizados sucesivamente por dos potencias distintas, incluso han heredado un sistema híbrido. Es el caso de la antigua Tanganyika (la actual Tanzania) ocupada por los alemanes —cuyo ancho de vía era de un metro— y los británicos.

Esta disimetría de los sistemas de ferrocarril también se producía en las naciones soberanas de América Latina. El caso de Argentina resulta ejemplar. Contaba con tres tipos de ancho. El primero (1.674 m),

⁵¹ M. Ferro, “Images de l’histoire”, *Traverses, Ibid.*, p. 52.

mayoritario, correspondiente a la norma escogida por los ingenieros ingleses que habían importado material ya utilizado en la guerra de Crimea. El segundo (1 m), el de las compañías francesas; y el tercero, que no cubría más de una décima parte de la red, conforme a la norma de Stephenson. Este caso ilustra a las claras la historia de un ferrocarril íntimamente vinculado a la construcción de la hegemonía del capital británico en la región, cuando menos hasta la primera guerra mundial. También lo prueba la topografía de los primeros trazados de las líneas de ferrocarril en países como Chile, especialmente, que conectaban los puertos con las minas inglesas de nitrato y de cobre. Y como una red de comunicación nunca viene sola, este predominio ya observado en relación con el cable submarino, estaría acompañado de otro: el de los telégrafos y los teléfonos, también controlados por los británicos. Brasil es otra muestra: en el umbral del siglo XX, no se contaban menos de cinco redes ferroviarias independientes. Cada red regional se desplegaba en forma de abanico centrado en un puerto y abierto hacia el interior. El modelo regional no interconectado —con una fuerte concentración en el polo constituido por los estados de Río de Janeiro-São Paulo-Minas Gerais— también se aplicaba al telégrafo y al teléfono. (Volveremos a encontrarlo más tarde, en la radio y en los comienzos de la televisión. De hecho, habrá que esperar a la promulgación —bajo la presión del ejército— del primer código de telecomunicación, en 1962, y a la nacionalización de las compañías telefónicas extranjeras para que la *comunicación* comience a convertirse en sinónimo de *integración nacional*.³²)

En 1870, la participación de Europa en la red mundial era de un 50 por ciento, aproximadamente; América le seguía de cerca. Quince años más tarde, América, con 265 000 km, precedía a Europa (202 000), Asia (24 000), Oceanía (14 000) y África (en torno a 7 000).

Para entonces, el tren ya había trastocado completamente los datos de la estrategia. Utilizado por vez primera en una campaña militar (en Schleswig-Holstein), en 1848, y luego en la guerra de Crimea (1854-1856) y en la campaña de Italia, conducida por el emperador Napoleón III (1859), terminó de demostrar sus aptitudes durante la guerra de Secesión. En esta guerra, que también asistió al nacimiento de artefactos como el torpedo, el general nordista Mac Clellan, por

³² A. Mattelart y H. Schmucler, *América Latina en la encrucijada telemática*, Barcelona-Buenos Aires, Paidós, 1982. México, ILET, 1983.

primera vez en la historia de la estrategia, hizo que entrara en acción un cuerpo especializado en la construcción y destrucción de vías férreas, así como en el aprovechamiento en campaña de este *caballo de hierro*, verdadero antepasado del tanque.

A su vez, entre 1865 y 1875, los estados mayores de los ejércitos alemán, británico y francés se dotarán de un cuerpo de ingenieros de ferrocarriles. Esta nueva concepción cinemática de la logística, o “arte de mover a los ejércitos”, hará que el general prusiano Von Moltke, creador, en 1866, con ocasión de la guerra austro-prusiana, de la primera “oficina de líneas de comunicación”, llegue a decir que “prefería la construcción de ferrocarriles a la de fortificaciones”.³³

A diferencia de la red en estrella —centrada en la capital— de los ferrocarriles franceses, el modelo que prevalecía en la Alemania imperial no sólo comprendía vías radiales en todas las direcciones a partir de Berlín, sino también un sistema de líneas concéntricas que circundaban el imperio, de forma que pudieran mantenerse las comunicaciones entre las grandes ciudades aun en caso de corte de las vías en periodo de guerra.

Esta arquitectura circular había madurado lentamente. Ya en 1834, el economista Friedrich List, promotor del *Zollverein*, la unión aduanera y económica de las Alemaniás en el entorno prusiano, afirmaba que “el sistema de los ferrocarriles y la unión aduanera eran hermanos siameses”. Tras la unificación política alemana (1870), el canciller Bismarck, aconsejado por Von Moltke, impulsó un movimiento de unificación de las redes y rompió los particularismos regionales al nacionalizar las grandes líneas y organizarlas según un principio militar. Una idea que Von Moltke agitaba desde 1840, época de sus primeros análisis estratégicos sobre el ferrocarril.

La guerra franco-prusiana (1870) había demostrado sobre el terreno la superior organización alemana en los desplazamientos rápidos de grandes masas armadas. La guerra de los Boers (1899-190) y la guerra ruso-japonesa (1904-1905) prefigurarán los métodos que serán utilizados por los estados mayores en campaña durante la primera guerra mundial.

³³ P. Virilio, *art. cit.*

El cronómetro

El *modelo ferroviario* —según ha señalado Paul Virilio— es, por encima de todo, un modelo de administración del tiempo. Como lo demuestran estas palabras de M. Audibert, ingeniero politécnico francés encargado de la explotación ferroviaria en aquellos años de la racionalización de las redes: “Si todos nosotros conseguimos, en toda la extensión de nuestras redes, respetar la hora al segundo, habremos dotado a la humanidad del instrumento más eficaz para la construcción de un mundo nuevo.”³⁴

Esta mística del control del tiempo, aliada a la de la industria pesada, es también la del ingeniero norteamericano Frederick Winslow Taylor (1856-1915) que en el entorno de 1880 empieza a acosar a la “sistemática holgazanería” de los obreros y a aplicar su “sistema científico” de organización del trabajo en las grandes acerías. Es curioso observar que en 1880 es cuando aparece en Francia *Le droit à la paresse*, del antillano Paul Lafargue, yerno de Karl Marx.³⁵ Esta apología del goce, mordaz e irónico alegato en favor del *derecho al ocio*, será, dentro de la literatura socialista anterior a la Gran Guerra, y después del *Manifiesto Comunista*, el texto más traducido, en lenguas que van desde el ruso al yiddish.

Al descomponer los movimientos del “animal humano”, a la vez que pone a punto nuevas máquinas-herramientas, Taylor fragmenta toda actividad en operaciones elementales y automáticas. La idea de Taylor consiste en que el obrero supere el rendimiento presuntamente normal, penalizándolo si no alcanza este rendimiento, y recompensándolo ampliamente cuando lo supera. Es el principio de las tarifas diferenciales Taylor. Un cronometraje permite determinar científicamente el tiempo básico de fabricación de una pieza. Al reducir el número de personas que realizan un trabajo real y, al aumentar sustancialmente el de los vigilantes o inspectores, de los cronometra-

³⁴ Citado en *ibid.* Estas manifestaciones del ingeniero francés acerca de la gestión del tiempo podrán generalizarse. Véanse, por ejemplo, los análisis del historiador A.D. Chandler sobre el vínculo entre la formación de la filosofía de la dirección y la implantación del sistema ferroviario en Estados Unidos (A.D. Chandler, *The visible hand: The managerial revolution in American business*, Cambridge, Mass., Harvard University Press, 1977).

³⁵ P. Lafargue, *Le droit à la paresse*, París, Maspero, 1976 [ed. esp.: *El derecho a la pereza. La religión del capital*, Madrid, Fundamentos].

dores o jefes de ritmo, de los contables y otros gestores del tiempo de los trabajadores sometidos al sistema, el inventor de la primera doctrina gerencial propone un esquema de comunicación interna. “En el pasado —escribe—, el hombre lo era todo; en lo sucesivo, el todo será el sistema... La formación individual de cada obrero exige la construcción de una oficina especial para el ingeniero y los empleados encargados de este servicio. En esta oficina, el trabajo de cada obrero se prepara enteramente con antelación, y los empleados siguen los diagramas y los planes de utilización de cada uno de los hombres, disponiéndolos como piezas en un tablero, gracias a un sistema de teléfonos y de mensajeros organizado a tal efecto.”³⁶

Estas ideas se desarrollan en un contexto en el que la organización del trabajo suscita, por parte de los teóricos, los proyectos más audaces en cuanto al uso que puede hacerse de las nuevas herramientas de comunicación. Así, en su obra *Motion study*, el norteamericano Frank Bunker Gilbreth, especialista en el estudio de los micromovimientos, aconseja a los “empresarios inteligentes” el uso, en sus talleres, del fonógrafo y de la música para luchar contra el tedio y la monotonía de las tareas.

La concepción de la separación de las “tareas” y del obrero como “motor humano” será fustigada por el anarco-sindicalista francés Émile Pouget (1860-1931) en su opúsculo titulado *L'organisaion du surmenage. Le système Taylor*, publicado en 1914 con motivo de la huelga de los obreros de las factorías Renault contra el sistema del ingeniero norteamericano.³⁷ Reivindicaciones que se esfumarán por imperativo de la movilización de la producción con fines bélicos.

Simultáneamente a la introducción del cronómetro como instrumento de medida de los gestos del obrero en el trabajo, penetra la herramienta de control de sus desplazamientos. Se trata de la máquina de fichar, cuya función aparece certeramente descrita en un anuncio publicado en el *Almanach Didot-Bottin* de 1901: “Aparatos para controlar a los obreros, patentados en Alemania y en el extranjero. ¡Última

³⁶ F.W. Taylor, *Principles and methods of scientific management*, Nueva York, Harper & Bros, 1911. Esta obra había sido precedida de varios artículos —“Shop management” (1903), entre otros— publicados en *Transactions*, órgano de la American Society of Mechanical Engineers [ed. en esp.: *Management científico*, Barcelona, Ediciones Orbis, 1986, col. Biblioteca de la Empresa].

³⁷ E. Pouget, *L'organisation du surmenage: le système Taylor*, París, Librairie des sciences politiques et sociales, M. Rivière, 1914.

novedad! ¡Nuevo principio! El medio más rápido, más seguro, más sencillo, para controlar las idas y venidas del obrero, y que resulta invisible para éste.”

Números, objetivos y perfiles

La preocupación por la gestión de los grandes números empieza a suscitar la necesidad del tratamiento de la información. Con ocasión del censo de 1890 el gobierno federal de Estados Unidos introduce la máquina de tarjetas perforadas, inventada diez años antes por el estadístico norteamericano Hermann Hollerith (1860-1929), con un procedimiento puesto a punto por Joseph-Marie Jacquard para su telar. Esta primera máquina para el tratamiento de la información será industrializada a partir de 1896 por la Hollerith Tabulating Machines Corp. que, en 1924, se convertirá en la firma IBM (International Business Machines).

En el campo de los medios, esta preocupación por la medición y el cálculo es, en aquella época, todavía bastante embrionaria. Si bien es verdad que la primera agencia norteamericana de publicidad de la era moderna nació en 1840 en Filadelfia, el concepto de *objetivo* sólo comenzará a construirse hacia 1865. Su origen se localiza en la agencia J. Walter Thompson que permanecerá en la vanguardia a la hora de diseñar los perfiles del consumidor, en el transcurso del siglo siguiente. La primera reflexión sobre el *objetivo* tiene lugar en los años del decenio de 1870, con ocasión de la introducción de la publicidad en las revistas femeninas (*Godey Ladies Book* y *Peterson's Magazine*), primeros periódicos que aspiran a construir un público masivo. A través de la mujer, el mensaje publicitario persigue lograr el acceso a toda la familia.³⁸ También es uno de los primeros campos de experimentación de la imagen fotográfica en color. Habrá que esperar a los años veinte para ver cómo se realiza, bajo la égida del fordismo, la “racionalización” de la segmentación de los consumidores. Entretanto, J. Walter Thompson ya habrá instalado una oficina en Londres (1899). Es el primer cimiento de una red de agencias que esperará, también ella, el final de los años veinte para internacionalizarse a través del mundo,

³⁸ 1909 *JWT Blue Book, 1909-1910*, Reproducción facsimilar de la edición original, con ocasión del centenario de la agencia, en *Advertising Age*, 7 de diciembre de 1964.

siguiendo a la General Motors, su primer cliente multinacional.

Por último, hay que señalar que, durante los dos últimos decenios del siglo XIX, la medición y la necesidad de clasificación obsesionan también a los responsables del sistema judicial y penitenciario.

En 1885, tiene lugar en Roma el primer congreso de antropología criminal, o "ciencia del estudio del delincuente", que significa el punto de partida de numerosas asociaciones nacionales de esta especialidad y el establecimiento de un vínculo internacional entre ellas. Este congreso, inaugurado por el profesor Cesare Lombroso, médico de profesión y autor de *L'uomo delinquente* (1876), había sido precedido por el primer congreso penitenciario, organizado en Londres en 1882; le seguirá el primer congreso de la Unión Internacional de Derecho Penal, que tendrá lugar en Bruselas en 1889. En ese año se reunirá en París, con motivo de la exposición universal, el segundo congreso de antropología criminal. Esta nueva ciencia de la antropología criminal, inspirada en la filosofía positivista, es eminentemente operativa. Define y clasifica al delincuente como individuo anormal y peligroso, fundamentalmente psicópata, "enfermo mental". Es la época en la que se desarrollan los estudios sobre los anarquistas, "sujetos antisociales" por excelencia, imagen extrema de cuantos atentan contra el orden establecido. También es la época en la que la noción de "raza" como criterio de evaluación de la "peligrosidad" o de la "inteligencia" del "individuo extranjero" deja transparentar su profunda ambigüedad.

La antropometría se convierte en auxiliar de la policía. Presta su ayuda a la determinación de la identidad individual. El método de identificación de los delincuentes, conocido como *bertillonage*, puesto a punto por el antropometrista francés Alphonse Bertillon (1853-1914) se adopta oficialmente en Francia en 1890. Es el comienzo de la foto de identidad judicial, con un retrato de frente y de perfil, combinada con las medidas corporales. Desde 1871, año de la insurrección de la Comuna y de la brutal represión de la que fue objeto, el poder no había dejado de demostrar su preocupación por la utilización de la fotografía con fines policíacos.

Desde una misma perspectiva de criminología clínica, el funcionario de la policía argentina Juan Vucetich pone a punto en los años de 1890 un método de identificación dactiloscópica que compite internacionalmente con la de Bertillon.³⁹ Nada tiene de extraño que

³⁹ Véase L. Reyna Almandos, *Dactiloscopia argentina. Su historia e influencia en la*

Argentina manifieste tales preocupaciones en este campo. A semejanza de los países del continente americano con fuerte inmigración, las autoridades públicas se esfuerzan por controlar mejor la entrada de “delincuentes comunes” que huyen de la justicia de sus países de origen y, por encima de todo, la de los “elementos que llegan de Europa contaminados por las ideas peligrosas y disolventes”. En sus congresos internacionales, los especialistas latinoamericanos en antropología criminal no se contentan sólo con comparar los respectivos méritos de los métodos de Bertillon y de Vucetich; llegan incluso a proponer la creación de “gabinetes de identificación intercontinentales” para garantizar un mejor control de los flujos de inmigración. Mientras que en Londres, en esos mismos años, sir Francis Galton, más conocido por ser uno de los pioneros de la eugenesia, publica, él también, su propio sistema de identificación dactiloscópica.

Metáforas del progreso

Durante la segunda mitad del siglo XIX, nuevos actores y formas de organización hacen su entrada en el escenario internacional. Ya lo hemos visto, puesto que, en torno al telégrafo eléctrico, en 1865, nació la primera organización internacional de la era moderna.

A partir de 1870 se multiplicarán las uniones administrativas y los convenios entre estados. Sólo nacerán 20 en el periodo 1870-1880; 31 verán la luz entre 1880 y 1890; 61 entre 1890 y 1900; y 108 entre 1900 y 1904.⁴⁰ Estos convenios y uniones afectan a los ámbitos más diversos: Unión Postal Universal, Cruz Roja (1874), Convenio suscrito por veinticinco naciones sobre la “hora universal”, fijada con relación al meridiano de Greenwich (1884), Convenio sobre Derecho Internacional Privado, referido, principalmente, a la definición de la formas de ayuda legal en las relaciones interestatales (1896), etc. Este nuevo tipo de organización inaugura la nueva era de la internacionalización legal y técnica. Codificación y nomenclaturas están en el orden del día.

legislación, La Plata, Universidad Nacional de La Plata, 1932. Véase, igualmente, R. del Olmo, “El surgimiento de la criminología en América Latina”, en *América Latina y su criminología*, México, Siglo XXI, 1987.

⁴⁰ Th Schieder, “Political and social developments in Europe”, *The New Cambridge Modern History*, vol. XI, pp. 253-254. Véase también la obra pionera de W. Sombart, *Der moderne Kapitalismus*, 1902.

La comunicación tiene mucho que ver en la aparición de estos nuevos espacios de mediación internacional: está íntimamente asociada al simbolismo del “acercamiento entre los pueblos”. A lo largo de todos estos decenios, la comunicación compartirá esta mitología de la “concordia general” con otras nuevas formas de relaciones internacionales: las exposiciones universales. Éstas y aquella se apoyarán en una acción sinérgica.

1851: la primera exposición universal, *the Great Exhibition of the Works of Industry of All Nations*, que tiene lugar en el Crystal Palace de Londres, inaugura el primer enlace telegráfico Inglaterra-Francia. 1876: la exposición de Filadelfia revela el teléfono de Graham Bell. 1893: la World's Columbian Exposition de Chicago se inicia con la inauguración de la primera línea telefónica Chicago-Nueva York. He aquí algunos ejemplos, entre otros, que demuestran cómo los inventos de la comunicación no han sido los últimos, no sólo en materializar, sino también en idealizar, una noción del progreso, de la civilización, de lo universal y del universalismo. Porque las exposiciones están hechas “para dar la medida, el grado de civilización y de progreso alcanzados por las diversas naciones”.⁴¹ En las ferias internacionales de la Edad Media (Beaucaire, Frankfurt, Leipzig, Lyon, Nijni-Novgorod), los objetos expuestos estaban destinados a la venta inmediata. En las exposiciones universales, se exponen las máquinas que sirven para hacer estos objetos y los medios de producción que se emplean para fabricarlos. “Están hechas para dar una idea del desarrollo de la industria, del comercio y de las artes en los diferentes países.”⁴²

Autopromovidas como las “asambleas pacíficas del progreso”, no escapan a la tensión permanente —que caracteriza a la realidad mundial de la época— entre el deseo de concordia general y la pulsión belicista. ¡En la exposición de 1851, los telégrafos eléctricos de la firma Siemens se codean con los cañones de Krupp en la sección ocupada por el Zollverein! Y veinticinco años más tarde, en la exposición de Filadelfia que celebra el centenario de la independencia de Estados Unidos, un informe oficial no duda en destacar, también en relación con la sección alemana: “Se tiene la sensación de estar dominado por un sentimiento penoso cuando, al recorrer la exposición, no se encuentran más que regimientos enteros de Alemania, de empera-

⁴¹ G. Gérauld, *Les expositions universelles envisagées au point de vue de leurs résultats économiques*, Paris, Librairie Société du recueil général des lois et des arrêts, 1902, p. 23.

⁴² *Ibid.*

dor, de príncipe heredero, de Bismarck, de Moltke, de Roon, en porcelana, en *biscuit*, en bronce, en cinc, en terracota, en cerámica, pintados, bordados, esculpidos, impresos, tejidos, etc... En el sector de las máquinas, los 7/8 del espacio están ocupados por los cañones Krupp, las máquinas de matar (*killing machines*, como las llaman los norteamericanos) que parecen una amenaza brutal entre las pacíficas exposiciones de otras naciones."⁴³ Y el novelista Émile Zola no tiene palabras bastante duras para fustigar la "fiesta imperial", esa "mentira de cuento de hadas" que fue la exposición de 1867 en un París "ahíto de Majestades y de Altezas" donde "la multitud que se atropellaba en la exposición dispensaba una popular acogida a los cañones Krupp, enormes y lóbregos, que Alemania había expuesto".⁴⁴

Después de Londres (1851), las mayores exposiciones se desarrollaron en París (1855, 1867, 1878, 1889, 1900), nuevamente Londres (1862), Viena (1873), Filadelfia (1876) y Chicago (1893). Otras tantas fechas que jalonan una carrera de marcas. Los, aproximadamente, 14 000 expositores del Palacio de Cristal atraen a seis millones de visitantes; los 83 000 expositores de la exposición de 1900, en París, cerca de 51 millones. La exposición de París de 1889, año del centenario de la Revolución, se extiende sobre cien hectáreas; la exposición de Chicago, que conmemora el cuarto centenario de la expedición de Cristóbal Colón, es cinco veces más grande, pero sólo atrae a 27 millones de visitantes.

El gigantismo de la World's Colombian Exposition de Chicago estaba a la altura de los envites políticos. La joven América, reinterpretando la gesta de Colón, se proponía sincronizar los relojes del orden internacional con la hora del panamericanismo. La estrategia panamericana pretendía "en parte, cerrar el paso a los británicos (cuyas inversiones en Sudamérica superaban las de Estados Unidos), a los franceses (considerados como la principal amenaza hasta el fracaso, en 1889, de su proyecto de canal de Panamá) y, en menor medida, a los alemanes y a los italianos".⁴⁵ En 1889, el secretario de Estado Blaine había convocado a los países latinoamericanos a una primera conferencia internacional en Washington. Sus objetivos: el

⁴³ F. Maquaire et al., *Rapport des délégués mécaniciens en précision à l'Exposition universelle de Philadelphie (1876)*, París, Imprimerie nationale, 1879, p. 21.

⁴⁴ E. Zola, *L'argent*, París, 1891 [ed. esp.: *El dinero*, Barcelona, Ed. Nauta, 1966].

⁴⁵ M.R. Trouillot, "Good day Columbus: Silences, power and public history", *Public Culture*, Filadelfia, vol.3, núm. 1, otoño de 1990, p. 15.

fomento de la paz continental, la obtención de acuerdos aduaneros y comerciales, y la formulación de un plan de arbitraje para resolver los litigios. Los resultados de la reunión no estuvieron a la altura de las esperanzas de Washington. El logro más importante fue la creación de la Oficina Comercial de las Repúblicas Americanas (que, con motivo de su cuarta conferencia —Buenos Aires, 1910— se transformaría en la Unión Panamericana).

En el último cuarto del siglo XIX prolifera la forma de comunicación “exposición internacional”. Sin alcanzar la envergadura de las grandes exposiciones universales anteriormente citadas, son muchas las ciudades que organizan tales acontecimientos. Y así, sólo entre 1879 y 1889, se celebraron en el mundo no menos de veinticinco: Sidney (1879), Melbourne (1880), Bombay (1887), Barcelona (1886), Edimburgo (1886), etc. A esta larga lista hay que añadir la primera gran exposición especializada: la exposición internacional de electricidad de París (1881). En la década precedente, algunas capitales latinoamericanas también habían organizado exposiciones: Lima (1872), Bogotá (1872), Santiago de Chile (1875). La primera exposición internacional en suelo africano fue organizada en el Cabo de Buena Esperanza, en Grahamstown, en 1898.

La retórica cosmopolita de la fraternidad universal y de la fiesta de los pueblos apenas si puede ocultar que la exposición universal es un lugar de confrontación de nacionalismos y de producción de un discurso público —político y científico— que consagra la noción de “civilización occidental” como faro del progreso para los otros pueblos. El profesor Michel Chevalier, ponente de la exposición de París de 1867, escribe, de buenas a primeras: “La civilización ha desplazado su principal hogar. Después de la India y de Egipto, Caldea y Grecia; después de Grecia, Roma; después de Roma, la gran Triada de la Europa moderna: Francia, Inglaterra, Alemania. En estas últimas regiones es donde las fuerzas del espíritu humano han alcanzado su mayor desarrollo y donde la moral, la ciencia y la industria han revestido una fórmula superior a todo lo que se había visto hasta entonces... En las comarcas que habían sido relegadas a un lugar inferior, el genio de Europa abre los territorios mediante comunicaciones perfeccionadas.”⁴⁶ Y precisaba: “Empleo el término civilización

⁴⁶ *Exposition universelle de 1867 à Paris. Rapports du jury international publiés sous la direction de M. Chevalier*, Paris, Imprimerie administrative de Paul Dupont, 1868, p. CDXC.

occidental en vez de civilización europea, a causa de Estados Unidos, que no pueden ser separados de aquella, porque practican las mismas artes siguiendo los mismos procedimientos y porque, de una forma más general, viven sobre el mismo solar de ideas religiosas, morales, sociales, políticas y científicas.⁴⁷

Ya en 1874, Friedrich Nietzsche detectaba tras esas solemnes ceremonias del universalismo la morbosidad del instinto expansionista europeo. "Del mismo modo que el romano de la época imperial dejaba de sentirse romano al considerar que la tierra entera estaba sometida a su dominio, del mismo modo que se perdía en la realidad extranjera invasora y en el carnaval cosmopolita de los dioses, de las costumbres y de las artes, así el hombre moderno hace que sus artistas, los historiadores, le ofrezcan continuamente un festival de exposición universal; se ha convertido en el espectador ávido de goce, e itinerante, que ha alcanzado un estado en el que ni siquiera grandes guerras y grandes revoluciones pueden cambiar gran cosa, aunque sólo fuera por un instante. La guerra, apenas si ha terminado, cuando ya ha sido transformada, cien mil veces, en papel impreso, y ofrecida al hastiado paladar de los aficionados a la historia como la más nueva de las especias."⁴⁸

Un cuarto de siglo más tarde, John Atkinson Hobson, uno de los primeros analistas del imperialismo moderno, denunciaba todavía más claramente a las exposiciones universales: "Es del todo evidente que el placer del espectáculo representa un factor muy importante del imperialismo. La dramatización falsificadora de la guerra y de toda la política de expansión imperial, necesaria para avivar esta pasión popular, no constituye el menor de los elementos del arte de los verdaderos organizadores de las aventuras imperialistas."⁴⁹

Lo que está fuera de discusión es que el nuevo escenario de los intercambios internacionales, de los que dan fe los efímeros escapa-

⁴⁷ *Ibid.*, p. vi.

⁴⁸ F. Nietzsche, *Considérations inactuelles II*. Paris, Aubier-Montaigne, 1964, p. 269.

⁴⁹ J.A. Hobson, *Imperialism*, Londres, Nisbet, 1902. Esta cita, así como la anterior, están sacadas de W. Plum, *Les expositions universelles au 19^{ème} siècle, spectacles du changement socio-culturel*, Bonn, Friedrich-Ebert Stiftung, 1977. Traducido del alemán por P. Gallissaires.

En relación con el *perfil nacional* en las exposiciones, véase: P. Greenhalgh, *Ephemeral vistas. The expositions universelles, great exhibitions and world's fairs, 1851-1939*, Manchester, Manchester University Press, 1988.

rates de las exposiciones universales, ya desde finales del siglo pasado, ha modificado profundamente las representaciones del globo y, a la vez, las realidades vividas de la relación nacional/internacional. La intrincada red de comunicaciones, los servicios bancarios y los seguros, los grandes flujos migratorios trasatlánticos, la expansión del comercio multilateral gracias a la nueva división internacional del trabajo, sugieren la idea de "interdependencia" y de "sistema de interdependencia". Conforme la describe el historiador Douglas Mc Kie: "Las tácitas suposiciones sobre las que estaba basado el sistema de interdependencia, se referían tanto a las relaciones de unos países con otros como a las de los gobiernos con sus pueblos. La separación de la economía y de la política, reflejada en lo limitado del área de especialización económica internacional en la que se entrometían los políticos, dependía en gran parte de la estructura social y de las presiones sociales en el interior de sus países... La concepción de un orden *legal* o *moral* tras este intrincado modelo de interdependencia fue cuestionada de forma más pormenorizada antes de 1914, en época de recesión empresarial, como por ejemplo en los años 1907-1908, cuando se produjeron fuertes caídas en el volumen de la actividad económica y del empleo."⁵⁰

La búsqueda de ese nuevo orden internacional se lleva a cabo en un mundo en el que la estructura de las relaciones interestatales todavía está fundamentalmente determinada por las políticas del miedo de las grandes potencias. En aquella época, la tensión entre las lógicas de concertación y las lógicas de la seguridad/inseguridad es demasiado palpable para otorgar credibilidad a las primeras tentativas de construcción de un nuevo sistema de regulación de las relaciones internacionales. Tales como la primera Conferencia de Paz de La Haya, de 1899, para limitar la carrera de armamentos y la Conferencia de Algeciras de 1906 para resolver las disputas coloniales. Habrá que esperar hasta mucho más tarde para que la creación de un Tribunal permanente de arbitraje en la Conferencia de 1899 sea considerada como una obra pionera. Por lo pronto continuará la carrera de armamentos y las dos convenciones relativas a las reglas de la guerra, firmadas durante esta primera conferencia mundial de la paz, tendrán poco peso frente a la violencia de la primera guerra mundial.

⁵⁰ D. Mc Kie, "The world economy. Interdependence and planning". *The New Cambridge Modern History*, vol. 12, cap. 3, p. 43.

¿Cómo ha dado cuenta la teoría, a lo largo del siglo XIX y a principios del XX, del auge de las redes técnicas de comunicación, así como de la implantación de los mecanismos de la opinión de masas? Ésta es la cuestión que se aborda en el próximo capítulo.

2. LA ERA DE LAS MULTITUDES

La promesa de un nuevo mundo moral

“Nada podemos entender de la era moderna si no percibimos de qué forma la revolución en la comunicación ha creado un nuevo mundo para nosotros.”¹ Trivial, sí. Si no fuera porque esta observación se hizo en 1901. Faltaban todavía unos diez años para el nacimiento de Marshall McLuhan y muy pocos imaginaban el porvenir que las redes técnicas reservaban a la sociedad industrial, aún en fase de construcción. Su autor se llama Charles Horton Cooley (1864-1929) y está considerado como uno de los fundadores de la moderna sociología norteamericana.

La comunicación es el mecanismo mediante el que se organiza la sociedad, el mecanismo —seguía diciendo— gracias al cual existen y se desarrollan las relaciones humanas. Este mecanismo es doble: la comunicación física o material, que se refiere al transporte y participa en la organización física de la sociedad, y la comunicación psíquica, verdadero agente de la organización social de la sociedad, que comprende los símbolos y todos los dispositivos que permiten su conservación y su transmisión. El campo de la comunicación lo mismo es la expresión del rostro, la actitud, los gestos, el tono de la voz, las palabras, el escrito, que la imprenta, los ferrocarriles, el telégrafo, el teléfono, en resumen, todo cuanto puede ser el resultado del dominio del espacio y del tiempo.² Este “nuevo mundo de la comunicación” trae consigo un cambio fundamental de las mentalidades: ampliación de la perspectiva mental (*enlargement*) y puesta en movimiento del espíritu (*mental animation*) como resultado de la frecuente exposición a la novedad. Si ocurre así, es porque el uso y la frecuentación de los nuevos medios de comunicación cumplen cuatro funciones: la expresividad, o la variedad de ideas y de sentimientos que son capaces de transportar; la permanencia del recuerdo, o la victoria sobre el tiempo;

¹ C.H. Cooley, *Social organisation*, Nueva York, Charles Scribner's Sons, 1901, p. 65.

² *Ibid.*, p. 61. Véase también del mismo autor: *Sociological theory and social research*, Nueva York, Henry Holt and Co., 1930 (con una introducción de R. Cooley Angell).

la rapidez, o el espacio dominado; la difusión, o el acceso a todas las clases de hombres. Pero esta innovación tiene su contrapartida. Nuevos peligros acechan a los individuos sometidos a este aumento de la "intensidad de la vida", producto de la acrecentada circulación de las ideas y de las imágenes: la superficialidad y la tensión causada por la dificultad para comprender y asimilar todo lo que es nuevo. Existe, pues, el riesgo de una ruptura de personalidad: depresión, suicidio o locura.

No obstante, Cooley no descuida la observación de lo que denomina los "grupos primarios", aquellos en los que, como en la familia, el grupo de los jóvenes o el barrio, se desarrollan relaciones cara a cara, de asociación y de cooperación. Estas relaciones siguen siendo esenciales, porque ahí es donde se forma, mediante el proceso de comunicación, la "naturaleza humana", "esos sentimientos y esos impulsos, tales como el amor, el resentimiento, la ambición, la vanidad, el culto al héroe y la sensibilidad a lo que, socialmente, es verdadero o falso". En pocas palabras, todo lo que hace posible la "simpatía", ese "contacto imaginario con el espíritu de los otros", esta "comunidad" o reparto con el otro.³ El sociólogo norteamericano manifiesta su inquietud por la vulnerabilidad de estos grupos primarios frente a la creciente urbanización. Pero también medirá las aptitudes del barrio y de la familia para adaptarse y redefinirse frente a las nuevas condiciones del anonimato moderno.

Decididamente optimista, pese a las tensiones y a las ambiciones que subyacen en los modernos medios de comunicación, este espíritu reformador veía en las "nuevas comunicaciones" el instrumento para alcanzar una era de progreso moral. Advenimiento a escala mundial de un sentimiento común de pertenencia a la humanidad, extensión infinita de la justicia, la comunicación había de destruir el orden social antiguo y construir un nuevo orden donde los hombres pudieran fomentar los contactos de la "simpatía".

Es preciso recordar el origen de las teorías sustentadas por este hombre. Antes de elaborar sus primeras hipótesis sobre el sentido que había de atribuirse al nuevo modo de organización social por la vía de la comunicación, Cooley había efectuado dos estudios: uno para la

³ Acerca de la obra de C.H. Cooley, véase: L.A. Coser, *Masters of sociological thought*, Nueva York, Harcourt Brace Jovanovich, 1971; L. Belman, "The idea of communication in the work of Charles Horton Cooley", en *The Journal of Communication Inquiry*, vol. 1, núm. 2, primavera de 1975.

entonces recién constituida Comisión encargada de reglamentar los ferrocarriles Interstate Commerce Act; el otro para la Oficina federal del censo. El primero versaba sobre la investigación de métodos de gestión para evitar los accidentes; el segundo sobre el significado social de los tranvías. Su primera obra, publicada en 1894, llevaba por título *The theory of transportation* (La teoría del transporte).⁴ En realidad, era su tesis doctoral, defendida ante un tribunal de la Universidad de Michigan, que, en aquella época, contaba entre sus ilustres profesores con otras dos figuras señeras de los círculos académicos norteamericanos: el filósofo social John Dewey y el psicólogo social George Herbert Mead. En la historia de las ciencias sociales de Estados Unidos, se asocia a los tres, que compartían la esperanza de ver cómo la comunicación contribuiría a la renovación de la democracia, como representantes de la tradición crítica reformadora.

Este intento inicial de recortar un campo sociológico tiene, al menos, dos intereses prospectivos. De entrada, cuando Cooley formula la distinción entre comunicación física y psíquica, insinúa la dificultad de articular los diversos niveles del análisis. Sus tanteos auguran los distanciamientos entre los dos polos, los cuales se reiterarán, en repetidas ocasiones, a lo largo de la historia de las teorías de la comunicación en la era técnica. Distanciamiento que el propio Marx había intentado resolver en su teoría global de la sociedad, al proponer la dicotomía infraestructura (económica)/superestructura (ideológica). Visión de una realidad piramidal desglosada en escalones o en instancias, cuya interpretación, incluso, será una fuente permanente de disputas entre sus seguidores y retrasará, por mucho tiempo, el análisis de la cultura y de las prácticas simbólicas. La bipolaridad de la reflexión sobre la comunicación, que unas veces privilegiará lo simbólico, y otras lo material, pero casi nunca ambos a la vez, será un rasgo recurrente. La tensión irá en aumento a medida que se alejen, unas de otras, las concepciones que aíslan a la comunicación dentro de la esfera del comercio entre psicologías individuales, y aquellas otras que se niegan a considerar al sujeto individual fuera de sus relaciones sociales; mientras que para Cooley, la sociología sólo merecía su nombre si intentaba definirse como el estudio de las “relaciones personales, en sus aspectos primarios y, a la vez, en sus aspectos secundarios, como los grupos, las instituciones y los procesos”.

⁴ L. Behman, *ibid.*

Segundo interés: dejar entrever hasta qué punto la comunicación, desde sus balbucesos técnicos, ha sido la depositaria de las esperanzas de la revolución social. La aportación de Cooley representa una de las primeras manifestaciones teóricas de este imaginario del milenarismo comunicacional. Dotada de una función redentora, la comunicación entraña la promesa de una nueva comunión, de una nueva comunidad. No es de extrañar, cuando es sabido que una obra publicada en 1852, con el título de *The silent revolution* pronosticaba ya, para la humanidad del futuro, una nueva armonía social que sería alcanzada gracias a "una red perfecta de filamentos eléctricos".⁵ Este milenarismo vertebrará en el futuro numerosos discursos sobre las nuevas "ágoras informacionales". Es pues, también, como la tentación del análisis bipolar señalada más arriba, constitutivo de la historia de la comunicación, de sus teorías, de sus doctrinas y de sus usos.

La Asociación universal

Los discípulos del filósofo y economista, precursor de la ciencia social positivista, Claude Henri Saint-Simon (1760-1825), han desempeñado, en el transcurso del siglo XIX, un papel esencial en la aparición del determinismo salvador de las técnicas de comunicación. La doctrina de quien había de dejar una profunda huella en Auguste Comte se convierte en un factor clave, toda vez que entre sus discípulos se reclutaron desde inventores de la utopía comunicacional hasta grandes constructores de medios de comunicación. En Francia, en efecto, fueron pioneros del ferrocarril y de las líneas marítimas a vapor trasatlánticas, y estuvieron estrechamente vinculados a las grandes aventuras de la perforación de los canales de Suez y de Panamá que trastocaron la cartografía del globo. Fueron, sin duda, los primeros en formalizar la noción de "red" para dar cuenta de la ruptura producida por las nuevas técnicas de intercambio y de circulación de las mercancías, de los mensajes y de los hombres.

