

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

### **“LA PROPAGANDA Y LA INFORMACIÓN BASE DEL ORIGEN DE LA CIENCIA POLÍTICA”**

**Autor: Alberto Sedeño Simontes**

Ensayo presentada para obtener el título de:  
**Mtria en Ciencias Política**

Nombre del asesor:  
**Dra. Yaminel Bernal Astorga**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





# **UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA**

## **MAESTRÍA EN CIENCIA POLÍTICA**

**“LA PROPAGANDA” Y “LA INFORMACIÓN” BASE DEL ORIGEN DE  
LA CIENCIA POLÍTICA.**

### **ENSAYO**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
MAESTRO EN CIENCIA POLÍTICA**

**PRESENTA:**

**ALBERTO SEDEÑO SIMONTES**

**ASESOR**

**DRA. YAMINEL BERNAL ASTORGA**

**CLAVE: 16PSU0209C**

**ACUERDO: MAES111213**

**MORELIA, MICHOACÁN AGOSTO 2021.**

# ENSAYO

**“LA PROPAGANDA” Y “LA  
INFORMACIÓN” BASE DEL ORIGEN DE  
LA CIENCIA POLÍTICA.**

# **La propaganda y la información base del origen de la ciencia política.**

L.A.P. Alberto Sedeño Simontes

**Asignatura.**

Maestría en ciencias políticas.

**Universidad Vasco de Quiroga**

## Resumen.

El presente ensayo tiene un propósito identificar las herramientas para que cualquier persona, estudiante, catedrático o simple amante de la investigación, pueda adentrarse en este increíble mundo y sus variables, y éste tenga los conceptos muy bien definidos para que sean la base de sus estudios y análisis.

Por ello, analizaremos y diferenciaremos entre los de autores conceptos de **la información y la propaganda**, para lo cual se utilizaron textos considerados clásicos, lo que nos dan elementos firmes para nuestro estudio en cuestión, ya que nos acercan a las opiniones más relevantes de los diversos pensamientos, con esto privilegiaremos el enfoque llamado **“histórico-empírico”**, en un intento consciente para demostrar al lector que los datos que aparentemente se encuentran a nuestro alrededor no necesariamente son información y pueden ser realmente un intento de manipulación a favor de los intereses específicos de algún actor político, gobierno, empresa, etc. Con la finalidad de tener las mayores herramientas, conceptos bien definidos y el conocimiento para la debida toma de decisiones.

## Índice.

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Introducción .....                                              | 5  |
| Objetivo general .....                                          | 10 |
| Objetivo específico .....                                       | 11 |
| Estado de la cuestión .....                                     | 12 |
| Metodología .....                                               | 17 |
| Apartado 1. Información .....                                   | 19 |
| Apartado 2. Propaganda .....                                    | 26 |
| Apartado 3. Modelo de propaganda del Autor Noam Chomsky .....   | 35 |
| Debate interno .....                                            | 55 |
| Información como base del análisis de la ciencia política ..... | 58 |
| Conclusiones .....                                              | 64 |
| Bibliografías .....                                             | 66 |

# INTRODUCCIÓN.

## Introducción.

En el presente ensayo analizaremos y diferenciaremos entre los conceptos de **la información y la propaganda**, en un intento consciente para demostrar al lector que los datos que aparentemente se encuentran a nuestro alrededor no necesariamente son información y pueden ser realmente un intento de manipulación a favor de los intereses específicos de algún actor político, gobierno, empresa, etc., esto podría ir en contra de los intereses de grupos de poder informativo. Por ello, se pretende dotar de herramientas fáciles y prácticas a todos aquellos que vayan a iniciar algún tipo de análisis, en cualquiera de las ramas de la Ciencia Política.

De esta forma el problema de investigación trazado reside en que al no saber diferenciar entre “la información” de “la propaganda” se genera una sociedad desinformada, aunado al hecho de que, no todos los politólogos están haciendo su trabajo al puntualizar las diferencias. Lo anterior se resume en lo enunciado por el Joseph Gobbels: “Una mentira repetida mil veces se convierte en una verdad”.<sup>1</sup> Es así como la pregunta de investigación consiste en: ¿Los estudiosos de la ciencia política están basados realmente en información?

Es de suma importancia para los estudiosos de la ciencia política que sus análisis, estén sustentados en una fuente de información verdadera, lo cual únicamente van a lograr siempre y cuando los datos que reciben de algún tema en específico sean de una fuente de información real y que no tienen un propósito de manipular a la sociedad por medio de la propaganda, al hacer el análisis y comparación entre estos dos conceptos “la información” y “la propaganda”, por lo que vamos a identificar la intención de los datos que recibimos como

---

<sup>1</sup> Autor Gobbels Joseph. Cita: <http://www.xn--pdepolitica-p8a.com/2017/10/8-frases-mas-famosas-de-goebbels-sobre.html> consulta realizada el 15 de julio 2020.



receptores de los mismos.

