

Orígenes históricos de los usos actuales de la comunicación pública

Manuel MARTIN SERRANO

REFERENCIA PARA LAS CITAS DE ESTA PUBLICACIÓN Y DE SUS CONTENIDOS:

MARTIN SERRANO, Manuel (2004): "Orígenes históricos de los usos actuales de la comunicación pública", *Diálogos de la Comunicación*, nº 69, pp. 98-108.

Reeditado en CUESTA, Ubaldo (coord.) (2005): *La comunicación social contemporánea. Teoría y técnica*. Madrid: UCM, pp. 42-51.

Recuperado el _ de _____ de 2___, de <http://eprints.ucm.es/13242/>

UTILIZACIÓN DE ESTE DEPÓSITO:

Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las siguientes condiciones, que corresponden a la licencia *Creative Commons* que protege este texto:

Reconocimiento. Debe reconocer y citar al autor original, utilizando la "**REFERENCIA PARA LAS CITAS DE ESTA PUBLICACION Y DE SUS CONTENIDOS**" (véase recuadro superior).

No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Sin obras derivadas. No se puede alterar, transformar, o generar una obra derivada a partir de esta obra.

Reading LA PRODUCCIÓN SOCIAL DE COMUNICACIÓN. LA COMUNICACIÓN PÚBLICA EN EL CAMBIO DEL MUNDO

Presentación y estudio documental por Daniel Franco Romo

En E-Prints se tiene acceso a una selección de la obra original de Manuel Martín Serrano (véase: "Publicaciones de Manuel Martín Serrano disponibles en E-Prints. Selección sistematizada"*, en <http://eprints.ucm.es/11107/>).

Una parte importante de dicha obra está dedicada al estudio de **LA PRODUCCIÓN SOCIAL DE COMUNICACIÓN**. *La producción social de comunicación* (Madrid: Alianza, 1986, 1993, 2004) es un libro que integra teoría, metodología e investigación y con el que Manuel Martín Serrano contribuye decisivamente a que la comunicación forme parte de las ciencias sociales. Esta obra ofrece una perspectiva y una sistemática específicas, para investigar las relaciones entre sociedad y comunicación. Introduce, como un componente necesario para el análisis de los cambios históricos de las sociedades, las sucesivas transformaciones de la comunicación pública, en sus diversos niveles: transformaciones de las tecnologías, de las organizaciones que tienen a su cargo la labor de proveer de información a la colectividad, y de los usos que de todo ello se hace en cada comunidad. *La producción social de comunicación* es un título de referencia en la bibliografía científica de la comunicación. Su influencia se refleja en el acervo de publicaciones que se han distanciado de la "teoría de la comunicación social" para trabajar con el enfoque de una "teoría social de la comunicación". Es evidente el giro que representa este cambio semántico.

En este Reading, se han seleccionado textos que corresponden a los tres niveles en los que se mueve esta parte de la obra del autor: el teórico, el de los usos sociales de la comunicación, el de los desarrollos metodológicos.

1. Creación de la Teoría Social de la Comunicación

Manuel Martín Serrano escribe que la producción social de comunicación es una actividad sociohistórica que requiere enfoques macrosociológicos. En consecuencia, propone e inicia la Teoría Social de la Comunicación. Está descrita en "Presentación de la Teoría Social de la Comunicación" (<http://eprints.ucm.es/13237/>). Los cambios que se están produciendo en el uso y en el valor de la información requieren este desarrollo teórico. El estudio de por qué y cómo hay que llevar a cabo esa renovación teórica está en uno de los artículos más esclarecedores del autor: "La epistemología de la comunicación a los cuarenta años de su nacimiento" (<http://eprints.ucm.es/13238/>).

2. Orígenes y características de los usos actuales de la comunicación pública

Cuando Manuel Martín Serrano elabora la Teoría Social de la Comunicación, ya había investigado y publicado sobre los formas históricas de producir comunicación pública y sus usos sociales, desde la Modernidad hasta la época actual. El tránsito desde la comunicación en la sociedad postindustrial a la comunicación en la emergente sociedad globalizada se describe en *La mediación social* (Madrid: Akal, 1977, 2008). Entre los escritos en los que se ha referido a ese tránsito, se ha seleccionado "Las transformaciones sociales vinculadas a la era audiovisual" (<http://eprints.ucm.es/13187/>) y "La ampliación de la realidad en la que vivimos con otro universo virtual" (<http://eprints.ucm.es/11069/>).