Desde el origen del ferrocarril, los sansimonianos sopesaron las consecuencias morales y sociales de la llegada de esta nueva red técnica. Desde un punto de vista internacional, la obra *Le Système de*

⁵ J. Carey y J. Quirk, "The history of the future", en *Communications technology and social policy*, bajo la dirección de G. Gerbner *et al.*, Nueva York, John Wiley & Sons, 1973.

la Méditerranée (1832), del sansimoniano Michel Chevalier, quien llegó a ser presidente del jurado internacional de la exposición universal de 1867, sigue siendo la más atrevida. Se muestra convencido de que "el ferrocarril es el símbolo de la Asociación universal". Viendo en él un medio para reconciliar a Oriente y Occidente en torno al Mediterráneo, diseña la red imaginaria por la que habrá de transitar este nuevo lazo de unión universal para cumplir sus promesas. Al trazar su proyecto de "Confederación europea" por la vía del riel, el autor nos conduce sucesivamente por España, Francia, Italia, Alemania, Turquía europea, Rusia, Asia y África y, con las botas de siete leguas de las redes, salta desde el Bósforo hasta el golfo Pérsico, del golfo Pérsico al mar Caspio, de la isla Elefantina a Alejandría, etc. A propósito del impacto que, según él, podría tener el ferrocarril en Rusia, escribe: "Si existe un país en el que los ferrocarriles han de ejercer una influencia sobre la civilización, ése es Rusia. Todo dormita entre los habitantes de ese país, que se mueren tras haber vegetado, más que vivido, sin haberse alejado, más allá de donde alcanza la vista, de la choza que ocupaban sus antepasados, semejantes a los moluscos cuya concha se pega a la roca. En el orden político, el medio más eficaz para despertarlos de su somnolencia consistirá en colocar cerca de ellos los ejemplos de un movimiento extraordinario, en excitarlos mediante el espectáculo de una prodigiosa velocidad, y en invitarlos a seguir la corriente que circulará ante su puerta."⁶

Pero el destino de la mayoría de los discípulos de Saint-Simon también puso de manifiesto cuán corta es la distancia que separa ciertas utopías comunicacionales del pragmatismo cuando sus creadores acceden al poder. Convertidos a los negocios o consejeros del Príncipe, los sansimonianos se distanciaron poco a poco de su ideal de juventud, el socialismo, para transformarse en ardientes defensores del libre cambio y del industrialismo. El apóstol de la "Asociación universal", Michel Chevalier (1806-1879), convertido en profesor de economía política en la Universidad de París y consejero del emperador Napoleón III, será, en los años de 1860, el ideólogo del "Panlatinismo". Esta doctrina, concebida como una respuesta del Estado imperial al Panamericanismo del gobierno de Washington, legitimará la intervención (1862-1867) de las tropas francesas en México para

⁶ M. Chevalier, *Le système de la Méditerranée*, Paris, le Globe, p. 47. Acerca de la noción de red, véase P. Musso, "Aux origines du concept moderne: corps et réseau dans la philosophie de Saint-Simon", *Quaderni*, núm. 3, Paris, 1988.

defender al emperador Fernando José Maximiliano —que morirá, fusilado, en 1867— instalado en el trono mexicano por Napoleón III. A semejanza de la intervención de Bonaparte en Egipto (1798), el ejército expedicionario iba acompañado de un cuerpo de científicos y de ingenieros, “nuestros bárbaros civilizadores” como los llama, en 1862, el presidente de la República mexicana, Benito Juárez.

No es menos cierto que, aun alejado de las utopías generosas de los primeros tiempos, el sansimonismo ha dejado su impronta en el proyecto de construcción de una “ciencia social”. Esta ciencia social ha de fundarse en los mismos principios positivos y objetivos que la ciencia física y ha de aplicar sus métodos; debe ser, a la vez, “ciencia de observación” y “ciencia de organización”. Al publicar en 1821 el primer volumen de su *Système industriel*, Saint-Simon había sentado las bases, mediante el concepto de “sistema”, de esta “nueva ciencia del hombre”. El concepto debía expresar esta búsqueda de modelos explicativos de la totalidad social desde una perspectiva instrumental: ¿cómo tiene que “organizarse la explotación del globo por la industria?”, ¿cómo pensar y actuar para que pueda desplegarse la “ley del progreso”, esta ley fundamental del desarrollo histórico de la humanidad? Saint-Simon pensaba que sólo una doctrina social que propone una concepción general de la sociedad, la organiza y la hace inteligible, podía lograr que esta última pasara del “estado crítico” al “estado orgánico”. En el estado crítico, cesa toda unidad de pensamiento y de acción entre los hombres, y la sociedad no es más que una aglomeración de individuos aislados y competidores, de intereses personales. En el estado orgánico, todas las actividades se ordenan en torno a una definición de la finalidad de la acción social: la sociedad se convierte en una.

El organismo social

¿Cuál es la naturaleza de la incipiente sociedad industrial? ¿Cuál es el significado del cambio social? Este enigma, que el norteamericano C.H. Cooley intenta resolver a partir de la “comunicación”, había tratado de solucionarlo el francés Auguste Comte (1798-1857), antes incluso de que la industrialización se produjera realmente en Francia, durante los años de la década de 1830, en los que había reflexionado sobre la “dinámica social” y el advenimiento de la sociedad industrial.

Su reflexión se basa en la idea de que la organización social sólo consigue encontrar armonía y estabilidad gracias a la división del

trabajo. Cuanto más crece una sociedad, más se diferencian sus distintas partes. Esta división de las funciones, realizadas por órganos cada vez más diferenciados, aunque interconectados, unidos en cuanto a los objetivos, pero diversificados respecto de los medios empleados, es la regla de oro de la estabilidad de la sociedad a la vez que una fuente de desorganización. En esta sociedad considerada como "sistema" —el todo es más que la suma de las partes— en la que el equilibrio social es la resultante de la individualidad del trabajo y de la cooperación en el esfuerzo, el peligro es la excesiva división de las tareas, la exageración en la especialización.⁷ Estas hipótesis inscritas en una concepción orgánica de la sociedad, son las que proporcionarán un marco de referencias insoslayable para el debate sobre la sociedad industrial como "sociedad de masas" y, más concretamente, sobre el lugar de la comunicación de masas en su capacidad para garantizar entre los individuos vínculos que permitan mantener un sistema integrado y estable de control social.

Esta concepción de las leyes de la evolución y del orden social como organismo tendrá su prolongación en el británico Herbert Spencer (1820-1903), quien llevará hasta sus últimas consecuencias nociones como las de crecimiento, estructuras, funciones o sistemas de órganos, al llevar más lejos la compleja analogía entre la sociedad y el organismo. A diferencia de A. Comte, más bien partidario de la necesidad de una cierta planificación del cambio, H. Spencer⁸ aparecerá como un militante del *laissez-faire*, acercándose mucho en esto a la búsqueda de legitimación de esta burguesía en ascenso, a los mandos del proceso de industrialización en su país. Con Spencer, próximo a Charles Darwin, se despliega en toda su amplitud la tendencia de la sociología del organismo social a dedicarle la mejor parte al organicismo o a la "biologización" de lo social. La idea de la comunicación como principio de regulación de los desequilibrios del orden social, comenzó a formularse, hacia finales del siglo XIX, bajo los auspicios de esta tradición sociológica positiva.⁹ La sociología funcionalista de la comu-

⁷ A. Comte, *Cours de philosophie positive*, París, 1830-1842 [ed. esp.: *Curso de filosofía positiva*, Madrid, Ed. Magisterio Español, 1987, 2a. ed.].

⁸ H. Spencer, *The principles of sociology*, Nueva York, D. Appleton & Co., 1898. El autor redactó los cuatro volúmenes de esta obra entre 1876 y 1896.

⁹ Véanse los análisis de M.L. De Fleur, *Theories of mass communications*, Nueva York, D. McKay Co., 1966 [ed. esp.: *Teorías de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós Ibérica, 1986, 2a. ed.].

nicación de masas completará esa matriz conceptual en el siglo siguiente, cuando la “religión del progreso”, tan apreciada por los primeros positivistas, se metamorfosee, tras muchos avatares, en “religión de la comunicación”.

Lo cierto es que, en los últimos años del siglo XIX, donde más se hará sentir la influencia de Darwin y de Spencer será en dos ámbitos que, por una razón o por otra, guardan relación con cierta reflexión sobre la información y la comunicación.

El primero es el de la sociología del ocio, con Thorstein Veblen y su obra maestra, *Theory of the leisure class*, publicada en 1899.¹⁰ El autor —muy influido, a su vez, por el pragmatismo norteamericano— desarrolla en ella su teoría del consumo ostentoso; la búsqueda meticulosa de la calidad en la alimentación, las bebidas, el hábitat, los servicios, los adornos, la ropa y las diversiones no aspira tanto a satisfacer verdaderas necesidades como a elevar o a expresar el estatus social, a mantener un prestigio social. La sociología funcionalista del siglo XX verá en esta teoría una contribución decisiva a la formulación del concepto de “función latente”, una función que, por oposición a la “función manifiesta”, confesada, no es ni querida ni, generalmente, reconocida, en sus consecuencias sociales y psicológicas.¹¹ La escuela crítica, por su parte, interpretará la tesis vebleniana como la primera expresión paradójica de una sociología de la cultura que combina el positivismo y la iniciativa desmitificadora. Thorstein Veblen, próximo al ideal rousseauiano del primitivo, denuncia, en efecto, la barbarie de los tiempos modernos, la “civilización bárbara”, el carácter bárbaro de la cultura. Una cultura devorada por la ostentación, la publicidad. Pero, al mismo tiempo, ese desdeñador de la cultura, a la que analiza en sus fenómenos más triviales —desde el árbitro deportivo hasta el césped o el bastón, pasando por la decoración de los interiores del siglo XIX— no propone otra salida a los individuos que no sea la actitud de asentimiento ante lo meramente existente. Su concepto básico es la “adaptación”, la acomodación al nuevo mundo darwiniano selectivo de la producción y de la técnica industrial. La ciencia, concebida como la aplicación universal del principio de causalidad, por oposición a las

¹⁰ T. Veblen, *The theory of the leisure class*, Nueva York, Modern Library, 1943 (primera edición en 1899) [ed. esp.: *Teoría de la clase ociosa*, México, FCE, 1966].

¹¹ R.K. Merton, “Manifest and latent functions: Toward a codification of functional analysis in sociology”, en *Social theory and social structure*, Glencoe, Ill., The Free Press, 1951, 2a. edición.

formas animistas arcaicas del pensamiento, es el instrumento del progreso. Las nuevas formas de "vida" a las que conviene adaptarse remiten incansablemente, en el caso de Veblen, a la esfera del consumo económico.¹²

El espacio de vida

Las ideas en boga, lanzadas por la ciencia del organismo social, también dejarán huellas en los primeros análisis de la moderna geopolítica que comienza a reflexionar sobre la nueva dimensión de los espacios de intercambios internacionales. Su precursor será el alemán Friedrich Ratzel, autor de un voluminoso tratado sobre la "geografía política", publicado en 1897.¹³ De sus investigaciones brotan nuevos conceptos espaciales, tales como la representación espacial (*Raumvorstellung*), el espacio de vida (*Lebensraum*), la concentración (*Zusammenfassung*), las fronteras (*Grenzen*) y la potencia mundial (*Weltmacht*). Por medio de la noción de "circulación" será uno de los pocos en sospechar el papel estructurante de las nuevas redes de telecomunicación a las que consagra un capítulo en su tratado.

"El espacio (*der raum*) es el poder", sentencia Ratzel, en su doctrina, que, más tarde, en 1916, será continuada por el geopolítico sueco Rudolph Kjellen, autor de *The State as life form*. Ambos procuran sentar las bases de una estrategia política acerca del análisis de la posición geográfica del país. La posición (*die Lage*) es —tras el de espacio— el segundo concepto clave de su enfoque. El espacio o territorio, es responsabilidad del Estado, organismo imperfecto cuyo desarrollo está regido por normas que regulan las funciones de gestación, nacimiento, crecimiento y consolidación. Para crecer, el Estado necesita el espacio necesario (*Lebensraum*).

En esta concepción del Estado, como ser dotado de vida, la *circulación* resulta ser un factor esencial: vitaliza el territorio, canaliza las presiones, orienta las reacciones de defensa, da un significado concre-

¹² T. Adorno, "Veblen's attack on culture (1941)", en *Prisms*, Cambridge, Mass., MIT Press, 1981.

¹³ F. Ratzel, *Politische Geographie*, Munich, Oldenburg, 1897. Para una exégesis, véase A.L. Sanguin, "En relisant Ratzel", *Annales de Géographie*, septiembre-octubre, 1990, núm. 555; G. Mercier, "Le concept de propriété dans la géographie politique de Ratzel", *ibid.*

to a la extensión, a la forma y a la posición. Vincula los espacios políticos internos o externos. Esta primera exploración del concepto de espacio coincide con lo que el geógrafo francés Roger Brunet identifica como la *ideología espacialista*, cuya correlación con el biologicismo le parece evidente. Ambos han resultado ser fuente fecunda de legitimidad del expansionismo, como lo demuestra, por otra parte, el uso que, en la historia posterior, se hizo de la noción de *espacio de vida* o de aquella otra, más sutil, de *fronteras naturales*: el espacio vital como una forma de las leyes del territorio animal, que justifica la guerra, las conquistas, las usurpaciones; el espacio *natural* para el necesario control de los recursos y de los aprovisionamientos, que legitima los esfuerzos para gestionar directamente los espacios de los que se *depende*, ya sean pozos de petróleo, minas de cobre o yacimientos de uranio.¹⁴

La última década del siglo XIX asiste, pues, a la formación de la moderna doctrina imperial. No es ocioso recordar la importancia que tuvo en la elaboración de la geografía política de Ratzel, su lectura de la obra del capitán Alfred Thayer Mahan (1840-1914), *The influence of sea power upon history* (1890). Escrito en los años en los que la construcción naval y la política de la *big navy* expresan el desarrollo del poder industrial de Estados Unidos, el libro de este oficial de la marina norteamericana había sido precedido por otros dos trabajos que también había incluido en el orden del día la necesidad de la expansión internacional de la joven potencia norteamericana: *Our country* (1885) de Josiah Strong y *Manifest destiny* (1885) de John Fiske. Mahan escribía, sin rodeos: "Detenidos en el sur por los derechos de una raza totalmente ajena a nosotros, y en el norte por un grupo de los Estados con tradiciones similares a las de nuestros hombres, y cuya libertad para elegir su propia asociación respetamos, hemos llegado al mar. Durante nuestra infancia sólo hemos bordeado el Atlántico, mientras que en nuestra juventud hemos desplazado nuestras fronteras hasta el Golfo de México. Hoy en día, la madurez nos mira en el Pacífico. ¿Tenemos derecho o no a pregonar el progreso en cualquier dirección?." ¹⁵

La respuesta no se hará esperar. Será proporcionada por los

¹⁴ R. Brunet, "Usage de l'espace", *Non!*, París, julio-agosto, 1981.

¹⁵ A.T. Mahan, "The influence of sea power upon history (1890)", citado en *American imperialism and the Philippine insurrection. Selection from Congressional Hearings (1902)*, editado por H.F. Graff, Boston, Little, Brown & Co., 1969, p. ix.

acontecimientos de 1898: la llegada de los barcos de la marina norteamericana a aguas filipinas, el desembarco de los *marines* en Cuba y la anexión de Puerto Rico y de Guam. Y es que la idea estratégica de Mahan era la siguiente: "El correcto uso y control del mar no es más que un eslabón en la cadena de intercambio mediante la cual se acumula riqueza; pero es el eslabón central, que se engarza con la contribución de otras naciones en provecho de aquella que la sujeta y que, según la historia parece querer confirmar; es, con toda seguridad, la que más riquezas consigue."¹⁶

En 1902, el capitán Mahan era elegido presidente de la American Historical Association, un honor que hasta entonces jamás había recibido otro hombre de uniforme.

Esta geografía de la potencia mundial que desarrollan Mahan, Ratzel y Kjellen, contrastaba, en aquella época, con esa otra geografía pionera que había empezado a pensar en el globo bajo la batuta del francés Elisée Reclus, desterrado de Francia en 1872 por haber tomado partido por la Comuna. Los diecinueve volúmenes de su *Nouvelle Géographie universelle* se publicarán entre 1875 y 1894. A diferencia de la gran mayoría de sus contemporáneos de las *socièdes-faros del progreso y de la civilización*, en las que los geógrafos desempeñan, en esa época, un papel nada desdeñable en la preparación de la expansión europea, Reclus (1830-1905), con motivo de la realización de este atlas, había entablado relaciones más igualitarias con los círculos científicos de los países que, mucho más tarde, serán llamados *en vías de desarrollo*. Se había apoyado en una vasta red de investigadores-geógrafos locales y había incorporado su saber a esta nueva visión del planeta, cuyas profundas desigualdades reconocía. Así ocurrió, concretamente, con los tres volúmenes dedicados a América Latina donde Reclus había iniciado su carrera, realizando un estudio sobre la región de Santa Marta (Colombia).

Como conclusión de su *Géographie universelle*, el geógrafo francés escribía, en 1894: "He querido vivir mis relatos, enseñando los rasgos que caracterizan a cada país, señalando, para cada grupo de la humanidad, el genio que le es propio. Yo diría que en todas partes me he sentido en mi propia casa, en mi país, con mis hermanos los hombres. No creo haberme dejado arrastrar por otro sentimiento que no fuera el de la simpatía y el respeto hacia los habitantes de la gran

¹⁶ *Ibid.*, p. VIII.

patria. ¿Acaso merecería la pena odiarse el uno al otro, sobre esta bola que gira tan rápido en el espacio, grano de arena en medio de la inmensidad? Pero, al situarme en este punto de vista de la solidaridad humana, me parece que mi obra no está acabada.”¹⁷

De hecho, Reclus permanece fiel a todos los grandes temas y creencias del movimiento anarquista del que fue, junto con el príncipe ruso Piotr Kropotkin (1842-1921), su compañero de militancia, uno de los teóricos. La solidaridad humana, la fraternidad universal, lo que Kropotkin llamaba el *principio natural de ayuda mutua* que, según él, era más fuerte que el principio darwiniano de la lucha por la vida. Aun cuando Reclus, en sus obras, se muestra atento a la observación de las nuevas redes de comunicación, Kropotkin irá mucho más allá en su visión acerca del impacto de estas técnicas: verá en la electricidad un medio para reconstituir las comunidades perdidas. En este punto, prefigura una corriente de pensamiento sobre la civilización de la técnica.

¿La masa contra la comunidad?

Otros padres fundadores de la ciencia social aportarán, a la vuelta del siglo, su luz sobre la especificidad del cambio que se está produciendo, y dejarán, ellos también, un legado de conceptos claves que ayudarán, a continuación, a estructurar el campo de la sociología de la comunicación de masas.

Así, el alemán Ferdinand Tönnies hará avanzar el debate sobre la sociedad de masas, al proponer la distinción entre dos construcciones teóricas que representan, respectivamente, a la sociedad que Europa estaba abandonando y a aquella en la que estaba entrando: *Gemeinschaft* y *Gesellschaft*, o *comunidad* y *sociedad*. La primera es de naturaleza afectiva y existencial. Se caracteriza por unas relaciones sociales informales. La segunda corresponde de lejos a esa complejidad vislumbrada por A. Comte a través de su noción de división del trabajo. Su naturaleza es racional: está construida sobre un vínculo contractual,

¹⁷ E. Reclus, *Nouvelle Géographie universelle*, París, Librairie Hachette, 1894, vol. XIX, pp. 794-795. Véase también M. Fleming, *The geography of freedom: The odyssey of Élisée Reclus*, Introducción de G. Woodcock, Montreal-Nueva York, Black Rose Books, 1985. Acerca de P. Kropotkin, véase más concretamente: *Mutual aid*, Introducción de G. Woodcock, Montreal-Nueva York, Black Rose Books, 1984.

voluntariamente aceptado por los sujetos; cada una de las partes se compromete a ciertas obligaciones y acepta las sanciones si no se observan las cláusulas del contrato. El individuo ha de enfrentarse con un sistema impersonal, anónimo y competitivo.¹⁸ Para F. Tönnies, estos dos polos no se excluían y la sociedad de masas, urbanizada e industrializada, no implicaba el final de los *grupos primarios*, sino su replanteamiento. Más que estructuras e instituciones, los dos polos expresaban dos dimensiones de la acción social. F. Tönnies se guarda mucho, en todo caso, de atribuir un signo positivo a uno u otro.

Esta herramienta heurística elaborada por F. Tönnies ha dado lugar a numerosas interpretaciones contradictorias, hasta el punto, en ocasiones, de hacer olvidar lo que había inspirado. Lo cual podrá comprobarse, mucho más tarde, cuando, por ejemplo, la sociología de la comunicación de masas tenga que enfrentarse, tras la segunda guerra mundial, con las relaciones interculturales entre las sociedades llamadas desarrolladas o modernas y las sociedades llamadas tradicionales.

El sociólogo alemán, a semejanza de otros contemporáneos suyos, como el norteamericano Charles H. Cooley, sus compatriotas Georg Simmel y Max Weber, o el francés Émile Durkheim, insistió en la ambivalencia del cambio, en el carácter contradictorio de este nuevo mundo, capaz tanto de aportar más libertad y pluralismo como de engendrar más deshumanización, de aportar más anonimato y fragmentación como de engendrar más opresión estatal y más burocracia. Pensaban que los hombres debían afrontar el creciente proceso de diferenciación social y la implantación de nuevas relaciones sociales en esta moderna sociedad cosmopolita. Creían que, incluso si estaba en marcha un proceso de homogeneización, la *teoría del nivel cero*, como la llamaba Cooley, carecía de base. En otros términos, se oponían a esa idea según la cual el pluralismo y la búsqueda de la igualdad traían forzosamente consigo una nivelación por abajo, el triunfo del *mínimo denominador común*.

¹⁸ F. Tönnies, *Community and Society*, traducido por C.P. Loomis, The Michigan State University Press, 1957. (Edición original en alemán: *Gemeinschaft und Gesellschaft*, Stuttgart, 1887.)

El temor a las multitudes

Son los *psicopatólogos* los que defendían esta idea de la degeneración de la sociedad, trocando la ambivalencia por una visión binaria en la que el polo *sociedad de masas* era ataviado con todas las taras.

Allí donde un sociólogo como Simmel veía un complejo tejido de relaciones múltiples y el resultado de continas interacciones entre individuos, allí donde concebía lo social y la sociedad como producción, como proceso, el filósofo y psicopatólogo Gustave Le Bon, autor de una obra esencial, publicada en 1895, con el título de *Psychologie des foules*, vio una *multitud delirante, contagio mental*: la sociedad de masas producía “autómatas que su voluntad ya no guía”.¹⁹ Enemigo irreductible del principio de igualdad y valedor de la nación-patrimonio frente al cosmopolitismo, el creador de la psicopatología interpreta el ascenso de la *sociedad de masas* y de las *clases peligrosas*, esa intrusión de las masas en la ciudad, como una amenaza suicida para las élites y los pudientes. Si uno no quiere resignarse a ser sumergido por la marea de las violencias incontroladas, es urgente canalizarla “como el ingeniero domina un torrente”; mientras que Georg Simmel se interesa por el proceso perpetuo de producción de lo social, la *sociación*, como la llamará, e interviene directamente en el debate sobre la *cuestión de las mujeres* y el ascenso del movimiento de las mujeres en la Alemania imperial, vinculando el tema de la modernidad con el tema de la feminidad.²⁰ Le Bon no encuentra nada mejor que hacer que fustigar la exageración de los sentimientos de las multitudes “que también se observan en los seres que pertenecen a formas inferiores de evolución, tales como la mujer, el salvaje y los niños”.

El miedo aristocrático al aumento de poder de la plebe, en su fase moderna, había tenido un antecedente de talla en las teorías del pastor inglés Thomas R. Malthus, autor del *Essay on the principle of population* (1798).²¹ En esta obra que, en su origen, fue concebida como una

¹⁹ G. Le Bon, *psychologie des foules*, Paris, Alcan, 1895 [ed. esp.: Psicología de las multitudes, Buenos Aires, Albatros, 1978]. Véase también S. Barrows, *Distorting mirrors, visions of the crowd in the late nineteenth century France*, Nueva York, Yale University Press, 1981; S. Moscovici, *The age of the crowd. A historical treatise on mass psychology*, Cambridge, Cambridge University Press, 1985, trad. del francés.

²⁰ Véase el *dossier* dedicado a G. Simmel por *Les cahiers du Griff*, Paris, Éditions Tierce, núm. 40, primavera de 1989.

²¹ Thomas Robert Malthus, *An essay on the principle of population* (1798), Londres,

respuesta a un escrito del socialista anarquizante William Godwin —del mismo modo que Le Bon redactó muchos de sus trabajos contradiciendo abiertamente a sus contemporáneos socialistas— Malthus imputa a las *leyes de la naturaleza* la miseria y la desgracia de las clases inferiores del pueblo, a las que les propone, como única salida de su estado de pobreza, la reducción de su fecundidad.²² Malthus, que murió en 1834, se identificaba claramente con los intereses de los terratenientes (*landlords*) proteccionistas, quienes, a partir del compromiso de 1689, fruto de la *gran revolución*, gobernaban con la minoría burguesa. No percibía o se negaba a admitir el auge irresistible de esta nueva burguesía de extracción manufacturera que se instalará en el poder en 1846, con motivo de la derogación de la ley sobre los cereales (*corn laws*) y del triunfo del libre cambio. Proceso en el que, precisamente, fijará Spencer las raíces de su concepción de la sociología del organismo social. Esta aproximación, voluntariamente furtiva, es importante para comprender lo que ocurrirá más tarde cuando, después de la segunda guerra mundial, en su enfoque de la miseria de los pueblos, y no sólo ya de las capas populares de la revolución industrial, sociología de la comunicación y sociología de la población se apoyen mutua y muy estrechamente. Además, por algo sería que el padre de la sociología estructural-funcional de Estados Unidos, Talcott Parsons, pensaba que Malthus había prefigurado esta escuela sociológica porque había sido el primero en formular una teoría de la función reguladora de las instituciones, del equilibrio social.²³

El debate en el que se proyectan, durante la década de 1890, las ideas de Le Bon, gira en torno al estatuto mismo de la opinión pública en una Francia que acaba de consagrar el libre ejercicio de la libertad de prensa, dando así sus primeros pasos en la *democracia de masas*. Prensa de gran tirada, aparición de nuevas organizaciones políticas de

Dent/Everyman's Library, 1973 [entre las diversas versiones en castellano, puede consultarse la de Alianza Editorial, *Primer ensayo sobre la población* en su colección "El libro de bolsillo", núm. 15, cuya primera edición, hecha en Madrid, y prologada por Keynes, se remonta a 1966].

²² A. Mattelart, "Une lecture idéologique de l'Essai sur le principe de population", *L'homme et la société*, núm. 15, París, enero-marzo 1970 [ed. esp.: "Prefiguración de la ideología burguesa: Lectura ideológica de una obra de Malthus", *El Trimestre Económico*, México, enero-marzo de 1971, vol. xxxviii (1), núm. 149].

²³ T. Parsons, *The structure of social action*, Nueva York, Mc Graw Hill, 1937 [ed. esp.: *La estructura de la acción social* (obra completa), Barcelona, Guadarrama].

solidaridad social, gestación de una opinión pública moderna, pero también un banco de ensayo: el asunto Dreyfus. Este acontecimiento político-judicial que desembocó en la condena a la pena de deportación del capitán francés, de origen judío, Alfred Dreyfus, acusado injustamente de espionaje, a raíz de una campaña de histeria antisemita, dividió al país en dos campos. La Liga de los Derechos del Hombre, fundada por intelectuales republicanos, asumió la defensa de Dreyfus, convertido en símbolo y pretexto y se enfrentó a la Liga de la Patria Francesa que se decantaría en favor del Ejército y de la Iglesia. Esta controversia señala, sobre todo, la aparición en Francia de la clase intelectual como actora del espacio público. Una clase intelectual que, en las décadas siguientes, se declarará mayoritariamente de izquierdas. En ese contexto de efervescencia política es en el que Gabriel Tarde, precursor de la psicología social —rechazada por la sociología de Durkheim que, preocupado por preservar su autonomía le reprocha su inclinación hacia el psicologismo— opone a la concepción de la multitud-populacho sujeta a la *sugestión criminal* sus primeras hipótesis sobre la relación entre los medios y la formación de la opinión.²⁴

Tarde se desmarca trabajando la noción de *público(s)* proclive(s) a la *imitación*. La imitación, dice, es la regla de la sociabilidad, pero también existe la oposición. Entre una y otra se juega la posibilidad de la *invención*, de la difusión en la sociedad de las *nuevas ideas*. La aparición de la prensa y la sensación de actualidad que proporciona han ampliado el grupo de los actores en la formación de la opinión pública. Contrariamente a lo que apunta Le Bon, la era de las masas reunidas en multitudes e infundiendo su delirio en todo el cuerpo social ya pertenece al pasado. He aquí que se perfila la era de los públicos. Los públicos son los *grupos sociales del futuro*. La multitud es un fenómeno primitivo determinado por la “acción de la mirada de los otros”; los públicos son un fenómeno cultural, civilizado, determinado por el “pensamiento sobre la mirada de los otros”. Sólo se puede formar parte de una multitud a la vez; en cambio, se puede pertenecer a varios públicos, esas muchedumbres fragmentadas y dispersas, pero *mentalmente unidas*. Toda la diferencia que separa la intolerancia de la

²⁴ G. Tarde, *Études de psychologie sociale*, Girard et Brière, París, 1898; *Les lois de l'imitation sociale*, París, Alcan, 1895 —2a. edición— (editada originariamente en 1890, aunque muchos de sus capítulos habían sido publicados en forma de artículos, entre 1882 y 1888); *L'opinion et la foule*, París, Alcan, 1901 [ed. esp.: *La opinión y la multitud*, Madrid, Taurus Comunicación, 1986, trad. de la 2a. edición francesa (1904)].

tolerancia se reduce a eso. Mientras que Tarde plantea el problema de las condiciones de la existencia de la nueva democracia de masas, que vincula al nuevo medio de comunicación de masas, Le Bon fija el colectivo en ese estado de multitudes "impulsivas, irritables, impedidas de razón y de espíritu crítico, impulsadas por su sobrante emocional".

La teoría de Gabriel Tarde no creará escuela en Francia donde el estatuto de la psicología social —combatida por una sociología hegemónica— se ha quedado cojo, sin mandos institucionales. En cambio, contribuirá a construir el zócalo de los estudios sobre las actitudes y la opinión pública en Estados Unidos.²⁵ En cuanto a las tesis del antidreyfusiano Le Bon, serán ampliamente difundidas en los círculos militares en vísperas de la primera guerra, y más concretamente en la escuela de guerra de los ejércitos franceses. Su *Psychologie des foules* será durante mucho tiempo el libro de cabecera de numerosos jefes de guerra, de todas las tendencias y de todas las nacionalidades,²⁶ y eso, mucho más allá de la primera guerra mundial. El psicopatólogo llevará a cabo la hazaña de servir, a la vez, de referencia para el mariscal Foch, el general De Gaulle y para Adolf Hitler que incluso llegará a plagiarlo en *Mein Kampf*.

Internacionalización de los intercambios y de los conceptos

En la elaboración de claves de análisis, internacionalmente compartidas, las exposiciones universales han ocupado un lugar importante. Más allá del espíritu del tiempo imperial que las inspiran, han desempeñado una función histórica de mediación.

Su papel en cuanto a lugar del intercambio internacional se ha cumplido sobre todo a través de los múltiples encuentros, coloquios, ciclos de conferencias y congresos que han tenido lugar con motivo de estos acontecimientos. Muy especialmente a partir de 1878, cuando, en la exposición de París, los organizadores deciden institucionalizar este tipo de encuentros.

²⁵ K. Lang y G.E. Lang, "The 'new' rhetoric of mass communication research: A longer view", *Journal of Communication*, vol. 33, núm. 3, verano de 1983.

²⁶ R.A. Nye, *The origins of crowd psychology: Gustave Le Bon and the crisis of mass democracy in the Third Republic*, Londres, Sage, 1975. Véase también la tesis de J. Van Ginneken, *Crowds: Psychology and politics 1871-1899*, Amsterdam, Universidad de Amsterdam, 1989.

La exposición es, para empezar, un lugar de concertación en la búsqueda de normas legales y técnicas con validez internacional. Es así como la exposición de Londres de 1851, al hacer patente la dificultad para medir y comparar los productos, suscita la convocatoria del primer congreso internacional de estadística. Sus trabajos desembocan, en 1875, en la creación de la Oficina Internacional de Pesas y Medidas y, diez años más tarde, en la fundación del Instituto Internacional de Estadística. En la exposición de Viena, en 1873, el congreso sobre la propiedad industrial propone el primer convenio internacional de patentes. En la exposición de París de 1878, se organiza, bajo la presidencia de Victor Hugo, el Congreso de la propiedad literaria. Ocho años más tarde, se crea la Unión Internacional de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas. Diez estados firman un convenio. Durante la exposición internacional de la electricidad de París, en 1881, se propone el *amperio* como unidad base del lenguaje eléctrico universal. A diferencia de las exposiciones no especializadas en las que, por lo general, participa la mayoría de las naciones soberanas, sólo estarán representadas dieciséis naciones para hacer balance de la nueva ciencia e industria eléctricas: Alemania, Estados Unidos, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Francia, Hungría, Italia, Japón, Noruega, Países Bajos, Reino Unido, Rusia, Suecia y Suiza.

Por otra parte, la exposición universal es un lugar de intercambios para las más diversas organizaciones sociales. En la exposición de Londres, en 1862, participan delegaciones obreras y se discuten numerosas cuestiones relativas a las formas de asociación (cooperativas, sindicatos). Y no es casualidad que la posición de la delegación de los obreros parisienses en esta última exposición sirva de base para la elaboración, dos años más tarde, de los estatutos de la Primera Internacional. En 1876, en Filadelfia, las organizaciones feministas consiguen su billete de entrada. En 1889, en París, las ligas y uniones universales de la paz y de la libertad se muestran particularmente activas. En 1893, la World's Fair de Chicago cuenta con un Board of Lady Managers, con el mismo rango que las demás secciones de la exposición. Además de organizar su propio pabellón, ese comité puso en pie un Congreso de mujeres.²⁷ Paralelamente hubo congresos de

²⁷ Ministère du Commerce, de l'Industrie, des Postes et des Télégraphes, *Exposition internationale de Chicago en 1893. Rapports publiés sous la direction de M.C. Krantz. Congrès tenus à Chicago en 1893*, Paris, Imprimerie Nationale, 1894.

la prensa (sobre su papel internacional), de las religiones, etc. En la exposición de París de 1900 se desarrollaron los congresos feministas internacionales.²⁸

Por último, la exposición es una ocasión para que las sociedades culturales y científicas levanten acta de la situación de sus disciplinas: geógrafos, economistas, psicopatólogos, físicos, químicos, arquitectos, meteorólogos, etnólogos, etc. Así es como, en 1889, Gabriel Tarde participa, junto con el italiano Lombroso, en el congreso internacional de antropología criminal. En 1900, en la escuela internacional de la exposición, el profesor escocés Patrick Geddes, otro de los pioneros de la reflexión sobre la *civilización técnica*, pronuncia algunas conferencias tituladas: *Elements of progress in the Exposition: Neotechnic elements*. La conferencia es seguida de una visita guiada por el propio profesor.

Numerosos científicos, pensadores e investigadores han prestado su ayuda a la organización misma de las exposiciones. En Francia, el socialista Pierre Joseph Proudhon redacta ya en 1855 un informe en el que propone la organización de una *exposición perpetua*. El geógrafo Élisée Reclus colabora con la exposición de París de 1900 para la que diseña un globo terrestre en relieve de 26 metros de diámetro. En Chicago, el alemán Franz Boas, uno de los pioneros de la etnología clásica, precursor del funcionalismo, es el maestro de obras de las exposiciones antropológicas.

Así van apareciendo, progresivamente, nuevas formas de circulación del saber, nuevas sinergias entre sabios e industriales, nuevas modalidades de la interdisciplinaridad, nuevos tipos de relaciones entre ciencia y arte, industria y arte. Es la época, también, en la que, real y paralelamente, despegan algunas publicaciones como la *Gazette des Beaux Arts* (1859) o *Scientific American* (1845).

¿Qué evaluación merecían, por parte de los asistentes, los congresos organizados en el marco de las exposiciones universales? Ésta es la respuesta del ponente de la exposición de 1889: "Las consecuencias de los congresos, desde el punto de vista de los trabajos, han sido muy reales en ciertos casos: se ha logrado un buen entendimiento sobre una obra común, sobre las reglas a seguir en una nomenclatura, sobre la marcha a seguir en las investigaciones que han de llevarse a cabo.

²⁸ Exposition universelle de 1900, *Congrès féministes internationaux tenus au Palais des Congrès. Rapport présenté par Madame Vincent. "Le travail des bonnes"*, París, 1900.

En otros casos, los congresos han proporcionado informaciones de gran valor que, junto con las que ya se poseían, permitirán resumir el asunto en un trabajo de conjunto, o que contribuirán a completar una investigación."²⁹

Pero este nuevo tipo de contactos internacionales también es fuente de nuevas formas de intercambios desiguales. En nombre de la modernidad, el modelo de ordenación urbana del París del arquitecto Haussman se exporta a Buenos Aires, a Santiago de Chile y a Río de Janeiro. En un Brasil que, en 1889, año del derrocamiento del emperador y de la fundación de la república, opta por inscribir en su bandera nacional la divisa del positivismo de Auguste Comte, *Orden y progreso*.

La antropología criminal y la ciencia penitenciaria europeas se exportan a toda América Latina, aun cuando las teorías y mediciones del estadístico y psicopatólogo francés Bertillon y su concepto del perfil del delincuente y de la normalidad se encuentren con la competencia de Vucetich y sus discípulos. Los modelos de la enseñanza cartesiana emigran y las *élites bovarystas*, como las llama el brasileño Celso Furtado, viven al ritmo de la temporada teatral parisina. Mientras que los antropólogos del *orientalismo*, que a finales de siglo, con motivo de una exposición universal, se agrupan, también ellos, en sociedades culturales, invitan a los *orientales* a mirarse en el espejo que les tiende el Occidente civilizado. Algunos investigadores indios y paquistaníes han puesto de manifiesto el papel que han desempeñado las exposiciones —que contaban con la más estrecha colaboración de las escuelas de arte y museos locales— en la degradación de las artes y oficios indios. En el decenio que va de 1882 a 1892, hubo al menos siete grandes exhibiciones que presentaban artes y oficios indios, localizadas en lugares tales como Lahore, Calcuta, Delhi, Londres, Glasgow, París, etc. La preparación sistemática de estas exposiciones que trajo consigo la promoción del comercio entre los fabricantes de arte indio se convertía en una ocasión para asesorar, orientar o proporcionar diseños a los artesanos.³⁰ Se creó un órgano, *The Journal of Indian Art* (1883), que más tarde pasaría a denominarse *The Journal of Indian Art and Industry*, recayendo las principales responsabilidades

²⁹ E. Monod, *L'exposition universelle de 1889*, Paris, E. Dentu, 1890, vol. II, p. 283.

³⁰ K.K. Mumtaz, *Art and imperialism. The impact of British rule on the arts and crafts in India*, Pakistan Study Group, Monograph Series, núm. 1, 1980. Véase también W. G. Archer, *India and modern art*, Londres, 1959.

de su elaboración en Rudyard Kipling, el director de la Escuela de Arte Mayo, una de las cuatro instituciones fundadas hacia 1872 en la India por las autoridades británicas para formar a los autóctonos en el *industrial art*.

La exposición de 1900 señala la cumbre de la curva ascendente de las grandes exposiciones universales. Veamos la opinión contrastada de un economista francés en 1902: "Las exposiciones universales pierden, cada vez más, su carácter original y se convierten en empresas de placer. El interés de la industria y del comercio no son más que el pretexto, el entretenimiento es el objetivo. En cambio, las exposiciones especializadas siguen siendo serias y después de muchas de ellas vienen importantes descubrimientos... Así sucedió con la exposición de la electricidad que hizo progresar de forma importante al teléfono... La exposición universal ha cumplido su cometido y ya no responde a las necesidades actuales; para fomentar la expresión comercial del país habrá que recurrir a otros medios menos costosos y más productivos."³¹ Cabría, asimismo, añadir, que las instancias de elaboración del saber científico están instalando formas de cooperación más institucionalizadas.

Otros observadores se mostraron más atentos a la mutación cultural que significaba esta crisis. La parte, cada vez mayor, que, con el transcurso del tiempo, había conseguido la lógica del espectáculo dentro de la fórmula *exposición universal*, hace que, en efecto, aflore por vez primera la tensión entre la cultura del entretenimiento y la alta cultura (pero también la concepción pedagógica de la divulgación científica). Será en Francia, *madre de las artes y de las letras*, con motivo de las exposiciones de París, *capital del siglo XIX*, según la expresión de Walter Benjamin,³² donde esta tensión empezará a dejarse sentir, a partir de 1889, año de los festejos del centenario de la Revolución y de la inauguración de la Torre Eiffel. Se intensificará con la expo de 1900 que permanecerá abierta durante 205 días. Además de las numerosas atracciones y juegos, se organizarán carreras ciclistas y automovilísticas, concursos de tiro, concursos de aeronáutica, campeonatos de esgrima. La competición deportiva se convertía en una distracción popular, cincuenta años después de que la exposición de Londres

³¹ G. Gérault, *Les expositions universelles envisagées au point de vue de leurs résultats économiques*, op. cit., p. 204.