Cuando estemos inmersos en el modelo de propaganda de Noam Chomsky, notaremos que los datos no son necesariamente información, ya que han pasado por un proceso de filtración, lo cual impide -como receptores- elaborar nuestra propia crítica o análisis, al ser filtrados estos, conlleva una connotación dirigida a lo que algunos medios quieren que creamos o pensemos lo que ellos desean, siendo esto completamente falso, por lo que nos encontramos manipulados y engañados al inclinarnos en alguna noticia hacia donde los medios o los grupos de poder pretenden que lo hagamos.

Analizaremos ideas tan perturbadoras pero ciertas, como las expuestas en autores como George Orwell, quien en su obra *1984*, utiliza uno de los mejores ejemplos de la manipulación que se puede hacer con una propaganda bien dirigida recordando una de sus frases:

El aspecto más siniestro de la censura literaria en Inglaterra es que en gran parte voluntaria. Las ideas impopulares pueden silenciarse, y los hechos inconvenientes mantenerse en la obscuridad, pero sin ninguna necesidad de una prohibición oficial.<sup>2</sup>

Veremos el origen de la propaganda contemporánea según varios estudiosos y su implementación en la vida cotidiana, pero, sobre todo, la utilización de la misma para cambiar la visión pacífica de una sociedad, y de esta manera el gobierno logra justificar intervenciones militares aparentemente solicitadas y aclamadas por su población para no ser el gobierno el que toma una decisión tan complicada como la intervención militar a otro país.

---

<sup>2</sup> Pineda Cachero, Antonio. El modelo de propaganda de Noam Chomsky; medios mainstream y control de pensamiento Ámbitos, núm. 6, ene-junio, 2001 Universidad de Sevilla, España Cita: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16800612>. Consulta realizada el 15 de julio del 2020.

Analizaremos ideas tristemente equivocadas donde el común de la gente, cree que la utilización de la propaganda es propia de gobiernos totalitarios y se ejecutan para cambiar la forma de pensar de su sociedad; cuando la realidad es que la propaganda fue una herramienta implementada por países democráticos necesitados de que su población estuviera de acuerdo con las ideas de sus gobernantes, pero al ser democrático el país no puede imponer una visión de Estado y por eso recurren a estrategias como la propaganda, que ayudan a manipular la idea de la gente y conducirla a la que un individuo o grupo de poder requiere. La propaganda nos vende unas ideologías determinadas, su finalidad básica es controlar a la población y de sus conductas, lo cual nos recuerda que, tal y como lo señaló en su tiempo Joseph Goebbels: “En la democracia hay dos tipos de ciudadanos: la élite o clase especializada y población o rebaño desconcertado. La élite es la que emite la propaganda y controla, o por lo menos lo intenta, a la población”.<sup>3</sup>

Sabemos que la ciencia política se dedica al estudio de la actividad política como un fenómeno universal y necesario. También se encarga de desarrollar la teoría del Estado, la principal forma de organización social; analiza el ejercicio del poder político, las actividades estatales, la administración y gestión pública, los sistemas políticos, el régimen partidista y los procesos de elecciones, entre muchos otros temas. Podemos apreciar que los estudiosos de la ciencia política utilizan análisis, métodos comparativos, historia, noticias y distintas fuentes para obtener su principal origen de trabajo que es la información; justamente, en este tema nos enfocaremos, ya que sí la información es la materia prima de cualquier persona -ya sea un apasionado de la noticia o de la situación pasada y actual de su país, así como el mundo

---

<sup>3</sup>Goebbels Joseph (Ministro para la ilustración pública y propaganda del Tercer Reich entre 1933 y 1945) Cita: <http://PROPAGANDA | Gianna Tassara - Academia.edu> Consulta realizada el 15 de julio del 2020.

entero, o bien sea un investigador, catedrático, estudiante, funcionario público o político-tiene como principal fuente los medios de comunicación (radio, televisión, medios impresos, internet o redes sociales...) para la obtención de información.

Notamos en su mayoría, podemos pensar, que se tuvo una herramienta práctica para determinar una diferencia entre lo que realmente es información y lo que es propaganda. Esto nos hace reflexionar sobre una frase que mis catedráticos en la universidad comentaban, así como algunos jefes que he tenido en el medio político siempre dicen y con toda razón: “Lee la misma noticia o el mismo evento al menos siete veces para que tú puedas sacar tus propias conclusiones y no estés supeditado al pensamiento de alguien más”. Podría catalogar a esta frase como un dicho popular, pero si analizamos a fondo tiene un fundamento muy sólido y es que si te quedas solamente con la primer impresión que te den de algún tema, tomaras como tuyo el pensamiento de alguien más, y lo que aquí pretendemos es no leer siete veces cada tema sino que se entienda, se analice y lleguemos al porqué de las cosas y cuáles son las limitantes que puedes encontrar en cierto tipo de fuentes que consultes.