A comienzos de los años 80, anticipa que "La nueva era no va a ser de la comunicación, sino la de la conexión" (<http://eprints.ucm.es/11065/>). El autor reanaliza en clave de economía política las transformaciones en la producción comunicativa, tal como se puede apreciar en "Cuándo el valor de cambio de la información puede ser medido" (<http://eprints.ucm.es/11067/>). Y, en clave prospectiva, muestra que los mismos factores que están ampliando las aplicaciones sociales de las tecnologías comunicativas, también tienen un enorme potencial de desorganización. El análisis de cómo se verá afectado el actual orden de monopolio globalizado está resumido en "La forma vigente de producir comunicación pública. Desarrollo y quiebra" (<http://eprints.ucm.es/13239/>). El artículo publicado en *Reis* "Los cambios acontecidos en las funciones de la comunicación y en el valor de la información" (<http://eprints.ucm.es/13240/>) relaciona la revolución informático-comunicativa con las transformaciones históricas que están en curso. La utilización de las nuevas formas de producir comunicación acabará remodelando, a escala universal, las formas de acción social.

Manuel Martín Serrano se ha referido en varias ocasiones a la naturaleza dual que es característica de la producción social de comunicación: innovadora y redundante, controladora y al tiempo liberadora. Cree que por primera vez existen capacidades para que pueda decantarse hacia el desarrollo de la creatividad y la autonomía individuales. Véase en el texto “La gran paradoja que presenta la evolución histórica de la comunicación pública” (<http://eprints.ucm.es/11063/>).

3. La producción social de comunicación y el colonialismo cultural

La comunicación pública ha contribuido y lo sigue haciendo al colonialismo, desde la época de los descubrimientos a la de la globalización. Manuel Martín Serrano indica que ese uso la convierte en un arma de guerra y en un procedimiento de explotación. El autor escribe con frecuencia artículos sobre este tema, desde la perspectiva teórica e histórica que distingue a su obra. “Orígenes históricos de los usos actuales de la comunicación pública” (este depósito) regresa a la época en la que los movimientos religiosos inventaron “la comunicación social” (a finales del siglo XIX) como herramienta para la catequesis. El neocolonialismo se apropia ese mismo modelo manipulador y lo adapta para crear dependencia. Aclara el autor que “el colonialismo se convierte en neocolonialismo cuando logra integrar el comercio y la transculturización en una única red”. En nuestra época de producción en masa de estereotipia, el neocolonialismo tiene a todas las naciones por su territorio. Produce “La comunicación que globaliza la pobreza cultural” (<http://eprints.ucm.es/13244/>). Empobrecimiento que lleva implícito la sustitución del recurso a cualquier lenguaje hablado por la acción: véase “Cuando la eliminación del idioma propio hace de «la acción» el modo de narrar único o principal” (<http://eprints.ucm.es/13245/>). Manuel Martín Serrano ha acuñado categorías para describir la forma en la que se produce esa destrucción de bienes intangibles, en “La comunicación pública y la supervivencia” (<http://eprints.ucm.es/13246/>). También se ha seleccionado un texto que contiene, en su brevedad, importantes enseñanzas para el estudio y el entendimiento de cómo funcionan esos mecanismos de sometimiento: “El colonialismo cultural se analiza investigando las relaciones entre acción y comunicación” (<http://eprints.ucm.es/13247/>). Explica que la desorganización de las instituciones productivas, familiares y políticas de una comunidad es condición necesaria para que la producción comunicativa que transculturiza quebrante los valores y transforme las costumbres.

4. Metodologías y técnicas para investigar la producción social de comunicación

Manuel Martín Serrano suele elaborar los modelos de investigación que se adecuan a los planteamientos teóricos que él mismo ha propuesto. Por ejemplo, crea en *La producción social de comunicación* los conocidos conceptos de “Mediación cognitiva y estructural” (<http://eprints.ucm.es/13166/>). Son desarrollos de la teoría de la mediación, para el estudio de la comunicación pública, que se acompañan en dicho libro de los correspondientes “Diseños para investigar la producción social de comunicación” (<http://eprints.ucm.es/13147/>). Se reproduce “Un protocolo para llevar a cabo estudios paradigmáticos de la producción social de comunicación” (<http://eprints.ucm.es/13248/>), que se viene utilizando ininterrumpidamente, por su autor y por otros muchos investigadores.