³² W. Benjamin, *Paris, Capitale du XIX^{ème} siècle. Le livre des passages*, París, Le Cerf, 1989.

hubiera dado la señal de salida a la aristocrática *America's Cup*.

En 1889, el entretenimiento se había internacionalizado. Y como colofón del espectáculo: el coronel Cody, alias Buffalo Bill, y su tropa de *pieles-rojas*. He aquí cómo un periodista de la revista *L'Illustration* veía, en mayo de 1889, el efecto provocado por el *Napoleón de las praderas*: "Un pintor colorista quedaría desarmado por las tonalidades ardientes. Cuando todos esos seres medio desnudos, ágiles y arrebatados por el galope de sus caballos, se arremolinan, tumbados sobre sus monturas, se produce una impresión fantástica, una fantasía extraordinaria... ¿Cómo quieren Vds. que el teatro luche contra estas realidades?... Bastaría con que se les dijese a los colegiales que escogieran entre una obra maestra de Corneille y Buffalo Bill para que dieran gritos unánimes: ¡Buffalo Bill, Buffalo Bill!"³³

El dinero como medio de comunicación

¿En qué consiste la novedad del modo de producción instaurado por el capitalismo moderno? A esta pregunta, Karl Marx, desde el decenio de 1840, no había dejado de contestar: el dinero ahí es un medio, el agente de comunicación por antonomasia, el *perpetuum mobile*; su naturaleza es la de ser transfronterizo.³⁴ Son observaciones que se irán reforzando con el tiempo y que incluso sobrevivirán a los regímenes políticos que se proclamarán herederos del autor de *El capital*.

El desmontaje que Marx hace del fetichismo de la mercancía no está, en efecto, tan lejos del análisis que propone Georges Balandier en el alba del tercer milenio: "El dinero —escribe el antropólogo— expresa la esencia de las sociedades en las que casi todo puede traducirse en términos de mercancía; además, informa en un universo social y cultural en el que la información es la energía indispensable para actividades cada vez más numerosas y designa, por excelencia, la relación cambista en un mundo que es el de la comunicación, el de la multiplicación rápida y el de la intensificación de los intercambios de cualquier clase. Concuerdar plenamente con sociedades de este tipo:

³³ Rastignac, "Courrier de Paris", *L'Illustration*, núm. 2411, 11 de mayo de 1889, p. 394.

³⁴ Para un análisis del tema de la comunicación en las obras de K. Marx, véase Y. de La Haye (dirigido por), *Marx & Engels on the means of communication. A selection of texts*, Nueva York, International General Editions, 1980.

mediante el mercado, regula; mediante el reparto, jerarquiza; mediante la inversión, crece. Está considerado como generador de orden. Este acuerdo se produce también en el ámbito de lo imaginario, en esos lugares en los que el deseo, los fantasmas y el juego se alían. Las aventuras del capital se convierten en relatos, fragmentos de los mitos y de las epopeyas de una cierta modernidad.”³⁵

Para combatir esta influencia, en septiembre de 1864, la Asociación Internacional de Trabajadores veía la luz con ocasión del mitin del St. Martin's Hall, en Londres. En sus estatutos podía leerse: “La emancipación del trabajo, al no ser un problema local ni nacional, sino social, alcanza a todos los países en los que existe la sociedad moderna, y necesita, para resolverse, la ayuda teórica y práctica de los países más avanzados... La Asociación se establece para crear un punto central de comunicación y de cooperación entre las sociedades obreras de los distintos países que aspiran al mismo objetivo, a saber: la ayuda mutua, el progreso y la completa liberación de la clase obrera... El Consejo general funcionará como agente internacional entre los diferentes grupos nacionales y locales, de tal modo que los obreros de cada país estén constantemente al corriente de los movimientos de su clase en los otros países... Para facilitar sus comunicaciones, publicará un boletín internacional. (Éste será *El correo internacional*, órgano londinense de la AIT.) Hacía su entrada en el escenario internacional un nuevo actor colectivo.

Pero esta primera y generosa profesión de fe en el carácter internacional de las reivindicaciones de la nueva clase surgida de la industrialización tropezará rápidamente con los escollos de las diferencias, nacionales, locales u otras. Esta organización pionera, que intentaba agrupar a las sociedades obreras de Europa y de Estados Unidos, desaparecerá en 1874, después de un triple fracaso: la guerra franco-prusiana, la derrota de la Comuna de París y las divisiones entre los diversos componentes del movimiento obrero (marxistas y no marxistas). El *Manifiesto comunista*, de Karl Marx y Friedrich Engels, publicado primero en alemán (1848), alcanza ya entonces más de doce ediciones diferentes, en esta lengua, en Alemania, en Inglaterra y en Estados Unidos, varias ediciones en inglés y en francés, versiones en ruso, polaco y danés. La Segunda Internacional verá la luz en el congreso de París en 1889, bajo los auspicios de la corriente social-de-

³⁵ G. Balandier, *Le désordre*, París, Fayard, 1988, p. 228.

mócrata.³⁶ La Tercera Internacional será fundada en Moscú en 1919. Todas estas etapas no hacen más que señalar las profundas divisiones del movimiento obrero y, de una u otra forma, evidenciarán su profunda significación en la evolución de los distintos modos de representación del espacio internacional —y, dentro de éste, del espacio comunicacional— iniciada por el modo de producción capitalista.

Muy pocos de los participantes en la primera reunión de la Asociación Internacional de Trabajadores en Londres llegaron a sospechar el destino de esta frase que convertía a las sociedades obreras de algunos países de Europa en faros de la emancipación: “La emancipación del trabajo [...] necesita la ayuda teórica y práctica de los países más avanzados.” Esta oferta desinteresada de los trabajadores de las *sociedades modernas*, también reservará sus sorpresas. No faltarán ocasiones en las que universalismo rime con etnocentrismo.

El servicio público: una alternativa al jacobinismo

¿Qué preguntas se formulaban, a propósito de los sistemas de comunicación en construcción durante la segunda mitad del siglo XIX, los círculos que gravitaban en torno a esta nueva forma de red social que era el naciente socialismo? Son, al menos, tres.

La primera se refiere a la definición de los “servicios públicos”. Una cuestión que enlaza con esa otra, mucho más amplia, de la naturaleza y el papel del Estado. Cuestión que divide al movimiento obrero entre partidarios de una concepción *evolucionista* del cambio social y defensores de la visión revolucionaria para quienes la destrucción de la maquinaria estatal instalada por la burguesía industrial se plantea como requisito previo a cualquier cambio. Este debate será formulado por primera vez en un informe sobre los servicios públicos redactado por el socialista belga César De Paepe (1841-1890), que reivindica un *comunismo antiautoritario*, y presentado ante la Asociación Internacional de los Trabajadores en 1874. La representación de la *comunicación* en esta aportación se limita a los ferrocarriles, al correo, al telégrafo y a las vías públicas.

El autor guarda sus distancias respecto de las dos grandes corrien-

³⁶ Véase C. Weill, *L'Internationale et l'autre*, Paris, Arcantère, 1987.

tes de ideas que dominan la discusión económica del momento: la escuela del *laissez-faire*, que tiende a abandonar los servicios públicos a la iniciativa privada, transformándolos en empresas, y la escuela intervencionista que tiende a ponerlos bajo el control directo del Estado. Advierte, por otra parte, que las posiciones no son tan nítidas como suele afirmarse, mientras confronta a socialistas y economistas del *statu quo*: “En ambos campos, nos encontramos, junto a economistas burgueses que son partidarios del mantenimiento de las clases capitalista y obrera, con economistas socialistas que quieren la abolición del burguesismo y del proletariado.”³⁷ Para C. De Paepe, el servicio público se fundamenta en el reconocimiento del carácter de utilidad general de una actividad. Una actividad general que “no existiría si se esperase que viniera de la iniciativa privada, bien porque sería desviada de su verdadero destino o bien porque constituya un monopolio que sería peligroso abandonar en manos de particulares”.³⁸ De suerte que “el servicio público ha de ser doblemente público: 1] por llevarse a efecto mediante la cooperación directa o indirecta de todos; 2] al tener por finalidad, directa o indirecta, la utilidad de todos. El verdadero servicio público es pues público, a la vez, por su sujeto y por su objeto”.³⁹

El teórico del partido obrero belga reanuda aquí una polémica iniciada por el francés Pierre-Joseph Proudhon (1809-1865) en su libro *Des réformes à opérer dans l'exploitation des chemins de fer* y continuada por las corrientes anarquistas. En un primer momento, y en este libro en particular, Proudhon estimaba que las grandes y las pequeñas vías públicas, los canales, los ríos, etc., han de pertenecer al Estado y ser mantenidos a sus expensas; en cuanto a los ferrocarriles, el Estado debería encargarse de la construcción de la vía férrea, del movimiento de tierras, de la obra de fábrica, y reservarse el dominio eminente sobre la vía férrea; para luego, mediante condiciones relativas, sobre todo, a las tarifas, confiar la explotación a compañías privadas destinadas a convertirse, algún día, en compañías de trabajadores. En otro trabajo (*Idée générale de la révolution au XIXe siècle*), Proudhon, en cambio le quita, una por una, todas sus atribuciones al Estado y, a continuación, lo suprime como si fuera un engranaje inútil. Frente a

³⁷ C. De Paepe, *Les services publics*, Bruselas, Bibliothèque populaire, J. Milot Éditeur, 1895, p. 22.

³⁸ *Ibid.*, p. 11.

³⁹ *Ibid.*

Proudhon, De Paepe advierte de los peligros que se derivan del abandono de los servicios públicos, que “en su mayoría, constituyen, de hecho, un monopolio, es decir, una situación privilegiada que favorece la especulación, la explotación del público, en manos de compañías, aun cuando estas últimas estuviesen constituidas exclusivamente por trabajadores”. Porque, afirma, “no olvidemos que la moderna aristocracia capitalista, también ella, ha salido del estado llano; no olvidemos que antes de ser lo que son hoy en día, los altos barones de las finanzas (y, s no ellos mismos, al menos sus padres o sus abuelos) han sido trabajadores, colocados en una situación privilegiada”.⁴⁰

Cuando define al servicio público, “a la vez, por su sujeto y por su objeto”, al interrogarse acerca de la participación del ciudadano, cuando propone una nueva concepción del doble papel del municipio y del Estado, o, combinando descentralización política y centralización económica, De Paepe es consciente de granjearse, simultáneamente, las iras de los partidarios de la concepción manchesteriana y liberal del Estado gendarme —que no confía a la autoridad pública más que el ejército, la justicia y la policía— y las de los “jacobinos de todos los colores para quienes el Estado es el *gran todo*, el dios Pan, en el que todo ha de vivir y moverse, para quienes el Estado es el cuerpo social entero y que no comprenden que se pueda entrar en la vida sin el billete del Estado y salir de este mundo sin pasaporte estatal”.⁴¹

Que sepamos, ésta es una de las primeras reflexiones críticas sobre la relación entre el servicio público, la sociedad civil —no reducida a sus actividades en el lugar de trabajo— y el Estado.

La representación del pueblo

La segunda pregunta que moviliza a los círculos socialistas es la de la creación de diarios o de periódicos propios. ¿Qué modelo de prensa hay que adoptar, frente a los éxitos comerciales de la prensa de masas y de sus diferentes fórmulas de captación de las audiencias populares, para alcanzar un público más amplio que el de los militantes?

Facilitar una respuesta obligaría a interrogarse acerca de los meca-

⁴⁰ *Ibid.*, p. 27

⁴¹ *Ibid.*, p. 146.

nismos dramáticos del folletín popular y, más genéricamente, sobre la cultura de masas, como cultura de entretenimiento, en trance de nacer. El tema era especialmente peliagudo, desde que Marx y Engels, en *La Sagrada Familia*, habían cubierto de anatemas —tachándole de populista— al novelista sansimoniano Eugène Sue, autor de *Les mystères de Paris*, de *Le Juif errant*, de *Les sept péchés capitaux*, etc. Esta producción folletinesca que algunos llamaban, con condescendencia, la *littérature illetrada*, era sospechosa de enajenar al pueblo. Mientras que los diarios de obediencia católica se apoderaban de la fórmula, deseosos de proporcionar al público popular aquello a lo que estaba acostumbrado, bien que *subvirtiendo* sus contenidos, el diario *L'Humanité*, fundado en 1904 bajo la dirección de Jean Jaurès, no apuesta sino muy accesoriamente por este género. Casi nunca propone folletines inéditos (que, por lo demás, no podría pagar, en vista de su situación financiera, perpetuamente deficitaria). La mayoría de los escasos folletines inéditos publicados antes de la primera guerra mundial en *L'Humanité*, son, en opinión de Anne-Marie Thiesse, historiadora de la literatura popular, “de factura mediocre, o bien su orientación militante es discreta”. Lo cual les hace acreedores a este juicio lapidario: “Esta extrema pobreza del folletín socialista en el país-cuna del género está enmascarada, de hecho, por la diversidad de las novelas inéditas publicadas en *L'Humanité*.”⁴² Porque la sección por entregas de este diario se alimenta preferentemente de numerosas traducciones de novelas extranjeras: novelas rusas (Tolstoi, Gorki), obras de socialistas norteamericanos (Upton Sinclair, Jack London), novelas policíacas (Conan Doyle, Edgar Poe) o cuentos populares. A las que se añaden las publicaciones por entregas de novelas realistas o naturalistas del siglo XIX: Balzac, Flaubert, y por encima de todo, Zola.

Lo que lleva a la historiadora a esta conclusión: “Esta política del folletín no tiene un gran éxito entre el público popular... ¿Expresión de desconcierto de redactores intelectuales ante un género popular con el que no saben qué hacer? Quizás se aprecie aquí la ausencia de reflexión sobre el problema social de la lectura obrera y campesina. Entre el intento de facilitar el acceso de las masas a la cultura clásica, y el intento de recurrir a las recetas experimentadas de la novela

⁴² A.M. Thiesse, *Le roman du quotidien. Lecteurs et lectures populaires à la Belle Époque*, París, Le Chemin vert, 1984, p. 117.

comercial para el *pueblo*, los socialistas franceses no supieron encontrar su camino, como tampoco supieron crear una producción adecuada a este público inculto que había que ganarse para las ideas revolucionarias.⁴³

La ejecución es sin duda demasiado sumaria. Pero tiene el mérito de señalar una tensión que será constante en la futura trayectoria de las estrategias culturales de las fuerzas que apelan al socialismo, y no sólo en Francia. Para matizarla, conviene, sin embargo, traer a la memoria los gritos puestos en el cielo por los doctrinarios del nacionalismo al ponerse en contacto con las obras de Tolstoi y otros representantes de la literatura extranjera. Tal y como acredita el artículo publicado en *Le Figaro* del 29 de julio de 1892, debido a la pluma de Maurice Barrès, el vate de la nación-herencia y de la tierra de los antepasados. Titulado *La querelle des nationalistes et des cosmopolites*, este acto de fe estigmatizaba a los paladines de la nación-contrato-asociación voluntaria y denunciaba la invasión de las ideas cosmopolitas, tomando la defensa de los poetas partidarios de la tradición clásica francesa contra los románticos admiradores de Tolstoi, Ibsen y Maeterlinck.

En otras latitudes, en la Rusia zarista, va tomando forma una tercera pregunta. La de la relación de la prensa con la construcción del partido revolucionario. A partir de 1895-1896, tras las célebres huelgas de San Petersburgo, es cuando, aliado con la socialdemocracia, surge un movimiento obrero de masas, y con él la necesidad de una prensa obrera. Será el principio de la doctrina leninista de la prensa: el periódico no sólo como propagandista y agitador colectivo, sino también como organizador colectivo. Este papel recaerá en *Iskra*.

Una de las polémicas más significativas, a propósito de lo que ha de ser un periódico revolucionario, se remonta a 1901-1902. La iniciativa de Lenin, fiel a su concepción del *centralismo democrático*, suscitó, en efecto, numerosas objeciones, especialmente por parte de L. Nadiezhdin y de B. Krichevski, quienes le reprocharon que hiciera del periódico-órgano central un instrumento de unificación por arriba. Negándose a convertirse en *inspectores del partido*, ambos escritores y periodistas, militantes de la oposición zarista, contraponían al futuro fundador del partido comunista la idea de una prensa que fuera el producto de fuertes organizaciones locales, el resultado de la "marcha

⁴³ *Ibid.*, pp. 118-119.

progresiva de la lucha oscura, diaria, en relación con la propaganda". En otras palabras, una prensa que —a diferencia de lo que, según ellos, hacía *Iskra*— tendría en cuenta las *cosas más corrientes de la vida*.

Lo cual les valió la mordaz respuesta de Lenin: "Toda la vida política es una cadena infinita compuesta de un sinfín de eslabones. Todo el arte de un político estriba justamente en encontrar y aferrarse con nervio al preciso eslaboncito que menos pueda ser arrancado de las manos, que sea el más importante en un momento determinado y mejor garantice a quien lo sujete la posesión de toda la cadena." Anticipándose a la reacción indignada de sus críticos frente a sus intenciones dirigistas, añade en una nota a pie de página: "¡Camarada Krichevski! ¡Camarada Martinov! Llamo la atención de ustedes sobre esta manifestación escandalosa de *absolutismo*, de *autoridad sin control*, de *reglamentación soberana*, etc. [términos, todos éstos, utilizados en contra de Lenin por los dos polemistas en sus artículos]. Fíjense: ¡quiere *poseer* toda la cadena! Apresúrense a presentar querrela. Ya tienen tema para dos artículos de fondo en el número 12 de *Rabócheie dielo*."⁴⁴

Esos años prerrevolucionarios fueron decisivos para la formación de una concepción acerca del uso de los medios: los medios de comunicación de masas como herramientas de agitación y de propaganda.

La primera guerra mundial hará que la cuestión de la propaganda salga de los reductos revolucionarios y la convertirá en asunto de Estado.

⁴⁴ V.I. Lenin, "What is to be done? (1901-1902)", *Lenin about the press*, Prague, International Organization of Journalists, 1972, pp. 95-96. [La traducción de los fragmentos citados en la presente edición están sacados de la versión en español de "¿Qué hacer?", publicada en *Lenin acerca de la prensa*, Moscú, Editorial Progreso, 1979, p. 89].

3. LA GESTIÓN INVISIBLE DE LA GRAN SOCIEDAD

La primera guerra mundial: el bautismo de fuego

La Gran Guerra supuso el primer conflicto llamado *total*. Un conflicto que no sólo se desarrolló a escala del mundo, sino también, y sobre todo, un conflicto en el que la guerra política, la guerra económica y la guerra ideológica llegaron a ser tan decisivas como las operaciones en el terreno de las armas. Suscitar la adhesión de los ciudadanos a la causa nacional se convirtió en una tarea prioritaria. No sólo fue llamado a contribuir al esfuerzo de guerra un número cada vez mayor de sectores de la economía nacional, sino que la población civil empezó a estar cada vez más afectada en su vida cotidiana por esta nueva forma de enfrentamiento. Al bloqueo y otros embargos, se añadieron los ataques, procedentes del aire, con el gas yperita. Según escribirá el filósofo Walter Benjamin, en un texto poco conocido, en el que se alzaba en contra de las tesis de Ernst Jünger acerca de la estética de la nueva guerra y de sus guerreros: “Cuando ya no existe la distinción entre población civil y población combatiente —distinción efectivamente anulada por la guerra de los gases— también desaparece el fundamento más importante del derecho internacional.”¹

La propaganda alcanzó allí sus primeros galones como técnica de gestión de la opinión de masas, pero también como medio de presión sobre los responsables de gobiernos extranjeros. Una muestra: dos fotos sobre la mesa de un oficial de los servicios de información; la primera representa cadáveres de soldados que son transportados a la retaguardia para allí ser enterrados; la segunda, despojos de caballos acarreados hacia una fábrica para la obtención de aceite y jabón. El oficial sustituye los pies de fotos: “Cadáveres de soldados camino de una fábrica de jabón”, y las manda a la prensa.

No, el marco de esta escena no es Timisoara en diciembre de 1989, durante aquellos días que precedieron a la caída de la dictadura de

¹ W. Benjamin, “Théories du fascisme allemand. A propos du recueil de textes *La guerre et les guerriers* de Ernst Jünger”, traducido y publicado por *Interférences*, París, 1981, núm. 1, p. 28.

Ceausescu en Rumania. Esto ocurre en la primavera de 1917 en Londres, en los locales del Department of Information. El oficial que amaña así dos fotos arrebatadas a un prisionero alemán es el general Charteris. Su objetivo: persuadir a China para que se incorpore al campo de los aliados. Los expertos en propaganda y contrapropaganda de aquella época contarían, después de la guerra, que la profanación de los cadáveres habría chocado profundamente a los chinos por su culto a los muertos. Hasta tal punto que este despacho habría sido determinante en su decisión de abandonar la neutralidad.²

“Una buena política de propaganda ha ahorrado probablemente un año de guerra. Y esto representa millones de libras y, sin duda, un millón de vidas humanas.” Este balance establecido por el *London Times*, el 31 de octubre de 1918, once días antes del armisticio, no tiene por qué ser interpretado necesariamente como una manifestación más del dispositivo de persuasión oficial implantado con motivo del primer conflicto mundial. Esta conclusión, en efecto, era compartida por numerosos civiles y militares de los distintos países aliados. E incluso por sus adversarios, inundados como estaban de octavillas que, lanzadas por detrás de sus líneas, les incitaban a desertar. En uno de los que debían de ser los últimos boletines del 18º ejército alemán del Káiser podía leerse: “El enemigo nos ha derrotado en el frente de la propaganda de las octavillas. Hemos tomado conciencia del hecho de que, en esta lucha a vida o muerte, era necesario utilizar los mismos métodos que nuestro enemigo. Pero no hemos sido capaces... El enemigo nos ha vencido no ya en un cuerpo a cuerpo en el campo de batalla, bayoneta contra bayoneta. ¡No! Contenidos malos en unos pobres papeles pobremente impresos han hecho que nuestro brazo claudique.”³ Idéntica confesión puede encontrarse en las memorias del general von Hindenburg, publicadas poco después del final de las hostilidades.⁴

Pueden darse tres explicaciones a esta debilidad del frente de la

² G. Sylvester Vireck, *Spreading germs of hate*, Nueva York, Horace Liveright, 1930, pp. 153-154.

³ G.G. Bruntz, “Allied propaganda and the collapse of german morale in 1918”, en *Public Opinion Quarterly*, 1938, vol. 2, reimpresso en *A psychological warfare casebook*, W.E. Daugherty, en colaboración con M. Janowitz, eds., Baltimore, publicado para Operations Research Office, The Johns Hopkins University, por The Johns Hopkins University Press, 1958, p. 101.

⁴ P. von Hindenburg, *Out of my life*, Nueva York, Harper, 1921, traducido del alemán.

propaganda, dirigido desde el núm. 14 de la Budapester Strasse, en Berlín, por Matthias Erzberger, un antiguo maestro de escuela. En primer lugar, y ante todo, el dispositivo alemán se dirigió a la razón, en un intento de justificar la actitud de sus compatriotas. La propaganda británica, por su parte, se dirigió a los sentimientos, buscando la indignación y la sublevación. Mientras que Londres emitía noticias que anunciaban las atrocidades cometidas por la soldadesca enemiga y difundía fotografías en las que ésta aparecía entregada al pillaje, etc., Berlín lanzaba largas disertaciones que demostraban que la guerra sólo se justificaba por el interés del Reino Unido en liquidar la industria de su competidor y explicaba con todo lujo de detalles las razones históricas y diplomáticas de la política de cerco a Alemania emprendida por Eduardo VII. Mientras que la condena a muerte de la inglesa miss Edith Cavell, pronunciada en 1915 por el ejército alemán en territorio ocupado, soliviantaba a las multitudes, conmovidas por este bárbaro acto cometido contra una mujer, enfermera por añadidura, acusada de inteligencia con el enemigo, la única ocurrencia de Berlín para salir al quite de esta ola emocional consistía en exhibir un artículo del derecho internacional. En cambio, los alemanes no lograron sacar ningún provecho mediático de la ejecución, por parte de Francia, de una de sus espías, Mata-Hari.

La segunda razón de esta debilidad obedece a que las fuerzas de la *Entente* recurrieron a la propaganda de forma masiva. Una propaganda que se intensificó a partir de agosto de 1917, al elegir como objetivo prioritario la provocación del mayor número posible de desertiones en las filas enemigas. "Esta guerra no es vuestra guerra": las octavillas soltadas desde los globos y los aviones aliados incitaban a los soldados a sublevarse contra el militarismo prusiano para instaurar una república, contra unos oficiales saciados de comida, mientras que el grueso de la tropa padecía privaciones. Prometían a los desertores que serían tratados con respeto. La ofensiva psicológica que pretendía socavar la moral de los soldados alemanes fue tal que, en 1918, el alto mando ofreció 3 marcos por el primer ejemplar de octavilla que cada combatiente entregara a sus superiores, 30 pfennigs por los siguientes y 5 marcos por cada uno de los libros lanzados con paracaídas por el ejército enemigo. En mayo de 1918, los oficiales recuperaron así 84 000 octavillas; en septiembre, más de un millón. En cuanto al número efectivo de desertores, los servicios de propaganda aliados lo situaron entre 40 000 y 50 000, y no olvidaron añadir que en el bolsillo de numerosos prisioneros se

encontraron octavillas o panfletos aliados.⁵ En el momento de la estocada final, las octavillas contabilizaron las pérdidas alemanas, especialmente las de *U-Boats*,* y las ganancias de la *Entente*.

Finalmente, la última desventaja de Alemania: las disensiones entre el poder civil y el Estado Mayor relegaron a segundo término la creación de organismos de coordinación de las operaciones de propaganda. Prevaleció una lógica: la de los militares. Estos últimos no comprendieron, en general, sino muy tardíamente, el cambio esencial que se estaba experimentando y que afectaba a la definición misma de la guerra, su carácter de *guerra total*.

El alto mando y el Estado del imperio se dieron cuenta, no obstante, de la importancia del cine como instrumento de propaganda. Fue por iniciativa suya y gracias al apoyo de grandes bancos como se fundó, en 1917, la Universum Film Aktiengesellschaft, la famosa UFA. Centro del dispositivo cinematográfico de la zona oriental del Rin, absorbió a la mayoría de las empresas existentes, logrando la integración, tanto vertical como horizontal, de la producción y de la distribución cinematográfica, desde la fabricación de película virgen hasta la explotación. El comunicado publicado con motivo de la inauguración de la UFA decía así: "Es grato poder comprobar que la opinión según la cual una película no tiene como fin único el entretenimiento del público, sino que debe responder a las necesidades educativas y económicas nacionales, está cada vez más difundida."⁶ Sin embargo, el complejo cinematográfico no levantará el vuelo hasta la posguerra, lo que permitirá que Alemania se convierta en el segundo productor mundial, detrás de Estados Unidos; por lo demás, las industrias cinematográficas de ambos países, caracterizadas por una fuerte concentración e íntimamente vinculadas al capital bancario o industrial, presentarán una estructura análoga. El poder hitleriano transformará este complejo en un formidable dispositivo de propaganda.

El ejército y los medios

Los aliados triunfaron allí donde sus enemigos habían fracasado. Para llevar a cabo una estrategia de persuasión, cada una de las grandes

⁵ G.G. Bruntz, *op. cit.*

* Tipo de submarino alemán [T.]

⁶ Citado por P. Bachlin, *Histoire économique du cinéma, op. cit.*, pp. 32-33.

potencias de la *Entente* montó su propia estructura, toda vez que la coordinación interaliada no se produjo sino poco antes del armisticio, y no siempre de forma satisfactoria.

Estados Unidos creó un *Committee on Public Information*,* dependiente, directamente, de la Presidencia y compuesto por los secretarios de Marina y de la Guerra, el secretario de Estado y un periodista, George Creel.⁷ Este organismo, conocido con el nombre de Comité Creel, puso su empeño en movilizar al universo mediático para “vender la guerra al público norteamericano”, y vencer, así, la reticencia de los pacifistas. Se echó mano del cine. Primer medio de masas, el cine, hasta entonces, había mostrado sobre todo sus potencialidades como herramienta de integración social atrayendo hacia las salas al numeroso contingente de inmigrantes pobres de las ciudades, muchos de los cuales no sabían leer ni escribir, ni siquiera en su propia lengua. La industria cinematográfica se puso a producir películas de propaganda. Pero, propaganda o no, aprovechó sobre todo el debilitamiento de la producción de los países europeos. La guerra coincidió con la primera gran ola de internacionalización del cine norteamericano, un cine ya amortizado en el mercado interior. Permitió que los estudios aumentaran prodigiosamente su producción y conquistaran posiciones estratégicas en la distribución y en la explotación a lo largo y ancho del globo. En Europa, la supremacía del cine francés se derrumbó. Francia no sólo perdió sus principales mercados de exportación, sino también el control de su propio mercado. Disminuyó la producción y los exhibidores tuvieron que abastecerse cada vez más a través de firmas extranjeras, principalmente norteamericanas.

En la historia de Estados Unidos, el Comité Creel no representa sólo la primera agencia oficial de propaganda, sino también la primera oficina de censura gubernamental. Establecido antes, incluso, de que el Congreso aprobara la declaración de guerra, se mostró especialmente severo durante todas las hostilidades. Tanto en el territorio norteamericano como en el frente, y más concretamente el del norte de Francia. Dos disposiciones vinieron a reforzar sus poderes: la *Espionage Act* (1917) y la *Sedition Act* (1918). La segunda, en particular, sirvió para impedir la expresión de cualquier crítica respecto de la política gubernamental. La severidad de la censura para con los

* Comité de Información Pública. [T.]

⁷ J.R. Mock y C. Larsen, *Words that won the war: The story of the Committee on Public Information 1917-19*, Princeton, Princeton University Press, 1939.

periodistas y los periódicos transgresores fue tal que las críticas de que fue objeto después de las hostilidades obligaron al gobierno a suavizarla considerablemente, con ocasión del segundo conflicto mundial. Según se desprende de un informe de la Fundación Gannett, habrá que esperar a octubre de 1983, es decir a la intervención de los *marines* en la isla de Granada, para ver cómo el poder militar “restaura un tipo de régimen de censura *de facto*” tan estricto.⁸ Un régimen que se perfeccionará y llegará a ser draconiano durante la guerra del Golfo, con el establecimiento de un sistema de *pools*.

En Gran Bretaña, los partidos de oposición se mostraron extremadamente vigilantes ante los propósitos censores del gobierno. Temerosos de que este último “se gastara el dinero de la propaganda en su propio interés antes que en el del país”, exigieron estar representados en el comité encargado de la propaganda interior.⁹ Esta presión, unida a los conflictos de competencias entre departamentos, hizo que, a diferencia del Comité Creel en Estados Unidos, el dispositivo británico cambiara varias veces de fisonomía. No adquirió su perfil definitivo hasta febrero de 1918.

Londres se dotó entonces de un ministerio de Información y puso al frente al dueño del *Daily Express*, lord Beaverbrook. En principio, este ministerio no tenía más área de competencia que la información destinada al extranjero. Este órgano ministerial comprendía varios departamentos, uno de los cuales estaba dirigido por el autor de *El libro de la jungla*, Rudyard Kipling, encargado de la opinión norteamericana y aliada. Otro estuvo consagrado a los países neutrales. Y un tercero, más conocido por el nombre de su sede, la Crewe House, fue atribuido a lord Northcliffe, propietario del *Daily Mail*, del *Evening News* y del *Times*. Su misión: la propaganda en los países enemigos. La sección alemana de este departamento fue confiada a H.G.Wells, el genial autor de *La guerra de los mundos*. En la historia de la prensa británica, Northcliffe se ha convertido no sólo en el que ha logrado salvar al *Times* de la quiebra, sino también en el que “era capaz de incendiar el mundo con tal de iluminar mejor su cartel”, según diría el publicista Gardiner, uno de sus contemporáneos. Y esta reputación, sólidamente afianzada desde antes de la guerra, alcanzará las dimen-

⁸ E.F. Dennis et al., *The media at war: The press and the Persian Gulf conflict. A Report of the Gannett Foundation*, Nueva York, Columbia University, 1991.

⁹ M. Balfour, *Propaganda in war 1939-1945. Organization policies and publics in Britain and Germany*, London, Routledge & Kegan, 1979.

siones del mito con las acciones de la Crewe House.

La presencia de periodistas y de grandes editores de periódicos en los engranajes de la propaganda sólo ponía de manifiesto la influencia que, desde el comienzo de las hostilidades, había alcanzado la prensa en la movilización del país en guerra. Tal y como lo decía ya en 1916 el jefe del gobierno de Londres, Lloyd George: "La prensa británica ha cumplido una función que debería haber sido desempeñada por el Parlamento, y que, en Francia, el Parlamento ha desempeñado."¹⁰ Existía, ciertamente, una oficina de prensa gubernamental (*Press Bureau*) encargada de una función negativa, es decir, de anticiparse a la publicación de noticias que proporcionasen indicaciones al enemigo. Pero pocos periódicos fueron demandados por incumplimiento de la seguridad y ninguno —excepción hecha de la breve prohibición de circular en el extranjero impuesta en julio de 1917 a *The Nation* por sus artículos en favor de una paz negociada— fue suspendido por expresar opiniones contrarias a las de las autoridades gubernamentales. Y ello, pese a las constantes críticas de los sindicatos, de los socialistas y de los pacifistas. En Francia, las cosas ocurrirían de forma muy distinta.

La información en el estado de sitio

"En el momento en que va a desencadenarse una tragedia de la que no somos responsables, es bueno prever ciertas impresiones desalentadoras. Las estadísticas de las últimas guerras demuestran que cuanto más se perfeccionan las armas, más disminuye el número de pérdidas."

"La ineficacia de los proyectiles enemigos es objeto de todo tipo de comentarios. Los *shrapnels** estallan suavemente y caen como lluvia inofensiva. El tiro está mal ajustado. En cuanto a las balas alemanas, no son peligrosas: atraviesan las carnes de lado a lado sin ocasionar ningún desgarro."

La primera cita no es en modo alguno un comentario despistado que pudiese remontarse a enero de 1991 y referirse al ejército iraquí,

¹⁰ Citado por A.J.P. Taylor, *English history 1914-45*, Oxford, Oxford University Press, 1965, p. 26.

* Obús lleno de balas; del nombre de su inventor, el general británico H. Shrapnel (1761-1842). [T.]

en el momento en que las tropas de la coalición se disponían a lanzarse al asalto. Está sacada del periódico parisino *Le Temps*, del 4 de agosto de 1914. La segunda procede de *L'Intransigeant*, del 17 del mismo mes. La censura de prensa acababa de implantarse gracias a una serie de medidas que situaba a la prensa en un régimen de alta vigilancia.¹¹

El 30 de julio de 1914, los despachos telegráficos habían sido censurados y prohibido el uso del teléfono entre ciudades. El 2 de agosto, se había decretado el estado de sitio en todo el territorio y las autoridades militares podían suspender o prohibir cualquier publicación periódica. El 3 de agosto, una *oficina de prensa*, dependiente del ministerio de la Guerra, quedaba encargada de poner el visto bueno en toda información militar. Dos días más tarde, una ley sobre la “represión de las indiscreciones de la prensa en tiempo de guerra” especificaba los puntos acerca de los cuales la información era competencia exclusiva del gobierno o del mando militar: “Movilizaciones, transportes de tropa, número de combatientes, disposición, orden de batalla, número de muertos y de heridos, traslados y nombramientos, así como cualquier información o artículo relativo a las operaciones militares o diplomáticas que pudiera favorecer al enemigo o ejercer una influencia perniciosa en la moral de los ejércitos y de la población.” El 7 de agosto la circular del primer ministro socialista René Viviani era transmitida a los directores de periódicos: “El gobierno cuenta con la buena disposición patriótica de la prensa de todos los partidos para que no se publique una sola información referida a la guerra, sea cual fuere su fuente o su contenido, que no haya sido visada antes por la oficina de prensa constituida desde ayer en el ministerio de la Guerra.”

En junio de 1916, se establece un comité interministerial de distribución del papel (que en febrero de 1918 se transformará en Oficina Nacional del Papel) para fijar las cuotas y los precios del papel según los periódicos. En febrero de 1917, se reglamentarán “los formatos y las paginaciones”.

La observancia de estos reglamentos generará nuevos mecanismos administrativos de censura. Al principio, ésta la ejercía el ministerio de la Guerra o su representante en cada región militar. Los periódicos

¹¹ Las informaciones relativas a la censura y a su organización en el transcurso de la primera guerra están extraídas de la contribución del historiador de la prensa, P. Albert en *Histoire générale de la presse française de 1871 à 1940*, bajo la dirección de C. Bellanger, París, PUF, 1972, tomo III.

depositaban las galeradas: un militar de alta graduación leía y hacía leer todas las galeradas, a la vez que indicaba los pasajes que había que suprimir. Luego, la censura se instaló en el ministerio de Instrucción Pública y fue confiada a universitarios, políticos y militares. Los trozos suprimidos (se hablaba de *échopper* [escoplear, T.]) debían ser sustituidos por textos anodinos, para que no aparecieran espacios en blanco. En una primera época también, las consignas para uso de los censores tomaron la forma de comunicados un tanto lacónicos. Posteriormente llegaron a ser más generales con el fin de evitar malentendidos. He aquí una que data de noviembre de 1917: "Respecto de las huelgas, suprimir todas las informaciones relativas a acontecimientos huelguísticos, todo informe o convocatoria de reunión con vistas a una huelga, cualquier artículo polémico, en favor o en contra de una huelga determinada, pero admitir los artículos de doctrina o las informaciones relativas a las reivindicaciones económicas moderadas formuladas por la clase obrera".

En una obra publicada en 1916, Gustave Le Bon hace un primer balance de lo que define como el "método del silencio", adoptado por las autoridades, y se interroga acerca de las "incertidumbres de los relatos de batallas". En relación con las motivaciones de los militares, el psicopatólogo escribe: "El silencio impuesto a la prensa parece haber tenido por causa, en parte, el temor, por lo demás comprensible, a la influencia que la opinión pública podría haber ejercido en el desarrollo de las operaciones. En 1870, durante la guerra franco-prusiana, fue la que impuso los actos más desastrosos de la campaña... En la guerra hispano-norteamericana, también fue la opinión la que exigió el envío de la flota a Cuba."¹²

En 1915, el gobierno creó la Sección de Información (SI), bajo la responsabilidad de André Tardieu. Ésta elaboró crónicas, *Revue de la vie du front*, y difundió comunicados tres veces al día. El ejército, por su parte, montó el Bureau d'Information Militaire (BIM), ante el que fueron acreditados los corresponsales de guerra.¹³

En el frente exterior, la Gran Guerra fue para Francia, sobre todo, una ocasión para comprobar el retraso adquirido por el dispositivo diplomático en el ámbito de los "medios de acción intelectual en el

¹² G. Le Bon, *Enseignements psychologiques de la guerre européenne*, París, Ernest Flammarion, 1916, p. 320.