## **Objetivo general**

Proponer una herramienta de análisis de la información que no sólo sirva al politólogo, sino para todas las áreas afines como comunicación, derecho, estudiosos de las ciencias sociales o la sociedad en general, quienes podrán hacer sus propios análisis comparativos de cualquier tema de estudio.

Esto es muy importante, ya que sin importar el nivel intelectual y la gran carrera que tenga un politólogo por lo general siempre vamos a basarnos en los trabajos de algunos autores contemporáneos o clásicos, pero al analizar algún caso o hecho específico en la historia normalmente la mejor fuente de información siempre serán los periódicos, las columnas, revistas especializadas, noticieros televisivos, de radio o por internet; y estos datos e información que encontremos en ellos se van a volver los cimientos de nuestro estudio para el tema que sea, ya sea un cambio de régimen en algún país, estudio de violencia, desarrollo social, económico o humano de alguna zona de nuestro interés, para cualquier escenario posible siempre tendremos que examinar los hechos del mismo y para que el resultado de nuestra investigación sea lo más objetivo posible tendremos que cuestionarnos si lo que estamos recabando de todos estos medios es “información” ó “propaganda”.

Una vez que los datos sean estudiados, y este análisis nos demuestre que son “información”, entonces, podremos iniciar el proceso del tema de nuestro interés, utilizando el método de investigación más objetivo en el método comparativo.

### **Objetivo específico.**

Identificar no el origen, sino el proceso de difusión de las noticias a nivel internacional, para entender plenamente la forma en la que se catalogan las mismas, las que, si se van a difundir y las que no lo harán por ir en contra de algún interés corporativo, de algún régimen, institución o campo en específico.

Estudiaremos los cinco filtros de Noam Chomsky, para que podamos comprender fácilmente las noticias que son información, y no confundirnos con algunas que tengan algún sesgo político, religioso o alguna connotación distinta.

Y con esto se logrará con una visión clara y objetiva de cualquier evento que estemos estudiando o analizando, para así lograr el equilibrio analítico que todo estudioso de la ciencia política debe tener a la hora de realizar su trabajo, y con ello pasar la información investigada a las siguientes generaciones para que logren generar su propio criterio en cada uno de los temas investigados.

## Estado de la cuestión

Respecto a nuestro tema de estudio no hemos encontrado algún escrito que se enfoque como tema u objetivo principal el de la información, aunque si se ha encontrado, sólo como un concepto soporte para ayudar a definir o precisar la explicación del tema de estudio; por lo tanto, nos apoyaremos en estos textos que ayudan a dar una breve explicación del concepto al no contar con una fuente específica del mismo.

Iniciaremos dando dos definiciones básicas y breves que nos ayudarán a entender el desarrollo de este ensayo.

### Dato

Del lat. *datum* 'lo que se da'

Información sobre algo concreto que permite su conocimiento exacto o sirve para deducir las consecuencias derivadas de un hecho.<sup>4</sup>

Los datos son símbolos tales como letras del alfabeto, números, señales con la mano, rayas, puntos, dibujos, los datos se caracterizan por no contener ninguna información, la importancia de los datos está en su capacidad de asociarse, dentro de un contexto para convertirse en información; por sí mismos no tienen capacidad de comunicar un significado y, por lo tanto, no pueden afectar el comportamiento del hombre de quien los recibe. Para ser útiles los datos, deben convertirse en información y ofrecer un significado, conocimiento, idea o conclusiones, para que el dato pueda tener efecto se requiere darle sentido y significado al relacionarlo de manera lógica y coherente con otros datos de tal manera que se conviertan en una información o mensaje que en su contenido tiene una intención.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Diccionario de la lengua española. Cita <https://dle.rae.es/dato#Bskzsq5> Consulta realizada el 15 de julio del 2020

<sup>5</sup> MONOGRAFIAS.COM Cita: <https://ecured.cu/Datos> Consulta realizada el 15 de julio del 2020.

Un dato por sí mismo no constituye información, es el procesamiento de los datos lo que nos proporciona información.<sup>6</sup> Mismo que a continuación se ilustra para su mejor comprensión en el esquema número 1.

Esquema Número 1.

El procesamiento de los datos para convertirlos en información.<sup>6</sup>



## Información

Del lat. *informatio*, *-ōnis* 'concepto', 'explicación de una palabra'.

1. f. Acción y efecto de informar.<sup>7</sup>

La información es el conjunto de datos que guardan una relación lógica y coherente entre sí, de la cual se infieren sentidos y significados y que describen sucesos o entidades. Para que la información sea de calidad, los datos con los que se construye dicho tipo de información deben tener las características siguientes:

<sup>6</sup> Wikipedia. Cita: <https://es.wikipedia.org/wiki/Dato> Consulta realizada el 15 de julio del 2020.