REFERENCIAS para enlazar este documento con los que cita y con aquellos que le citan

- “Prólogo para *La mediación social* en la era de la globalización” (<http://eprints.ucm.es/10651/>)
- “La comunicación NO es una alternativa autónoma respecto al sistema de producción y de reproducción social” (<http://eprints.ucm.es/11049/>)
- “Las tres formas de empleo de la comunicación” (<http://eprints.ucm.es/11058/>)
- “La gesta y la parábola en los relatos de la comunicación pública” (<http://eprints.ucm.es/11061/>)
- “Innovación tecnológica, cambio social y control social” (<http://eprints.ucm.es/11064/>)
- “Mitos y carencias” (<http://eprints.ucm.es/11066/>)

- “La transferencia de la ejecución a la indicación en los comportamientos humanos” (<http://eprints.ucm.es/13105/>)
- “Las relaciones macrosociológicas entre acción y comunicación” (<http://eprints.ucm.es/13107/>)
- “La comunicación en la existencia de la humanidad y de sus sociedades” (<http://eprints.ucm.es/13112/>)
- “El modelo dialéctico de la comunicación” (<http://eprints.ucm.es/13116/>)
- “¿Para qué sirve estudiar Teoría de la Comunicación?” (<http://eprints.ucm.es/13145/>)
- “Dialéctica, comunicación, mediación” (<http://eprints.ucm.es/13254/>)
- “La Teoría de la Comunicación, la vida y la sociedad” (<http://eprints.ucm.es/13109/>)
- “CIESPAL y la humanización de la comunicación: Puente entre el estado de las ciencias y la práctica de la comunicación” (<http://eprints.ucm.es/13183/>).

*Esta selección y sistematización de publicaciones de Manuel Martín Serrano, así como los análisis que les acompañan, se basa principalmente en los estudios realizados por los especialistas que han participado en dos monográficos dedicados a la obra del autor: el primero editado por *Anthropos* y preparado por Esteban Mate y el segundo por *Chasqui*, coordinado por Francisco Bernete. También se han localizado y utilizado numerosas reseñas que están publicadas en otras revistas científicas. El investigador Daniel Franco Romo ha planificado y supervisado la ejecución de todo el proyecto.

Orígenes históricos de los usos actuales de la comunicación pública

Manuel MARTIN SERRANO

El siglo veinte comienza a ser denominado en los libros “la era de las comunicaciones”. Ciertamente, durante su transcurso se consuma la apertura de todas las comunidades del mundo a los intercambios comunicativos por el recurso a los media. Pero conviene dejar constancia de los resultados que ha tenido para la civilización, la difusión sin fronteras de textos, palabras, sonidos, imágenes. El siglo de las comunicaciones ha acelerado y consolidado la colonización y lega el patrimonio cultural universal empobrecido en su diversidad, rutinizado en su creatividad. La mediación comunicativa ha contribuido a extinguir para siempre saberes y haceres, visiones del mundo y modos de vivir, creencias y tradiciones.

Las transformaciones de la comunicación pública que se producen durante el siglo veinte resultaron históricamente regresivas. Fue cuando se destruyeron las esperanzas de paz y tolerancia universales que estaban puestas por el liberalismo burgués, en el desarrollo de las comunicaciones; cuando se abandonó el proyecto de la Ilustración de que todas las culturas participasen en el intercambio de *las luces*, para que disminuyesen la explotación y la dependencia en el mundo. Una interpretación perversa de las funciones de la comunicación pública ha trastocado aquel objetivo civilizador de aumentar el flujo para disminuir el influjo; ha destinado una parte significativa de los nuevos cauces de distribución y de los crecientes caudales informativos, al servicio de la transculturización, que es el reverso de la iluminación. Al contrario de lo que esperaban los Ilustrados, el acceso de toda la humanidad al conocimiento de la cultura universal ha traído más propaganda y menos esclarecimiento; más uniformidad y menos mestizaje creativo. El uso que se ha hecho de las innovaciones comunicativas mantiene el desconocimiento entre los pueblos, aumenta los malentendidos y refuerza el etnocentrismo.

Ya están manifiestas las prácticas políticas, culturales, tecnológicas o económicas, que determinaron ese uso devastador de las comunicaciones, lo cual hace posible “profetizar el pasado”. Interesa llevar a cabo esa interpretación del pasado, para entender el presente y mejorar el futuro. Porque fue durante el siglo veinte cuando se entreveraron las políticas comunicativas con las políticas de dominio, sobre los otros pueblos y también sobre el pueblo propio. Cuando se ha hecho patente que la comunicación pública, si resulta ser tan influyente que borra las señas de identidad de las sociedades, acarrea anomia y enajenación colectivas. Y porque esas estrategias comunicativas siguen vigentes, y en el contexto de la globalización mediática, pueden consumir un derrumbe generalizado e irreversible de la diversidad cultural. Por eso creo que trabajar en estas investigaciones responde a un compromiso a la vez intelectual, ético y político.