¹³ H. Blankenhorn, *Adventures in propoganda: Letters from an intelligence officer in France*, Boston, Mass., 1919.

extranjero”, según la expresión de un cronista en 1917:¹⁴ ruptura del equilibrio en provecho de Alemania, en lo tocante al circuito internacional de distribución del libro, difusión aún más mediocre de la literatura técnica, pero también debilidad de la producción del libro y de la organización de su mercado interior. En el transcurso de los años precedentes, Alemania había publicado una media de 34 000 obras, frente a las 12 000 de Gran Bretaña y las 10 000 de Francia. La renovada presencia de sabios en el extranjero, la organización de congresos científicos internacionales, así como las giras de grandes orquestas (la *Gewandhaus*, por ejemplo) y la animación de las múltiples asociaciones de alemanes expatriados habían proporcionado al imperio del Káiser un conjunto de redes de influencia cultural con el que no lograba rivalizar la Alianza Francesa, creada en 1883. Fue la comprobación de carencias de este tipo lo que inspiró la fundación, durante la primera guerra mundial, de la *Maison de la presse*, por parte de un gobierno preocupado por vincular a los profesionales de la prensa y de la edición con su política de información exterior. De hecho, suya fue la iniciativa de la primera reflexión sobre una organización de la difusión internacional del libro francés en el extranjero, acometida por los círculos profesionales afectados y por el Estado. La *Casa de la prensa* pronto dispuso de agentes en las sedes diplomáticas. Hacia el final de la guerra, en la primavera de 1918, vio la luz, bajo la égida del ministerio de Instrucción y Bellas Artes, un comité especial para la orientación de la propaganda artística en el extranjero. ¡Al margen de los organismos oficiales como la Casa de la prensa, figuraban, en este comité, organizaciones como la Cámara sindical de la alta costura!

Sea como fuere, el primer conflicto dio lugar a interesantes reflexiones sobre el equilibrio de las relaciones culturales internacionales. Como por ejemplo ésta, que se remonta al año 1917, y que se pregunta por el lugar que ocupa la cultura francesa después del final de la guerra: “Puede admitirse que, desde hace muchos años, Alemania actuaba, por su población, por su exportación, sobre la *materia* de los pueblos con los que mantenía relaciones, y que fue su pretensión de actuar sobre su *forma* la que sublevó a casi todo el universo contra ella. Le resultaría difícil a la Francia de la posguerra, con una población deficitaria, poder estar en disposición de ejercer una acción *material*

¹⁴ F. Baldensperger, *Note sur les moyens d'action intellectuelle de la France à l'étranger*, París, Imprimerie L. De Matteis, 1917.

muy acentuada en el extranjero: no tendría suficientes hombres para sí misma y para sus colonias. En cambio, tiene la seguridad, si así lo desea, de poder influir considerablemente en la *forma* hacia la cual tenderá el mundo inmediatamente después de la lucha.”¹⁵

La desmovilización

Nada más concertarse el armisticio, se disolvieron los dispositivos establecidos durante la guerra. Hundido en la crisis política y económica, el Estado alemán de la República de Weimar olvidó la propaganda. Este corto periodo de la posguerra permitió una extraordinaria floración de las artes y de las letras, pero también de nuevas fórmulas de prensa. Es la edad de oro del fotoperiodismo moderno. En todas las grandes ciudades se publican revistas ilustradas, siendo las más célebres *Berliner Illustrierte* y *Münchener Illustrierte Press*, que, con una tirada, cada una, de dos millones de ejemplares, están al alcance de todo el mundo. Un enjambre de fotógrafos famosos trabajan para ellas. En este periodo de excepcional efervescencia, también se multiplican los intentos de apropiación social de las nuevas técnicas de comunicación (cine, fotografía y radio). Mientras que en numerosos lugares los partidos obreros se muestran extremadamente cautelosos respecto del cine —en Suiza, los socialdemócratas llegaron a proponer el boicot de esta frívola forma de entretenimiento que distrae a los obreros de las tareas educativas—, el alemán Willi Münzenberg publica *Erobert den Film!* (“¡Id a la conquista de la película!”): no contentándose con hacer circular las películas, ayuda a los trabajadores a producir las suyas, repitiendo luego la experiencia con la fotografía, mediante la creación de una red de trabajadores-fotógrafos.¹⁶ En 1930, el dramaturgo Bertolt Brecht, a su vez, buceando en esta filosofía, en la búsqueda de una comunicación horizontal, propone cambiar el uso de la radio en un texto famoso que, cuarenta años más tarde, servirá de manifiesto a las primeras *radios libres*: “La radio sería el más fabuloso aparato de comunicación imaginable de la vida pública, un sistema de canalización fantástico, es decir, lo sería si supiera no

¹⁵ *Ibid.*, p. 61.

¹⁶ Numerosos textos que ilustran este periodo han sido recogidos en *Communication and class struggle. An anthology in two volumes*, bajo la dirección de A. Mattelart y S. Siegelau, Nueva York, International General editions, 1979 y 1983.

solamente transmitir, sino también recibir, por tanto, no solamente hacer oír al radioescucha, sino también hacerle hablar, y no aislarle, sino ponerse en comunicación con él. La radiodifusión debería en consecuencia apartarse de quienes la abastecen y constituir a los radioyentes en abastecedores.¹⁷

El nuevo espíritu democrático que se pone de manifiesto en la prensa del otro lado del Rin se ve bruscamente frenado con la llegada de Hitler en 1933. Los redactores de las revistas ilustradas, en lo sucesivo, serán escogidos en función de su fidelidad al régimen. El relevo está garantizado por la revista francesa *Vu*, fundada en 1928, y por la norteamericana *Life*, de 1936.¹⁸

Fue Gran Bretaña, sin duda, la que mejor aprovechó las enseñanzas de su experiencia de la *información* durante la primera guerra moderna de propaganda. En 1926, el gobierno creaba el Empire Marketing Board (EMB). Su misión consistía en dar a conocer los productos del imperio a través de toda la gama de medios. Este organismo se convirtió rápidamente en el primer *sponsor* [patrocinador] del movimiento del cine documental. Además, fue uno de los directores del EMB quien, al proponer un plan de acción para la *proyección de Inglaterra* (era el título de su opúsculo), agilizó la creación del British Council y de su red en el extranjero.¹⁹

El dispositivo británico de información extranjera en la posguerra estaba situado bajo el signo de la economía. El de Francia permanecía bajo el signo de la cultura y de la industria de lujo. Veamos el juicio estridente sobre esta política exterior del periodo de entreguerras, emitido en 1942 por Nicholas Spykman, uno de los pioneros norteamericanos de la geopolítica, en un momento en el que había que contrarrestar las potencias del Eje en América Latina y contar con fuerzas para hacerlo: "Francia es una fuente de inspiración intelectual y artística para las clases cultas de la América española y portuguesa,

¹⁷ B. Brecht, "Radio as a means of communication", *Screen*, vol. 20, núm. 3/4, invierno de 1979/80. Acerca de la contribución de B. Brecht a la teoría de los medios, véase: H.M. Enzensberger, "Constituents of a theory of the media", *The consciousness industry: On literature, politics and the media*, Nueva York, Seabury Press, 1974. [La traducción del citado fragmento es reproducción de la versión en castellano de "La radiodifusión como medio de comunicación. Discurso sobre la función de la radiodifusión", publicado en *De las ondas rojas a las radios libres* (Lluís Bassets ed.), Barcelona, Ed. Gustavo Gili, col. GG Mass Media, 1981, pp. 56-57.]

¹⁸ G. Freund, *op. cit.*

¹⁹ M. Balfour, *op. cit.*

y no precisó grandes esfuerzos para conservar esta posición favorable. Las modas de París y los productos de lujo han encontrado pocos competidores cuando se trataba de atraer las preferencias de los compradores latinoamericanos. Con la Alianza Francesa presente en la mayoría de las grandes capitales y con un reducido número de profesores allí destinados que enseñan ante auditorios latinoamericanos, Francia maneja muy bien la situación cultural. Pero los resultados, fuera de este comercio de lujo, han sido económicamente insignificantes y políticamente sin consecuencias.”²⁰

El zócalo de la nueva potencia

Estados Unidos, por su parte, suprimió el Comité Creel en 1919. Los nuevos vientos del aislacionismo no impulsaban una estrategia de información oficial hacia el extranjero. Este repliegue no supuso, ni mucho menos, la jubilación de la *guerra de la propaganda*, obsesivo como era ya el temor ante la *amenaza bolchevique*. James Aronson, antiguo periodista del *New York Herald Tribune*, llegó incluso a afirmar que “la guerra fría no comenzó en 1946, sino el 3 de marzo de 1918, con motivo de la firma del tratado de Brest-Litovsk, cuando los soviéticos firmaron la paz por separado con Alemania.”²¹ No faltan pruebas en este sentido. El FBI, dirigido por J. Edgar Hoover, comenzó a infiltrarse en los sindicatos, asociaciones y grupos de izquierda, mientras que el departamento de Justicia creaba una oficina especial de publicidad cuya misión consistía en propagar historias sobre complots urdidos por agentes de Moscú y por los *reds*, con vistas a derrocar al gobierno de Washington. El secretario de Justicia, Mitchell Palmer, se convirtió en un héroe por las redadas que llevaron su nombre: en una sola noche hizo detener en treinta y tres ciudades a más de 4 000 presuntos comunistas. Se expulsan inmigrantes y la xenofobia enciende las pasiones. El proceso de Sacco y Vanzetti y su ejecución en la silla eléctrica, en 1927, se convierten en el símbolo de un error judicial provocado por las presiones de una opinión pública al rojo vivo.

La principal enseñanza que sacó el gobierno norteamericano de la

²⁰ N.J. Spykman, *American strategy in world politics. The United States and the balance of power*, Nueva York, Harcourt, Brace & World, 1942, p. 233.

²¹ J. Aronson, *The press and the cold war*, Nueva York, Bobbs-Merril, 1970, p. 25.

Gran Guerra fue de orden estratégico. En el transcurso de esta última, se había producido un salto tecnológico: desarrollo de potentes estaciones de radio, de estaciones de escucha, mensajes cifrados, perfeccionamiento de los enlaces móviles con coches y aviones, sistemas de navegación aérea. En 1915, Alemania había tomado la iniciativa de difundir boletines de información por vía radiotelegráfica acerca de las operaciones bélicas, que eran difundidos, posteriormente, por la prensa extranjera. Las operaciones navales habían demostrado la supremacía de la industria británica de radiocomunicación, lo que puso de relieve las carencias de la organización industrial del sector en Estados Unidos. A través de la firma British Marconi, el imperio británico ejercía un cuasimonopolio en la comunicación sin hilo. Por eso la US Navy, en 1919, propuso al gobierno que se agruparan los esfuerzos de las grandes compañías norteamericanas capacitadas para explotar las nuevas tecnologías de transmisión clasificadas como *material estratégico*. Esta concertación, que dio origen, en 1920, a Radio Corporation of America (RCA), constituida sobre la base de la compra de la filial norteamericana de Marconi por parte de la firma General Electric, fijaba las áreas de competencia de cada una de las tres grandes firmas del sector (ATT, General Electric y RCA) en el ámbito de los servicios nacionales e internacionales de telefonía y de radiotelefonía, así como de fabricación de aparatos. En los estatutos de la nueva compañía, descendiente de la Marconi, destacaban tres cláusulas: 1] su director ha de ser norteamericano; 2] los extranjeros no pueden suscribir más del 20 por ciento de las acciones; 3] un representante de la Casa Blanca ha de ocupar un puesto en el consejo de administración.²² En 1921, Westinghouse se suma al trío.

Otro polo de desarrollo del poderío norteamericano en las comunicaciones eléctricas: International Telegraph & Telephone. Esta empresa, cuya casa matriz fue fundada en 1920 para explotar un cable submarino entre Cuba y Estados Unidos, adquiere, cinco años más tarde, las filiales extranjeras de ATT. De entrada, la ITT conjuga servicios (teléfono, telégrafo y cable) y producción. En materia de enlaces internacionales, la adquisición, en 1927-1928, de la All America Cables and Radio, fundada en 1878, señala el comienzo de la construcción de su red mundial de telecomunicaciones. En 1926 se

²² *History of communications. Electronics in the United States Navy*, Washington, DC, Government Printing Office, 1963.

crea ITT World Communications Inc., a la que pronto (1929) seguirá la Press Wireless Inc., que fundará agencias en Filipinas (1937), Brasil (1938) y Uruguay (1942). A finales de los años veinte, la ITT elimina a las compañías británicas de América del Sur, al comprar, entre otras, a la United River Plate Telephone Co., segunda compañía del subcontinente, con sede en Argentina. En 1928, se inauguran ITT Comunicaciones Mundiales S.A., en Buenos Aires y Santiago de Chile, e ITT Comunicações Mundiais, en Río de Janeiro. Posteriormente, la compañía norteamericana hará de Buenos Aires su cuartel general para toda la región. En su estrategia de internacionalización de sus filiales de producción y ventas, la ITT escogerá como territorios prioritarios a América Latina y Europa. Su progresión se evidencia a través del rosario de filiales Standard Electric: Brasil (1937), Chile (1942), México (1953), Venezuela (1957), Ecuador (1962), Colombia, Jamaica, Panamá (1963), Bolivia, Perú, El Salvador (1968).²³ En el frente europeo, ITT adquirirá, hacia 1926-1927, el control de las filiales alemanas de la General Electric y de Philips y entrará con fuerza en la telefonía francesa, haciéndose con el control de Thomson-Houston. La compra de la filial de General Electric le bastará para alcanzar una posición dominante en los mercados alemán, austriaco, holandés, danés, suizo, turco y en los Balcanes. Esta ubicuidad de la firma la convertirá en la piedra de toque de las empresas multinacionales de telecomunicación, mucho antes de que se acuñara el concepto.²⁴ La imbricación de sus intereses comerciales e industriales la llevará a entrometerse directamente en los asuntos políticos internos o a manifestar explícitamente su simpatía por ciertos regímenes. Sus ambiguas relaciones con el poder nazi durante la segunda guerra mundial serán unas de las páginas más turbias de su historia. En la cumbre de su expansión y de su prepotencia, no vacilará en conspirar, en 1970, en Chile, para derrocar al presidente socialista elegido, Salvador Allende.²⁵

En 1926, la RCA, cuyo cometido inicial consistía en atender los servicios de telegrafía transoceánica, pero que, entretanto, se había especializado en la fabricación de aparatos de radio, compró la estación WEAJ inaugurada por la ATT, en 1922, en Nueva York (hasta

²³ Para una cronología, véase *Electrical communication*, Londres, vol. 46, núm. 4, 1971.

²⁴ En relación con Gran Bretaña, véase L. Denny, *America conquers Britain. A record of economic war*, Nueva York, 1930. En relación con Francia, C. Bertho, *op. cit.*

²⁵ A. Sampson, *The sovereign State of ITT*, Nueva York, Stein & Day, 1973.

1919, al estar considerada la radio como arma de guerra, las emisiones privadas estaban prohibidas en todas partes). Éste fue el primer eslabón de la que estaba destinada a convertirse en una de las tres grandes *networks* de radio (y luego de televisión) de Estados Unidos, la NBC (National Broadcasting Company). En el pliego de condiciones: *Entertainment, information and education with emphasis on the first feature-entertainment* [Distracción, información y educación, con énfasis en la producción de entretenimiento]. La publicidad se autorizaba con generosidad. Ese mismo año de 1926, en Gran Bretaña, la radio se convertía verdaderamente en un servicio público con la creación de la British Broadcasting Corporation (BBC), tras la compra por el Estado de las seis compañías que también habían empezado a emitir en 1922. La publicidad en las ondas estaba prohibida. En Francia, donde las primeras emisiones regulares tienen lugar en 1921, el modelo radiofónico que se impondrá hasta la víspera de la segunda guerra mundial será híbrido: estaciones privadas *toleradas*, en las que se autoriza la publicidad, y estaciones públicas. (En 1940, las emisoras privadas toleradas serán requisadas.)

En marzo de 1927, inició sus actividades la Federal Radio Commission, creada por el gobierno estadounidense para regular el tráfico aéreo. (En 1934, será sustituida por la Federal Communications Commission —FCC—, con competencia reglamentaria en materia de servicios de telefonía y telegrafía, así como de radiodifusión.)

Aunque Washington no estima necesario elaborar una estrategia cultural internacional, la industria cinematográfica de Estados Unidos, en cambio, trabaja a destajo para ultimar su conquista de los mercados extranjeros. Hegemónico al término de la guerra, tanto en las Américas como en Europa, Hollywood consolida —con la ayuda de la obsesión proteccionista— sus posiciones, ya sea mediante la compra de salas, el control de la distribución o la organización de producciones locales. Con la llegada del sonoro, en 1926, la lucha por la supremacía en el mercado mundial se traslada al terreno de las patentes de los aparatos de sonido. Las patentes norteamericanas (RCA y Western Electric) se enfrentan con las alemanas (Tobis, AEG, Siemens). En julio de 1930, el *acuerdo de París* liquida esta guerra de las patentes. El mercado mundial está dividido en zonas para la venta de los aparatos. Cada uno de los grupos obtiene una zona de influencia en exclusiva, pero se reserva un mercado abierto en el que la competencia puede jugar libremente. Señal de que el cine también es, y cada vez más, una industria, esta *entente* es la réplica del acuerdo

adoptado en 1907 para la industria electrotécnica, cuando la General Electric y la AEG decidieron repartirse el globo y no interferirse mutuamente en la penetración de los mercados extranjeros.

En 1930, la industria cinematográfica estadounidense exporta cuatro veces más que la europea y el proceso de concentración en curso transforma su estructura: la mayoría de la producción está en manos de cinco *majors* (Paramount Pictures, Metro-Goldwyn-Mayer, 20th Century Fox, Warner y RKO). Pero la introducción de la película sonora, donde la cuestión del idioma resulta esencial, también permite que en otros países pueda crearse o consolidarse una producción nacional; es el caso de Italia, Checoslovaquia, Suecia, Polonia, Suiza, México o Argentina. La industria estadounidense intenta sortear la dificultad mediante la postsincronización, el subtítulo o la realización de versiones en la lengua de los distintos países.²⁶ La presencia internacional del cine estadounidense como vínculo entre los diversos mercados nacionales comienza a suscitar las primeras polémicas acerca de la industrialización de la cultura. Máxime si se tiene en cuenta que numerosos cineastas, guionistas, incluso actores europeos son invitados por los productores de Hollywood para exhibir allí su talento.

En las fuentes de la sociología empírica

El periodo de paz reavivó los interrogantes morales sobre el fin y los medios de la propaganda, a medida que se publicaban las revelaciones de antiguos propagandistas arrepentidos y las fanfarronadas de otros que exageraron las historias de horror que habían fabricado. Es cierto que algunas voces aisladas intentaron atenuar la sobrevaloración de la que disfrutaba la propaganda a la hora de hacer el balance de los factores que habían precipitado la caída del imperio.²⁷ Pero, a favor o en contra, la aplastante mayoría no puso objeciones a la eficacia de la guerra de las octavillas y de los comunicados, sino todo lo contrario. Detractores y prosélitos, contribuyeron, así, a renovar la idea de la potencia mágica de las modernas técnicas de persuasión. Al extrapolarse el debate al conjunto de los medios, se abrió camino una

²⁶ P. Bachlin, *op. cit.*

²⁷ M. Balfour, *op. cit.*, capítulo 1 ("The demythologising of Crewe House").

concepción sobre el poder desmesurado de los medios de comunicación de masas en la conformación de las mentes.

En ese contexto histórico vio la luz la primera obra representativa de lo que, más tarde, se conocerá como *investigación de la comunicación de masas* (*Mass Communication Research*). Su título: *Propaganda techniques in the World War*. Su año de publicación: 1927. Su autor: el estadounidense Harold D. Lasswell, inventor de la famosa fórmula (que, supuestamente, encierra las claves sociológicas de la comunicación de masas) de las 5W o de las 5Q (*Who says What in Which channel to Whom with What effect?*; ¿Quién dice Qué a Quién por Qué canal y con Qué efecto?). Este politólogo está considerado por sus colegas como uno de los cuatro padres fundadores de la disciplina; los tres restantes son el matemático, que luego se hizo sociólogo, de origen vienés, Paul Lazarsfeld, y los psicólogos sociales Kurt Lewin y Carl I. Hovland.

La principal aportación de esta obra era la de destacar lo que los estrategas prusianos habían sido incapaces de discernir: ¿dónde radicaba la novedad de esta primera guerra mundial? Respuesta: en la necesidad de una “gestión gubernamental de la opinión”. “Durante el periodo de guerra, escribe Lasswell, se ha reconocido que la movilización de los hombres y de los medios no era suficiente; había que movilizar la opinión. El poder sobre la opinión, así como sobre la vida y los bienes, ha pasado a manos oficiales porque el peligro que entraña la libertad es mayor que el que provocan los abusos del poder. En efecto, es evidente que la gestión gubernamental de la opinión es un corolario insoslayable de la guerra moderna que se juega a gran escala.”²⁸

Fascinado por lo que, entiende, son los *efectos* de la propaganda, Lasswell aventura una verdadera teoría: “La propaganda es uno de los instrumentos más poderosos del mundo moderno. Las pequeñas tribus primitivas pueden amalgamar a los miembros heterogéneos en una unidad de combate recurriendo a un tambor y al ritmo endiablado de la danza. A través de orgías de exuberancia, los jóvenes son llevados al punto de ebullición belicosa y todos, hombres y mujeres de todas las edades, son aspirados por la succión del objetivo tribal. En la gran sociedad, ya no es posible fundir la indocilidad de los individuos en el horno de la danza guerrera; se necesita un instrumento nuevo y más

²⁸ H.D. Lasswell, *Propaganda techniques in the World War*, Nueva York, A Knopf, 1927, p. 14.

sutil para unir a millares, o incluso millones, de seres humanos en una masa coherente de odio, de deseo y de esperanza. Es la nueva llama que ha de cerrar la herida del disentimiento y templar el acero del entusiasmo belicoso. Este nuevo martillo y este nuevo yunque de la solidaridad social se denominan propaganda.”²⁹

Este ditirambo atestigua la creencia que imperaba entonces en los círculos académicos de Estados Unidos acerca de la omnipotencia de la propaganda. Es la época en la que prevalece la teoría mecanicista del estímulo-respuesta en su versión primitiva. La fuerza persuasiva de la propaganda a través de los medios dejaba sin armas al público, reducido al papel de receptor pasivo de mensajes minuciosamente elaborados por los especialistas de la opinión. Este panegírico sobre la persuasión también deja entrever las inquietudes intelectuales de la época cuyas referencias, de una u otra forma, han sido reincorporadas a la reflexión sobre la propaganda y su práctica.

Es difícil separar las teorías que circularon en su época y los intentos que se llevaron a cabo para percibir este nuevo fenómeno, de la acumulación realizada en Europa desde finales del siglo pasado en el ámbito de la sociopsicología de la opinión de las multitudes. En primer lugar, están los trabajos del francés Gabriel Tarde. En Estados Unidos, esta nueva disciplina se desarrolla principalmente en el departamento de sociología, orientada a la psicología, de Chicago, donde Lasswell, entre otros, trabajará durante varios años. En esta cuna de la sociología estadounidense de la comunicación, bajo el signo del empirismo, es donde verán la luz, más concretamente, las primeras tentativas para “medir las actitudes”. En la difusión de las ideas de Tarde sobresale un nombre: Robert E. Park (1864-1944), especialista en el estudio del papel de la prensa en la formación de la opinión y que, durante cerca de cuarenta años, ejercerá una considerable influencia en el seno de lo que se conoce con el nombre de Escuela de Chicago. No obstante, a diferencia del empirista cuantitativo Lasswell, hombre del *statu quo*, y a semejanza de Charles H. Cooley, a quien también se considera representativo de esta escuela, pese a haber ejercido la mayor parte de su carrera en Michigan, Robert Park participa de una tradición de crítica liberal y no dejará de interrogarse sobre la conflictiva relación entre los medios y la democracia.³⁰

²⁹ *Ibid.*, pp. 220-221

³⁰ R.E. Park, “News and opinion”, reimpresso en *The collected papers of R.E. Park*, Glencoe, Ill., Free Press, 1955. Véase también la tesis doctoral del mismo autor

No son tan evidentes las influencias directas del filósofo Gustave Le Bon sobre esta sociología embrionaria de la opinión, aun cuando Lasswell también es autor de una obra titulada *The psychopathology of politics*. Pero las ideas de Le Bon, traducidas a unos quince idiomas, estaban demasiado presentes en los círculos que se preocupaban de la propaganda en el periodo de entreguerras, como para no haber dejado algunas huellas en la concepción lasswelliana de la *masa*, tal y como ocurrió con el psicólogo norteamericano Leon Festinger, quien, más tarde trabajó sobre la “desindividuación” en el grupo.

Por último, la primera teoría de la propaganda no puede ocultar la influencia de la psicología de los instintos representada por William Mc Dougall, fisiólogo de origen británico que hará carrera en Estados Unidos. Representante del paradigma biológico, el autor de *The group mind* insiste en la importancia de los instintos en cuanto determinantes de las actividades humanas y habla de reacción refleja por una “inducción afectiva directa”. El estado afectivo del *alma* no es más que el receptor eléctrico ajustado a la percepción.³¹

Por otra parte, resulta bastante sorprendente comprobar que Tarde, Le Bon, Mc Dougall, a los que se suma Sigmund Freud, también son referencias importantes en las que se inspira la obra del francés Jules Rassak, publicada, asimismo, en 1927, con el título de *Psychologie de l'opinion et de la propagande politique*. Pero, a la inversa de Lasswell, para quien, evidentemente, no era una preocupación, este precursor de la psicología social, al tiempo que militante socialista, adopta una posición crítica frente a muchos de estos postulados para poder analizar mejor el creciente contraste entre la eficacia de la prensa mercantil y la que reivindica los ideales del socialismo. He aquí una ilustrativa reflexión sobre el enfoque de Rassak: “Las noticias que sólo anuncian hechos tienen un efecto propagandístico mucho mayor que las disertaciones políticas que, de lejos, huelen a propaganda”. O también esta otra que relativiza la influencia de los medios: “Es mucho más fácil difundir noticias tendenciosas del extranjero que noticias

presentada en Alemania en 1904 y que no sería traducida y publicada hasta 1972 con el título de *The crowd and the public*, Chicago, Chicago University Press, 1972.

³¹ W. Mc Dougall, *An introduction to social psychology*, Boston: Luce, 1908; *The group mind*, Londres, Cambridge University Press, 1920. Véase también M. Conway, *The crowd in peace and war*, Londres, Longman, Green & Co., 1916. Acerca de los lazos entre los autores estadounidenses de la época y la psicología social europea, véase J. van Ginneken, *Crowds, psychology and politics 1871-1899*, *op. cit.*

tendenciosas del interior del país, porque el lector tiene menos posibilidades de verificarlas. Es lo que explica por qué la prensa tiene más posibilidades de desencadenar una guerra que de conseguir la elección de un concejal.”³²

La violación de las multitudes

Sin embargo, habrá que esperar hasta la segunda mitad de los años treinta para que algunas voces intenten una crítica más sistemática de los mecanismos de la propaganda, en un ambiente obsesionado con el auge del nazismo.

Desde su llegada al poder, en 1933, el partido hitleriano había empezado a concentrar en un ministerio —denominado ministerio de la propaganda y de la ilustración del pueblo (*sic*)— todas las tareas relativas a la “modelación de los espíritus”. Su titular, Joseph Goebbels, se propuso organizarlo en cinco sectores: radio, prensa, cine, teatro y orientación general de la propaganda. La censura le fue retirada al ministerio del Interior. Al ministerio de Asuntos Exteriores se le quitó la información destinada a los países extranjeros. El ministerio de Correos perdió el monopolio de la publicidad turística, y el ministerio de Economía vio cómo le quitaban la publicidad comercial. La sección artística del ministerio de la Instrucción Pública quedó reducida a los monumentos, museos, enseñanza de la música y bibliotecas populares, mientras que, a partir de entonces, la dirección de la política cultural se confiaba al superministerio de Propaganda. Se instituyó una *Cámara de cultura*: se trataba de una organización corporativa subdividida en cámaras dedicadas, respectivamente, a la literatura, al teatro, a la música, a la radio, a la prensa, a las bellas artes, al cine. En lo sucesivo, la pertenencia a una de estas cámaras específicas era obligatoria para todos aquellos cuya actividad estaba relacionada con la producción, la reproducción, la distribución o la conservación de bienes culturales. Desde el vendedor de tarjetas postales o el quiosquero hasta el periodista, el pintor, el cineasta o el escritor.³³

³² J. Rassak, *Psychologie de l'opinion et de la propagande politique*, París, Librairie des sciences politiques et sociales, Marcel Rivière Éditeur, 1927, col. Études de psychologie sociale.

³³ L. Richard, *Le nazisme et la culture*, París, François Maspero, 1978. Acerca de la organización de la industria cinematográfica: D. Stewart Hull, *Film in the Third Reich*,

Atraen especialmente la atención dos estudios críticos publicados en aquella época. El primero se ha convertido en un clásico. Se trata de *La violación de las multitudes por la propaganda política*, del inmigrante ruso Serguei Chajotin, zoólogo de formación, profesor de psicología social en la Universidad de París, publicado en francés dos meses antes de la guerra y traducido al inglés a partir de 1940.³⁴ Por cierto que el ocupante mandó destruir la edición original. De hecho, algunos meses antes de su publicación, el ministerio de Asuntos Exteriores francés había ordenado a su autor que suprimiera “todos los pasajes desagradables para los señores Hitler y Mussolini”, así como la dedicatoria: “Al genio de Francia, con ocasión del 150 aniversario de la Revolución”. Con la ley en la mano, Chajotin se negó a obedecer. El segundo trabajo es, seguramente, menos conocido. Es obra de Robert A. Brady, profesor de economía de la Universidad de California y lleva por título *The spirit and structure of German fascism*, publicado en Londres en 1937.³⁵ (Las dos obras habían sido precedidas por el libro premonitorio del psicoanalista marxista austriaco William Reich, *Massenpsychologie des Faschismus*, publicado en 1933 y puesto inmediatamente en el Índice por el comunismo oficial.)

El estudio de Chajotin tiene el aspecto de un tratado de psicología social. Se presenta como un vasto fresco de las teorías y de las doctrinas existentes en esa época sobre la propaganda. Fresco que completará en 1952, con motivo de la reedición del libro. Sólo una obra, notable, publicada en 1946, rivaliza con el enciclopedismo de Chajotin, la del suizo P. Reiwald.³⁶ Chajotin pasa revista a las contribuciones de Tarde, Le Bon, Mc Dougall, del behaviorismo y otros precursores, pasa por la criba a la propaganda en la Alemania nazi, desmonta los mecanis-

Art and propaganda in Nazi Germany, University of California Press, 1969.

³⁴ S. Tchakhotine, *Le viol des foules par la propagande politique*, París, Gallimard, 1952 (edición original publicada en 1939). Traducción inglesa de la edición original: *The rape of the masses. The psychology of totalitarian political propaganda*, Nueva York, Alliance Book Co., Londres, Routledge, 1940.

[Véase la publicación, en castellano, del fragmento titulado “El secreto del éxito de Hitler: la violencia psíquica”, en *Sociología de la comunicación de masas*, Miquel de Moragas (ed.), Barcelona, Gustavo Gili, col. MassMedia, 1979 (1a. ed.), pp. 405-431].

³⁵ R.A. Brady, *The spirit and structure of German fascism*, Londres, Gollancz, 1937. Ni S. Chajotin, ni R.A. Brady mencionan en sus respectivas obras a W. Reich (*The mass psychology of fascism*, Nueva York, Farrar, Strauss & Giroux, 1971 [ed. esp.: *Psicología de masas del fascismo*, Barcelona, Bruguera, 1980, 1a. ed., trad. Roberto Bein]).

³⁶ P. Reiwald, *De l'esprit des masses*, Genève, Delachaux et Niestlé, 1946.

mos de la propaganda leninista. Aunque sin zaherirla seriamente, ya que se subleva contra las amalgamas hechas entre la doctrina hitleriana y la doctrina leninista. “Se les ha reprochado —escribe— a estas prácticas rusas el hecho de que son las mismas que empleaba Hitler. Sí y no. Sí, desde el punto de vista técnico. Sí, toda vez que, en ambos casos, la base fisiológica de la propaganda afectiva es la misma —la pulsión núm. 1, o agresiva—. No, porque en el caso de Hitler era sobre todo el elemento del *miedo* el que se utilizaba para que las masas fueran en la dirección que el Estado quería, mientras que en la URSS, la fuerza motriz es el lado inverso de la pulsión combativa —el *entusiasmo*—. En realidad, lo que se denomina *elecciones* en la URSS no es sino una manifestación de lo que hoy estamos acostumbrados a llamar la *cultura popular*, utilizada para educar a un pueblo que algún día quizás logre instalar en su país una verdadera democracia. Y esta es la razón por la que las *elecciones* en la URSS, a pesar de todo, no son una *farsa*, no son una *violación psíquica* clásica, no son demagógicas, sino que son una preparación, un preludio a una psicología colectiva.”³⁷

No es de extrañar, pues, que el autor, tan lúcido en relación con la “violación del psiquismo de las masas por el fascismo y su heredero —el capitalismo militante—”, amigo de H.G. Wells, le profese un profundo culto al profesor I.P. Pavlov, el experimentador de los reflejos condicionados, al que reconoce como su “gran maestro”, y cuyas teorías sobre la psicología objetiva son, a su juicio, las únicas capaces de responder a la pregunta: “¿Qué hacer para cerrarle el paso a la propaganda nefasta?” Y sin embargo, desde junio de 1922, la revolución soviética había restaurado el *Glavlit*, la única institución del antiguo orden imperial —había sido creada en 1865 y adscrita al ministerio de Asuntos Interiores— cuyo nombre se había apropiado el nuevo régimen. En virtud del decreto que lo instituía, este organismo gubernamental estaba copresidido por un representante de los órganos de la Seguridad y le correspondía prohibir cuantos periódicos, revistas, películas, libros, dibujos, emisiones radiofónicas, exposiciones, correspondencia, etc., infringieran las normas establecidas (agitación y propaganda contra las autoridades soviéticas y la dictadura del proletariado, revelación de secretos de Estado, pornografía, incitación al fanatismo religioso y étnico, etc.). Por lo que se refiere al partido, el departamento de Agitación y de Propaganda (*Agitprop*) del

³⁷ S. Tchakhotine, *op. cit.*, p. 337.

Comité central se había convertido en el regulador supremo de los flujos de información. Este decreto de 1922 había sido incluso revisado y corregido, en el sentido de una mayor severidad, en 1932, durante el comisariado de Andrei Jdanov, tres años antes de las grandes purgas stalinianas (1935-1938), la liquidación de la vieja guardia bolchevique y el advenimiento del terror.³⁸

En cuanto a la obra de Robert Brady, se trata de un análisis minucioso de la organización corporativa de la sociedad nazi. Ahí reside su principal mérito. Analiza el concepto de propaganda, tal como el poder nazi lo hizo operativo en el campo de las artes, de la educación, de la información y de las ciencias. Observa el doble régimen, la doble legalidad que cree detectar en el funcionamiento del sistema: por una parte, el control del Estado en estos ámbitos de la formación de la opinión; por otra, el predominio de la idea de autoorganización del mundo de los negocios. Se pregunta por las diferencias y las convergencias que esta concepción de la “maquinaria de propaganda” nazi presenta en relación con la que subyace en la estrategia de relaciones públicas y de propaganda comercial que emergen en Estados Unidos. Con tal motivo, Brady lanza una verdadera acusación contra el prejuicio que, a su parecer, comparten ambos enfoques, prejuicio que considera a la audiencia como un “pueblo que no sabe lo que quiere” y que ha de ser adoctrinado. Se ensaña con las obras que, a semejanza de la psicopatología de Lasswell, consideran a aquellos que no están de acuerdo con el sistema como “neuróticos, patológicos, frustrados o ignorantes”.

Leyendo entre líneas la obra del economista estadounidense, aparece nítidamente lo que estima peligroso para su país: el auge de las nuevas formas de propaganda. Porque, también ahí, se han formalizado las apuestas políticas y económicas de la gestión de la opinión de masas.

Las necesidades del fordismo

“Si comprendemos los mecanismos y los móviles propios del funcionamiento del espíritu de grupo, resulta posible controlar y encauzar a las masas según nuestro deseo y sin que sean conscientes de ello [...]”.

³⁸ F. Champarnaud, *Révolution et contre-révolution culturelle en URSS. De Lénine a Jdanov*, Paris, Anthropos, 1975.

La manipulación consciente e inteligente de los hábitos y de las opiniones organizadas de las masas es un elemento importante en una sociedad democrática. Quienes manipulan este mecanismo invisible de la sociedad constituyen un gobierno invisible que es el verdadero poder dirigente de nuestro país [...]. Son las minorías inteligentes las que deben hacer un uso sistemático y continuo de la propaganda.”³⁹ Así se expresaba en 1928 el sobrino de Freud, Edward Bernays, antiguo miembro del Comité Creel y uno de los fundadores de las modernas relaciones públicas (a él se le debe la expresión “ingeniería del asentimiento”).

Porque identificar a la gran sociedad y al nuevo orden social en la posguerra no sólo era cosa de los investigadores universitarios. Este imperativo también preocupaba a los industriales y a los anunciantes. Comprender los mecanismos y los móviles de la psicología de masas, es precisamente lo que intentaba dilucidar, desde los años veinte, el fundador de la psicología behaviorista, John B. Watson (la primera edición de su obra, *Behavior: An introduction to comprehensive psychology*, se remonta a 1914). Tras abandonar la Universidad para sumarse al equipo de investigación de la gran agencia publicitaria J. Walter Thompson, en la búsqueda del “consumidor de masas”, lograba que los métodos de persuasión comercial dieran un salto considerable al tiempo que modernizaba la vieja teoría del estímulo-respuesta de los instintivistas. A diferencia de Mc Dougall, estos psicólogos del comportamiento consideran que la acción del aprendizaje es más importante que los impulsos de origen instintivo. El organismo humano individual y social puede estar condicionado por los tratamientos correspondientes. Juegos de reflejos condicionados y de la inteligencia. Estas avanzadas de las técnicas de la propaganda comercial surgían en un periodo en el que el modo fordista de organización de la producción y del control de los trabajadores se instauraba en las fábricas y en el que los directivos empezaban a pensar en la organización del consumo masivo.⁴⁰

Muy pocos países en el mundo pedían tanto a su dispositivo de comunicación de masas, como Estados Unidos. No tanto porque los

³⁹ E. Bernays, *Propaganda*, Nueva York, 1928. Véase también *Crystallizing public opinion*, Nueva York, 1923; *The engineering of consent* (editado por E.B.), University of Oklahoma, 1955.