<sup>7</sup> Diccionario de la lengua española <https://dle.rae.es/dato#Bskzsq5> fecha de consulta 15 de julio del 2020.

- 1.- Contener símbolos reconocibles.
- 2.- Estar completos.
- 3.- Expresar una idea de manera precisa y no ambigua.<sup>8</sup>

El procesamiento de los datos para convertirlos en información.

La propaganda es un método de comunicación cuyo objetivo es dar a conocer una información con la intención de influir en el público para que actúe de una manera determinada o utilice un determinado servicio o producto.<sup>9</sup>

Todavía no hemos encontrado una historia del periodismo como género propagandístico, aunque los manuales de historia de la comunicación social suelen dedicar un capítulo a la instrumentalización publicitaria de la prensa a principios de la Primera Guerra Mundial hasta final de la segunda, y a pesar de lecturas como la historia de la propaganda de Pizarroso (1993), observamos como una historia del periodismo, las ciencias de la información precisan todavía de una lectura propagandística del periodismo que trascienda las aproximaciones empírico-descriptivas. Una lectura que invite a la reflexión del cómo la prensa ha creado un fenómeno el cual ha condicionado toda la historia de la comunicación, en la lucha por el poder desde Maquiavelo y Hobbes hasta los tiempos modernos. Una disciplina como historia de la propaganda se enfoca desde múltiples puntos de vista. En primer lugar, dentro del conjunto de la historia de la comunicación social y, como ésta, desde la historia, así como desde las ciencias de la comunicación, sin olvidar tampoco su encuadre dentro de la ciencia política.

---

<sup>8</sup> SIGNIFICADOS.COM, <https://significados.com/informacion/> fecha de consulta 15 de julio del 2020.

<sup>9</sup> ECONOMIPEDIA.COM, <https://economipedia.com/definiciones/propaganda.html> fecha de consulta 15 de julio del 2020



Los medios de comunicación de masas actúan como sistemas de transmisión de mensajes y símbolos para el ciudadano medio, su función es la de divertir, entretener e informar, como la de inculcar a los individuos los valores, creencias y códigos de comportamiento que les harán integrarse en las estructuras institucionales de la sociedad. Lo cual es importante en un mundo en el que la riqueza está concentrada y en el cual existen grandes conflictos de intereses de clase, para lo cual el cumplimiento de tal papel requiere una propaganda sistemática.<sup>10</sup>

La propaganda como proceso de transmisión de ideas desde un emisor, que puede ser un partido político, un grupo de intelectuales o el gobierno mismo genera un contenido que en su representación y soporte puede tener formas variadas: desde discurso, declaración, manifiesto, cartel, video, y cápsula de radio, hasta el llevar a cabo un mitin; es aquel mensaje que busca influir y se articula a partir de un discurso persuasivo que busca adhesión y apoyo a una determinada opinión ideológica o política, la información es presentada en forma asimétrica, subjetiva y emocional, su uso se refiere a los esfuerzos de gobiernos o partidos para convencer a las masas.

El objetivo de la propaganda no es hablar de la verdad, sino convencer a la gente: Inclinar la opinión general, no informarla. Por ello, utiliza cargas emocionales, apelando a la afectividad, a sentimientos patrióticos, y a argumentos emocionales. En su libro, *Los guardianes de la libertad* (1990), Edward S. Herman y Noam Chomsky, introdujeron su modelo de propaganda de los medios de comunicación en el cual dice que: el periodismo tiene, la obligación de descubrir la verdad e informar de ella, y no reflejar pura y simplemente la

---

<sup>10</sup> Autor CHOMSKY, Noam, y HERMAN, Edward (1990): *Los guardianes de la libertad*. Traducción de Carme Castells. Grijalbo Mondadori, Barcelona. P 21.

percepción del mundo que desearían los grupos de poder. El punto de partida es, entonces, análogo al de casi todos los textos de Noam Chomsky sobre política y medios de comunicación: la generación de propaganda por las elites corporativas y gubernamentales que constituyen un gobierno mundial de facto. No obstante, tal propaganda viaja a través del constructo informativo y simbólico de los medios de masas y conlleva consecuencias axiológicas, sociales, ideológicas y pragmáticas muy claras. Dicho de otro modo, los medios cultivan una atmósfera de signos y mensajes masivos que inciden en la cosmovisión de los sujetos; en realidad, una noción que implica connotaciones propagandísticas, si la inscribimos en la vieja línea de pensamiento que considera los sistemas de información occidentales como un medio novedoso de control de la opinión pública, o como lo cita Chomsky control del pensamiento, como diría en sus textos.

La premisa básica es que la información, más que nunca, se trata de “poder”. En las democracias capitalistas contemporáneas, la alianza del poder político y el poder económico desliza propaganda de modo más subrepticio que en regímenes totalitarios o dictatoriales; la pantalla de dicha propaganda radica en la libertad informativa y la independencia mediática.