Invito a la lectora o al lector, a que regrese conmigo a la época en la que se conformaron los usos actuales de la comunicación pública. Cuando los movimientos religiosos reaccionarios diseñan la comunicación social como herramienta para la catequesis. Cuando el neocolonialismo se apropia de ese modelo manipulador y lo adapta para crear dependencia. Según me parece, esta investigación de los orígenes de las estrategias colonialistas, aclara cómo y por qué, la comunicación pública se ha convertido en un arma de guerra y un procedimiento de explotación.

1. LOS PRIMEROS DEBATES SOBRE LOS USOS CULTURALES DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN

En la alborada del Siglo Veinte ya se sabía que el desarrollo de las tecnologías, haría de la comunicación pública el cauce más importante para el cambio y el intercambio de las ideas y de las costumbres. Se suponía que ese tráfico de información a través de los medios, afectaría de alguna manera a las visiones del mundo de todas las comunidades. Hacia 1880 existía una polémica teórica y un forcejeo político en relación con los contenidos que deberían de tener “*las comunicaciones sociales*”. Se disputaba sobre “*las misiones*” que convendría encomendar a los nuevos medios. Dos planteamientos alternativos fueron tomando forma. Uno, procedía del “*conservacionismo*”, un movimiento de origen romántico que se popularizó en la novela y comenzaba a tener eco entre los antropólogos. Consideraba necesario reducir cuanto fuese posible la influencia de las metrópolis, para evitar la desorganización de las culturas autóctonas. Otro, estaba relacionado con la visión de “*el progreso*” propia de los economistas liberales. Proponía que los modelos culturales de las metrópolis se difundiesen e instaurasen en las colonias, para llevar “*la civilización*” a “*los países atrasados*”. Había una tercera opción, que derivaba de “el derecho de gentes”, tan antiguo como el imperio español: cabía utilizar las comunicaciones sociales para promover el mestizaje cultural. La exposición a las culturas ajenas se podría utilizar para descubrir lo que de universal tuviese la cultura propia; y viceversa. Que yo sepa, esta propuesta no llegó a contemplarse en los países imperiales de tradición luterana, en donde se consideraba incorrecta la promoción de cualquier forma de mestizaje. Y sin embargo, seguía teniendo vigencia en Latinoamérica y se estaba aplicando por escritores y pensadores latinoamericanos, a pesar de que España, desde 1898, había dejado de ser una potencia colonial. Pero esos temas no son para esta ocasión. Escribo unas notas sucintas al pie de página que puedan orientar a la lectora o lector interesados¹.

Así se fue tomando conciencia de que la comunicación pública puede utilizarse tanto para la *transculturización* como para la *multiculturalidad*. Estos términos son recientes, pero recogen significados que se fueron decantando desde finales del siglo diecinueve en la antropología y la sociología, y que resultan pertinentes para observar los efectos históricos de las nuevas tecnologías de la comunicación. La comunicación pública *transculturiza* cuando contribuye a que la presencia de la cultura dominante en el espacio de otra, influya tanto que la mimetice y atrape, como al satélite que refleja la luz que le deslumbra. *Multiculturaliza* la comunicación pública cuando facilita una dialéctica de flujos y reflujos culturales entre comunidades abiertas, y al tiempo, capaces de desarrollar sus propias aportaciones. Comunicaciones respetuosas con la

¹ Se conocen los orígenes de esa defensa del mestizaje cultural. Igualmente se sabe la contribución que hizo, durante el siglo veinte, tanto al refuerzo de las identidades de los países de Latinoamérica como a la renovación de las culturas hispanas. Recuérdese que el mestizaje entre los pueblos, era programa oficial promovido desde las primeras Leyes de Indias de Isabel la Católica. Tanto en los países que formaban parte del imperio español como en España, los juristas, humanistas, politólogos y antropólogos debatían las políticas culturales, para asesorar al Consejo de Indias. Los memoriales dirigidos al gobierno peninsular, sobre todo por Las Casas, Montesinos y Motolinia, son el primer corpus de análisis, empírico y teórico, sobre el valor del mestizaje biológico y cultural como freno o como estímulo a la opresión y a la dependencia materiales y mentales. Hasta el final del reinado de Carlos V se favorecieron los flujos de las culturas amerindias hacia las culturas europeas. Las escuelas de traductores que establecieron los franciscanos, reprodujeron la política de divulgación intercultural que se promovía en la Universidad Complutense de Alcalá, de donde ellos procedían. Recogieron en textos bilingües, por ejemplo en el Códice Florentino, materiales de botánica y medicina, historia y genealogías, religión y mitología, lingüística e iconología, poesía y folklore. Las obras están escritas en Nahuatl y en castellano o latín.