⁴⁰ Véase S. Ewen, *Captains of consciousness. Advertising and the social roots of the consumer culture*, Nueva York, Mc Graw-Hill, 1976.

medios habían alcanzado en ese país un grado de desarrollo tecnológico más avanzado que en la mayoría de los otros países industriales, como porque, a lo largo de todos esos años, por no decir esas décadas, se habían convertido en la piedra angular del proyecto de integración nacional. Incluso más que en cualquier otra sociedad industrial. ¿Cómo negarse a suscribir el análisis de Daniel Bell? El sociólogo estadounidense ha señalado la lentitud con la que Estados Unidos se ha constituido en *sociedad nacional*. Ni la Iglesia, ni el sistema de partidos, ni el aparato educativo, ni la clase intelectual, ni las élites gobernantes han logrado, a su juicio, cimentar la cohesión nacional como lo ha hecho el sistema de los medios. “El elemento que contribuyó a amalgamar desde dentro, desde su aparición, nuestra sociedad nacional, fuera de algunos pocos *héroes* políticos, tales como Roosevelt, Eisenhower o Kennedy, ha sido la cultura popular [léase cultura de masas, T.]. El crecimiento del cine, de la radio y la televisión, la posibilidad de imprimir en forma simultánea, en distintas ciudades, varias revistas semanales, con el fin de procurar, en el mismo día, una distribución nacional uniforme, han contribuido, por primera vez en la historia, a que una serie común de imágenes, ideas y posibilidades de diversión se presenten, a un mismo tiempo, a un público nacional. La sociedad a la que le faltaban instituciones nacionales bien definidas y una clase dirigente consciente de serlo, se amalgama a través de los medios de comunicación de masas. En la medida en que es posible establecer la fecha de una revolución social, quizá podamos considerar que el 7 de marzo de 1955 es una verdadera piedra miliar. Aquella noche, uno de cada dos estadounidenses contemplaba a Mary Martin que se presentaba en *Peter Pan* delante de las telecámaras. Jamás, hasta entonces, a través de toda la historia, ningún individuo había sido visto y oído a un mismo tiempo por tal cantidad de personas. Aquello era lo que Adam Smith había llamado la *gran sociedad*, pero grande en una medida que ni él mismo había podido ni siquiera imaginar.”⁴¹

Pero, a finales de los años veinte, la formación de la *gran sociedad* está seriamente amenazada por la gran depresión y sus 13 millones de parados.

⁴¹ D. Bell, “Modernity and mass society: Diversity of cultural experience”, publicado en francés con el título de “*Les formes de l’expérience culturelle*”, *Communications*, 1963, núm. 2. [La versión en castellano de la presente cita está reproducida de “Modernidad y sociedad de masas: variedad de las experiencias culturales”, en *Industria cultural y sociedad de masas*, Caracas, Monte Ávila Editores, 1974, p. 14.]

La comunicación como salida de la crisis

En 1933, el reelegido presidente F.D. Roosevelt inicia el *New Deal*: racionalización del Estado y poder ejecutivo reforzado, modernización y reglamentación de la economía, todo ello sustentado por la movilización cívica de los ciudadanos.

Por primera vez en las sociedades industriales, el Estado, en la búsqueda de una estrategia de *salida de la crisis*, llama en su auxilio a las *técnicas de comunicación*. La gestión de la opinión pública se convierte en un objeto habitual de estudios con miras operativas. Roosevelt nombra *agentes presidenciales* que recorren el país para explicar, dictar conferencias, y tomar el pulso del consenso. Se instruye a cerca de millón y medio de propagandistas que ostentan su nueva insignia simbólica del *águila azul*. En septiembre de 1933, más de 250 000 de estos militantes desfilan en Nueva York, escoltados por 200 orquestas. La información sobre el comportamiento de los electores, sobre sus actitudes frente a tal política o tal problema social se convierte en un ingrediente del arte de gobernar.

La noción misma de *actitud*, introducida en las ciencias sociales en 1918 por W.I. Thomas y F. Znaniecki, autores de un libro muy orientador sobre el *campesino polaco en Europa y en Estados Unidos*, y elaborada por la psicología experimental alemana, se aquilata.⁴² A la definición pionera de los dos investigadores norteamericanos (*un estado de ánimo individual respecto de un valor*) que, dicho sea de paso, reconocen la deuda que tienen contraída con Gabriel Tarde, el psicólogo Gordon W. Allport añade, en 1935: "Un estado mental y neurológico de diligencia, organizado a través de la experiencia, que ejerce una influencia directa y dinámica sobre la respuesta del individuo respecto de todos los objetos o situaciones con los que está relacionado."⁴³ La sociología estadounidense empieza a estructurarse.

Entre 1924 y 1932, Elton Mayo se había consagrado a una serie de estudios sobre el comportamiento del personal obrero, en gran parte femenino, de los talleres de la Western Electric. Este estudio de una psicología social en ciernes, estimulada por la demanda de las empre-

⁴² W.I. Thomas y F. Znaniecki, *The Polish peasant in Europe and America*, Chicago, The University of Chicago Press, 1918-1921, 5 volúmenes.

⁴³ G.W. Allport, "Attitudes", en *Handbook of psychology*, bajo la dirección de C. Murchison, Worcester, Mass., Clark University Press, 1965. Del mismo autor, en colaboración con L. Postman, *The psychology of rumor*, Nueva York, H. Holt & Co., 1947.

sas industriales, había dado origen a una obra: *The human problems of an industrial civilization* (1933).⁴⁴ En ella, Mayo describe la importancia de los grupos elementales que se forman en las organizaciones industriales. La investigación-intervención en un lugar de trabajo deja de interesarse por la medición de los efectos de variables aisladas y de limitarse a una “experiencia controlada” para sustituirla por la observación de una situación social, entendida y descrita como “un sistema de elementos interdependientes”. Al indagar acerca de las “funciones latentes” de las prácticas habituales entre los obreros, de las agrupaciones espontáneas, de los juegos organizados por los directivos, esta psicología social embrionaria de la empresa procurará satisfacer mejor las necesidades de los recursos humanos y lograr la adhesión del obrero a los objetivos de la firma, para integrarlo mejor en ella, mediante el periódico de empresa, buzón de sugerencias, servicios sociales, formación profesional, sistema de remuneración, etc.

En 1937, se publica la obra fundamental de Talcott Parsons, *The structure of social action*, planteada como un intento de crear una ciencia social unificada sobre la base de un funcionalismo empírico.⁴⁵ El empirismo recortaba el objeto de estudio y lo desglosaba en una serie de elementos autónomos; el funcionalismo propone una visión del “sistema social global”, e insiste en la interdependencia de todos los elementos del sistema. En el centro de esta visión de la sociedad, se encuentran los conceptos de estabilidad, equilibrio y coherencia. El funcionalismo concibe el cuerpo social, como si estuviese constituido de tal modo que garantiza su *supervivencia*, a pesar de todas las fuerzas centrífugas que podrían desembocar en su desintegración. Cada parte, cada componente del sistema social, juega un papel específico, con el fin de preservar el equilibrio general y la estabilidad del sistema, en su conjunto. Al calibrar cada fenómeno desde el punto de vista de la contribución al mantenimiento del equilibrio del sistema social, este axioma, que erige leyes funcionales en leyes universales, postula un modo determinado de organización de la sociedad como el marco natural del análisis, como su horizonte último. Así es cómo una contradicción social jamás podrá ser reconocida como tal, anunciando la aparición de otro sistema. Será definida como una “disfunción” que pone en peligro el equilibrio del sistema.

⁴⁴ E. Mayo, *The human problems of an industrial civilization*, Nueva York, Macmillan, 1933.

⁴⁵ T. Parsons, *The structure of social action*, *op. cit.*

La sociología se convierte así en una tecnología social. Para curarse en salud, establece una escala de valores que define lo que es el funcionamiento más o menos armonioso de las instituciones sociales. Su objeto de estudio, a fin de cuentas, es el de circunscribir los factores de desequilibrio con el fin de controlarlos mejor. Así se explica por qué, en el futuro, esta sociología funcionalista estará tantas veces en el primer plano de las acciones terapéuticas, intentando detener el desarrollo de las bolsas de disenso social. Esto ocurrirá, sobre todo, en los años sesenta, en un momento en el que la investigación estará cada vez más en manos de la alianza Universidades-Estado. También es el momento en el que los principios del primer funcionalismo parsoniano —el de antes de la guerra— adquieren, con investigadores como Charles Wright y Robert K. Merton, su fisonomía propia dentro de la sociología estadounidense de la comunicación de masas.⁴⁶ Primer funcionalismo porque, en los años sesenta, Parsons, siempre obsesionado, cieramente, por el problema hobbesiano del orden social, se alejaba del modelo teórico del organismo vivo para aproximarse al proporcionado por la cibernética y asimilaba la sociedad a un sistema autorregulado.⁴⁷ Al integrar en su marco teórico conceptos dispersos tales como motivaciones, orientaciones normativas de las acciones, interacción, sistemas de expectativas de los actores, modalidades de agregación y de institucionalización de las acciones y de las interacciones, el paradigma parsoniano de la sociología de la acción y de la autorregulación sistémica, ponía de manifiesto que ya no se podía hablar tan simplemente de lo social, “considerarlo como una suerte de prolongación lineal de lo individual o, a la inversa, como una matriz simple de lo individual”.⁴⁸ Esta complejidad de lo social se le escapará, pues, a la sociología de la comunicación de masas de los años sesenta, deslumbrada como estará por un optimismo desmesurado respecto de su misión administrativa. La evolución del pensamiento parsoniano hacia la pluridisciplinariedad, en contacto con el psicoanálisis, la antropología cultural, la economía, etc., contrasta con el monocultivo

⁴⁶ Ch. Wright, *Mass communication. A sociological perspective*, Nueva York, Random House, 1959; R.K. Merton, *Social theory and social structure*, op. cit.

⁴⁷ T. Parsons, *Sociological theory and modern society*, Glencoe, Ill, The Free Press, 1962 [ed. esp.: *Estructura y proceso de las sociedades modernas*, Madrid, Centro de Estudios Constitucionales, 1966, trad. D. Garzón Garzón].

⁴⁸ J.M. Vincent, “La sociologie en contrepoint”, *L’Homme et la Société*, 1990, núm. 3, p. 47.

disciplinar que orienta la mayoría de los estudios relacionados con la sociología de la comunicación de masas empírica.

A mediados de los años treinta, hacen su aparición los sondeos de opinión con George Gallup, antiguo profesor de la Universidad de Iowa, que logra prever la reelección de Roosevelt en 1936. Se publican los primeros barómetros sobre el estado de las opiniones de la población, mientras que las primeras investigaciones sobre las audiencias de las nuevas redes radiofónicas comienzan a estimular el interés por lo que ocurre realmente del lado de los receptores, es decir de la opinión. En 1939, la firma Nielsen experimenta la primera medición mecánica —el *Audimeter*— puesta a punto en colaboración con el MIT (Massachusetts Institute of Technology). Su puesta en marcha tendrá lugar en 1942, año de la aparición del Nielsen Radio Index. El Nielsen Television Index será inaugurado en 1950. (A título de comparación internacional, fue en 1938 cuando el psicólogo social Jean Stoetzel importó los sondeos en Francia y fundó el Institut Français de l'Opinion Publique —IFOP—. Durante el verano de 1939, creó la revista *Sondages*. El instituto y la revista renacerán después de la Liberación. Sin embargo, habrá que esperar a las grandes batallas electorales de la República gaullista —1962 y, sobre todo, 1965— para que la técnica salga de la semi-clandestinidad. La primera encuesta en profundidad sobre el público de la televisión no tiene lugar hasta 1964, año en que el Office de la Radio-Télévision Française —ORTF— empieza a constituir un panel permanente de oyentes).

En 1937 se funda la revista *The Public Opinion Quarterly*, editada por la School of Public Affairs de la Universidad de Princeton, órgano de expresión de la American Association for Public Opinion Research (AAPOR) y la más antigua de las revistas en investigación sobre comunicaciones de masas. En su consejo editorial figura, entre otros, Harold Lasswell. Son numerosos los colaboradores de la revista que participan estrechamente en la nueva política de gestión de la opinión que acompaña al gobierno *New Deal*. Revista testigo de su época, todos los temas anteriores estructuran el contenido de los números publicados entre 1937 y 1941. A medida que Estados Unidos rompe con el aislacionismo y se acerca la segunda guerra mundial, el tema de la política internacional atrae cada vez más la atención. Y por esta razón, se multiplican los estudios sobre la propaganda alemana.

En 1938, se funda en Nueva York la primera organización internacional de defensa de los intereses profesionales en el sector de la publicidad, la futura International Advertising Association (IAA). Su

objetivo consiste en “hacer que progrese el nivel general del *marketing* en todos los mercados del mundo; elevar en todas partes los estándares, las prácticas y los conceptos éticos de los anunciantes, de las agencias y de los medios. Fomentar el cumplimiento del *Código Internacional de Prácticas Publicitarias*”. Un año antes, la Cámara Internacional de Comercio, fundada al final de la primera guerra mundial, había promulgado, precisamente, este primer código ético de la profesión. Este código se había convertido en la principal referencia para la elaboración de los códigos de conducta en los distintos países. La idea de la necesidad que la profesión tenía de oponer el principio de autocontrol a los intentos de reglamentación y control públicos se había ido abriendo camino. En Gran Bretaña, este debate ya se remontaba al final del siglo XIX. En Estados Unidos, la cuestión del autocontrol, estrechamente vinculada a la construcción del profesionalismo, fue especialmente discutida en los años diez, primero en las asociaciones locales y luego en el seno de The Four A's (American Association of Advertising Agencies, originariamente Associated Advertising Clubs of America) fundada en 1917. De hecho, el primer contacto oficial internacional entre organismos representativos de la profesión había tenido lugar en relación con estos códigos de ética profesional. Era en 1924, con motivo de la exposición universal del imperio, en Londres, donde se habían reunido *The Four A's* y los publicitarios británicos en vísperas de formar su Advertising Association (AA).⁴⁹

Pero sólo la guerra sacará a Estados Unidos de la crisis. En 1940, el 15 por ciento de la población activa, o sea, más de 8 millones de trabajadores, sigue estando en el paro. Entre 1940 y 1945, la fuerza de trabajo pasará de 47 millones a 55 millones, y más de 6 millones encontrarán un empleo en las industrias de la defensa. El producto nacional bruto crecerá más del doble.⁵⁰

Contra el síndrome marciano

De una forma o de otra, las concepciones manipuladoras de los medios han dejado su impronta en los debates y en los temas relativos

⁴⁹ Véase Q.J. Schultze, “Professionalism in advertising: The origin of ethical code”, *Journal of Communication*, primavera, 1981, vol. 31, núm. 2; E. Clarke, *The want-makers*, Londres, Hodder & Stoughton, 1989.

⁵⁰ F. Morris, et al., *A history of the people America*, Nueva York, Rand McNally, 1971.

a los medios durante el periodo de entreguerras. Y el famoso episodio de *La invasión de los marcianos*, puede ser interpretado, de algún modo, como una parábola.

En la noche del 30 de octubre de 1938, millares de estadounidenses fueron aterrorizados por una emisión de radio de la CBS que describía la invasión de los marcianos. Su artífice era Orson Welles que escenificaba *La guerra de los mundos*, la novela fantástica de H.G. Wells. El sociólogo Hadley Cantril, a quien se debe un análisis sobre el impacto de este programa, resume así el estado de *shock* de los oyentes: "Mucho antes de terminar el programa, en todo Estados Unidos había personas rezando, llorando y huyendo frenéticamente para no encontrar la muerte a manos de los marcianos. Algunos corrieron en busca de seres queridos. Otros telefonaron para despedirse o alertar a los amigos, corrieron a informar a sus vecinos, buscaron información en las redacciones de los periódicos y las emisoras de radio, o avisaron a las ambulancias y coches-patrulla de la policía. Por lo menos, seis millones de personas oyeron la emisión, y, como mínimo, un millón de ellas se asustaron o inquietaron."⁵¹ El acontecimiento creado por Welles permitía, por primera vez, hacer un *test*, de tamaño natural, sobre las condiciones de sugestibilidad, del recíproco contagio durante el pánico. La conclusión que Cantril sacaba de sus entrevistas con las personas afectadas por la emisión era que el mejor medio para prevenir el pánico seguía siendo la educación. En el plano de las representaciones sociales, estas escenas de emoción inaudita, que se traducían en actos irreflexivos e incitaciones gregarias, no fueron las últimas en fundamentar la idea de la omnipotencia de la nueva técnica de comunicación a través de las ondas.

¿Acaso existen —en este horizonte mental dominado por las preocupaciones acerca de los efectos psicológicos de estos estados sociales— portillos conceptuales que den acceso a otros análisis que no sean los que se insertan en una concepción del receptor como individuo *sugestionable*, como sujeto expuesto a la persuasión o a la enajenación? Sí y no. No, si nos atenemos a una estricta definición de la sociología de los medios. Sí, si se intentan otras búsquedas, es decir, del lado de

⁵¹ H. Cantril *et al.*, *The invasion from Mars*, Princeton, Princeton University Press, 1940. [La versión castellana de la presente cita está reproducida de "La invasión desde Marte", en *Sociología de la comunicación de masas* (Miquel de Moragas ed.), Barcelona, Ed. Gustavo Gili, col. GGMassMedia, 1979, p. 192.]

los interrogantes de la filosofía política sobre la relación de lo *popular* con sus audiencias.

Aquí es donde se sitúa el marxista italiano Antonio Gramsci (1891-1937), cuya aportación no será valorada realmente hasta mucho después de su muerte. De hecho, habrá que esperar hasta finales de los años setenta, cuando se agrave la crisis de los enfoques estructuralistas de la ideología, la cultura y los medios.

Marx y Engels habían denunciado la función enajenante de los folletines populares. Gramsci, haciéndose eco de numerosos análisis sobre la novela por entregas que aparecieron a principios de los años treinta en revistas francesas e italianas, intenta comprender cómo la actividad, cada vez más *taylorizada* y disciplinada de la existencia cotidiana ha creado la necesidad de la fantasía y del ensueño, la necesidad de la *ilusión*, de *soñar despierto*. “Es necesario analizar, escribe, qué *ilusión particular* da al pueblo la novela de folletín, y cómo esta ilusión cambia según periodos histórico-políticos.”⁵² Porque, añade, esta literatura para el pueblo también contiene “un fondo de aspiraciones democráticas”. Ante el éxito de los folletines extranjeros en los periódicos italianos de su época, la pregunta que se hace es la siguiente: ¿Por qué “se puede afirmar que los lectores del folletín se interesan y se apasionan por sus autores con mucha mayor sinceridad y más vivo fervor humano que el interés que despiertan en los saloncitos llamados cultos, las novelas de D’Annunzio o las obras de Pirandello”?⁵³ Y como correlato: ¿Por qué Italia, a la inversa de Francia, no ha producido este tipo de literatura destinada al pueblo, y por qué esa situación de dependencia en este ámbito, respecto de la producción extranjera? Cuestiones todas ellas que no adquirirán su legitimidad académica y política hasta la rehabilitación del receptor como sujeto activo del proceso de comunicación que sellará el destino de las teorías manipuladoras.

Pero el interés del filósofo italiano residía también, y al mismo tiempo, en otra parte. Las preguntas que formula acerca del folletín popular no adquieren su auténtico sentido sino a partir de otra: la

⁵² A. Gramsci, *Literatura e vita nazionali*, Roma, Riuniti, 1977, parte III. [La versión castellana de la presente cita ha sido reproducida de *Literatura y vida nacional*, Juan Pablos Editor, México, 1976, p. 141.]

⁵³ A. Gramsci, “National-popular literature, the popular novel, and observations on folklore”, en *Communication and Class Struggle*, vol. 2, op. cit., p. 73. [La cita en castellano está reproducida de *Literatura y vida nacional*, op. cit., pp. 124-125.]

relación de los intelectuales con el pueblo, el papel de éstos en la producción del consenso, de la voluntad general. A fin de cuentas, plantea el problema de las *mediaciones*. Frente al esquematismo de las reparticiones binarias, opone la compleja trama de los sistemas de alianza (y de negociaciones) en el establecimiento de la voluntad general, ese proceso de construcción de la hegemonía, es decir, la obra de dirección política, moral y cultural de un grupo social —un bloque histórico— que penetra en el meollo del cuerpo social, influyendo en su manera de vivir, su mentalidad, actitudes y comportamientos prácticos. Como telón de fondo, una gran preocupación: “Por esto —escribe— hay que combatir el economicismo no sólo en la teoría de la historiografía sino también, y especialmente, en la teoría y en la práctica políticas. En este terreno, la lucha puede y debe llevarse desarrollando el concepto de hegemonía.”⁵⁴ Se trataba aquí de una importante propuesta conceptual y política que se pronunciaba de forma categórica sobre las concepciones que, en esa época, predominaban en el seno del movimiento obrero internacional, propenso a no ver las estrategias de cambio social más que a través de las luchas de reivindicación económica. A través del concepto de hegemonía, el marxista italiano señalaba que no bastaba con apoderarse del Estado y cambiar la estructura económica para transformar el orden antiguo; que en las sociedades democráticas, la *cultura* era un campo donde el consenso se construía a diario y que los *intelectuales*, mediadores modernos, jugaban un papel esencial en esa construcción. De hecho, estas perspectivas de análisis no inspirarán nuevos enfoques críticos sobre la relación cultura/medios/intelectuales hasta mucho más tarde. Concretamente, hasta finales de los años setenta, cuando el peso de los medios y de la cultura industrializada en la producción del consenso sea tal que fuerce a los intelectuales tradicionales a replantear su relación con estos dispositivos de la cultura de masas, percibidos como verdaderos *nuevos intelectuales orgánicos*.

El combate contra el economicismo implicaba también un nuevo enfoque de la empresa. En el caso de Gramsci, la aparición de la

⁵⁴ A. Gramsci, *Quaderni del carcere*, Turín, Einaudi, 1975, Quaderni núm. 13, 18. [La versión en castellano de la cita está reproducida de “Algunos aspectos teóricos y prácticos del economicismo”, en *Política y sociedad* (trad. de J. Solé-Tura), Barcelona, Ediciones Península, 1977, p. 109. Los *Cuadernos de la cárcel* han sido publicados (4 tomos) en español por Editorial Era, de México, entre 1981 y 1986, en versión de Ana Ma. Palos].

necesidad de soñar despierto es, en efecto, paralela a la instauración de la organización científica del trabajo (taylorismo) y de la racionalización en la producción (fordismo). Por esta razón, la fábrica es, también, un lugar en el que se forma la hegemonía. Por lo demás es uno de los pivotes de su recelo frente a la relación entre Estados Unidos y Europa. Sopesando las oportunidades que el modelo fordista tiene de introducirse en las fábricas europeas, Gramsci muestra cómo la implantación de los nuevos métodos de producción remite a cambios sociales que rebasan las cuatro paredes de la fábrica (tipo de Estado, relación entre los sexos, ética, etcétera).⁵⁵

Estados Unidos, en efecto, se estaba convirtiendo en el polo de referencia y eran muchos los intelectuales que tomaban posición en torno a esta cuestión del (*norte*)americanismo. Luigi Pirandello, arduo defensor de la idea de *creación* y de *creador*, premio Nobel en 1934, llegaba a escribir: "El americanismo nos sumerge. Creo que un nuevo faro de civilización se ha encendido allí. El dinero que circula en el mundo es americano y detrás del dinero corre el mundo de la vida y la cultura."⁵⁶

Los interrogantes sobre la influencia de los modelos culturales difundidos por Estados Unidos no eran, en aquellos años, el coto exclusivo de la vieja Europa. Así, por ejemplo, el peruano José Carlos Mariátegui dedicaba un estudio a la génesis de la *instrucción pública* en su país y se preguntaba acerca de la inadecuación del dispositivo educativo respecto de las necesidades nacionales. Estudio de gran interés toda vez que Mariátegui no sólo analizaba el proceso de adopción de los *métodos norteamericanos*, a partir de la reforma educativa de 1920, sino que también describía la historia del largo periodo anterior, iniciado en 1831, durante el cual las ideas de los pedagogos y pensadores franceses habían influido profundamente en los gobernantes.⁵⁷

Las reflexiones sobre la *cultura del fordismo*, hechas por A. Gramsci,

⁵⁵ A. Gramsci, "Americanismo e Fordismo", *Note sul Machiavelli sulla politica e sullo stato moderno*, Roma, Riuniti, 1977 [ed. esp.: *Notas sobre Maquiavelo, sobre política y sobre el estado moderno*, México, Juan Pablos, 1975].

⁵⁶ L. Pirandello entrevistado por C. Alvaro, *L'Italia Letteraria*, 14 de abril de 1929. Anotación de A. Gramsci en *ibid.*, parte III. [La versión castellana de la cita está reproducida de "Americanismo y fordismo", en *Notas sobre Maquiavelo, sobre política y sobre el Estado moderno*, México, Juan Pablos Editor, 1975, p. 315].

⁵⁷ J.C. Mariátegui, *Siete ensayos de interpretación de la realidad peruana*, Lima, Imprenta Amauta, 1928.

desde la cárcel donde lo había encerrado el fascismo mussoliniano, se pronunciaban terminantemente sobre la visión culturalista de la mayoría de los intelectuales europeos contemporáneos. Era, en efecto, la hora de las Casandras. Y los discursos llevaban buena marcha, a propósito del *final de la cultura* y de la *decadencia de Occidente* —título de la obra del historiador y filósofo alemán Oswald Spengler (1880-1936), publicada a principios de los años veinte—, sucumbiendo ante los asaltos de la civilización de la técnica. Desde su madrileña *Revista de Occidente*, el filósofo español José Ortega y Gasset (1883-1955), autor de *La rebelión de las masas*, se sublevaba, ya en 1926, contra la cultura exportada por una Norteamérica sometida, únicamente, a las leyes de la producción-distribución masiva y de la tecnología. Una seudocultura que, a su modo de ver, se oponía de forma irremediable a la alta cultura de las Luces de la que el viejo continente era la cuna y el garante. Para empezar, le negaba a Estados Unidos la capacidad de “sucederle a Europa en el mando del mundo”, la posibilidad de colmar “el vacío de hegemonía en un mundo que ha perdido las referencias de la universalidad”.⁵⁸

La segunda guerra mundial se encargará de darle la réplica, al consagrar el advenimiento de la hegemonía de Estados Unidos en los modos de representación de la universalidad, o, cuando menos, de una cierta universalidad.

⁵⁸ J. Ortega y Gasset, *La rebelión de las masas*, Madrid, Revista de Occidente/ Alianza Editorial, ed. 1983, pp. 192-193. Véase también: R. Aron y A. Dandieu, *Le cancer américain*, París, Éditions Rieder, 1931; A. Siegfried, *La crise de l'Europe*, París, Calman-Levy, 1935.

4. EL CHOQUE DE LAS IDEOLOGÍAS

Internacionalización de las ondas

“El papel de barrera que desempeña la artillería en la preparación del ataque de la infantería será asumido en el futuro por la propaganda revolucionaria. Se trata de destrozarse psicológicamente al enemigo antes de que los ejércitos empiecen a entrar en acción.”

Esta afirmación figura en *Mein Kampf*. En el transcurso de la segunda guerra, sirvió a menudo de exordio a los trabajos de los estrategas que se esforzaban en vencer las reticencias de los estados mayores con respecto al componente psicológico de la guerra moderna. Bien es cierto, no obstante, que la Alemania nazi se había preparado para el enfrentamiento con una concepción radicalmente distinta de la de la Gran Guerra. Es de lo que tomaron conciencia, en 1938, los especialistas de la geopolítica.¹

Ese mismo año, Washington encargaba a seis compañías privadas —entre las que figuraban las grandes redes NBC y CBS— la producción de programas de radio con vistas a su transmisión hacia el extranjero. Y prioritariamente para América Latina. Las autoridades estadounidenses salían, por fin, de la inercia en la que les había sumido, a la vez, su política aislacionista y un régimen de radiodifusión en manos del sector privado, cuya principal preocupación —como en numerosos países sometidos a ese estatuto jurídico— distaba mucho de ser la cobertura internacional. El retraso por colmar era considerable. De hecho, hasta febrero de 1942, el gobierno, en pie de guerra, no tomará el relevo de las seis compañías privadas movilizadas cuatro años antes, con la creación de una radio gubernamental *Voice of America* (*La voz de América*).

Las futuras potencias del eje se habían adelantado con creces. Nada más llegar al poder, en 1933, el partido nacional-socialista inauguraba emisiones en onda corta, en inglés y en alemán, con destino a Estados Unidos. Dos años más tarde, el fascismo italiano lanzaba un servicio

¹ N.J. Spykman, *America's strategy*, *op. cit.*

en lengua árabe hacia África y el Cercano Oriente, obligando a los británicos a seguirles los pasos. Mientras que el Imperio japonés empezaba a emitir en inglés y en japonés hacia las islas Hawai y la costa del Pacífico de Estados Unidos, para luego, una vez desencadenada la guerra chino-japonesa, extender su radio de acción hacia la China del Norte y la India.

A partir de 1936, la guerra civil española ponía de relieve el lugar estratégico que el arma radiofónica estaba llamada a ocupar. La emisora de los ejércitos del general Franco multiplicaba desde Tetuán las emisiones en árabe intentando impedir que los moros se sumaran a las fuerzas republicanas. La radio de estas últimas emitía, en efecto, desde Valencia, en lengua árabe (también en francés, e incluso en ruso, para los combatientes de las Brigadas internacionales).

Los soviéticos, por su parte, habían sido pioneros en la internacionalización de las ondas. El Kremlin, en 1922, disponía de la estación emisora más potente del mundo. Fiel a la consigna de Lenin, este "periódico sin papel y sin fronteras" había iniciado, a partir de 1929, sus emisiones regulares en onda corta en alemán y en francés, y, al año siguiente, en inglés y en neerlandés.² Antes de que estallara el segundo conflicto mundial, la Unión Soviética emitía en más de diez lenguas y multitud de dialectos. Pero, en cuanto a potencia de emisión, había sido superada por la Alemania nazi. La fuerza de la radio soviética era la de las redes de su organización en escala mundial. Con motivo de su III Congreso, en 1921, la Internacional Comunista había emitido un documento programático, titulado *Tesis sobre la organización y la estructura de los partidos comunistas*, que, además de ratificar la concepción del partido como vanguardia del proletariado, regida por el principio del *centralismo democrático*, hacía extensivo a los partidos hermanos, el aprovechamiento de las experiencias que había tenido la organización soviética en materia de prensa y de trabajo de agitación, en la clandestinidad o en la legalidad. La creación del *Komintern* como estructura centralizada mundial pronto se revelará como un fantástico instrumento de *comunicación internacional*, mientras que los partidos servirán de relevos y de puntos de apoyo de la red. La primera radio instalada en Moscú en 1921 había sido bautizada, por cierto, como Radio Komintern.

² J. Hale, *Radio power propaganda and international broadcasting*, Londres, Elek Books, 1975. [ed. esp.: *La radio como arma política*, trad. Homero Alsina Thevenet, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, col. GG MassMedia, 1979].

Hasta 1938 la BBC —que estaba llamada a desempeñar un papel de catalizador en el combate contra Alemania— no creó un servicio en lengua alemana, al que seguirían otros en español y portugués para América Latina. Cuatro años más tarde, la estación británica emitía en dieciséis lenguas. En 1932, Londres había puesto en marcha emisiones regulares en inglés destinadas a su imperio (*Imperial Service*). Francia, por su parte, había lanzado, en 1931, una emisora colonial que fue sustituida, en 1938, por Paris-Mondial. Pero para esas fechas, sólo funcionaba uno de los seis emisores previstos en el proyecto inicial.³

En vísperas de la conflagración mundial, Alemania e Inglaterra contaban con más de 120 receptores por cada mil habitantes; Francia, con 77; e Italia no pasaba de 15. Estados Unidos se había distanciado: cerca de 200 receptores por cada mil habitantes. El subequipamiento de los ciudadanos soviéticos, en cambio, era indiscutible: 27 aparatos por cada mil habitantes. Subequipamiento que no lograba paliar la escucha colectiva del *receptor con hilo*, conectado con altavoces, promovido por las autoridades con la expresa finalidad de controlar mejor a sus audiencias.⁴

¿Qué ocurre, en aquellos años, con la organización entre estados de los sistemas de comunicación? En 1920, había tenido lugar en París una conferencia internacional de comunicaciones postales, ferroviarias, telegráficas, telefónicas y radiotelegráficas. Al año siguiente, el Comité técnico interaliado de radiocomunicaciones internacionales había preparado la futura conferencia de Washington (1927) en la que se decidió la fusión de la Unión Telegráfica Internacional (1865) con la Unión Radiotelegráfica Internacional (1906). En 1932, con ocasión de las conferencias organizadas en Madrid, esa fusión daba oficialmente origen a la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). (Después de la segunda guerra mundial, este organismo, cuya misión es la de reglamentar todos los aspectos de la radiocomunicación, se integrará, a semejanza de la Unión Postal Universal, en el sistema de las Naciones Unidas.)

Los estados se enfrentan, desde los orígenes de la radiodifusión, con un triple problema: el reparto del espectro de frecuencias; la amenaza de la *agresión exterior*; la organización de los intercambios de

³ A.J. Tudesq, *La radio en Afrique Noire*, París, Pédone, 1983.

⁴ P. Miquel, *Histoire de la radio et de la télévision*, París, Richelieu, 1973.

programas. En 1925, la comunidad internacional se dotó de una Unión Internacional de Radiodifusión (UIR), con sede en Ginebra. (Será una de las escasas instituciones internacionales establecidas en Suiza que seguirán funcionando durante el conflicto mundial, bajo la hegemonía alemana y con la ausencia de los representantes de las radios de países hostiles al Eje). UIR y UIT, de común acuerdo, garantizaron la regulación de las ondas hasta la víspera de la segunda guerra mundial. Numerosos congresos y comités internacionales, compuestos principalmente por juristas y diplomáticos, se preguntaron por la mejor forma de poner la radio al servicio de la paz. La Sociedad de Naciones (SDN), en 1931, había sufragado un informe sobre *todas las cuestiones internacionales que suscita el empleo de la radiodifusión desde el punto de vista de las buenas relaciones entre las naciones*. Este documento sirvió de base de discusión para el establecimiento de la Convención Internacional sobre el uso pacífico de la radiodifusión para la causa de la paz. Firmada en Ginebra, en 1936, por la mayoría de los países miembros de la SDN, constituía un verdadero pacto de no agresión radiofónica. Pero fuera de los hemiciclos de las asambleas representativas de las naciones, la realidad era ya más fuerte que las convenciones y los acuerdos. En 1934, el único recurso ideado por el gobierno Dolfuss para impedir en Austria todo tipo de escucha de las emisiones de propaganda nazi había sido la interferencia de las ondas. Era la primera vez en la historia que se utilizaba esta técnica para defenderse de este nuevo tipo de *agresión a la soberanía nacional*.

Una visión geopolítica del frente ideológico

Para el gobierno de Washington, el principal peligro del momento era la formación de una quinta columna en aquellos países en los que había residentes de origen alemán. De forma muy irónica, el III Reich intentó aplicar una doctrina lanzada unos años antes por el presidente norteamericano Calvin Coolidge, republicano, conservador y aislacionista, según la cual la soberanía nacional se extiende a los ciudadanos y a sus bienes, allá donde se encuentren. Aplicando este rasero, pues, la nación alemana comprendía, a la vez, a los súbditos del Reich (*Reichdeutsche*) y a aquellos ciudadanos de otros países que fueran descendientes de alemanes (*Volksdeutsche*).

A través de los enlaces de los servicios exteriores de la emisora en

onda corta situada en Zeesen, no lejos de Berlín, la propaganda pretendía, sobre todo, alcanzar las colonias alemanas instaladas en el extranjero (estimadas en 14 millones de personas). Para incitarlos a formar clubes y asociaciones, o incluso constituir minipartidos nacional-socialistas con un *gauleiter* local. Auténticas bolsas de subversión que, llegado el caso, preparaban la invasión mediante sabotajes, creaban confusión y difundían los ideales nazis. El peligro, si cabe, era aún más inminente para Estados Unidos que tenía que contar con la presencia de fuertes concentraciones de descendientes de alemanes en los países de América: 600 000 en Brasil, 150 000 en Argentina, una fuerte colonia en Chile, a la que se sumaba una larga tradición de vínculos entre el ejército prusiano y el ejército de tierra nacional, etc. Así pues, a partir de la amenaza que representaba este *frente cultural* abierto en América Latina por los nazis, el gobierno de Washington se vio obligado, por primera vez, a pensar una estrategia en el marco más amplio de sus objetivos geopolíticos. Se produciría una ráfaga de decisiones.

El presidente Roosevelt y su equipo movilizaron a los expertos en relaciones públicas para estudiar las mejores formas de acercamiento a los países latinoamericanos. El Departamento de Estado se dotó, en junio de 1938, de una división de relaciones culturales que, pese a esa denominación genérica, trabajó, casi exclusivamente con los países del subcontinente. La revista *Time* y el *Reader's Digest*, fueron enrolados para esta tarea. De esos años data la primera edición en lengua extranjera —en castellano— del *Reader's*. Hollywood hizo desaparecer de sus producciones, que invadían las pantallas latinoamericanas, a aquellos personajes que corrían el riesgo de herir las susceptibilidades de los habitantes de las distintas repúblicas.⁵ Walt Disney fue nombrado *embajador de buena voluntad* y sus estudios de dibujos animados en California se apropiaron de figuras populares de México, de Brasil y de los países andinos. De esta política de buena vecindad saldrán, concretamente, películas como *Saludos Amigos* y, más tarde, *Los tres caballeros* y numerosos episodios de tiras de *comics*.⁶ Los clubes Rotary y Lions pusieron sus redes al servicio de este acercamiento entre los pueblos. Dentro de este mismo contexto, el gobierno llamó en su ayuda a los radiodifusores privados que propusieron a sus patrocina-

⁵ A.L. Woll, "Hollywood's good neighbor policy; The Latin image in American film, 1939-1946", *Journal of Popular Film*, 1974, vol. III, núm. 4.

⁶ R. Schickel, *The Disney version. The life, times, art and commerce of Walt Disney*, Nueva York, Discus Books/Avon, 1969.

dores habituales la financiación de programas en castellano o en portugués, como las *charlas junto al fuego* del presidente de Estados Unidos.

Las inversiones tampoco quedaron en el olvido. La primera guerra mundial había iniciado la era de la hegemonía financiera de Estados Unidos que, poseedor de la mitad de la reserva mundial de oro, había empezado a convertirse en exportadores masivos de capitales. Entre 1919 y 1930, su participación en la inversión exterior había pasado del 6.3 por ciento al 35 por ciento.⁷ Región ya favorecida por los inversores, América Latina se convertirá, durante el mandato de Roosevelt, en la tierra de elección de las firmas estadounidenses. Esta preferencia durará cerca de veinte años, toda vez que el centro de gravedad de las inversiones directas de Estados Unidos en el extranjero no se desplazará hacia Europa hasta los años cincuenta.⁸

Y se echó mano de los viejos tratados. Una doctrina elaborada por el presidente Monroe en 1823 reconocía la necesidad de impedir que cualquier potencia extracontinental pusiera el pie en América Latina, en nombre de la seguridad nacional de la nueva confederación. Hasta la víspera del segundo conflicto mundial, Estados Unidos no se acercó a sus vecinos para constituir un sistema multilateral de defensa. Con anterioridad, las fuerzas armadas estadounidenses habían dejado campo libre a sus futuros enemigos europeos, mientras que los ejércitos alemán e italiano mantenían relaciones privilegiadas con sus homólogos en numerosos países. Por lo que se refiere a Estados Unidos, sólo mantendrá relaciones permanentes con la marina del Brasil y con la del Perú, ¡a través de una misión naval sufragada, gracias a una excepcional autorización del Senado norteamericano, no ya por Washington, sino por el país anfitrión! La primera misión militar se instalará en Colombia en 1938. Sólo la zona del Caribe y del canal de Panamá sería incorporada, a principios del siglo XX, al *sistema de defensa norteamericano*.

A finales de los años treinta, la contraofensiva cultural de la Casa Blanca es, pues, concomitante de una estrategia militar: se desarrolla en el marco de una teoría geopolítica que asienta el concepto de "defensa hemisférica". En este sentido, este frente que los textos de los geopolíticos de la época denominan unas veces cultural y otras

⁷ P. Melandri, *Histoire des États Unis, depuis 1865*, París, Nathan, 1984.