Tras las cortinas democráticas, la operativa generalizada de los medios de comunicación más importantes se basa en cinco filtros, según Noam Chomsky y Herman, que discriminan la información publicable y la que no lo es. La teoría trata de explicar esas implicaciones en términos de causas económicas, estructurales y sociales; como el consenso manufacturado y el efecto de falso consenso. La teoría postula cinco clases generales de filtros que determinan el tipo de noticias que se presenta en los medios de comunicación.

## **Metodología**

Con este ensayo se pretende dar una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una realidad la cual es que, aunque la información es una herramienta utilizada en cualquier doctrina pocas veces se ha analizado a profundidad ¿qué es la información y cómo nos llega?, y, sobre todo, saber si lo que nos llegó no es información modificada para obligarnos a tener una orientación o preferencia a modo. Esta investigación maneja un tema poco explorado y reconocido en las fuentes que han localizado, y puedo decir que es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad. Suele surgir cuando existe un nuevo fenómeno que por su novedad no admite una descripción sistemática o cuando los recursos del investigador resultan insuficientes para emprender un trabajo más profundo.

Este ensayo es una herramienta para aumentar el grado de familiaridad con el fenómeno de la información, vamos a obtener la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa en el contexto de la información en la vida real como herramienta y fuente documental, investigaremos los problemas del comportamiento de los estudiosos o profesionales del área de la investigación sobre casos reales los cuales se basan en el análisis de los medios de comunicación, identificaremos conceptos o variables promisorias, estableceremos prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones verificables, esta clase de estudios son comunes en la investigación del comportamiento actual ya de la información.

Las preguntas iniciales en este tipo de investigación son:

- ¿Para qué?,
- ¿Cuál es el problema?
- ¿Y que se podría investigar?

El presente ensayo es de tipo exploratorio, en pocas ocasiones este tipo de estudios constituyen un fin en sí mismos, por lo general determinan tendencias, identifican relaciones potenciales entre variables y establecen el tono de investigaciones posteriores más rigurosas. Se caracterizan por ser más flexibles en nuestra metodología en comparación con los estudios descriptivos o explicativos, que son más amplios. Así mismo, implica un mayor riesgo y requieren gran paciencia, serenidad y receptividad por parte de nosotros.

## Apartado 1. Información

Como información denominamos al conjunto de datos organizados y relevantes, ya procesados y ordenados para su comprensión, que aportan nuevos conocimientos a un individuo o sistema sobre un asunto, materia, fenómeno o ente determinado. La palabra, información de acuerdo con la definición oficial de la Real Academia de la Lengua Española señala que proviene del:

Del lat. *informatio*, *-ōnis* 'concepto', 'explicación de una palabra'.

1. f. Acción y efecto de informar.<sup>11</sup>

La importancia de la información radica en que, con base en ésta, podemos solucionar problemas, tomar decisiones o determinar cuál alternativa, de un conjunto de ellas analizando cual es la que mejor se adapta a nuestras necesidades. El aprovechamiento que hagamos de la información, en este sentido, es la base racional del conocimiento, es decir, es una serie de conocimientos comunicados, compartidos o transmitidos y que constituyen por lo tanto en algún tipo de mensaje.<sup>12</sup>

Tal como lo menciona William J. Clinton “En la nueva economía, la información, la educación y la motivación son todo”. Viendo con esto que la información también es fundamental en la nueva economía del mundo global.

---

<sup>11</sup> Real Academia de la Lengua Española <https://dle.rae.es/informacion?m=form> fecha de consulta 15 de julio del 2020.

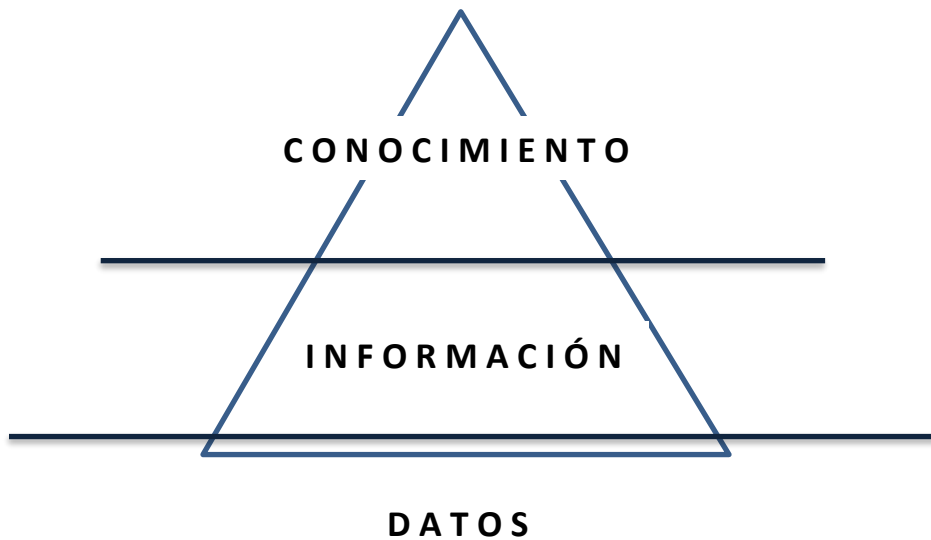
<sup>12</sup> SIGNIFICADOS.COM <https://significados.com/informacion/> fecha de consulta 15 de julio del 2020.