La independencia de las colonias españolas en América prolongó hasta nuestros días el debate sobre identidad y mestizaje en el seno de las nuevas naciones. Seguramente en ningún otro lugar del mundo se llevaron a cabo durante los siglos diecinueve y veinte, tantos experimentos de hibridación cultural. Los movimientos artísticos e intelectuales que se fueron sucediendo en España, Francia, y en menor grado en Alemania, EEUU e Inglaterra, se recrean y a la larga se reconstruyen en Latinoamérica, con el propósito de reconocer las identidades propias. Primero la novela y la poesía, más tarde el cine, expresan contenidos populares en los formatos de la creación “cultura”.

diversidad de las culturas humanas, conscientes de la fragilidad que tienen, comprometidas con su preservación, que ni aneguen los sedimentos culturales que se hayan depositado a lo largo de la historia, ni contaminen las fuentes subterráneas de las que mana toda nueva creación.

El Siglo Veinte nació equipado para traer la multiculturalidad. Pero pasará a la historia de los intercambios comunicativos como época volcada principalmente en la transculturización. La perspectiva que ahora tenemos es suficiente para reconocer los efectos destructivos de la comunicación que transculturiza; y también para imaginar cuanto se habrían potenciado las capacidades creativas de las comunidades, si la comunicación pública hubiese sido con mayor frecuencia que lo ha sido, cauce para la multiculturalidad.

Las naciones política y culturalmente dominantes lograron en el transcurso de muy pocas generaciones, sustituir, subordinar, esterilizar o destruir, los rasgos de las sociedades dependientes que dificultasen la penetración económica y el control ideológico. He estudiado los factores sociales y tecnológicos que facilitaron el éxito de la transculturización comunicativa en otro trabajo². En este, cuento cómo se originó y cómo fue adquiriendo el diseño que ahora tiene.

2. EL ENFRENTAMIENTO POR EL USO DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA Y LA DERROTA DE LA ILUSTRACIÓN

Heredó el siglo XX los enfrentamientos entre ideologías radicales, que creían llegado el momento de cambiar el mundo, aplicando de grado o por fuerza un particular modelo de relaciones entre los hombres. Se sabía por la experiencia vivida, que la difusión de las ideas favorecía a los movimientos emancipatorios. En la política, porque legitimaba la lucha de los nacionalismos contra los Imperios Centrales. En las mentalidades, porque incrementaba la influencia de librepensadores, humanistas, deístas, agnósticos, masones, a costa de las iglesias. Aquel tiempo se percibía como una encrucijada de la historia, en la que aún resultaba posible orientar la comunicación pública, ya fuese para reforzar, ya fuese para relajar el control sobre las ideas y la cotidianidad. La reflexión sobre esa alternativa mediadora se llevó a cabo por los Ilustrados durante el siglo dieciocho, lo cual supone que se había adelantado en más de cien años a la aparición de los nuevos medios. La Ilustración confiaba en la capacidad emancipatoria que tiene el aumento del caudal informativo para liberar al conocimiento y la creatividad. Heredaron esta idea esperanza una Pléyade de movimientos: románticos, nacionalistas, ácratas, favianos, entre otros, política e ideológicamente contrapuestos, pero coincidentes en el deseo de que el aumento del flujo comunicativo, sirviese para disminuir el influjo: que en eso consistía esencialmente el programa de La Ilustración.

Este estado de cosas promovió una contrarrevolución integrista, que era sobre todo un programa destinado al control de los nuevos medios de comunicación, en los que se veía la mayor amenaza para el futuro de las instituciones y de las moralidades vigentes. El Integrismo pasó a la ofensiva hacia 1890 y se mostró muy beligerante en su propósito de controlar los contenidos de la información pública, para que estuviese bien “orientada”. Es decir, al servicio de unos valores supuestamente inamovibles y de validez universal. La pretensión del Integrismo era que la comunicación pública fuese nuevamente catequesis, como lo había sido en el Antiguo Régimen, antes de las revoluciones burguesas.

² Vide la tercera edición de *La producción social de comunicación*, Manuel Martín Serrano, Alianza editorial, Madrid, 2004. La penetración cultural que recurre a contenidos audiovisuales difundidos a través de los *media*, está más capacitada que otras formas de transculturización, para producir efectos estructurales. Así se comprueba en aquellas comunidades que acabaron o acabarán sustituyendo su lengua, su religión, sus modelos de familia, por otros, que le han sido impuestos o propuestos por otras comunidades.