⁸ C. Layton, *L'Europe et les investissements américains*, París, Gallimard, 1968.

ideológico, y hasta político, aun cuando ninguno logre imponerse a los restantes, y que hasta ayer ocupaba un lugar secundario en la diplomacia internacional, adquiere sus títulos de nobleza en el tablero de las relaciones de fuerzas mundiales. El frente de la cultura, de la información y de la ideología empieza a participar plenamente de las artes marciales y de las luchas por la conquista de una "posición hegemónica". Una expresión muy querida por el geopolítico norteamericano Nicolas Spykman, que la define como la resultante de una combinación entre el potencial militar de una nación y un conjunto de factores tales como "el tamaño del territorio, la naturaleza de las fronteras, el volumen de la población, la ausencia o la presencia de materias primas, el desarrollo económico y tecnológico, el poder financiero, la homogeneidad étnica, la integración social efectiva, la estabilidad política y el espíritu nacional".⁹

La guerra psicológica

En el transcurso del segundo conflicto mundial, el término *propaganda* fue progresivamente desplazado, en beneficio de la expresión *guerra psicológica*. La génesis: "La palabra, explicará H. Lasswell, poco después de la capitulación de las fuerzas del Eje, procede de Alemania donde ha adquirido su sentido, a medida que los vencidos de la primera guerra tomaron conciencia de las causas de su *colapso* [...] El éxito de la expresión *guerra psicológica* se explica por la importancia que, en parte, han adquirido los especialistas de la psicología en Alemania, en Estados Unidos y en los restantes países occidentales. Los psicólogos querían un lugar bajo el sol; es decir que estaban ansiosos por demostrar que sus herramientas podían utilizarse para la defensa nacional en tiempo de paz. Muy pronto durante la guerra, un grupo de norteamericanos tradujo al inglés algunos textos importantes de la literatura alemana con el fin de abrirles los ojos a los militares acerca de la utilidad de la psicología, no sólo para comprobar las aptitudes, o la propaganda, sino también para programar cada fase de la dirección de la guerra en condiciones modernas."¹⁰ El propio

⁹ N.J. Spykman, *op. cit.*, p. 33.

¹⁰ H.D. Lasswell, "Political and psychological warfare", en *Propaganda in war and crisis*, bajo la dirección de D. Lerner, Nueva York, George W. Stewart Publisher, 1950. Del mismo autor, *World revolutionary propaganda*, Nueva York, Alfred Knopf, 1939.

Lasswell había contribuido a esta popularización de las doctrinas sobre la propaganda al publicar, en 1939, una obra titulada *World revolutionary propaganda*.

La trayectoria del término tiene valor, sobre todo, en función del uso que le dieron los militares estadounidenses. Los británicos —la BBC se mostró particularmente eficaz en este tipo de operaciones— privilegiaron la expresión *guerra política*, nombre que tomó una de sus principales agencias, la que estaba encargada de la información destinada al extranjero (Political Warfare Executive).¹¹ Esta diferencia terminológica es secundaria. Al menos, ésta es la opinión de Ladislav Farago que ha contribuido ampliamente a implantar la noción de *guerra psicológica* en Estados Unidos, en el transcurso de las hostilidades y que consideraba que las dos expresiones eran sinónimas: “Ambos términos designan esta forma de operaciones de información (*Intelligence*) que recurren a las ideas para influir en las políticas. Se refieren a opiniones, y a comunicaciones con los otros. Es una persuasión organizada mediante recursos no violentos, en contraste con la guerra militar en la que la voluntad de vencer se ejerce sobre el vencido mediante la violencia o la intimidación.”¹²

Esta definición-denominador común no puede ocultar, evidentemente, las divergencias que fueron apareciendo, no sólo en materia de doctrinas, sino también en su ámbito de competencia; divergencias que la victoria sobre el nazismo no logrará enterrar. En este reino de las definiciones, si bien hay muchos términos, son pocos los sentidos disponibles. Los interminables debates acerca de la diferencia entre guerra psicológica e información, propaganda e información, persuasión y comunicación, terminan, generalmente, en empate. Así de frágil es el tabique que separa a una de otra, especialmente en tiempo de guerra. En este ámbito movedizo, una definición no es nada si no remite a los usos.

Desde este punto de vista, la segunda guerra mundial fue, sin duda, el primer laboratorio de tamaño natural de la moderna sociología de la comunicación de masas. No sólo los grandes nombres de la época,

¹¹ M. Balfour, *Propaganda in war 1939-1945*, *op. cit.*

¹² L. Farago, *War of wits: The anatomy of espionage and intelligence*, Funk & Wagnals, 1954, p. 323. Véase también, dirigido por el mismo autor, *German psychological warfare. A critical, annotated and comprehensive survey and bibliography*, Nueva York, G.P. Putnam's, 1941. Otro clásico es la obra de P.M.A. Linebarger, *Psychological warfare*, Washington DC., The Infantry Journal Press, 1948.

sino también los futuros grandes nombres, vinculados de cerca o de lejos al destino de la disciplina, participaron en ella poniéndose al servicio de la guerra psicológica: Leonard W. Doob, Carl I. Hovland, Alex Inkeles, Morris Janowitz, Joseph I. Klapper, Harold D. Lasswell, Daniel Lerner, Leo Lowenthal, Lucian W. Pye, Wilbur Schramm, etc. A esta lista se añadieron numerosos universitarios de todas las tendencias como el antropólogo Clyde K. Kluckhohn o el filósofo Herbert Marcuse. Todos trabajaron en las nuevas estructuras que fueron creadas en esa ocasión.

Estados Unidos entró en guerra el 7 de diciembre de 1941. En aquel momento no disponían para llevar a cabo su propaganda en el exterior sino de dos organismos: la CIAA (Office of the Coordinator of Inter-American Affairs) y el COI (Coordinator of Information). Fundada en 1940 y presidida por Nelson Rockefeller, la CIAA trabajaba en estrecha colaboración con el departamento de Estado, pero su misión oficial la confinaba en América Latina. Mientras que el COI, establecido en julio de 1941, estaba encargado de dar cobertura al resto del mundo. En junio de 1942, el COI le cede el sitio a la OWI (Office of War Information) y a la OSS (Office of Strategic Services), sin que queden claramente definidas las competencias de cada una de estas agencias. Las tres armas, por su parte, disponían de sus propios servicios. Hasta marzo de 1943, la Casa Blanca no precisó con claridad los cometidos de la OWI: orientar la información extranjera y las operaciones de propaganda no disfrazada (*overt propaganda*), mientras que la OSS se encargaba más concretamente de las operaciones clandestinas (*covert propaganda*). Fue en el seno de la OWI o de la OSS donde trabajaron, preferentemente, sociólogos y psicólogos. Muchos coincidieron como asesores de la red de radiodifusión de *Voice of America*.

El Estado de seguridad nacional

En la inmediata posguerra, apareció una multitud de textos que sacaban las consecuencias de las respectivas experiencias. Así, en un libro apasionante, el antropólogo C. Kluckhohn, contó cómo se había echado mano de la antropología para construir una estrategia coherente de guerra psicológica contra el Japón imperial. Una estrategia que, a la vez que socava la moral de las tropas, preserva una cierta continuidad dentro de la organización social con el fin de velar por

una transición cultural.¹³ Edward A. Shils y Morris Janowitz publicaron un prototipo de investigación sobre el impacto de la propaganda de los Aliados en la eficacia combativa del ejército alemán. Su originalidad consistió en interesarse por el estudio de la estructura social en la que se recibían los mensajes. Contrariamente a una idea comúnmente admitida, que hacía de la propaganda una panacea, mostraron que la propaganda no facilita la desintegración hasta que los propios grupos primarios (especialmente el grupo de amigos) empiezan a disgregarse. Fue por tanto la fundamental indiferencia de las tropas hacia los millones de impresos y las emisiones radiofónicas de los Aliados, lo que les llevó a examinar la organización militar básica y su relación con el sistema de los grupos primarios.¹⁴

El sociólogo John Riley y el psicólogo Leonard Cottrell hicieron balance de las investigaciones y sacaron una lista de recomendaciones que iban a contracorriente de las teorías en vigor antes de la guerra. "Los modelos de interacción deben reemplazar a los conceptos convencionales estímulo-respuesta si queremos comprender el fenómeno de la comunicación y utilizar estos conocimientos en la guerra psicológica."¹⁵ Conclusiones que no eran compartidas por Carl Hovland y su equipo de psicología experimental de Yale quienes, durante la guerra, habían evaluado los efectos de películas, que ilustraban las causas y los fines del conflicto, en soldados estadounidenses en el Pacífico y en el frente europeo, tomando, de hecho, como base, ese famoso esquema criticado por los autores precedentes. El psicólogo de Yale había llegado, incluso, a obtener un modelo: el modelo psicodinámico de la persuasión. El mensaje persuasivo, según él, era aquél cuyas propiedades son capaces de alterar el funcionamiento psicológico del individuo y de inducirle a realizar actos deseados por el emisor. De ahí saldrá un verdadero *breviario* de la persuasión.¹⁶

Las opiniones acerca del impacto del alistamiento en el desarrollo

¹³ C. Kluckhohn, *Mirror for man*, Nueva York, Mc Graw-Hill, 1949.

¹⁴ E.A. Shils y M. Janowitz, "Cohesion and disintegration in the Wehrmacht in the World War II", *Public Opinion Quarterly*, 1948, vol. 12. Véase también un clásico sobre las organizaciones formales: S.A. Stouffer *et al.* (bajo la dirección de), *The American soldier. Studies in social psychology in World War II*, Princeton, Princeton University Press, 1949.

¹⁵ J.W. Riley y L.S. Cottrell, "Research for psychological warfare", *Public Opinion Quarterly*, 1957, vol. 21.

¹⁶ C.I. Hovland, A.A. Lumsdaine y F.D. Sheffield, *Experiments on mass communication*, Princeton, Princeton University Press, 1949.

de la ciencia social estaban, en efecto, muy divididas. Una de las más severas era la de Paul Lazarsfeld: "Durante la segunda guerra mundial, la mayoría de los organismos gubernamentales hizo un extenso uso de la investigación realizada en Estados Unidos. Y esto trajo consigo una multiplicación de los estudios tradicionales, más que una investigación de nuevos problemas y de nuevos métodos, dentro de una suerte de congelación del nivel anterior a la guerra. Al mismo tiempo, inició sus actividades la investigación sobre la comunicación internacional. El interés por la propaganda en onda corta, y más concretamente por la que fue difundida por el bando alemán, estimuló a la mayoría de los primeros escritos y experimentaciones."¹⁷

Pero la mayoría de los balances no volvían a hablar gratuitamente del pasado. En el horizonte aguardaba otra guerra, la que iba a enfrentar durante más de cuarenta años al Este con el Oeste. Y muchos se *reengancharon* con su equipaje de conocimientos. Al servicio del mundo libre. Así es como, el propio Riley, publicaba junto con Wilbur Schramm, antiguos colaboradores, ambos, de la OWI, en 1951, *The reds take a city: The communist occupation of Seoul, with eyewitness accounts*. La pauta estaba marcada.

En 1947, tres años antes de que estallara la guerra de Corea, la OSS se había metamorfoseado en CIA (Central Intelligence Agency) y, en 1948, la OWI le había dejado el sitio a la Office of International Information. La diligencia con que se desmanteló la OWI fue, a juicio de William Dizard, uno de los futuros altos consejeros de la información gubernamental en los primeros años setenta, "más que indecente". Ciertos funcionarios, en efecto, veían con malos ojos este organismo trufado, según ellos, de partidarios de Roosevelt y, también, de comunistas infiltrados gracias a la lucha antifascista. Durante los años cincuenta, en la época de la "caza de brujas", el organismo de la propaganda exterior del gobierno, convertido ya en USIA (US Information Agency), llegó incluso a ser objeto de cuatro investigaciones por parte de la comisión senatorial presidida por McCarthy. Se procedió a una purga y numerosos libros sospechosos fueron enviados a la hoguera.¹⁸

La disposición por la que se creaba la CIA llevaba por nombre National Security Act. Legitimaba las instituciones del tiempo de

¹⁷ P.F. Lazarsfeld, "The prognosis for international communication research", *Public Opinion Quarterly*, 1953, vol. 16.

¹⁸ W. Dizard, *The strategy of truth*, Washington, 1961.

guerra e instauraba sus prioridades como las del estado de paz. Pero, sobre todo, proporcionaba el marco legal para mantener la movilización excepcional de la guerra, impidiendo así una desmovilización que entrañaba el riesgo de que se reanudaran las crisis de los años treinta. La inmediata posguerra, en efecto, había precipitado el país a una severa crisis de reconversión. El plan Marshall —así como la guerra de Corea— significará la recuperación. El paro pasará del 6 al 3 por ciento y la tasa de crecimiento se situará en torno al 11 por ciento en 1950. A juicio de los analistas que se han ocupado de la relación conflicto militar-salud de la economía norteamericana, el rendimiento de la inversión *guerra de Corea* no pudo ser más provechoso. Según ironiza uno de ellos: “Los norteamericanos empiezan a soñar con un sistema que mantenga un alto nivel de gastos militares, con independencia, si cabe, de la guerra.”¹⁹ En todo caso, una cosa es cierta: el relanzamiento del sistema económico fue mundial y prosiguió durante los *treinta años gloriosos*, en los cuales se produjo un crecimiento exponencial.

La National Security Act, sellaba la alianza permanente de la industria y del Estado en pie de guerra. Alianza sin la cual el formidable auge de las industrias aeroespaciales y electrónicas de la comunicación jamás podría haberse producido. Al presentar la ley ante el Senado, el secretario de la Navy la resumía así: “Permite la coordinación de las tres ramas de las fuerzas armadas y, lo que me parece aún más importante, la articulación entre política extranjera y política nacional, la integración de nuestra economía civil con las obligaciones militares; permite avanzar continuamente en el ámbito de la investigación y de la ciencia aplicada.”²⁰ Se sientan así las bases de la sinergia de las empresas privadas-Pentágono, producción industrial-investigación militar, investigación universitaria y necesidades de la seguridad nacional. Una sinergia que había dado pruebas fehacientes durante la segunda guerra mundial. Así fue, en efecto, cómo nació, antes de la llegada del ordenador, la última gran calculadora ENIAC (Electronic Numerical Integrator, Analyzer and Calculator). El ENIAC fue construido —con mucho sigilo— por los profesores Eckert y Mauchly y sus colaboradores en la Universidad de Pennsylvania para los Laboratorios de investigación balística del cuerpo de artillería del ejército norteamericano.

¹⁹ C. Moisy, *L'Amérique sous les armes*, París, Le Seuil, 1971.

²⁰ L.S. Rodberg y D. Shearer, bajo la dirección de, *The Pentagon watchers*, Nueva York, Doubleday Anchor Books, 1970.

Como muestra del salto cualitativo en la actitud de los círculos gubernamentales y militares con respecto a la investigación y el desarrollo: en 1930, el gobierno sólo participaba con un 14 por ciento en el total del presupuesto público y privado en Investigación y Desarrollo. En 1947, la parte gubernamental en la factura nacional era del 56 por ciento. Según observaba un experto de la Escuela Industrial de las Fuerzas Armadas de Estados Unidos, en febrero de 1950: "La expansión de las actividades del gobierno... es señal de una mayor capacidad para administrar estos asuntos de forma sistemática... La relación I+D=seguridad nacional es conocida desde hace mucho tiempo; pero la amplitud del esfuerzo y la rapidez del progreso han aumentado tanto que esta relación tiene ahora un significado totalmente nuevo."²¹

Conflictos de poder entre disciplinas

La guerra fría precipitó los interrogantes sobre el concepto de guerra psicológica. "Mi impresión, manifestaba L.S. Cottrell ante la American Sociological Society, es que, lejos de ser un concepto clarificador que estructura un campo y guía la acción, por no decir el esfuerzo de investigación, el término *guerra psicológica* es ambiguo y conduce a un pensamiento y una acción confusos. Se presta a un uso que le hace abarcar mucho o demasiado poco e induce a decisiones erróneas cuando se trata de fijar las diversas responsabilidades en los programas de acción y en la investigación [...] Aun cuando yo reconozco la importancia del papel de la teoría psicológica y de su metodología de investigación para acercarse a este ámbito, el error estratégico que los psicólogos tienden a cometer, con sus excepciones, evidentemente, es que no se han devanado suficientemente los sesos, para cruzar sus propias imaginaciones y herramientas con otras disciplinas pertinentes, especialmente la sociología, la antropología, la psicología social y la ciencia política."²²

Los círculos académicos se agitaron para encontrarle un sustituto al concepto o, en su defecto, para diseñar los contornos de un nuevo

²¹ B.J. Williams, "The importance of research and development to national security", *Military Review*, febrero de 1950, p. 11.

²² L.S. Cottrell, "Psychological warfare: A misnomer", en *A psychological warfare casebook*, W.E. Daugherty y M. Janowitz, eds., *op. cit.*, pp. 18-19.

contenido. Y se hizo un balance de las expresiones consagradas en la práctica para denominar a esa polimorfa realidad: *guerra de las ideas, lucha por la conquista de las mentes y de las voluntades, guerra del pensamiento, guerra ideológica, guerra de nervios, guerra política, información internacional, información de ultramar, campaña de la verdad, propaganda internacional, guerra de propaganda, guerra de palabras, agresión indirecta, agitación, comunicación internacional*.²³ Una de las grandes preocupaciones era la de intentar marcar las diferencias entre el ayer y el hoy, es decir, entre un significado que había adquirido su legitimidad bajo la regla militar y otro en búsqueda de un sentido y de una orientación más civil. Porque, según escribirá Murray Dyer: “En una sociedad democrática, las respuestas a estas preguntas debe darlas el poder político, diferente del militar, incluso si las consideraciones militares pueden ser un factor dominante.”²⁴

La consecuencia de este balance no tardó en hacerse sentir, antes, incluso, de que finalizaran los años cincuenta. El término de guerra psicológica conservaría, sin duda, su carta de naturaleza en la comunidad académica, y, más concretamente, entre los investigadores procedentes de la psicología experimental, como, por ejemplo, Carl I. Hovland y su equipo de Yale. Pero, paralelamente, se abrieron paso conceptos tales como *comunicación política y comunicación internacional*.

Esta disputa conceptual se explica en parte —y Cottrell así lo da a entender claramente— por la rivalidad existente entre disciplinas y corrientes, dado que el reto consistía en destacar un campo de investigaciones dentro de un contexto en el que la captación de recursos financieros sustanciales, canalizados hacia los centros universitarios, en este sector, representa un segundo desafío.

La competencia entre paradigmas científicos resulta especialmente patente cuando se considera la evolución de las teorías sobre los efectos de los medios durante las décadas de los cuarenta y de los cincuenta. Sociólogos como Paul Lazarsfeld se oponen a una tradición teórica centrada en el esquema estímulo-respuesta, representada por Lasswell y su concepción mecanicista del proceso de comunicación, o por un Hovland que enfatiza la teoría behaviorista del aprendizaje. En efecto, en 1944 aparece la obra de Lazarsfeld, *The people's choice*, escrita

²³ R.I. Perusse, “Psychological warfare reappraised”, en *ibid*.

²⁴ M. Dyer, *The weapon on the wall, rethinking psychological warfare*, Baltimore, Johns Hopkins Press, 1959, p. 32.

en colaboración con B. Berelson y H. Gaudet. Estos investigadores intentaron medir la influencia de los medios sobre 600 electores del condado de Erie, en el estado norteamericano de Ohio, durante la campaña presidencial de 1940. Se dedicaron a observar y a evaluar los elementos intermedios que se deslizan entre el punto inicial y el punto final del proceso de comunicación y que tienen una repercusión directa sobre los *efectos* obtenidos por una comunicación.²⁵

Esta obra suscitará otras muchas, entre las que figura la no menos famosa *Personal influence*, firmada conjuntamente por P. Lazarsfeld y Elihu Katz, publicada en 1955, pero elaborada sobre la base de encuestas realizadas diez años antes.²⁶ Al tiempo que retoman las conclusiones del primer estudio, ambos autores abordan no ya el comportamiento electoral, sino el de los consumidores en el mercado de los bienes de consumo, de la moda y del ocio, y, más concretamente, el de la elección de las películas. Al sondear los procesos individuales de decisión en una población femenina de 800 personas residentes en una ciudad de 60 000 habitantes, Decatur, en Illinois, redescubren —como en el estudio precedente— la importancia del *grupo primario*. Esto hace que perciban el flujo de comunicación como un proceso en dos etapas, donde el rol de los *líderes de opinión* resulta esencial. Lo cual se convirtió en el *two-step-flow*²⁷ (flujo en dos pasos, o etapas). En el primer escalón se encuentran aquellos que están relativamente bien informados porque están directamente expuestos a los medios; en el segundo, se encuentran aquellos cuyo contacto con los medios es menor y que dependen de los otros para obtener información. En la primera de las categorías es donde se reclutan estos líderes de opinión que transmiten la información a los de la segunda por medio de canales interpersonales. En estas conclusiones subyace el replanteamiento de las teorías y de las doctrinas sobre la *sociedad de masas* y su efecto uniforme sobre sus miembros. Replanteamiento, también, de las tesis optimistas y pesimistas acerca de la omnipotencia de los medios. La noción misma de efecto masificador y masificante es

²⁵ P.F. Lazarsfeld, B. Berelson y H. Gaudet, *The people's choice*, Nueva York, Duell, Sloan & Pearce, 1944.

²⁶ E. Katz y P.F. Lazarsfeld, *Personal influence. The part played by people in the flow of mass communications*, Glencoe, Ill., Free Press, 1970 (1a. edición, 1955). [ed. esp.: *La influencia personal*, Barcelona, Ed. Hispano Europea, 1979 (1a. ed.)].

²⁷ E. Katz, "The two-step flow of communication", *Public Opinion Quarterly*, 1957, vol. 21.

reemplazada por esta otra cuestión, acertadamente resumida por Bernard Berelson en 1949: ciertos tipos de comunicación referidos a ciertos tipos de problemas, que se dirigen a ciertos tipos de personas que se encuentran en ciertas condiciones, producen un cierto tipo de efectos.²⁸

El hecho de que, en lo relativo a la evaluación de los *efectos de los medios*, una corriente suscriba la hipótesis behaviorista y que otra la refute, invocando la comunicación en dos etapas, no cambiaba, en sustancia, nada del asunto. Lo que las separaba, de hecho, era secundario: el punto de arranque de su reflexión era un individuo que construye enteramente el contrato social fundador de la sociedad civil. Para estos herederos de la filosofía política de Hobbes y de Locke, ni la gente ni los propios medios están socialmente localizados. Es decir, situables dentro de redes de intereses divergentes y contradictorios, que evolucionan dentro de estructuras en las que se construyen como sujeto, y que, al mismo tiempo, las modelan. Ahí está el punto de convergencia en el que confluyen quienes atribuyen al medio un poder mítico y quienes, en lo sucesivo, no cesarán de relativizar el *poder de los medios* hasta el punto de diluirlo en el principio neoliberal de la soberanía absoluta del consumidor y de la autodeterminación de sus opciones.

Comunicación internacional: un discurso de combate

Bien pocos son los informes de investigaciones sobre la *comunicación internacional* de aquella época que no entonan el himno del intelectual al servicio del mundo libre. He aquí algunas muestras.

La primera procede de una investigación realizada por un famoso soviétólogo, Alex Inkeles: "Poco después de la segunda guerra mundial, Estados Unidos y la Unión Soviética se han lanzado a una batalla ideológica en gran escala en la que el arma ha sido la propaganda; el campo de batalla, los canales internacionales de comunicación; y el precio, las lealtades y obediencias de los hombres y de las mujeres a lo largo y ancho del mundo. Sin duda alguna, el aspecto más importante de este combate es su efecto sobre las mentes de la gente, y las

²⁸ B. Berelson, "Communications and public opinions", en *Mass Communications*, bajo la dirección de W. Schramm, Urbana, Champaign, University of Illinois Press, 1949, p. 500.

implicaciones de tales efectos en la estabilidad nacional y la paz internacional. El especialista en medios y opinión pública tiene una responsabilidad de primer orden cuando se trata de estudiar estos efectos.²⁹

El segundo ejemplo está sacado de un estudio realizado por Joseph Klapper y Leo Lowenthal en el marco de su labor de asesoramiento a la *Voice of America*, medio por excelencia de la política oficial de Estados Unidos: "Los guerreros psicológicos de los Estados Unidos están comprometidos, hoy en día, con los medios de comunicación de masas, a través de la prensa, la radio y el cine. Este artículo se propone pasar revista a las contribuciones de la investigación de la opinión a un tipo de guerra psicológica: más concretamente, su contribución a la evaluación de la radio intercontinental. Algunas de estas aportaciones se adecuan a las presentes tareas; otras se quedan un poco cortas frente a las necesidades del momento. De estas carencias y de los medios para superarlas es de lo que estamos tratando."³⁰

Cuando se conoce el título de la obra de W. Schramm —fundador, recordémoslo, en 1956, del célebre Institute for Communication Research de la Universidad Stanford— sobre la conquista de Seúl, no resulta muy extraño encontrarse, en otro de sus trabajos, con la siguiente afirmación sobre la necesidad de *profesionalizar la guerra psicológica*: "El mundo está en una situación tal que la autopreservación exige la más intensa de las presiones en materia de guerra psicológica, la cual sólo puede ser ejercida por un extenso cuerpo de profesionales adiestrados al frente de inmensos recursos."³¹

En cambio, se comprende menos la prontitud de Paul Lazarsfeld, artífice del famoso Bureau of Applied Social Research de Columbia, en contestar a la llamada y proponer a sus colegas, en un número de *Public Opinion Quarterly*, publicado en el transcurso del invierno 1952-1953, las grandes líneas de lo que podría ser el nuevo campo de investigaciones de la *comunicación internacional*, cuya construcción le parece inseparable de la nueva situación política. En ese mismo

²⁹ A. Inkeles, "The Soviet characterization of the voice of America", *Journal of International Affairs*, 1951, núm. 5, p. 44. Véase también su obra cumbre: *Public Opinion in Soviet Russia*, Cambridge, Mass., Harvard University Press, 1950.

³⁰ J.T. Klapper, y L. Lowenthal, "The contributions of opinion research to the evaluation of psychological warfare", *Public Opinion Quarterly*, 1951-1952, vol. 15, p. 651.

³¹ W. Schramm, *et al.*, *The nature of psychological warfare*, Baltimore, The Johns Hopkins University, 1958, citado por M. Dyer, *op. cit.*, p. 58

número dedicado al tema, Leo Lowenthal anunciaba el nacimiento de la "nueva disciplina de la comunicación internacional". Algunos meses antes, incluso, se había constituido, para promoverla, un subcomité en el seno de la Asociación norteamericana para la investigación de la opinión pública, de la que Lowenthal era presidente. "La relación entre la política práctica y la ciencia social —escribía Lazarsfeld—, debería ser una relación de doble dirección. No sólo deberíamos contribuir a la elaboración de la política de Estados Unidos, sino que, además, deberíamos confiar en que los que hacen la política también tengan la seguridad de que su obra contribuye a las ciencias sociales. Esto es urgente, no sólo por razones académicas, sino también porque —y ello en una medida considerable— el bienestar nacional e internacional del país, como ya lo ha indicado Lasswell, está vinculado a las técnicas de la investigación en ciencias sociales.

"No sólo porque nosotros podemos ayudarles, sino porque la exclusión de las ciencias sociales de los acontecimientos sociales cotidianos empobrece a los científicos de la sociología que son, en sí mismos, un recurso importante dentro de un país. Es de desear en este sentido, que la investigación sobre las comunicaciones internacionales, porque éstas intervienen en un ámbito comprometido, contribuya a la mejora de la relación entre las ciencias sociales y esos grupos e instituciones que son los actores del escenario social."³² Este cuadro le parecía tan estrecho al sociólogo disidente Wright Mills, que afirmaba: "La sociología ha perdido su impacto reformador; la tendencia a examinar problemas fragmentarios y relaciones causales aisladas le ha dado un giro conservador, en el sentido de su utilización por los monopolios, el ejército y el Estado."³³

En 1953, precisamente, el presidente Eisenhower lanza un vibrante llamamiento a todas las fuerzas vivas de la nación para defender la libertad: "La lucha en la que está hoy comprometida la libertad es, literalmente, una lucha total y universal [...] Es una lucha política [...] Es una lucha científica [...] Es una lucha intelectual [...] Es una lucha espiritual [...] Porque lo que se pone en juego en esta lucha total, en su sentido más profundo, no es ni el suelo, ni los alimentos, ni el poder, sino el alma misma del hombre."³⁴

³² P.F. Lazarsfeld, *The prognosis for international communication research*, art. cit.

³³ C.W. Mills, *The sociological imagination*, Nueva York, Oxford University Press, 1959, p. 92.

³⁴ Citado en M. Dyer, *op. cit.*, p. 25.

En el frente tecnológico, la afluencia de las inversiones del Pentágono en la investigación y el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información permitió, en aquel entonces, el despegue de la industria informática. "En 1959, se han adjudicado a los fabricantes norteamericanos de ordenadores contratos de investigación y desarrollo por un importe cercano a los mil millones de dólares. Esta cifra es comparable con el importe total de las compras de ordenadores en los mercados civiles, en aquellos años, y, por supuesto, supera con creces cualquier apoyo otorgado a la industria informática en los restantes países. Coincidente con los años de formación de esta nueva e importante industria, esta política sin duda ha surtido mucho más efecto que ninguna otra política nacional emprendida en esa época o a partir de entonces."³⁵ Esta cita está sacada de un informe redactado a petición de la OCDE, en vísperas del periodo en que empieza a agudizarse la competencia internacional en el sector.

Por otra parte, son muchos los historiadores norteamericanos de la informática que están de acuerdo con el hecho de que la guerra de Corea fue decisiva para la expansión de las *necesidades informáticas*. También están de acuerdo con el hecho de que IBM pudo adelantarse a todos sus competidores gracias a un contrato en particular: el que consiguió con motivo de la licitación convocada por la Ballistic Missile Early Warning System (BMEWS) y que le permitió diseñar la primera computadora de transistores, en noviembre de 1959. En los años cincuenta, y a petición de la US Air Force, se construye la red de defensa continental SAGE (Semi-Automatic Ground Environment). Cada computadora estaba conectada con un radar que captaba datos sobre la trayectoria de los aviones. Las transmisiones de información entre las computadoras, interconectadas mediante líneas telefónicas, permitían, a la vez, confirmar las informaciones de orígenes distintos y constituir una base de datos continuos del espacio. Esta red, con la que se iniciaba la *teleinformática*, ha permitido desarrollar la mayoría de las innovaciones que todas las computadoras utilizarán en lo sucesivo. SAGE "inaugura, sin duda, la entrada del hombre en los mundos artificiales que ha situado entre él mismo y una naturaleza cada vez más inaccesible en *tiempo humano real*" y "ha servido para

³⁵ OCDE, *Allocations de ressources dans le domaine de l'informatique et des télécommunications*, París, 1975, III parte. Acerca de la historia de la informática: N. Metropolis, *et. al.*, (bajo la dirección de), *A history of computing in the twentieth century*, Londres, Academic Press, 1980.

arrastrar a la industria, en particular a IBM, a la construcción en serie de computadoras complejas y fiables".³⁶

Bajo la égida, también, del departamento de Defensa, se organizó, en 1968, la arquitectura de la primera red de transmisión de datos, la Arpanet (Advanced Research Project Agency Network). Tenía que unir entre sí a los centros de cálculo de las universidades norteamericanas y, gracias a una conexión vía satélite, a éstos con Europa, en Londres y con el Pacífico, en Hawai. Su misión oficial era la de atender todos los proyectos patrocinados por el gobierno federal y servirá, en lo sucesivo, de punto de referencia para la mayoría de sus homólogos en los grandes países occidentales. Desde que fuera concebido, en el marco de la seguridad nacional —los primeros experimentos se remontan a 1958—, este sistema conservaría, sobre todo, la idea inicial de una red de calculadores, tejida de tal forma que el encaminamiento de los datos numéricos pudiese efectuarse por varias vías diferentes y que el conjunto no sufriese demasiado por la eventual destrucción de uno o de varios centros de cálculo.

La carrera espacial

Antes de que acabasen los años cincuenta, se abriría otro frente de la guerra fría: la carrera espacial. Los soviéticos se anticipan a los norteamericanos con el lanzamiento del primer satélite artificial *Sputnik* en 1957, y luego, en 1961, con el primer hombre en el espacio, Yuri Gagarin. El presidente John Kennedy le pide a la nación norteamericana que aúne sus esfuerzos para llegar a la Luna antes de que finalice el decenio. "Los Estados Unidos, su psique, así como su sentido de la seguridad, espoleados por el prestigio y la importancia militar del *Sputnik* lanzado por la URSS, abrieron de par en par las cajas del tesoro del Estado y se gastaron miles y miles de millones para alcanzar y superar a la Unión Soviética en el espacio."³⁷

Fue la señal de salida de una carrera desenfrenada que sólo puede compararse con la de los armamentos. La carrera hacia las estrellas se convirtió en una plataforma primordial para ganar la guerra fría. La

³⁶ Ph. Breton, *Une histoire de l'informatique*, París, La Découverte, 1987, pp. 129-130. [ed. esp.: *Historia y crítica de la informática*, Madrid, Cátedra, 1989 (1a. ed.)].

³⁷ J. Fletcher, "Toward corporate continuity in space: The case for Nasa's future", *Finance*, abril de 1972.

cabeza de puente fue la NASA (National Aeronautics and Space Administration), fundada en 1957, que tenía por misión la investigación y la promoción de los proyectos de exploración espacial. Un organismo cuyo administrador pregonaba, lisa y llanamente: "Por primera vez en la historia de la humanidad, la posibilidad de dejar tras de sí a la Tierra y de explorar el sistema solar está al alcance de la mano: sólo dos naciones, Estados Unidos y la Unión Soviética, disponen, hoy en día, de los recursos necesarios para explotar esta posibilidad. Si nosotros, que somos el símbolo del gobierno democrático, abandonásemos esta oportunidad en manos del abogado y líder de la ideología comunista, no podríamos conservar intacta nuestra propia imagen y la que las otras naciones tienen de nosotros y de la sociedad libre que nosotros representamos."³⁸

En 1962, cinco años, por tanto, después del éxito del primer satélite artificial de la tierra, el Sputnik, y de la réplica del Explorer, Estados Unidos lanza sus satélites Relay, Syncom y Telstar. El número 1 de los artefactos de la serie Telstar es el primer satélite de comunicación *activo* porque está equipado con amplificadores que refuerzan las señales dirigidas hacia la Tierra. Enlaza, por primera vez, a Estados Unidos con Europa. Ese mismo año, el gobierno de Washington se dota de una institución encargada de explotar esta tecnología espacial: Comsat (Communication Satellite Corp.). La disposición fundacional aprobada por el Congreso (Communication Satellite Act) le asigna un cometido: organizar y explotar comercialmente esta innovación tecnológica. Según una fórmula original propuesta por la FCC (Federal Communications Commission), Comsat se configura como una sociedad privada, de características inéditas, que mantiene un vínculo orgánico entre el Estado y las grandes empresas de telecomunicaciones. La mitad de las acciones se ofertan al público y la otra mitad a las 163 firmas acreditadas pertenecientes a la industria de la comunicación. Entre cuatro gigantes —American Telegraph & Telephone (ATT), International Telegraph & Telephone (ITT), General Telephone & Electronics (GTE) y Radio Corporation of America (RCA)— logran reunir más del 45 por ciento, dejando el 5 por ciento restante a las otras firmas. Una miríada de suscriptores (unos 175 000) se reparte el 50 por ciento restante. Los tres representantes de la Casa Blanca comparten con los delegados de los accionistas los asientos del consejo de administración.

³⁸ J.E. Webb, *Space: The new frontier*, Washington, DC, US Government Printing Office, 1967.

En 1964, Estados Unidos, provisto de esta herramienta operativa, proponen a los países occidentales sentar las bases de una red internacional de comunicaciones por satélite. Es decir, de la Intelsat (International Communication Satellite). Su administrador será Comsat. La influencia de Estados Unidos sobre este sistema es, entonces, absoluta. No sólo controlan la gestión a través de Comsat, sino que son titulares de más del 60 por ciento de las acciones del consorcio. Gran Bretaña, Francia y la República Federal de Alemania poseen un 20 por ciento, mientras que ningún país del tercer mundo figura entre las 19 naciones propietarias del sistema. Esta supremacía estadounidense se repite en el ámbito de los contratos de suministros, toda vez que las grandes empresas que tienen esta nacionalidad se llevan la mejor tajada. Entre 1965 y 1968, apenas si una quinta parte de estos contratos va a parar a firmas europeas o japonesas. A menudo se limitan a copiar las realizaciones norteamericanas.³⁹ Hasta los años ochenta la industria espacial europea no logrará contrarrestar con éxito a la industria de Estados Unidos. Este decenio también será el de la desreglamentación del sistema público Intelsat, obligado, por instigación de la administración Reagan, a afrontar la competencia de los sistemas privados de satélites.

En 1965 se pone en órbita el primer satélite geoestacionario de telecomunicación comercial *Early Bird*, que inicia la primera generación de la red internacional de los satélites Intelsat. Su capacidad es de 240 circuitos telefónicos o un programa de televisión. En esas fechas, no existen en el planeta más que cuatro estaciones terrestres capaces de recibir las señales retransmitidas: en Estados Unidos, en Gran Bretaña y en Francia. Concebido como una respuesta del campo socialista al Intelsat, la Unión Soviética propone ese mismo año su propio sistema de alcance internacional (Intercosmos) y crea, en 1971, Intersputnik (organización internacional de las comunicaciones espaciales), un organismo de carácter comercial en el que, a finales del decenio, participa una decena de países frente al centenar del sistema competidor.

Al firmar la norma por la que se creaba Comsat, el Congreso le había recomendado “que se preocupara, sobre todo, de ofrecer sus servicios a los países y a las regiones menos desarrollados”. Una tarea que llevará a cabo a partir de la segunda mitad de los años sesenta. Se

³⁹ A. Mattelart, *Multinacionales y sistemas de comunicación*, México, Siglo XXI, 1977, capítulo III, “La difusión de tecnologías espaciales”.

planteaba un nuevo conjunto de problemas a la investigación en materia de comunicación internacional: la prospección de los usos para los satélites. Brasil y la India figuran entre las primeras naciones que fueron tanteadas como posible campo de experimentación. Destacaban en primer plano los dictámenes de investigadores como Wilbur Schramm, autor del primer informe publicado por la UNESCO sobre la utilización del satélite con fines educativos, y de institutos de investigación como el de Stanford.⁴⁰ Era la época en que la Mass Communication Research tenía el viento en popa dentro de las grandes organizaciones del sistema de las Naciones Unidas.

Reconversión civil

La carrera espacial como gran relato del Estado-nación norteamericano habrá durado algo más de diez años. Hacia 1972, esta epopeya decae. "El punto de vista del patriota y del científico puro cedió el paso al del pragmático [...]. La guerra fría se entibió. Y una era más pacífica está coincidiendo con una creciente toma de conciencia de que aquí, en la tierra, en el tejido social, hay agujeros hechos por las polillas." En estos términos, el administrador general de la NASA trazaba, en abril de aquél año, las nuevas líneas de la política espacial de Estados Unidos.⁴¹

Satélites de comunicación, satélites de observación meteorológica, satélites de ayuda a la navegación aérea y marítima, satélites de observación de los recursos nacionales, toman el relevo de la conquista y de la exploración lunar y se llevan la parte del león en los presupuestos gubernamentales. La distensión hace que florezcan los proyectos de acoplamiento en el cielo de las naves espaciales soviéticas y estadounidenses (Soyuz). La reconversión civil de las altas tecnologías espaciales va a buen paso.