**Imagen N°1.** Willian J. Clinton, La información es la base del conocimiento del ser humano Cita [www.frasesgo.com](http://www.frasesgo.com) fecha de consulta 15 de julio 2020

#### Esquema Número 2.

El procesamiento de los datos para convertirlos en información y en este proceso se obtenga el conocimiento.



Algunas de las características fundamentales de la información es que está debe tener cierto grado de utilidad, con base en ella, el individuo o sistema modificará las sucesivas interacciones que realice con su entorno. Asimismo, la información deberá poseer vigencia o actualidad, ya que ésta debe de cumplir con el principio de ser oportuna para la debida toma de decisiones. Y, finalmente, la información deberá ser confiable, en la medida en que lo sea se dispondrán una serie de acciones para confirmarla. Mientras que en el periodismo la información es el conjunto de mensajes intercambiados por los actores de una sociedad determinada, para la toma de decisiones en los ámbitos políticos, sociales, de la vida diaria de nuestra sociedad.

El procesamiento de los datos para convertirlos en información y en este proceso se obtenga el conocimiento.

Tal como lo menciona Eric Schmidt “Creo muchísimo en el poder de la información así que he decidido pasar la vida dedicándome a decir lo importante que es el acceso a la información y asegurarnos que tengamos libertad de expresión y que todo el mundo pueda acceder a ella”



Imagen N°2.- Schmidt Eric, El acceso a la información. Cita [www.ofrases.com](http://www.ofrases.com) fecha de consulta 15 de julio 2020.

La información puede clasificarse de maneras muy distintas, conforme a numerosos criterios, uno de los más comunes tiene que ver con la relación establecida entre los emisores de la información y sus eventuales o posibles receptores, de la siguiente manera:<sup>13</sup>

**Información confidencial o clasificada.**

Aquella a la que sólo puede acceder un pequeño conjunto de personas, dada la naturaleza secreta, peligrosa, delicada o privada de los datos contenidos en ella.

**Información pública.**

Aquella que, por el contrario, permite el acceso general de cualquiera a su contenido, sin requerir permisos especiales y sin tener ningún grado de privacidad.

**Información personal.**

Aquella que le pertenece a cada persona, es decir, que emana de un individuo concreto, el cual puede decidir con quién compartirla o a quién ofrecérsela.

**Información externa.**

Aquella que emana de un organismo, institución o empresa, y cuyos destinatarios son instancias o personas externas a la misma.

**Información interna.**

Aquella, por el contrario, que emana de un organismo, institución o empresa, con el fin de ser consumida de manera interna, sin salir al exterior de la organización; tiene tantos usos como el receptor pueda darle; van desde el aumento del conocimiento que este posee sobre una materia específica, o quizá del conocimiento aplicable ante una situación determinada, es decir, del conocimiento útil. Otros usos de la información

---

<sup>13</sup> Concepto de información <https://concepto.de/informacion/> fecha de consulta 15 de julio del 2020.



pueden ser más estratégicos, permitiendo al receptor llevar a cabo una mejor toma de decisiones, mejores procesos de control, mejores reglas de evaluación o una mejor elección de alternativas, dependiendo de a qué nos referimos. Por último, la información tiene un valor cultural, es decir, educativo, divulgativo. A mayor cantidad de información, mayor conocimiento posible y, por lo tanto, mayores posibilidades educativas.<sup>14</sup>

De esta manera, la información, a grandes rasgos, cumple con las siguientes características:<sup>14</sup>

| <b>Características de la Información.</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Significado.</b>                       | Es decir, contenido semántico, temático, contextual o de alguna naturaleza, que cada individuo empleará según criterio propio                                                                                                                                                                                   |
| <b>Importancia.</b>                       | Si bien la importancia de una información es siempre relativa al receptor, o sea, que depende de cada quien, tomando en consideración qué tanto alteran los datos recibidos la conducta de los individuos. La información relevante produce cambios importantes o inmediatos, la poco relevante no produce nada |
| <b>Vigencia.</b>                          | Se entiende por vigencia la validez de la información en el tiempo, es decir, si está desfasada o actualizada, lo cual siempre depende del contexto y de sus receptores                                                                                                                                         |
| <b>Validez.</b>                           | La información será más o menos fiable, más o menos verosímil o válida, dependiendo del emisor y de los criterios del receptor. Si este último considera que el emisor no es fiable, la información que éste emite perderá importancia.                                                                         |
| <b>Valor.</b>                             | Algún tipo de uso específico para el destinatario, así sea meramente divulgativo.                                                                                                                                                                                                                               |

<sup>14</sup> Concepto de información <https://concepto.de/informacion/> fecha de consulta 15 de julio del 2020.