El movimiento integrista fue una criatura concebida a instancias del Vaticano. Su programa para la intervención mediática está explícito en los documentos de la “*Oficina para la propagación de la Fe*”. Pero las iglesias protestantes compartían con la católica, en cuanto se refería al uso de “las comunicaciones sociales”, objetivos y estrategias similares³.

En realidad, las iglesias protestantes tuvieron mayores oportunidades de utilizar la comunicación pública con el propósito explícito de exportar una moral y unas creencias. Esa ventaja se debía al ascenso de los colonialismos anglosajones y al declive de los latinos. Tal circunstancia es muy relevante para el tema que nos ocupa. Porque primero Inglaterra y luego los Estados Unidos, han aplicado una estrategia colonial de “influencia sin asimilación”; práctica que ahora denominamos transculturización. Es un proceder que evita los mestizajes biológicos y culturales, porque se consideran indecentes. Como esa repugnancia proviene en última instancia del puritanismo, las políticas imperiales anglosajonas y las campañas de proselitismo de las iglesias protestantes, fueron armónicas y lo siguen siendo.

3. LA SECULARIZACIÓN DEL PROSELITISMO

Las “misiones” sociales que deberían de encomendarse a los medios las decidieron los Catequistas, no los Ilustrados. Pero eso no supuso que la responsabilidad de orientar los contenidos de la comunicación pública, se confiase principalmente a las Iglesias. El Vaticano cumplió un papel pionero como ideólogo de la manipulación comunicativa; en tanto que su capacidad de influencia a través de los medios fue comparativamente modesta. La distribución de la comunicación pública para la expansión ideológica, la instrumentación de los materiales comunicativos para el control de las conciencias, pasa a ser tarea de instituciones estatales, agencias de publicidad y empresas multinacionales. Los contenidos y objetivos religiosos de la mediación comunicativa se transforman o incorporan en programas laicos⁴.

Las razones de ese relevo fueron varias, pero en última instancia reflejan que las luchas por la apropiación de los recursos mundiales ya había incluido la disputa por los recursos culturales. La competencia por hacerse con el control de los valores colectivos, contraponen los intereses de las multinacionales del dogma, que hasta entonces habían gozado de una situación de casi monopolio sobre las creencias, con los de las multinacionales del consumo, y en suma, con los intereses político-ideológicos de los nuevos imperios. Para transformar las comunidades tradicionales en sociedades de consumo se requería una revolución de los valores; y el control eclesiástico sobre las formas de vida en las comunidades tradicionales, suponía un obstáculo, sobre todo en las antiguas colonias españolas y portuguesas en donde predominaba el catolicismo. La nueva catequesis laica no se propone conquistar las almas para extender el reino de Dios, sino el del mercado. Hace de la posesión de bienes, como corresponde a la visión puritana del mundo, signo de valía y de pertenencia al grupo de “*los elegidos*”. Ciertamente esas políticas comunicativas han respetado y apoyado el proselitismo religioso, porque la promoción a través de los nuevos medios de difusión de teologías, dogmas y cultos foráneos,

³ En general, las iglesias cristianas que se dedicaban a la catequesis en tierras de “*misiones*”, coincidieron en una interpretación muy perversa de la comunicación pública. Les interesaba como herramienta para la “*conversión*” de la conciencia de *los otros* en la conciencia de *nosotros*. Y por lo común recurrieron a técnicas de marketing religioso similares, mediante comunicaciones impresas y sobre todo radiofónicas, para atraerse a los pueblos “*infieles*” y mantener a los catequizados dentro del redil de la dogmática y la moral cristianas. De hecho la comunicación catequizadora ha tenido un desarrollo mucho mayor entre las iglesias luteranas y calvinistas, por circunstancias políticas fáciles de comprender. Los países católicos que podían llevar a la práctica las recomendaciones del Vaticano, si se exceptúa Francia, eran potencias coloniales muy venidas a menos.

⁴ Los poderes políticos y económicos comienzan a asumir la gestión directa de la manipulación comunicativa desde comienzos del siglo veinte. A partir de entonces, se clausura esa larga etapa histórica en la que el uso catequista de la comunicación pública era tarea delegada en los aparatos eclesiásticos.

segúa sirviendo a la dominación cultural. Pero la comunicación pública destinada a mantener la dependencia de las colonias, se maneja desembozadamente en beneficio de los negocios y como otro negocio.