El optimismo tecnológico está de moda entre las grandes firmas electrónicas y aeroespaciales deseosas de diversificarse con el fin de escapar del monocultivo de ingenios para la defensa. Con el final de las guerras del Sureste asiático, la aceleración de la utilización civil de

⁴⁰ W. Schramm, *Satellites de télécommunications pour l'éducation, la science et la culture*, París, UNESCO, 1968 (Colección Estudios y Documentos de Comunicación Social, núm. 53).

⁴¹ J. Fletcher, *art. cit.*

las tecnologías, cuyo ciclo exclusivamente militar ha concluido, se confirma día tras día. Todas las esperanzas de resolver los grandes desequilibrios sociales parecían estar permitidas. Según anunciaba un alto responsable de la firma General Electric en 1975: "El sector privado debería cumplir con su papel aportando soluciones a los problemas de alojamiento, educación, tráfico urbano, sanidad pública [...] Estamos asistiendo a la aparición de un *complejo social-industrial*, una asociación permanente entre el sector privado y el gobierno con vistas a encontrar una solución a estos grandes problemas sociales."⁴²

En la estrategia de integración vertical y horizontal adoptada por los grandes conglomerados *multimedia* en vías de creación, el sector de la educación y de la pedagogía se abre paso a partir de finales de los años sesenta, ante la fuerte creencia en su promesa de ser un *mercado portador*. Es la época en que psicólogos, sociólogos y pedagogos trabajan de forma concertada con la gente de televisión con vistas a encontrar una alternativa a las lógicas comerciales de las grandes *networks*, con el generoso apoyo de fundaciones educativas como la Ford y la Carnegie. Las nuevas series educativas que saldrán de allí serán emitidas por la cadena de televisión pública creada a finales de los años sesenta.⁴³ Las reivindicaciones de las minorías negras e hispanohablantes incluyen en el orden del día la lucha contra las desigualdades escolares y la integración de los muchachos de los guetos.

Los discursos del Estado sobre el uso del espacio en beneficio del hombre dentro de un orden mundial, en el que el *Welfare State* sigue siendo uno de los principales protagonistas, acompañan a esta *nueva era espacial*. "Hay que ofrecer el genio de la ciencia y de la tecnología norteamericanas para resolver los problemas del desarrollo [...] La explosión de las comunicaciones y del conocimiento demanda nuevas formas de colaboración internacional", propone, en 1971, el presidente Nixon.⁴⁴

⁴² Citado en J. Woodmansee, *The GE Project. The world of a giant corporation*, Washington, DC, North Country Press, 1975.

⁴³ Véase M. Mattelart, "Education, television and mass culture. Reflections on research into innovation", *Television in transition*, P. Drummond and R. Paterson, eds., Londres, BFI, 1985.

⁴⁴ *Department of State Newsletter*, febrero de 1971.

Cándidos en el extranjero

¿Hubo, en los años cincuenta, otros problemas de investigación sobre la *comunicación internacional* que no encajaban en el esquema inspirado por la lógica de la guerra fría? ¿Hubo otra forma de replantearse este tema de las relaciones internacionales de comunicación, partiendo de la experiencia adquirida durante el periodo de guerra?

La respuesta es sí, incluso si el sentido común destilado por la investigación en ciernes aplastaba a esa otra forma de ver al Otro en el escenario extrafronterizo. Se trata, concretamente, de las reflexiones de Edward T. Hall. Oficial en un regimiento compuesto fundamentalmente por negros, condujo a sus hombres por Europa y Filipinas, observando sus difíciles contactos con las poblaciones locales. Durante los años cincuenta, trabajó, sucesivamente, en un atolón del Pacífico como intermediario entre los militares y las poblaciones autóctonas, y en el Foreign Service Institute del departamento de Estado, encargado de familiarizar a cooperantes y diplomáticos con las culturas propias de los países de sus futuros destinos.⁴⁵ Sobre estas confrontaciones de ultramar, Edward Hall escribió una primera obra, *The silent language*, publicada en 1959, seguida, al año siguiente, de un artículo en la prestigiosa *Harvard Business Review*, en el que extrapolaba sus conclusiones para uso de los hombres de negocios.⁴⁶ Su artículo empezaba así: "Salvo raras excepciones, los norteamericanos son relativamente unos recién llegados al escenario comercial internacional. Hoy en día, como en la época de Mark Twain, somos, con demasiada frecuencia, unos *cándidos en el extranjero*, en una era en la que ser ingenuo y meter la pata en las operaciones comerciales exteriores puede tener serias repercusiones políticas." Y concluía: "Nuestros conocimientos, por ahora, son escasos, y han de emprenderse muchas más investigaciones antes de que el hombre de negocios pueda trasladarse al extranjero debidamente pertrechado para este tipo de trabajo. No sólo necesita estar versado en la economía, el derecho y la política del lugar a donde se dirige, sino que deberá comprender, cuando no hablar, los lenguajes silenciosos de las otras culturas."⁴⁷

⁴⁵ G. Bateson et al., *La nouvelle communication*, Presentación de Yves Winkin, París, Le Seuil, 1981 [ed. esp.: *La nueva comunicación*, Barcelona, Ed. Kairós, 1984].

⁴⁶ E.T. Hall, *The silent language*, Nueva York, Doubleday, 1959. [Ed. en castellano: *El lenguaje silencioso*, Madrid, Alianza Editorial, 1989 (1a. ed.), trad. Cristina Córdoba].

⁴⁷ E.T. Hall, "The silent language in overseas business", *Harvard Business Review*, mayo-junio, 1960.

En estos trabajos, el antropólogo, representante de lo que se ha dado en llamar Colegio invisible o Escuela de Palo Alto, desmonta los códigos de la comunicación intercultural. Al sentar las bases de la *proxémica*, habla de los *choques culturales*, provocados por el encuentro de hombres de negocios de culturas diferentes, siendo la cultura ese conjunto de códigos que intervienen en toda interacción. Sugiere, pues, a los hombres de negocios de su país que sean conscientes de estas diferencias. Estas últimas regulan los lenguajes silenciosos que son los lenguajes del tiempo, del espacio, de las posesiones materiales, de los modos de amistad e incluso el lenguaje de las negociaciones de contratos o de acuerdos. Estos lenguajes informales hacen, por ejemplo, que el tiempo que se ha tardado en contestar a una comunicación no puede ser interpretado de la misma forma en el Próximo Oriente que en Estados Unidos porque el código de la gestión del tiempo no es igual en un sitio que en otro. Lo mismo que difiere la significación simbólica de las reglas de organización del espacio, según lo atestiguan la arquitectura de los despachos, la cantidad de metros cuadrados o el número de la planta ocupados por el presidente-director general.

Debajo de esta nueva forma de ver la relación con el Otro, asoma, sobre todo, la puesta en entredicho de la teoría matemática de la información, nacida a la sombra del universo "*maquineísta*" de la segunda guerra mundial. Esta teoría había sido formulada en 1949 por Claude Shannon, investigador de los laboratorios del fabricante de teléfonos Bell, filial de ATT, y, muy rápidamente, se había erigido en referencia magistral de las ciencias sociales. Lo que el conjunto de la Escuela de Palo Alto pone en tela de juicio es la legitimidad del trasplante de este esquema, procedente de un intento de medir el sistema telegráfico, al campo, en su conjunto, de la comunicación entre los hombres. Frente a este modelo lineal de comunicación entre un emisor que codifica y transmite una información, definida como una magnitud estadística abstracta, hacia un receptor que la decodifica, la Escuela de Palo Alto opone un modelo de comunicación circular o retroactivo. Es decir, un proceso social permanente, con varios niveles y en contextos múltiples, que integra, no ya dos o más *variables*, sino múltiples modos de comportamiento. Son los múltiples lenguajes y códigos de los que habla Hall.

Habrà que esperar hasta los años ochenta para ver cómo se legitima este tipo de enfoque de la complejidad de la comunicación. Un decenio que no sólo coincide con la multiplicación de las relaciones interculturales, por mediación del mercado, sino también, y por

encima de todo, con el comienzo de la decadencia de la hegemonía económica absoluta de la potencia norteamericana. Estados Unidos descubrirá entonces que su capacidad de ubicuidad en exclusiva durante más de tres decenios rimaba con una profunda ignorancia de los Otros. A tenor de los resultados de una encuesta realizada en 1989 por la Universidad de Columbia, los directivos estadounidenses padecen *insularidad y mentalidad pueblerina (parochialism)*. A la pregunta en la que se les pide que jerarquicen los rasgos del perfil del directivo del siglo XXI, no pasan del 35 por ciento los estadounidenses que mencionan en primer lugar la experiencia fuera del país en el que se encuentran los cuarteles generales de la firma, frente a las tres cuartas partes de sus homólogos en Europa, en Japón y en América Latina. Interrogados acerca del impacto de los acontecimientos internacionales, sólo el 18 por ciento de los estadounidenses consideran *sustanciales* los efectos del proyecto de instauración del Mercado común europeo en 1993, frente al 34 por ciento de los latinoamericanos o el 52 por ciento de los japoneses.⁴⁸ Pero esta es otra historia.

Retomemos el hilo de la guerra. En el terreno de las operaciones militares, los ejércitos occidentales, durante los años cincuenta y sesenta, han tenido que enfrentarse con otro choque de las culturas, y no sólo de las ideologías: el producido con motivo de las guerras de liberación nacional.

⁴⁸ J. Solomon, "U.S. managers remain focused on home", *The Wall Street Journal (Europe)*, 18 de julio de 1989, p. 1.

5. LA ESCUELA DE LA ASTUCIA

Acción indirecta

Desde sus comienzos, la investigación sobre la guerra psicológica no ha dejado de rendir tributo al que considera como el precursor: el chino Sun Tzu y su *Arte de la guerra*. Arte de hace veinticinco siglos que Raymond Aron define como “una escuela de la astucia, del engaño y de la acción indirecta”,¹ en una obra clásica en la que muestra tanto los puntos de ruptura como las continuidades entre esta tradición guerrera, venida de Asia, y la otra rama del pensamiento estratégico, inspirada por Clausewitz.

Pero la confrontación con las reglas de la sabiduría ancestral del imperio más antiguo del mundo no descubrirá su dimensión real hasta la invención de lo que Gilles Deleuze y Félix Guattari denominarán, a finales de los años setenta, la “guerra de minoría”:² guerrillas, guerras de liberación nacional, guerras populares o guerras revolucionarias. Términos, todos ellos, que, pese a configurar una realidad global semejante, tienen génesis muy diversas.³ Esta nueva manera de ser de la maquinaria de guerra aparece en el transcurso de los años cincuenta en un contexto marcado, a la vez, por la amenaza nuclear, el enfrentamiento indirecto entre superpotencias y el gran movimiento de descolonización. Esta guerra de minoría que opone el *movimiento* al *Estado regular*, también puede ser interpretada como la metáfora de un modelo de comunicación: la compleja red de relaciones frente al sistema de mando centralizado y vertical, la *desterritorialización* del espacio estratégico frente a su *territorialización*, el espacio nómada frente al espacio sedentario.

Decirlo es un sofisma: la guerra popular supone otra relación orgánica con el *pueblo*, con la *masa*. Un pueblo y una masa cuya participación en la lucha es, por definición, consustancial a este tipo

¹ R. Aron, *Penser la guerre, Clausewitz*, París, NRF-Gallimard, 1976, vol. II, p. 115.

² G. Deleuze y F. Guattari, *Mille plateaux. Capitalisme et schizophrénie*, París, Minuit, 1980. [ed. esp.: *El antiedipo*, Barcelona, Barral Eds., 1973, 1a. ed.].

³ G. Chaliand, *Stratégies de la guérilla*, París, Mazarine, 1979.

de conflicto. El apoyo de la población resulta tan indispensable para los combatientes como el *agua para el pez*, decía Mao Tse-tung, su principal teórico.⁴ De ahí la importancia concedida al conocimiento y al análisis de las tensiones internas, de las contradicciones económicas, culturales, políticas y sociales a que está sometido ese pueblo con vistas a explotarlas. ¿Qué clases, qué grupos son susceptibles de hacer causa común con el proyecto del Estado regular? ¿Cómo establecer puentes, crear comunidades de sentido en torno a los motivos de la lucha entre estos grupos heterogéneos? Mientras intenta socavar los discursos legitimadores de su adversario, el movimiento ha de producir sus relatos de movilización y de legitimación, no sólo a través de los medios, sino también mediante sus acciones en el terreno. Son los *retos semióticos de la lucha*, de su formalización, de su proceso de aceptabilidad por las *masas*. Retos que Jean-Max Noyer, analista del pensamiento estratégico, describe muy bien al referirse a la “invención de la revuelta”: “Sirviéndose de todos los recursos civiles y militares, valiéndose de las dimensiones culturales y *anhelantes* del enfrentamiento, multiplicando los *terrenos* y *espacios* conflictivos, llevando el conflicto, a la vez, al escenario internacional y al corazón mismo de los imaginarios del adversario y aprovechándose de la mediatización permanente, las guerras populares se definen así por un uso combinado, más o menos hábil, del terror y de la piedad, de la violencia calculada y de la capacidad de inspirar compasión, de suscitar simpatías y procesos de inversiones *afectivas* que le sean favorables.”⁵ Este tiempo de la inventiva, propio del periodo de tensión hacia la toma del poder contrastará, más tarde, con la falta de imaginación de la mayoría de estos movimientos, una vez efectuada la captura del Estado regular por el partido-Estado. La búsqueda de las diversidades y de las mediaciones en el enfoque del *pueblo* se difuminará con la sedentarización, con el final de lo que Deleuze y Guattari llaman la “línea de fuga creadora del espacio nómada”.

⁴ Véase Mao Tse Tung, *On protracted war*, Peking, Foreign Language Press, 3a. ed., 1966. Otro clásico es la obra de Ernesto Che Guevara, fundador de *Radio Rebelde*, la radio de los guerrilleros castristas que desempeñó un papel esencial en el derrocamiento de la dictadura de Batista (1959). Véase también Vo Nguyen Giap, *People's war, People's army*, Nueva York, Praeger, 1962.

⁵ J.M. Noyer, “De la notion de guérilla à la notion de techno-guérilla. Évolution technologique et transformation des machines de guerre”, *Études Internationales*, Université Laval, Québec, junio de 1990, vol. XXI, núm. 2, p. 296.

La desterritorialización, para la guerra de minoría, no sólo es el espacio nómada para sus combatientes, sino también su proyección en el espacio-mundo, gracias a los medios-relevos. Es decir, aquello que los militares encargados de contrarrestarla, intuyeron ya en las primeras guerras populares modernas. Como, por ejemplo, el coronel Roger Trinquier, formado sobre el terreno de las guerras coloniales de Indochina y de Argelia: "Como consecuencia de la actual interdependencia de las naciones, cualquier movimiento reivindicativo en el seno de la población, incluso si es de origen local y carece de largo alcance, será incorporado muy pronto, por adversarios decididos, al marco de los grandes enfrentamientos mundiales. Siempre intentarán, a corto o largo plazo, convertir un conflicto localizado, al principio, y de importancia secundaria, en un conflicto generalizado [...] Se han descuidado las medidas defensivas y el estudio de los medios eficaces de protección. Es más, cuando en alguna ocasión, se han vislumbrado y se ha pensado en su aplicación, los medios de propaganda y de presión de nuestros adversarios siempre han sido lo suficientemente poderosos como para influir en una opinión pública mal informada e inducirla sistemáticamente a rechazar su estudio y su empleo."⁶ El alto oficial francés escribía esto en 1961. Una época en la que, sin embargo, la capacidad de difusión de los medios no guardaba ninguna proporción con la que llegarían a alcanzar en las siguientes décadas.

Mucho tiempo después del final de las guerras coloniales, los responsables del ejército recordarán lo que, en aquel entonces, vivieron como un abandono: la actitud crítica de la prensa de la metrópoli en relación con sus acciones. Treinta años más tarde, con ocasión de la guerra del Golfo, más de un experto de uniforme, omnipresentes en los estudios de televisión, aún se referirá a ello para justificar el secuestro de la información en tiempo de guerra. En la época en la que el coronel Trinquier denuncia el peligro de una "opinión pública mal informada" si hay un texto emblemático sobre el uso de los medios en el marco de las guerras de liberación, ése es el de Frantz Fanon, psiquiatra de origen martiniqués y militante del Frente de Liberación Nacional argelino (FLN). En *Ici la voix de l'Algérie*, escribe: "Antes de 1954, la radio es, en el ámbito psicopatológico, un mal objeto, ansiógeno y maldito. A partir de 1954, la radio adquiere significados

⁶ R. Trinquier, *La guerre moderne*, París, La Table Ronde, 1961, pp. 15-16. [ed. esp.: *La guerra moderna y la lucha contra las guerrillas*, Barcelona, Ed. Herder, 1963].

totalmente nuevos [...] La técnica extranjera, *digerida* con ocasión de la lucha nacional, se ha convertido en un instrumento de combate para el pueblo y en un órgano protector contra la ansiedad.”⁷ Fue a finales de 1956 cuando comenzó a emitir, desde Túnez, *La Voix de l'Algérie Libre*. También es la época en la que, desde El Cairo, *La Voz de los Arabes*, la radio del coronel Nasser, se convierte en el símbolo de la revolución panárabe. Lo seguirá siendo hasta la guerra de los Seis Días, en 1967.

La guerra en la multitud

Para resolver el enigma planteado por la guerra de minoría, el pensamiento militar tuvo que ponerse a la escucha del adversario.

El ejército francés abrió el fuego. “Mientras que la mayoría de los países no apartaba la mirada de las ideas tradicionales de la guerra total y de su doctrina sobre la respuesta masiva, los franceses estaban combatiendo en Indochina contra la herencia de Mao Tse-tung, recuperada por Ho Chi Minh, la *guerra de liberación nacional*, la revolución comunista [...] En cambio, hasta hace muy poco, los Estados Unidos no se habían dado cuenta de la naturaleza de las guerras de liberación.”⁸ Esta observación, formulada por Don A. Starry, teniente coronel de la US Army, se publicó en *Military Review*, la revista teórica de la institución militar norteamericana, en febrero de 1967, un momento crucial en la escalada de las guerras del Sureste asiático. Ya en 1960, desde esa misma tribuna, George Kelly, un ayudante de Henry Kissinger en la Universidad de Harvard, había animado a los “expertos militares norteamericanos más cualificados” a que examinaran “las enseñanzas proporcionadas por la experiencia del ejército francés implicado en la *guerra revolucionaria*”.⁹ Esta guerra de la que se había ocupado ampliamente *La Revue de Défense Nationale* y que el general Nemo, excombatiente en Indochina, había denomi-

⁷ F. Fanon, “This is the voice of Algeria” (1959), en *Communication and Class Struggle*, vol. 2, *op. cit.*, p. 211.

⁸ D.A. Starry, “La guerra revolucionaria”, *Military Review*, febrero de 1967. Véase también: J. Steward Ambler, *The French Army in politics*, Ohio State University Press, 1966.

⁹ G. Kelly, “Revolutionary war and psychological action”, *Military Review*, octubre de 1960.

nado la “guerra en la multitud”, dos años después de la derrota de Diên Biên Phu (1954), en un artículo premonitorio publicado en esta misma revista francesa.¹⁰ Los textos que merecían la atención de los expertos del Pentágono y de sus consejeros civiles eran, sobre todo, los de los coroneles Godard y Trinquier, dos de los artífices de la *pacificación* y de la lucha antiindependentista durante la guerra de Argelia (1954-1962), así como los del coronel Lacheroy. Nada más publicarse, en 1961, *La guerre moderne* del coronel Trinquier se hizo acreedora a una edición norteamericana.¹¹

Para Trinquier, el carácter inédito de la guerra moderna, a la que también llamaba guerra de subversión, residía tanto en la amplitud de sus acciones (políticas, económicas, psicológicas, militares, etc.) como en la indefinición del *enemigo*. “En la guerra moderna, ninguna frontera material separa los dos bandos. El límite entre amigos y enemigos pasa por el seno mismo de la nación; de un mismo pueblo, a veces de una misma familia. A menudo es una frontera ideológica, inmaterial, que, no obstante, ha de ser fijada imperativamente, si queremos alcanzar con seguridad a nuestro adversario y vencerle.” Durante demasiado tiempo, las escuelas militares y las doctrinas clásicas han hecho caso omiso de este “factor esencial en la conducción de la guerra que es el habitante [...] El control de las masas es el arma maestra de esta guerra”.¹² “Esta masa es amorfa. Hay que tomarla, insistía Lacheroy. “¿Cómo tomarla?” “Por la fuerza o el lavado de cerebro” se apresuraba a contestar este mismo coronel, jefe de los servicios de *acción psicológica*. Una noción cuya ambición es la de traducir esta lucha global por el control de las poblaciones. Una lucha por su *pacificación*, término que los teóricos del Pentágono harán suyo en los años sesenta.

Primer elemento de esta doctrina de la pacificación: la sistematización del adoctrinamiento político de la población. Numerosas fuentes atestiguan que los que se enrolaron con mayor virulencia en esta vía fueron los oficiales que pasaron largos meses de cautiverio en los campos de Vietnam donde fueron sometidos a *reeducación*. Seducidos, y al mismo tiempo desconcertados, por la práctica militante de su enemigo, igual que Hitler lo había estado por los revolucionarios

¹⁰ Général Nemo, “La guerre dans la foule”, *Revue de Défense nationale*, junio de 1956.

¹¹ R. Trinquier, *Modern warfare. A French view of counterinsurgency*, Nueva York, Praeger, 1964.

¹² R. Trinquier, *La guerre moderne*, *op. cit.*, pp. 45-46.

rusos, intentaron darle otro sentido. Las lecturas de Goebbels, Hitler, Le Bon, Chajotin, fueron de obligado cumplimiento, mientras que el ejército se ocupaba de que numerosos oficiales volvieran a las aulas universitarias para diplomarse en psicología y en sociología. La organización operativa de la *acción psicológica* fue tomando forma por medio de la edición de un periódico y de octavillas, de compañías de altavoces, de cuerpos paramilitares (SAS o Secciones Administrativas Especializadas; SAU, o Secciones Administrativas Urbanas), de múltiples intervenciones sociales como la construcción de escuelas y dispensarios, etc. Todas estas iniciativas y dispositivos se completaban con medidas tales como la prohibición de vender receptores de radio, si no se acompañaba un permiso expedido por las fuerzas de seguridad.

Segundo componente del enfoque pacificador: los traslados de la población y su realojamiento en poblados divididos en zonas, "compartimentados y saneados", según la expresión del General Massu, que los justificaba como "una medida de protección contra la minoría de proscritos que hacen reinar el terror e imponen su voluntad a la inmensa mayoría de los buenos ciudadanos". Las primicias de estas operaciones masivas se remontan a las tropas británicas en su lucha contra las guerrillas en Malasia, en la inmediata posguerra. (De hecho, el ejército de Su Majestad Británica ya había recurrido a ellas, con motivo de la guerra de los Boers —1899-1902—, llegando incluso a copiar una táctica [conocida como de los *reconcentrados*] que había sido estrenada algunos años antes por el ejército español, en su lucha contra las guerrillas independentistas en la isla de Cuba.) Este control territorial y administrativo supuso, en Argelia, el desplazamiento de un millón y medio a dos millones de argelinos.

Tercer elemento: la obtención del *informe*acción* por medio de "equipos especializados que interrogarán sin parar a los sospechosos". Trinquier dedica numerosos comentarios al problema planteado por la "visibilidad" de las "operaciones de guerra", especialmente las "operaciones policíacas en las grandes ciudades". "Estas operaciones se desarrollan en medio de la propia gente, casi en público, mientras

* *Renseignement* en el original. En este contexto, y especialmente en este capítulo se empleará el término "inteligencia" para denominar la actividad o el servicio y el término "informe" para la información elaborada. El diccionario de la Real Academia española de la lengua, en su última edición, ofrece esta definición: "Trato y correspondencia secreta de dos o más personas o naciones entre sí." [T.]

que, antes, se daban en un campo de batalla al que sólo las fuerzas armadas tenían acceso. Ciertas rudezas inevitables podrían pasar fácilmente por brutalidades inadmisibles a los ojos de un público sensible. Y también es un hecho que, para extirpar la organización terrorista del seno mismo de la población, ésta será duramente atropellada, reunida, interrogada, registrada [...] Nuestros enemigos no desperdiciarán la ocasión de explotar esta situación de hecho en provecho de su propaganda [...] Bajo ningún pretexto podrá permitir un gobierno que se entable una polémica contra las fuerzas del orden que sólo beneficiaría a nuestros adversarios.”¹³ Lo que el oficial llama las *brutalidades inevitables*, no sólo está considerado como un medio para obtener información a cualquier precio sobre las redes clandestinas enemigas, sino también como un medio de destruir, en cada individuo apresado, el sentido de la solidaridad con una organización y una colectividad.

Los principales teóricos franceses de la “acción psicológica” y de la “pacificación” finalmente serán apartados después del golpe de Argel del 22 de abril de 1961. Muchos de ellos volverán a encontrarse en el movimiento terrorista pro-Argelia francesa de la Organisation Armée Secrète (OAS), o en los numerosos frentes que, por todo el mundo, reclutaban a cruzados de la antisubversión.

El enemigo interior

Salvo la Francia de esta generación, los militares británicos serán, en Europa, los únicos en teorizar sobre la guerra contrainsurgente. Según los sociólogos Philip Schlesinger, Graham Murdock y Philip Elliot, a quien se debe un estudio en profundidad sobre la forma en que la televisión del Reino Unido ha cubierto el *terrorismo* e interpretado las acciones de los movimientos armados de Irlanda del Norte (IRA e INLA), la variante británica de la teoría contrainsurgente “tiene mucho en común con la escuela francesa”. Su principal representante es el general Sir Frank Kitson, quien, después de haber bregado en Kenia, en Malasia y en Chipre, estará, a comienzos de los años setenta, al mando de una brigada en el Ulster. Su obra *Low-intensity operations* (*Operaciones de baja intensidad*, 1971) es, a la vez, el resultado de sus

¹³ *Ibid.*, pp. 81-82.

propias experiencias y la síntesis de las enseñanzas suministradas por los teóricos franceses y estadounidenses.¹⁴ El estudio de los tres sociólogos británicos tiene por objeto enseñar cómo los esquemas ideológicos inspirados por estas concepciones de la lucha contra la *subversión* han impregnado no sólo los reportajes, sino también las representaciones de ficción. Sigue siendo una de las escasas investigaciones que han reflexionado sobre la relación televisión-violencia política en una situación de crisis conocida como de *seguridad nacional* en un gran país industrial.

El punto fuerte de los análisis de los tres autores consiste en mostrar cómo, con ocasión de las *situaciones contrainsurgentes*, se tejen nuevas relaciones entre las instituciones mediáticas y las estrategias estatales, cómo *normalidad* y *excepción* se combinan o chocan frontalmente en los complejos modos de control y de presión que el Estado y otras instituciones políticas pueden llegar a ejercer en la radiodifusión. Este punto de vista, por otra parte, está claramente resumido en su conclusión-manifiesto: "Este libro está en desacuerdo con las ortodoxias predominantes de la derecha y de la izquierda. Nosotros rechazamos las quejas contrainsurgentes según las cuales la televisión otorga una gran publicidad al punto de vista de los *terroristas* y moviliza simpatía y apoyo para sus causas. Nosotros también rechazamos la tópica y radical caracterización de la radiodifusión como un conducto excesivamente falto de sentido crítico al servicio de las tesis oficiales. Frente a estas consideraciones unidimensionales, nosotros hemos atraído la atención sobre los distintos tratamientos que la televisión da al *terrorismo* y en relación con los problemas que estas cuestiones plantean a las democracias liberales. Algunos programas son relativamente *cerrados* y funcionan, total o principalmente, dentro de los límites fijados por la perspectiva oficial. Otros, no obstante, son más *abiertos* y dejan sitio a las opiniones alternativas o contrarias. Sin embargo, no habría que exagerar el alcance de esta diversidad. Aunque la televisión es el escenario de una lucha permanente entre las distintas perspectivas en liza sobre el terrorismo, la controversia no es equilibrada. Los programas *abiertos* se emiten con mucha menor frecuencia que los *cerrados* y alcanzan menores audiencias."¹⁵

¹⁴ F. Kitson, *Low intensity operations: Subversion, insurgency, peace keeping*, Londres, Faber and Faber, 1971.

¹⁵ Ph. Schlesinger, G. Murdock, Ph. Elliot, *Televising terrorism. Political violence in popular culture*. Londres, Comedia, 1983, p. 166. De Ph. Schlesinger, véase también: "On

Quitando a Francia, el Reino Unido y Estados Unidos, hay que irse hasta América Latina para encontrar otras aportaciones sustanciales a la teoría contrainsurgente. Muy dependientes, en una primera fase, de las doctrinas del Pentágono sobre la seguridad nacional, los militares del sub-continente se han distanciado progresivamente de este lugar de inspiración inicial y han elaborado un pensamiento propio sobre las formas de abordar la *guerra total* contra el *enemigo interior*. Es lo que Paul Virilio llamaba, en 1975, la *guerra pura*, sin enemigos, salvo el que uno se inventa. Ése ha sido el caso, en particular, de los militares argentinos (sin duda los más influidos por la *escuela francesa* en sus aspectos más extremistas), peruanos y chilenos. Así ha ocurrido, sobre todo, con la famosa escuela de guerra —bautizada la *Sorbona*— de los militares brasileños que han contado en sus filas con numerosos geopolíticos, como el general Golbery cuya obra sobre la geopolítica del Brasil data de 1955.¹⁶

Tras el derrocamiento del gobierno constitucional de João Goulart, en 1964, esos conocimientos acerca de la seguridad nacional desembocarán en la creación de un Estado que invocará abiertamente esta doctrina. La forma con la que los generales de Brasilia han gestionado su relación con los medios ilustra bien a las claras la tensión que, en los regímenes dictatoriales modernos, se introduce entre las normas de la *guerra psicológica* contra el *enemigo interior* —todo ciudadano es, de hecho, un sospechoso en potencia para el Estado de seguridad nacional— y las de la cultura comercial de masas que ambiciona e intenta seducir al público-consumidor. Con anterioridad, en la historia de los medios, jamás se había percibido de forma tan clara la contradicción entre las dos concepciones y regímenes de la información. Los militares no lograrán imponer sus esquemas de control total de los “corazones y de los espíritus” mediante la propaganda, tal y

the shape and scope of counter-insurgency thought”, en *Power and the State*, bajo la dirección de G. Littlejohn *et al.*, Londres, Croom Helm, 1978.

¹⁶ Golbery do Couto e Silva (general), *Geopolítica do Brasil*, Río de Janeiro, Livraria José Olympio, 1967 (2a. ed.). Para un análisis de las “*enarquias*” latinoamericanas y de su ideología, véase el número monográfico dedicado al tema por la revista *Critique* (agosto-septiembre de 1977). Además de artículos históricos, se encuentran análisis de los principales tratados de geopolítica escritos por los generales del sub-continente.

* El autor juega con las siglas ENA (École Nationale d'Administration) y su derivado “Enarque” (*Enarca*), con el que se conoce a los egresados de este prestigioso y elitista centro francés de formación de altos funcionarios. [T.]

como prescribía la doctrina y confiarán en los mecanismos del mercado. Con lo que esos años de dictadura serán a la vez los peores años de plomo que vivirá este país y aquellos en los que se inicia el despegue de la industria televisual, que, dos decenios más tarde, será una de las primeras y de las más modernas, o incluso posmodernas, del planeta. Y ello a pesar de una censura especialmente feroz.

Inquietante coincidencia que —junto con Michèle Mattelart— hemos analizado pormenorizadamente en otra obra. “Lo inédito del autoritarismo brasileño estriba sobre todo en esto: mientras que su proyecto político recurre a la coacción y a la vigilancia policial de la sociedad, o sea, al ejercicio de la violencia no simbólica, el poder del Estado, para asegurarse su consenso, se remite en la práctica a los mecanismos que rigen el mercado de la cultura de masas, productos formales de un concepto político y de una sociedad donde la opinión pública tiene voz y voto, es protagonista reconocida del espacio público. Una cultura de masas que corresponde a una idea de democracia representativa, a un proyecto de democratización a través del mercado que permite acceder a la información, a la cultura, al ocio.

“El poder de Estado recurre pues, a procedimientos que son propios de realidades en que la *sociedad civil* desempeña un papel institucionalmente reconocido, procedimientos que pertenecen propiamente a una sociedad cimentada bajo el lema de la *disciplina-mecanismo* y no bajo el de la *disciplina-bloqueo* para decirlo con palabras de Michel Foucault. Y ahí está la paradoja que introduce en el modelo estatal autoritario tradicional, la fase moderna de la economía de mercado y su ley de libre circulación de mercancías y bienes simbólicos” [...] “Clausurar *el teatro de operaciones psicológicas contra los enemigos interiores*” ya no era concebible en un país que había entrado “en una etapa acelerada de su proyecto de desarrollo industrial, de extensión e internacionalización de su mercado interior, en el que la televisión desempeñará una función pionera para conquistar la nueva frontera de mercados”,¹⁷

Como contraste con este modo de funcionamiento de la televisión en manos de grupos privados dentro de una dictadura con economía de mercado está el caso de Corea del Sur, cuyo dispositivo televisual permanecerá bajo la estrecha vigilancia del Estado de seguridad nacional. Habrá que esperar a 1990 para que este nuevo país industrial

¹⁷ M. y A. Mattelart, *El carnaval de las imágenes. La ficción brasileña*, Madrid, Akal, 1988, pp. 25-26.

inicie una liberalización, autorizando la instalación de agencias publicitarias extranjeras en su territorio y abriendo un debate sobre la creación de cadenas comerciales.

La ciencia de la contrainsurgencia

“Las poblaciones son amorfas o indiferentes; basta con detectar, y después formar, una élite activa, para luego introducirla en la masa como una levadura que actuará en el momento preciso.”¹⁸ La visión que los teóricos franceses de la lucha antisubversiva tenían de la diferenciación social se reducía a la mínima expresión. Pese a su profesión de fe en las virtudes de la *acción psicológica*, se aferraron a un conjunto de problemas sometido a una lógica militar. En una palabra, los militares reivindicaban el papel de protagonistas en todas las fases de la lucha.

Sus homólogos estadounidenses no se dejaron engañar y se interrogaron acerca de las implicaciones de tamaña doctrina en la relación ejército-Estado. Así, puede leerse en el artículo, citado más arriba, firmado por Don A. Starry: “Es significativo que a lo largo de los imperios, de las repúblicas, de las restauraciones, de los gobiernos que se han sucedido, el ejército haya permanecido fiel a Francia. El ejército ha evitado la política [...] La guerra revolucionaria, tal como ha sido entendida, ha puesto en tela de juicio la esencia misma de la profesión [...] Es un método que pone directamente en peligro la estructura de la democracia liberal. Las fuerzas armadas pueden combatir perfectamente los efectos de la subversión, pero, en una democracia, no le corresponde a la fuerza militar ser el agente que ataca las causas de la subversión.”¹⁹ El Pentágono, de común acuerdo con la Casa Blanca, recurre al arsenal de las instituciones y de las tradiciones del Estado norteamericano para evitar este fatal desliz.

Dos elementos favorecen la concertación: la existencia de un marco institucional de colaboración político-militar, proporcionado por esa ley-marco que era la *National Security Act*; y un vivero de investigadores dispuestos a movilizarse en torno a los objetivos de la lucha contrainsurgente.

¹⁸ R. Trinquier, *La guerre moderne*, *op. cit.*, p. 175.

¹⁹ D.A. Starry, *op. cit.*

A partir de 1961, el presidente John Kennedy y su secretario de Defensa, Robert McNamara, se disponen a modificar la mentalidad del Pentágono y reestructurar la institución de arriba abajo. Las obras de Ernesto Che Guevara y de Mao Tse-tung forman parte de las lecturas obligatorias. El personal del departamento de Estado y, más concretamente, el personal destinado en países del tercer mundo, no escapa a esta exigencia. Habrá que esperar, no obstante, a los primeros fracasos en Vietnam, en 1964, para ver cómo triunfa la doctrina Kennedy. Fracasos que obedecen, precisamente, al hecho de que se había confiado excesivamente en los expertos en guerra convencional (en aquel momento, la intervención norteamericana en Vietnam se limitaba al envío de asesores militares).

En 1962, sin embargo, algunos universitarios habían puesto de relieve ante los generales la importancia estratégica que, en lo sucesivo, iba a revestir el estudio del “comportamiento insurgente” (*insurgent behavior*). Aquel año, dos profesores del MIT (Massachusetts Institute of Technology), Ithiel de Sola Pool —una de las grandes figuras de la investigación en comunicación internacional—, y Lucian Pye, habían propuesto, en efecto, en un informe publicado por la Smithsonian Institution, titulado *Social Science Research and National Security*, un método de enfoque pluridisciplinar con vistas a “formular modelos de análisis del cambio social y del control social en los países subdesarrollados”.²⁰ Pero los militares lo guardaron en sus cajones. Sólo los fracasados del programa de traslados masivos de población y de su reagrupamiento en *aldeas estratégicas*, así como la resistencia antigubernamental, cada vez mayor, de los budistas, elevaron a la categoría de necesidad la alianza ciencias sociales/contrainsurgencia.

A finales de 1964, los secretariados de Defensa y del Ejército, procedían al inventario de los recursos disponibles para este tipo de investigaciones y hacían balance, sin miramientos, de los estudios existentes. Su conclusión: “De entrada, hay que señalar que existe un conocimiento y una comprensión totalmente incompletos de las condiciones culturales, económicas y políticas que, en cada nación, son causa de conflicto entre grupos.”²¹

Un vasto programa de investigación sociológica y antropológica

²⁰ M.T. Klare, *War without end, American planning for the next Vietnams*, Nueva York, Vintage Books, 1972, p. 90. Véase también C. Brightman y M.T. Klare, “Social research and counterinsurgency”. *NACLA Newsletter*, Nueva York-Berkeley, marzo de 1970.

²¹ M.T. Klare, *Ibid.*, p. 91.

intentó llenar ese vacío mediante una investigación por redes —compuestas por centros universitarios y entidades privadas—, encargada por los nuevos organismos de coordinación *ad hoc* de la defensa. Los contratos de investigación en ciencias sociales versaron, prioritariamente, sobre las minorías y las élites, sus valores, su vulnerabilidad frente a las operaciones psicológicas, sus relaciones sociales e instituciones de comunicación. De este modo se privilegió, a la vez, el análisis de las minorías étnicas y religiosas y la evaluación de la capacidad de los militares locales para asumir el liderazgo en el desarrollo nacional. Las primeras formulaciones de modelos de la *social systems engineering* iniciaron el tratamiento de la contrainsurgencia mediante su tabla *input/output*. Vieron la luz tramas que *simulaban* los posibles comportamientos y reacciones de los *actores del sistema* en situación insurgente o preinsurgente: gobiernos, militares, partidos políticos, clases medias, campesinos, obreros, minorías, terratenientes, estudiantes, empresarios nacionales, sociedades multinacionales, etc. En el Sureste asiático, pero también allí donde estuviera latente el fuego de la revuelta.²²

Lo cierto es que los fondos de la investigación contrainsurgente irrigaron los más diversos centros de estudios superiores: American University, Stanford, MIT, Johns Hopkins —que desde el final de la segunda guerra mundial, contaba con un centro de investigaciones especializado en la guerra psicológica— y muchos otros. Ithiel de Sola Pool, que había llamado la atención del equipo Kennedy, al poner a punto, en 1960, el primer modelo de simulación de una campaña electoral —la del futuro presidente de Estados Unidos— llegó a prestar su colaboración en la puesta a punto de un modelo de contraguerrilla, bautizado *Agile-coin*. El mismo universitario que, durante los años ochenta, se destacará por su defensa de la desreglamentación neoliberal, será, por otra parte, el único, entre sus colegas, en formar parte, durante los años decisivos 1965-1969, del comité especial (Defense Science Board) encargado de supervisar y evaluar las repercusiones de la alianza entre la investigación y las necesidades de la *seguridad nacional*.²³

La comunidad universitaria estadounidense distó mucho de mos-

²² Véase, en particular, I.L. Horowitz, bajo la dirección de, *The rise and fall of Project Camelot*, Cambridge, Mass., MIT Press, 1967.