La información es un bien preciado en la sociedad humana, por un lado, el manejo de la información puede incidir sobre la conducta de los individuos, ya que permite formas complejas de cooperación y organización. Por otro lado, la acumulación de información y de conocimiento permite abrir la puerta a cambios revolucionarios en la sociedad, ya sea de la mano de lo científico-tecnológico, o de lo filosófico, o de lo político-social. En un Estado democrático, el gobierno difunde información sobre sus propias acciones, desde siempre la propaganda y la censura han sido formas en que el Estado controla qué informaciones circulan libremente y cuáles no. Esto se ha complejizado en la llamada “*sociedad de la información*” y gracias a las nuevas Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC).

Este tema es motivo de debate nacional e internacional, especialmente desde que el Internet sometió a cuestionamiento la idea tradicional de país y de frontera. Actualmente, las redes informáticas permiten que la información circule más rápido y a lo largo de distancias mucho mayores que nunca en la historia de la humanidad. La información está definida como una serie de datos con significado, que organiza el pensamiento de los seres vivos, en especial el de los seres humanos. En sentido general, la información es un grupo organizado de datos procesados que integran un mensaje sobre un determinado ente o fenómeno; permitiendo que el hombre adquiriera el conocimiento necesario para la toma de decisiones en su vida cotidiana.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Concepto de información <https://concepto.de/informacion/> fecha de consulta 15 de julio del 2020.

Tal como lo cita Rohn Jim “Cuando la información se organiza, surgen las ideas”.



**Imagen N°3.-** Rohn Jim, Cuando se captan los datos, y estos se organizan da como consecuencia la información y al procesar estos surge el conocimiento. Cita [www.exyge.eu](http://www.exyge.eu) fecha de consulta 15 de julio 2020.

## Apartado 2. Propaganda

La palabra, propaganda de acuerdo con la definición oficial de la Real Academia de la Lengua Española señala que proviene del:

Del lat. mod. [*Congregatio de] propaganda [fide]* '[Congregación para] la propagación [de la fe]', congregación de la curia romana encargada de las misiones, que fundó Gregorio XV en 1622.

1. f. Acción y efecto de dar a conocer algo con el fin de atraer adeptos o compradores.<sup>16</sup>

La palabra propaganda proviene del latín *–propagare–*, que significa reproducir, plantar, lo que, en sentido más general quiere decir expandir, diseminar o como su nombre lo indica propagar. Persigue influir en la opinión de los ciudadanos para que adopten determinadas conductas; supone un conjunto de acciones que, técnicamente elaboradas y presentadas, particularmente por los medios de comunicación colectiva, influyen en los grupos para que piensen y actúen de determinada manera.<sup>17</sup>

La propaganda es la técnica de comunicación que estimulan al consumidor o destinatario con la finalidad de que adopte determinados puntos de vista; es una forma de comunicación por medio de la cual se busca manifestar una posición referente a una ideología religiosa o política. Es considerada un arma de guerra en la lucha ideológica. Esta pretende influir en las decisiones que toman los ciudadanos, es un método de comunicación cuyo objetivo es dar a conocer una información con la intención de influir en el público para que actúe de una manera determinada o utilice un determinado servicio o producto.

---

<sup>16</sup> Real Academia de la Lengua Española <https://dle.rae.es/informacion?m=form> fecha de consulta 15 de julio del 2020.

<sup>17</sup> GONZÁLEZ LLACA, Edmundo. *Teoría y Práctica de la Propaganda*. Editorial Grijalbo, 1981, P. 35.

Se trata de una forma de transmisión de información que tiene como objetivo influir en la actitud de una comunidad respecto a alguna causa o posición, presentando solamente un lado o aspecto de un argumento a favor de quien la difunde. Es una forma de comunicación de tipo persuasiva que se utiliza para difundir una ideología. Los tipos más comunes de propaganda son la política y la religiosa. En términos generales, se puede definir como una comunicación que intenta convertir al público al mensaje que se transmite. Viendo en la siguiente imagen la saturación de impactos publicitarios a los que es expuesta una persona diariamente en una campaña.



**Imagen N°4.-** Las personas recibimos entre 3,000 y 5,000 impactos publicitarios diarios. Las estrategias de marketing determinan por qué, qué, cómo, dónde, cuándo y quién deben llegar estos mensajes. Crear una corriente de simpatía, un vínculo duradero con los públicos es la directiva de los anuncios y de toda la publicidad que se precie.