4. LOS MODELOS QUE HA RECREADO EL NEOCOLONIALISMO PARA LEGITIMAR LAS INTERVENCIONES MILITARES

La transculturización como procedimiento de dominio político y económico a escala global, sólo ahora se ha hecho técnicamente posible, con el empleo de las redes digitales. Pero la estrategia que transforma la influencia de los medios de comunicación en poder, ya estaba en uso para Latinoamérica hace ciento veinte años. Concretamente desde que los EE.UU. instrumentaron el nacionalismo independentista, para hacerse con el control de las últimas colonias españolas y reconstruir, de acuerdo con sus intereses, el mapa de Centroamérica. Como es sabido, la “doctrina” del Presidente Monroe, reserva todo el continente americano para el imperialismo yanqui; y ciertamente es una *doctrina*, que se dota del aparato propagandístico recurrido para utilizar la catequesis laica que he descrito.

El papel que se le asignó desde entonces a la comunicación pública en el expansionismo de EE.UU. supone una estrategia de dominio distinta a la que venían practicando los colonialismos de las potencias europeas. Es un uso de la comunicación técnicamente mucho más innovador, para difundir mensajes primarios. La intervención militar imperialista se presenta a la opinión pública, utilizando un modelo narrativo del que existe constancia en textos medievales. Se asemeja a las arengas que se difundían para promover las Cruzadas por los cristianos, y seguramente, las Razias por los musulmanes. Consiste en una combinación de fundamentalismo religioso y terrorismo milenarista. Moviliza un reducido surtido de valores culturales que son etiquetados como las señas de identidad de las sociedades cristianas. Al tiempo, y aunque sea una contradicción, se da por supuesto que esos valores particulares tienen una validez universal, y que deben de ser impuestos por la fuerza para que no prevalezca el imperio del mal. En última instancia, se hace la guerra “porque Dios (o Alá) lo quiere”.

Una puesta en escena parecida, les permite a los actuales señores de la guerra presentarse como los salvadores de “la civilización occidental”. Imitan a todos los que les han precedido -desde Simont de Monfort a Hitler- cuando aseguran que existe alguna amenaza y que es inminente. Este uso paranoico de la comunicación pública trata de despertar el instinto de conservación. Manipula, ahora como antaño, las necesidades de seguridad de los grupos. Promueve el temor colectivo a *LOS OTROS* y el prejuicio cultural hacia *COMO SON LOS OTROS*. Para conseguir que un discurso tan irracional sea asumido por sus destinatarios, otra vez, como cada vez, se traen a colación valores que se escriben con mayúscula. En esta ocasión, “Libertad”, “Democracia”. Se les presenta como cualidades indiscutidas de <nosotros y de quienes estén con nosotros>, para contraponerlos de forma maniquea con sus correspondientes contravalores: “Opresión”, “Tiranía”. Contravalores también escritos con mayúscula y necesariamente encarnados por <los otros y quienes no estén con nosotros>.

La recuperación de este modelo de propaganda para legitimar el intervencionismo neocolonialista, hace regresar las relaciones internacionales al choque entre las culturas que se vivieron durante la Edad Media. Alimenta el etnocentrismo intolerante e ignorante que pretendían desterrar los Ilustrados, cuando esperaban que los medios de comunicación difundiesen una visión de los conflictos que *iluminase* las conciencias en vez de degradar la capacidad de razonar. Como es sabido, EEUU recurrió por primera vez a campañas programadas de manipulación informativa para *fabricar* guerras, en Cuba y Filipinas. Ese

modelo sigue vigente y repite las mismas técnicas, por ejemplo en la preparación de las guerras de Afganistán e Irak⁵.

5. LA FUSION ENTRE MERCADO Y CONTROL CULTURAL

El neocolonialismo es una transformación del colonialismo que aparece al final del siglo diecinueve. Fue posible gracias a las capacidades transculturizadoras de los medios de difusión. Las políticas coloniales y comunicativas se han entrecruzado desde entonces. En consecuencia, la perpetuación del dominio requiere que la potencia dominante siga ejerciendo el control de los media. Ese modelo neocolonialista de dominio ha permitido que los EEUU., lograsen dos objetivos que no pudieron alcanzar ninguno de los Imperio que le han precedido: el primero, controlar a distancia la cultura de las comunidades dependientes; y el segundo, borrar la distinción entre las intervenciones que producen beneficios económicos y políticos, y las que promueven la transculturización. Me refiero a ambos cambios, en ese orden.

La eficacia de la comunicación pública ha hecho posible que los EEUU no tengan necesidad de recurrir a la anexión formal del territorio colonizado, ni implicarse directamente durante mucho tiempo en la administración colonial. Generalmente, cuando las fuerzas expedicionarias han impuesto sus intereses geoestratégicos y económicos, los militares que permanecen en el país sometido, se repliegan en las nuevas bases. Lo cual significa que ahora, como antaño, llega un momento en el que la transculturización sigue a la guerra de dominio. La diferencia radica en que el neocolonialista puede ejercitar a distancia su influencia, gracias a la existencia de los medios de masas. En cambio los colonialismos precedentes tenían que hacerse físicamente presentes en los púlpitos y en las escuelas.