²³ I. de Sola Pool, *The technologies of freedom*, Cambridge, Mass., Harvard University Press, 1983.

trarse unánime sobre el hecho de participar en este tipo de investigaciones, a pesar de que muchos investigadores se negaron a hacerle ascos a este maná. Al hacer el balance de la investigación universitaria en materia de *Defensa* desde el comienzo de la guerra fría, un redactor de la revista *Scientific American* no dudaba en escribir, en 1965: "La nueva ciencia de la *human engineering* con el *interface hombre-máquina* ha precipitado a la psicología en el ámbito de las disciplinas favorecidas por los proyectos/contratos y becas de investigación. Ciertos institutos de investigación, organizados en sus comienzos, por iniciativa del departamento de Estado y de las grandes fundaciones privadas, para arrojar luz sobre regiones sombrías del mapamundi, han introducido la sociología y la antropología en la órbita del departamento de Defensa [...] Con los abundantes fondos para proyectos que cubren cada campo de enseñanza, los *campus* se han visto obligados a hospedar un nuevo tipo de *condottieri*, de mercenarios de la ciencia, así como a becarios forrados de doctorados y dispuestos a alquilarse para hacer estudios que responden a las cláusulas de un contrato."²⁴

Por una ironía del destino, el único *input* que los nuevos ingenieros sociales olvidaron introducir en sus simulaciones fue la creciente diferenciación de los actores políticos en el propio territorio de Estados Unidos. Tal y como observaría en 1975, un tanto desengañado, Samuel P. Huntington, un geopolítico que no se anduvo con contemplaciones en su informe de actividad al servicio de la lucha contrainsurgente en el Sureste asiático: "La guerra de Vietnam y, en menor medida, los problemas raciales, han dividido a las élites, así como al público de masas. Además, el número y la diversidad de los grupos cuyo apoyo podía ser importante [para el gobierno] han aumentado formidablemente en los años sesenta [...]. La más notoria de las nuevas fuentes del poder nacional han sido los medios nacionales. Es decir, los grandes *networks* de televisión, los grandes *news magazines* y los periódicos de alcance nacional como el *Washington Post* y el *New York Times*. Existe, por ejemplo, un considerable número de evidencias que sugieren que el desarrollo del periodismo televisado ha contribuido a minar la autoridad gubernamental [...]. Resumiendo, las informaciones televisadas funcionan como una agencia *despatriante* (*dispatriating*). Una agencia que describe las condiciones en las que se

²⁴ G. Piel, citado en M.T. Klare, *War without end, op. cit.*, p. 76. Véase también P. Dickson, *Think tanks*, Nueva York. Ballantine, 1971.

desarrolla la sociedad como indeseables y yendo de mal en peor.”²⁵

De hecho, el geopolítico norteamericano, de común acuerdo con el sociólogo francés Michel Crozier y el sociólogo japonés Joji Watanuki, partirá de esta comprobación para diagnosticar, en 1975 la “ingobernabilidad de las grandes democracias occidentales”.

La desinformación en el banquillo

“Es mi generación la que debe detener, la que debe hacer que los militares desanden el camino que han recorrido en nuestro sistema civil. Estas incursiones han subvertido o ahogado las voces civiles en el seno mismo del ejecutivo, han debilitado el papel constitucional y la responsabilidad del Congreso. Han terminado por hacer cargar al público con un peso económico y psicológico que podría resultar desastroso.”²⁶ Con estas palabras, el senador William F. Fulbright concluía su ensayo, *The Pentagon propaganda machine*, publicado en 1970. Al desmenuzar el desproporcionado desarrollo de las estrategias de comunicación del poder militar, denunciaba la influencia de lo que él llamaba las “actividades de relaciones públicas del departamento de Defensa sobre el modo de pensar la nación”.

En marzo de 1972, Fulbright presidía la comisión de investigación del Senado sobre las actividades de la USIA, la agencia de información de Estados Unidos. En el transcurso de sus intervenciones, funcionarios de la agencia, diplomáticos y senadores arrojaron una cruda luz sobre las desviaciones y deslices de este organismo central de propaganda del gobierno norteamericano que contaba con diez mil empleados repartidos por más de un centenar de países. En 1966, el mismo senador por Arkansas ya había presidido una primera investigación sobre las actividades de *lobbying* de la USIA entre los profesionales de la prensa con vistas a mejorar la imagen gubernamental.²⁷

En un memorándum dirigido al director de la agencia, en enero de 1963, el presidente Kennedy había precisado los cometidos de la

²⁵ S.P. Huntington, en *The crisis of democracy. Report on the governability of the democracies to the Trilateral Commission* (por M. Crozier, S.P. Huntington, J. Watanuki), Nueva York, New York University Press, 1975, pp. 98-99.

²⁶ J.W. Fullbright, *The Pentagon propaganda machine*, Nueva York, Vintage Books, 1971 (2a. ed.), p. 157.

²⁷ Véase J. Aronson, *The press and the cold war*, *op. cit.*

USIA, fundada en 1953, en los siguientes términos: "Su tarea es la de ayudar a cumplir los objetivos de la política extranjera de Estados Unidos: a] influyendo en las actitudes del público en las naciones extranjeras; b] teniendo al presidente, a sus representantes exteriores y al conjunto de los departamentos y de las agencias, al corriente de las implicaciones que la opinión extranjera puede tener en las políticas, decisiones y programas, presentes y futuros, que emanan de Estados Unidos. Esta misión de influir en las actitudes será llevada a cabo gracias a la utilización, sin disimulo, de numerosas técnicas de comunicación (contactos personales, red radiofónica, bibliotecas, publicación y distribución de libros, prensa, televisión, cine, exposiciones, enseñanzas de inglés, etc.)." Mediante todos estos recursos, añadía, se trata de "dar de los Estados Unidos la imagen de una nación fuerte, democrática, dinámica, cualificada para liderar los esfuerzos que el mundo despliega para alcanzar esta meta".²⁸

La intensificación del compromiso norteamericano en Vietnam, hizo que, en 1970, a esta misión civil ratificada por el Congreso se le sumara otra: "Prestar apoyo adecuado en materia de guerra psicológica al alto mando en el teatro de operaciones activas y proporcionarle consejos cotidianos y materiales de información básica."²⁹ Una misión que, de hecho, la USIA ya había asumido sobre el terreno, al crear, en Saigón, en colaboración con este alto mando, la JUSPAO (Joint United States Public Affairs Office). El objetivo a alcanzar era definido de forma perentoria por sus propios funcionarios: "Conquistar los corazones y las mentes del pueblo vietnamita para sostener el esfuerzo de guerra norteamericano e intentar influir favorablemente en los periodistas, recoger informes sobre las tácticas de guerra psicológica del enemigo y socavar su moral." Por esta razón, la USIA había sido partidaria, a finales de los años sesenta, del proyecto de pacificación bautizado con el nombre de *Phoenix*, que permitió neutralizar a más de veinte mil opositores al régimen de Thieu.

²⁸ US Senate, *USIA Appropriations Authorization, Fiscal Year 1973, Hearing before the Committee on Foreign Relations United States Senate, March 20-21 and 28*, Washington, US Government Printing Office, 1972, p. 55. Para una descripción de la USIA por uno de sus funcionarios, véase, A.C. Hansen, *USIA: Public diplomacy in the computer age*, Nueva York, Praeger, 1984. Para una visión crítica de la *Voice of America*: H. Fredericks, *Cuban-American War*, Norwood, NJ., Ablex, 1985. Sobre las estrategias de propaganda del gobierno norteamericano, véase Y. Eudes, *La conquête des esprits*, Paris, Maspero, 1982.

²⁹ US Senate, *USIA Appropriations...*, *op. cit.*, Sesión del 20 de marzo de 1972, p. 55.

Pero, en el transcurso de las audiencias públicas que, presididas por el senador Fulbright, se desarrollaron en 1972, no fue éste el aspecto del trabajo de la USIA sobre el que insistió la Comisión. Tres inquietudes animan las preguntas dirigidas por sus miembros a los agentes del organismo de propaganda que desfilan ante el estrado. En primer lugar, el carácter clandestino de algunas de sus operaciones, que la USIA había realizado de incógnito, es decir, sin firmarlas; lo que le estaba expresamente prohibido, toda vez que las instrucciones de Kennedy hablaban de "utilización no disimulada" (*Overt*) de los medios, a diferencia de los métodos de los organismos de Inteligencia como la CIA, cuya misión legal y explícita eran las *covert actions*. A continuación, la relación entre el organismo público y las grandes empresas estadounidenses, con ocasión del montaje de operaciones comunes. Por último, la confusión, que no hace más que aumentar, a medida que se van depositando los testimonios, entre *propaganda* e *información*. Hasta tal punto que el senador norteamericano ha de admitir que "la distinción entre una y otra es extremadamente trabajosa de establecer. Porque, no sólo hay dificultades teóricas, sino también obstáculos prácticos que impiden trazar una línea de separación nítida".³⁰

Cuatro años más tarde, en abril de 1976, un año casi, día por día, desde la caída de Saigón, otra comisión senatorial, presidida por Frank Church, convoca a los responsables de los servicios secretos civiles y militares. En el banquillo: las *covert actions* llevadas a cabo por la CIA y el Pentágono. Operaciones que ocultan actividades tan diversas como la propaganda, la guerra económica, la acción directa preventiva (sabotaje, antisabotaje) o la subversión contra Estados hostiles (ayuda a la guerrilla o a los movimientos de oposición).

La propaganda, en este supuesto, es lo que los excombatientes de la segunda guerra mundial habían catalogado bajo la denominación de: *black propaganda*. Es decir, "una operación fundamental que es competencia de la Inteligencia, no sólo porque no utiliza como munición más que material de Inteligencia, sino también por el hecho de que se lleva a efecto con el mayor sigilo: jamás identifica sus fuentes reales; pretende tener su origen donde el enemigo o en territorio ocupado".³¹ Cabe incluir en esta definición técnica, sobre todo, la

³⁰ *Ibid.*, pp. 7-8.

³¹ L. Farago, *War of wits: The anatomy of espionage and intelligence*, op. cit., p. 330.

difusión y la fabricación de informaciones y de rumores.

En este punto concreto, la comisión Church, por su parte, se propone, por encima de todo, evaluar los peligros que entrañan para el ciudadano estadounidense estas prácticas clandestinas que la virulencia del choque de las ideologías en el transcurso de la guerra fría, según confesión de sus propios protagonistas, “había hecho indispensables a pesar de su carácter, a menudo, francamente ilegal” “La razón por la que la comisión, explica el senador Church, investiga el uso que ha hecho la CIA de los medios norteamericanos, tanto en el pasado como en el presente, es doble: la primera es la capacidad, inherente a las operaciones clandestinas en los medios, de manipular, e incidentalmente, de engañar al público de nuestro país; la segunda, el daño que las relaciones clandestinas del organismo de Inteligencia con periodistas y medios pueden ocasionar a la propia credibilidad e independencia de una prensa libre.”³² Entre otras acusaciones: muy especialmente, las campañas de prensa orquestadas en 1970 por este organismo con vistas a desestabilizar al candidato socialista a la presidencia de Chile, durante los dos meses que precedieron a la transmisión de poderes. La información divulgada en el marco de esta *covert action* había sido ampliamente reproducida por el *New York Times* y el *Washington Post*, *contaminando* —es el término utilizado por el senador— noticias y comentarios. El inventario de este tipo de acciones no acaba ahí, porque, al hilo de las declaraciones de los agentes de información, desfilan los casos de Irán, Italia, Grecia, Guatemala, etc. Países, todos ellos que, en el transcurso de las dos últimas décadas, han constituido *zonas de subversión*, reales o en potencia.

Estas dos series de audiencias tienen el gran mérito de arriesgarse a formular el problema y, sobre todo, de reconocer que podría haber problemas para el ejercicio de los derechos democráticos. No es preciso decir que estas confesiones de los años setenta contrastaban con la actitud cautelosa de las otras grandes democracias occidentales donde la clasificación de estas acciones inconfesadas en la categoría *Confidencial Defensa* permitía conservarlas fuera del alcance de las miradas exteriores. El mérito de las comisiones Fulbright y Church, si cabe, era todavía mayor, si se tiene en cuenta que enfrente, del otro lado del telón de acero, la regla era la opacidad absoluta.

³² US Senate, *Foreign and Military Intelligence. Book I, Final Report of the Select Committee to Study Governmental Operations with Respect to Intelligence Activities, April 26, 1976*. Washington, DC, US Government Printing Office, 1976, pp. 197-198.

Desinformatsia

Las revelaciones de antiguos responsables de los servicios secretos que se habían pasado al Oeste permitían levantar una parte del velo que cubría el dispositivo internacional de propaganda y de desinformación (*desinformatsia*) de la Unión Soviética y de sus satélites.³³ Así fue, por ejemplo, cuando un miembro del *Politburó* checo, el general Jan Senya —una de las primeras deserciones de peso de un alto mando en este ámbito—, reveló, en 1968, cómo los servicios secretos del Este habían logrado engañar en 1962 a los periodistas del *Der Spiegel*, haciéndoles llegar los *planes secretos sobre la estrategia de la OTAN (Organización del Tratado del Atlántico Norte)*.

En los círculos de la Inteligencia occidental, todo el mundo estaba de acuerdo en difundir la idea de que la extensión de las operaciones de Inteligencia de la Unión Soviética no guardaba proporción con la del otro campo. Todo ocurría como si la guerra de las evaluaciones acerca del potencial del adversario también fuese parte integrante del combate de los propagandistas. Así, no es nada sorprendente encontrar esta estimación en el expediente de la comisión Church: las actividades del Este equivalen a seis veces las del Oeste, y todavía mucho más, si se contabilizan las operaciones clandestinas.³⁴ En el restringido frente de la propaganda, los testigos de la comisión Fulbright ofrecen, ellos también, estimaciones que acusan una neta desventaja para Occidente: radio Moscú emitía, en 1970, una media de doscientas treinta y cinco horas por semana, en quince lenguas, para África; *Voice of America*, no más de ciento treinta, y sólo en cuatro lenguas (inglés, francés, árabe y swahili). Pero, a propósito de una pregunta del senador sobre la eficiencia de tamaño potencial, el responsable de la radio gubernamental termina confesando que “la eficacia de los programas de radio soviéticos no guarda proporción alguna con la amplitud de los esfuerzos desplegados, por la buena razón de que, en numerosos países, estas emisiones son consideradas *demasiado propagandistas*, tan estridentes que los datos de que se dispone indican que no las escuchan más que los miembros del partido o la gente próxima a éste”.³⁵

³³ R.H. Schultz y R. Godson, *Desinformatsia: Active measures in Soviet strategy*. Oxford, Pergamon-Brassey, 1984.

³⁴ US Senate, *Foreign and Military Intelligence*, *op. cit.*, p. 539.

³⁵ US Senate, *USIA Appropriations...*, *op. cit.*, p. 302.

En el espacio interior, el *Glavlit* y el *Gabinete negro* interceptaban en las fronteras la correspondencia entre científicos, revistas y trabajos académicos, e incluso las publicaciones de los organismos especializados de las Naciones Unidas donde las delegaciones soviéticas alardeaban de ser unas ardientes defensoras de una ciencia al servicio de la paz y de la comprensión entre los pueblos. Uno de los testimonios más convincentes es esa investigación etnográfica a la que, durante los años sesenta se entregó Jaurès Medveev, ese científico internado en un asilo psiquiátrico por haber acometido un estudio sobre las prevaricaciones de Lyssenko, y que, más tarde, se refugió en el Oeste. Pero antes de hacerlo, reconstruyó minuciosamente, con los medios a su alcance, el itinerario de su propio correo internacional y el de sus correspondientes extranjeros. Inconveniencias, extravíos extraños, incautaciones, devoluciones al remitente, matasellos misteriosos en las cartas recibidas que indicaban su paso por manos indiscretas, todas estas violaciones del derecho a la correspondencia de un particular incluso llevaron al sabio a demandar —sin provecho alguno, como no fuera un mejor conocimiento del sistema de censura— a la administración postal de su país en nombre de una legislación que sólo era democrática en los textos. Comparando el tiempo que tardan las cartas en llegar a su destinatario desde o en diversos puntos de Europa, con el que tardaban a finales del siglo pasado, Medveev comprueba que el plazo para el despacho del correo postal ordinario entre Inglaterra y Moscú se ha incrementado sensiblemente: ha pasado de tres-cuatro días en 1875-1914 a nueve-veintiún días a finales de los años sesenta. A este ritmo, las cartas de Lenin, pese a que estaba acosado por la policía del zar, enviadas desde Francia o desde Suiza, habrían tardado, en 1969, entre diez y diecisiete días, mientras que, a principios de siglo, llegaban a su familia en tres o cuatro días.³⁶

La mayor parte de los estudios sobre comunicación internacional realizados en los países socialistas durante los años setenta condenaba sobre todo a los *medios de propaganda burgueses*, término consagrado por el lenguaje burocrático para caracterizar a los medios occidentales. Una obra representativa es la de Georgi Arbatov, director del Instituto de los Estados Unidos de la Academia de Ciencias y alto responsable del partido en el sector del trabajo ideológico, cuyo título resumía por sí solo las fijaciones de la época: *The war of ideas in*

³⁶ J. Medveev, *Le secret de la correspondance est garanti par la loi*, op. cit.

contemporary international relations: The imperialist doctrine, methods and organization of foreign propaganda [La guerra de las ideas en las relaciones internacionales contemporáneas: la doctrina imperialista, los métodos y la organización de la propaganda extranjera] (1970).³⁷ Al estar viendo manipulación y complot donde fuera que se emitiesen ideas y opiniones, estudios como éste le daban la espalda a los análisis de Marx sobre la ideología como experiencia vivida de un modo de vida, transcurrida en la *naturaleza de las cosas*. Todo eso, claro está, pasaba por alto la diferencia esencial que separaba a los dos sistemas ideológicos y a su forma de pensar en el papel de los medios. Una diferencia que el historiador Roy A. Medveev, hermano del autor del estudio sobre la correspondencia, explicaba muy sencillamente a sus interlocutores norteamericanos: “Los Estados Unidos cuentan con varios partidos políticos y un gran número de organizaciones y de grupos religiosos. Su propaganda no es más que una parte del flujo general de información. En la Unión Soviética, la información no es más que una parte de las campañas de propaganda del partido.”³⁸

Con el hundimiento de los regímenes comunistas, este proyecto de adoctrinamiento, ajeno a las realidades cotidianas y concretas de la población, revelará, pese a la masividad de sus flujos, su impotencia para alcanzar esa totalización de la vida individual y colectiva, que, sin embargo, era costumbre atribuirle.

En cuanto al dispositivo civil de propaganda del gobierno de Estados Unidos, lo que no ofrece dudas es que habrá que esperar hasta abril de 1991 para que se precipite su crisis anunciada unos quince años antes. En efecto, es en esas fechas cuando el presidente George Bush —“a la vista, sobre todo, del final de la guerra fría, de la revolución democrática en el Este, y de los acontecimientos del Golfo”, por utilizar los términos de su memorándum al grupo de expertos encargados de formular recomendaciones— decidirá estudiar la reorganización de las radios y televisiones oficiales con el fin de que estos “medios sigan siendo competitivos”. Esta cualidad no será, en efecto, la suya,

³⁷ G. Arbatov, *The war of ideas in contemporary international relations: The imperialist doctrine, methods and organization of foreign propaganda*, Moscú, Progress Publishers, 1973 (edición original en ruso, 1970). Para un análisis de varios trabajos soviéticos de este tipo: J.R. Bennett, “Soviet scholars look at US Media”, *Journal of Communication*, vol. 36, núm. 1, invierno de 1986.

³⁸ R.A. Medveev, “Information in Russia: against the languid flow”, *International Herald Tribune*, 29 de febrero de 1984, p. 4.

durante la intervención de los *marines* en Panamá, en diciembre de 1989, ni durante la guerra del Golfo de 1990-1991. Ambos conflictos señalarán el irresistible ascenso de la cadena privada CNN (*Cable News Network*) como intermediario obligado para el dispositivo de la energética diplomacia de la Casa Blanca. En ambas ocasiones, podrá comprobarse cómo la presión emotiva de las imágenes está modificando los procesos de decisión de los responsables políticos. La inmediatez de la información en directo se saltaba las frías cabezas de los expertos. En esta revisión estratégica, una excepción a la regla: la política respecto del gobierno castrista de Cuba por parte del gobierno de Estados Unidos que sigue manteniendo en Florida la radio y la televisión Martí, de acuerdo con el viejo esquema heredado de los hábitos de la guerra entre bloques.

El cuestionamiento de los objetivos y de los métodos de la USIA coincidirá en el tiempo con la puesta en entredicho de la agencia de información, la CIA, ya muy maltrecha por el *Irangate*, ese escándalo de malversación, en beneficio de la *Contra* nicaragüense, de fondos procedentes de las ventas secretas de armas a Irán. A pesar de sus, aproximadamente, dieciocho mil funcionarios y de un presupuesto estimado en tres mil millones y medio de dólares, este dispositivo civil de espionaje será cogido en falta con motivo de la invasión de Kuwait por las tropas de Saddam Hussein. Como tampoco será capaz de prever el momento preciso de la caída del muro de Berlín, en 1989, ni el golpe de Estado en la Unión Soviética, en 1991. Entre los factores de crisis de este servicio secreto: excesivo énfasis en los métodos de espionaje electrónico en detrimento del elemento humano en la recogida de la información, dificultad para dominar e interpretar el flujo de informaciones suministrado por este refinado dispositivo tecnológico, insuficiencia de agentes especializados en lenguas y culturas extranjeras, y, por encima de todo, dificultad para desembarazarse de una visión maniquea y conspirativa del mundo, heredada de la lucha contra el *imperio del mal*, y para enfrentarse a un entorno en el que o sólo resulta difusa la noción de enemigo, sino que los datos sobre las estrategias industriales y tecnológicas de las potencias competidoras resultan tan indispensables para la seguridad nacional como la tradicional materia prima de la información, ocupada en su totalidad por el espionaje político.

Atenerse a una definición unívoca de la información no sería de recibo en una época en la que se está convirtiendo en polifacética. De hecho, es de lo que las empresas privadas, empezando por las japone-

sas, desde hace tiempo, han tomado conciencia con la mundialización de la economía, al ponerse en *vigilancia tecnológica* o, incluso, en *vigilancia estratégica*, dando a entender así que esta operación no sólo concierne a la tecnología, sino al conjunto de datos técnico-económicos y políticos susceptibles de ser tomados en consideración en la elaboración de la estrategia de los actores económicos. Su misión: recoger, a través de las fuentes y redes más diversas (coloquios, publicaciones e informes científicos y técnicos, intercambios, etc.), esta *información estratégica* que la empresa necesita para conservar sus niveles de competitividad; analizarlos cruzando las miradas de diversas disciplinas y ámbitos de actividad y recurriendo a especialistas pertenecientes a diferentes culturas.

En cuanto al Pentágono y su dispositivo de información, vivirá otra historia: seguirá la línea de las crestas de sus futuras victorias.

El Golfo: ¿una guerra posmoderna?

La guerra del Golfo ha arrojado una cruda luz sobre lo que, durante los años ochenta, con la crisis de los complejos militar-industriales y las celebraciones oficiales del final de la guerra fría, tendió a instalarse como una zona de sombra en los debates sobre el futuro de los sistemas globales de comunicación e información: la lógica de la vigilancia y la lógica de lo que el geopolítico norteamericano James Der Derian llama la *cultura de la seguridad nacional*.³⁹ Pero, ¿quién puede negar, después de este conflicto, que la nueva arquitectura de las redes globales también sigue jugándose ahí, a pesar de todo?

La guerra del Golfo es una *guerra de la comunicación*, por un doble motivo.

Lo es, de entrada, por el lugar que ocupa la información, censurada por un sistema de *pools*, bajo estricto control militar. Los militares autorizaron un total de once *pools*, o pequeños equipos de prensa, de cinco a dieciocho personas, cada una de las cuales cubría una unidad específica. Estos *pools* salían al terreno acompañados de un oficial (*Public Affairs Officer*) que escogía las tropas a entrevistar, les daba instrucciones (*briefing*), controlaba los rodajes, revisaba, suprimía

³⁹ J. Der Derian, "Arms, hostages, and the importance of shredding in earnest: reading the national security culture", en *Cultural Politics in Contemporary America*, I, Angus y S. Jhally, bajo la dirección de, Londres-Nueva York, Routledge, 1988.

cualquier información *sensible*. Luego, se enviaba todo a Dahrán y se distribuía a la prensa. El acceso al *pool* resultó desigual, según acreditan las dos demandas presentadas ante los tribunales por periódicos norteamericanos como *Harper's*, *Mother Jones*, *The Nation* y *The Village Voice*, por un lado, y por la AFP, por otro.

Desde el comienzo de la crisis del Golfo, por cierto, los periodistas que no pertenecían a grandes empresas informativas o que no estaban explícitamente recomendados por los gobiernos de la coalición, encontraron dificultades para obtener el visado de las autoridades saudíes. Esto es lo que revela una investigación llevada a cabo por la Gannett Foundation (aproximadamente la mitad de los periodistas estadounidenses pasaron por estas circunstancias). Es así cómo el corresponsal de la cadena hispanófila de Estados Unidos, Univision, necesitó un mes para conseguir su visado, mientras que los corresponsales de las grandes agencias de prensa anglosajonas lo obtenían en menos de una semana.⁴⁰

El procedimiento del sistema de *pools* fue legitimado oficialmente al amparo del precedente de la guerra de Vietnam. No obstante, esta interpretación —que también es, según hemos visto, la de Samuel Huntington y sus colegas— que erige a la televisión en agente de la derrota ha sido brillantemente rebatida por Daniel C. Hallin.⁴¹ En su estudio, publicado en 1986, el politólogo de la Universidad de California ha demostrado cómo el conflicto vietnamita no ha sido la *living room war* que algunos pretenden, esa guerra librada en directo todos los días ante los ojos del mundo. Incluso en ausencia de una censura gubernamental, las *networks* distan mucho de haber enseñado la *true horror war*, guiadas como lo estuvieron por una autocensura dictada tanto por un tipo de relación con sus audiencias como por el gobierno y el ejército. En otras palabras, la televisión ha sido mucho más un *follower* que un líder de opinión, un seguidor antes que un conductor. Tales conclusiones llevarán al investigador norteamericano a afirmar, con ocasión del conflicto del Golfo, que: “Uno de los mitos más tenaces sobre el Vietnam es esa idea de que la cobertura —hasta el punto de saturación— por parte de la televisión hizo que el público se revoliera contra la guerra, y, por consiguiente, que toda guerra

⁴⁰ E.E. Dennis (ed.), *The media at war: The press and the Persian Gulf conflict. A report of the Gannett Foundation*, op. cit.

⁴¹ D.C. Hallin, *The “Uncensored war”: The media and Vietnam*, Nueva York, Oxford University Press, 1986.

televisada perderá el apoyo del público. Este axioma motivó a los británicos a imponer restricciones draconianas a las cadenas durante la guerra de las Malvinas (1982), y es una de las principales razones por las que los medios norteamericanos, durante la guerra del Golfo, hubieron de enfrentarse con la censura militar, por primera vez desde la guerra de Corea.⁴² Que conste en acta, pues.

Piénsese lo que se piense, estudios como el de D.C. Hallin merecen archivarse en la carpeta de los interrogantes que ponen en entredicho las ideas recibidas y le devuelve a la noción de *censura* toda su complejidad social. Demuestra cómo el control estatal sobre los flujos de información en tiempo de guerra y crisis no puede hacer caso omiso de los mecanismos que regulan su producción en tiempo de paz, so pena de perder toda credibilidad y legitimidad social. Esta necesidad que tiene el Estado de una *complicidad metabólica* con las instituciones mediáticas es precisamente lo que aparta a los análisis del politólogo de una tesis *conspirativa*.

En su aspecto clásico, la guerra de la información es la heredera de las técnicas de la guerra psicológica acumuladas en el transcurso de las guerras anteriores. Los llamamientos a la desertión, por ejemplo, lanzados a las tropas iraquíes, ya se habían oído antes. Para convenirse de ello, bastaría, por ejemplo, con volver a leer el detallado relato de David Hertz, guionista de Hollywood en la vida civil y oficial OSS del primer ejército norteamericano durante el asedio de Lorient, en agosto de 1944. Microcosmo, en el que todas las estratagemas y astucias fueron utilizadas para socavar la moral de los, aproximadamente, veintiocho mil soldados alemanes encerrados en su fortaleza.⁴³

También son normas del género las operaciones de desinformación, de producción de falsas noticias o de rumores, sobre el potencial del ejército enemigo, sobre las pérdidas, sobre la envergadura de la marea negra, etc. Formas de acción secreta, todas ellas, por las que se inquietaban, de forma premonitoria, los senadores Fulbright y Church que presentían el riesgo de contaminación de los medios y de las agencias de prensa por la *black propaganda*. Una de las novedades de esta fusión es su extensión, hecha posible gracias a la connivencia de numerosos periodistas, ingenuos o cínicos. Sin despreciar por ello la presión de las *formas paroxísticas* que asumen en época de guerra los

⁴² D.C. Hallin, "Living room war: Then and now", *Extra!, Special issue on the Gulf War*, Nueva York, vol. 4, núm. 3, mayo de 1991, p. 21.

⁴³ D. Hertz, "The Radio Siege of Lorient", *Hollywood Quarterly*, 1946, núm. 1.

símbolos de masas nacionales. Esto es lo que le hacía decir a Elias Canetti, en los años cincuenta, que estos periodos de obcecación traían consigo, de forma masiva, la *religión nacional*.⁴⁴

Pero donde radica el cambio cualitativo en las prácticas de los *psychological warriors*, es en la forma en que se han introducido en el imaginario de la cultura de masas. Es evidente que la *nueva estética de las armas*, que hace que los fabricantes de armamentos estén cada vez más atentos a las formas que circulan en la sociedad post-industrial, les ha ayudado poderosamente. Todo ocurre como si, en el diseño mismo del mortífero ingenio proyectado en la pequeña pantalla, se incorporara desde ahora su dimensión de exhibición mediática, su dimensión *anhelante*, su valor *comunicante*. La vieja polémica iniciada, después de la primera guerra mundial, por el filósofo Walter Benjamin, en contra de la *estética de la guerra*, tan grata a su compatriota Ernst Jünger, merecería ser nuevamente analizada.

Esto nos lleva hasta la segunda razón, que define la guerra del Golfo como una *guerra de la comunicación*. La guerra de las 3 C (Control, Command, Communication Intelligence). De la *puesta en imágenes* que hizo el ejército de la guerra aérea, se obtiene una representación: el triunfo de los *armamentos inteligentes*: videomisiles de crucero, pilotados por sus propios ordenadores instalados a bordo; satélites de reconocimiento que permiten que los pilotos, antes incluso de subirse a sus aviones, conozcan el lugar de las operaciones (cinco satélites-espías sobrevolaron Irak y enviaron en tiempo real los datos recogidos en las consolas de los analistas del Pentágono, proporcionando detalles de hasta diez centímetros); sistemas de mando conectados con todos los aparatos de combate e incluso con las propias armas. En resumen, se despliega ante nuestros ojos un complejo sistema de sistemas expertos, de *redes neuronales*, así como numerosos sistemas y pantallas informáticas que van desde el gran IBM a los portátiles de las unidades ligeras, etc., que sirven, bien como centros de decisión, bien como elemento intermedio para el análisis de los datos, bien como un simple nudo que encamina las informaciones hacia otros sistemas.⁴⁵

Además, mediante una impresionante logística de la intendencia

⁴⁴ E. Canetti, *Masse und Macht*, Hamburgo, Claascen Verlag, 1960. [ed. esp.: *Masa y poder*, Barcelona, Muchnik Editores, 1977].

⁴⁵ Véase Ph. Class, "Sous le feu de la technologie", *01 Informatique*, 25 de enero de 1991; S. Rosselin, "Conflit du Golfe: les satellites savent tout", *Science et Vie*, septiembre de 1990.

—de cada cien soldados norteamericanos, presentes en la operación *Escudo del desierto*, sólo cincuenta y cinco eran combatientes—, esta guerra de las tecnologías de comunicación e información es la primera en gestionarse con *flujos extendidos*. Y en consecuencia, la primera en adoptar los métodos de gestión puestos a punto por los constructores de automóviles nipones: gestión informatizada, disminución máxima de existencias, solicitud de las piezas necesarias, a la orden, en curso de *producción*. (El noventa y cinco por ciento de las operaciones logísticas de la US Air Force se realizó así, sin intervención humana.) La gran diferencia con la gestión de una firma de automóviles estriba en que esta última no administra más de cien mil referencias (o tipos de piezas distintas) al día, mientras que las fuerzas norteamericanas tuvieron que gestionar varios millones. El despliegue de este modelo de organización en tiempo de guerra es tal que permite suponer que “los métodos de gestión puestos a punto para el Golfo, probablemente cambiarán la organización del trabajo en el mundo industrial de mañana”.⁴⁶ Del mismo modo que la ciencia de la organización había dado un paso decisivo al resolver los problemas planteados por el desembarco en las playas de Normandía el 6 de junio de 1944.

A partir de la guerra de las Malvinas, en 1982 pues, esta guerra que enfrentó al ejército de la dictadura argentina con las fuerzas de élite británicas, la utilización pionera, a escala natural, de los medios de destrucción automáticos y autoprogramados, había suscitado nuevos interrogantes acerca de lo que ya se percibía como una conmoción de los datos clásicos de la estrategia. Con tal motivo, Paul Virilio —en la línea de su reflexión sobre la fase suprema de la velocidad y la estrategia de la *visión global*, la *máquina de visión*, hecha posible gracias a los videomisiles, al telecontrol, a los satélites-espías y a la aparición de un nuevo tipo de cuartel general— incluso hablaba de superación de la geopolítica y de la geoestrategia en beneficio, exclusivamente, de la logística. Una logística en trance “de convertirse en *global* no sólo a causa del alcance de las nuevas armas *transhorizonte* y del gran radio de acción de los ingenios, sino, sobre todo, del régimen de temporalidad de los más recientes sistemas de armamento: el paso al acto de guerra no es más que [...] el traspaso de las responsabilidades (humana, política...) desde la fase de la libre deci-

⁴⁶ F. Came, “Le casse-tête de la logistique alliée”, *Libération*, 28 de enero de 1991.

sión de empleo en el campo de batalla, a la fase de la programación industrial y económica".⁴⁷

Jérôme Binde iba más lejos en el diario *Le Monde*: "Bajo una forma experimental, acabamos de *asistir*, en calidad, pues, de esclavos mirones y pasivos, a la primera guerra puramente tecnocrática [...] Las fuerzas propias son, de ahora en adelante, la informática y la comunicación, y la automatización de la maquinaria guerrera. El estilo de esta guerra suscribe su naturaleza: ni lucha de liberación, ni guerra nacional popular, ha enfrentado a *élites* militares desiguales [...]. La guerra de las Malvinas es el momento posmoderno en el que el *valor* militar se reduce a su grado cero [...] La técnica que permite que el agresor extermine a un enemigo a distancia garantiza, ahorrando el terrible cara a cara, la agresión de la guerra en una fase infantil o primitiva: la de la *omnipotencia de las ideas* (Freud)."⁴⁸

Shoot and forget (*Dispara y olvida*): es exactamente la imagen de la guerra como intervención quirúrgica que los nuevos guerreros psicológicos han difundido merced a las imágenes del ordenador del piloto que mata desde muy lejos, sin ver a su enemigo y sin ser visto. El mito de la guerra aséptica y entre profesionales.

Con razón ha podido chocarnos la proliferación de las discusiones *mediocéntricas* sobre la transparencia y la deontología de la información en tiempo de guerra y la carencia de un debate de fondo sobre la *ética* de esta nueva guerra electrónica, auténtica exhibición del marchamo tecnológico de Occidente, fuera de la que resulta, a nuestro juicio, ilusorio, establecer los fundamentos de una moral para el dispositivo mediático y sus *mirones*. Máxime cuando, a diferencia de la guerra de las Malvinas, la guerra del Golfo ha demostrado que la guerra electrónica ocultaba otra. Menos de dos semanas después del cese el fuego, el Pentágono reconocía, en efecto, que la guerra *high tech*, tan traída y llevada por las informaciones censuradas, no había representado más que una parte minoritaria de las acciones. De las ochenta y ocho mil quinientas toneladas de bombas desparamadas sobre Irak y Kuwait, menos del 7 por ciento eran bombas dirigidas por láser. Lo cual explica que el 70 por ciento de las bombas no dieron en el blanco, toda vez que los armamentos

⁴⁷ P. Virilio, "Guerre électronique", *Terminal*, 1984, núm. 11. (Texto de una intervención en el coloquio "Mythes et imageries de la technologie", 3-4 de junio de 1982). En inglés, véase: P. Virilio, *War cinema*, 1989.

⁴⁸ J. Binde, "Le terrorisme technocratique", *Le Monde*, 13 de julio de 1982.

inteligentes, a la vista del costo, sólo se utilizaron para los objetivos más valiosos del adversario.⁴⁹

El deseo de democracia que, en los años setenta, inspiró al Senado de Estados Unidos una interrogación en profundidad acerca de las operaciones psicológicas en tiempo de guerra, no subsiste ya, desgraciadamente, para provocar, en esta misma asamblea, un desmenuzamiento de las prácticas comunicacionales de los guerreros de la *guerra justa*. El consenso de los desfiles en la Quinta Avenida sumerge la impertinencia. El tiempo de la victoria —que también es el de la pulsión de la muerte— no es la hora de los balances.

En cuanto a la propaganda de la dictadura de Bagdad que no dudó en tomar a su pueblo como rehén para convertirlo en un peón en el tablero de una guerra regional, lleva hasta sus extremos la crisis de los grandes relatos de liberación nacional que los partidos-Estados, a falta de otros actores sociales y otros actores políticos, habían vaciado de sentido desde hacía tiempo en los países liberados de la opresión colonial.

Todo esto no debe hacer olvidar —incluso si uno se abstiene de convertir la guerra del Golfo en un conflicto Norte/Sur— que la lógica de la guerra ha hecho florecer los pensamientos simplificadores, las intolerancias y las certezas ciegas en la representación mediática, no sólo de cuantos se oponían a la guerra en el seno mismo de las grandes sociedades occidentales, sino también, y sobre todo, de la otra parte del mundo. El triunfalismo de los grandes países de la coalición ha despreciado olímpicamente los factores a largo plazo, es decir, el riesgo de que no se haga más profundo el resentimiento y no se ahonde el abismo imaginario y cultural entre los excluidos y los integrados.

Abandonemos ahora los senderos de la guerra para adentrarnos por las *vías del progreso*. Estas vías que pensadores como Proudhon, en una época en que lo internacional se percibía todavía como un mero invento de los estados, sólo podían imaginar en su relación con la guerra. “Las relaciones internacionales, escribía en 1860, tienen en la guerra su condición y su efecto. Pero esta manifestación del derecho de la fuerza está sometida a la ley del progreso, porque el progreso lleva a las sociedades a sustituir gradualmente el derecho guerrero de la fuerza por el derecho pacífico del trabajo”.

⁴⁹ F. Rousselot, “L'évènement”, *Libération*, 28 de marzo de 1991.