Para incorporar el nuevo país conquistado al *pool* de neocolonias, suele ser suficiente con la creación de redes de medios de difusión y con la readaptación de los ya existentes. En primer lugar para que las infraestructuras informativas cubran las audiencias. Pero el principal objetivo de esa reorganización de las comunicaciones en la sociedad dependiente, consiste en implantar la libre circulación de los materiales informativos que se producen en el país dominante o bajo sus auspicios.

A partir de ese momento el cauce comunicativo está en condiciones de asumir la nueva función transculturizadora. Queda abierto a la información que controlan las cadenas internacionales de noticias, para orientar la comunicación pública. Populariza canciones, películas, y los restantes materiales que fabrican las multinacionales de la industria cultural, para ocupar el ocio y los gustos de las generaciones jóvenes. Los medios de difusión dependerán directa o indirectamente de la publicidad. En consecuencia, la información y el entretenimiento que programan los medios, se supedita al reclamo que consigan para publicitar el consumo de productos y servicios foráneos. Una vez implantados en el deseo y en el mercado, los nuevos bienes crean y reproducen dependencia comercial y tecnológica.

⁵ Los poderes interesados en desencadenar un conflicto bélico, desde las agencias gubernamentales a las empresas con intereses en la explotación colonialista, ponen de su parte a los medios de comunicación para que la opinión pública nacional e internacional, legitime las intervenciones militares de los EEUU como acciones descolonizadoras. Incluso las campañas mediáticas recurren a justificaciones de la intervención militar equivalentes: entonces la voladura del Maine, ahora la destrucción de las Torres Gemelas, supuestamente obra de traicioneros enemigos empeñados en destruir “el modo de vida americano”. Igualmente se repite la mitología épica que transforma la barbarie de las acciones militares en actos necesarios, heroicos e incluso altruistas, reiterando, como se hizo cuando EE.UU. intervino en la guerra Cuba, que se está cumpliendo con la misión que, según se dice, la Providencia encomendó a “la Gran Nación Americana” de *liberar* a los pueblos para que puedan disfrutar de libertad, democracia, y bienestar.

Queda claro que el neocolonialismo también trata de arraigar la cultura foránea en el suelo de la identidad colectiva. Pero la transculturización mediática tiene un valor y un destino diferentes de los que tenía, cuando era parte de la enseñanza religiosa y civil. El actual imperio ha puesto menos empeño que los anteriores, en que la “*conversión*” a los valores de la cultura dominante sea profunda. Asume el costo de que la influencia que ejerce, sea al mismo tiempo deseada y detestada. La estabilidad del control político y económico en las sociedades dependientes, no se computa según el número de quienes prefieren “el modo de vida americano”; sino en razón de cuantos lo imitan, porque tengan que adaptarse o porque deseen imitarlo. Las encuestas miden la influencia contando cuantos *participan* como audiencias o como consumidores, sin pararse a averiguar hasta que punto son *creyentes* de los mensajes.

Estos análisis me llevan a proponer una caracterización del neocolonialismo, con la que concluyo este trabajo. *El colonialismo se convierte en neocolonialismo cuando logra integrar el comercio y la transculturización en una única red.* El requisito tecnológico era la existencia de medios de difusión masiva. Tal cambio histórico se ha llevado a cabo siguiendo pautas culturales puritanas y las reglas económicas del capitalismo monopólico. Una alianza que explica la proclividad del neocolonialismo, a sacar provecho económico de la transculturización. De hecho, sólo el neocolonialismo ha logrado que las herramientas para conseguir beneficios produzcan beneficios.

La integración del negocio con la transculturización, ha seguido dos caminos confluyentes: uno, la venta de los productos culturales que sirven para afianzar la dependencia, como bienes de consumo; otro, la transmutación que lleva a cabo la publicidad del consumo de los productos en valores colectivos, recurriendo a la creación de imágenes de marca.

Finalmente: creo que la división al uso entre países de “el primer mundo” y de “el tercer mundo”, deja constancia de las obvias diferencias en la calidad de vida y en los intereses económicos. Pero no es adecuada para aclarar si se pertenece al grupo de los países cuyas culturas están sometidas al proceso de erosión que he descrito. El elenco de los “países culturalmente colonizados” ha acabado incluyendo a naciones pertenecientes al “primer mundo” y no sólo a las antiguas colonias.