Podemos ver como los medios de comunicación pretenden manipular como marionetas la opinión aparentemente libre de los lectores que creen se están informando, para así tener una influencia en la toma de decisiones.

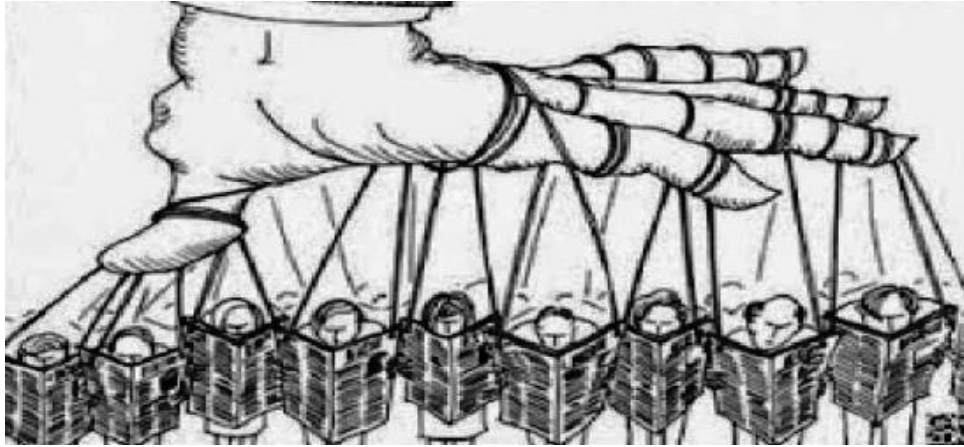


Imagen N°5.- La propaganda adquiere una importancia decisiva en cada uno de los procesos electorales, se trata de una actividad que influye decisivamente en la selección de los gobernantes, así lo sostiene el monto excesivo que los partidos políticos le dedican a ese rubro en la campaña electoral.

Sabemos que la practica de manipulaciòn se lleva a cabo desde hace muchas decadas, pero en la Segunda Guerra Mundial, pudimos ver la implementacion de estas acciones como un arma para convencer a las masas de que el camino tomado por el regimen de ese momento era el correcto, haciendo creer al pueblo que los culpables eran los opositores, asi como lo cita a la perfecciòn Joseph Goebbels “Hay que hacer creer al pueblo que el hambre, la sed, la escasez y las enfermedades son culpa de nuestros opositores y hacer que nuestros simpatizantes se lo repitan en todo momento”



Imagen N°4.- Goebbels Joseph. C Desde siempre, muchísimos autores han tratado y definido a la propaganda, algunos desde una perspectiva que la sitúa como manipuladora de conducta del ser humano y otros con una concepción “de ruptura” que niegan sus cualidades persuasivas y la coloca como un instrumento revolucionario capaz de validar la desobediencia al sistema. Cita [www.ofrases.com](http://www.ofrases.com) fecha de consulta 15 de julio 2020.

La sociedad moderna a llegado a una zona de confort tan grande gracias a las nuevas tecnologías, que ha dejado de lado la comparación y la investigación simple de los hechos que suceden a su alrededor, dejándose llevar por lo que los medios masivos le presentan de primera instancia, haciendo de esta supuesta información la base de su criterio personal, viendo que en esencia estos medios introducen sus ideas a los pensamientos de los receptores. Tal como lo podemos apreciar en la siguiente imagen.



Imagen N°5.- Domenach Jean Marie, la finalidad de la propaganda es: sugerir o imponer creencias y reflejos que a menudo modifican el comportamiento, la manera de ser e incluso las convicciones religiosas o filosóficas. La propaganda influye, entonces, en la actitud fundamental de la persona humana. Cita Corona Nakamura Luis Antonio “Propaganda electoral y propaganda política” cita del Autor Jean Marie Domenach P. 2

### **Entre las definiciones de varios Autores se encuentran las siguientes:**

**Jacques Driencourt** mencionó que es:

Una técnica científica que ya sea por medio de una acción continua o por la utilización racional o metódica de ciertos medios, tiene por objeto provocar la adhesión de la masa a una idea o una doctrina, de obtener el apoyo de su opinión, de empujarla hacia una determinada conducta y explicó que es una técnica, porque tiene bases precisas que son el resultado de diversos estudios y análisis sistematizados de índole psicológica y sociológica.<sup>18</sup>

**Paolo Facchi**, expresó que:

Es “un trabajo de presión ejecutado para influir sobre la opinión pública y la conducta de la sociedad de tal modo que el individuo adopte una opinión y un comportamiento determinado.”<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Corona Nakamura Luis Antonio “Propaganda electoral y propaganda política” cita del Autor Jacques Driencourt. P.2

<sup>19</sup> Corona Nakamura Luis Antonio “Propaganda electoral y propaganda política” cita del Autor Paolo Facchi. P.2



**Jean Marie Domenach**, sostuvo que:

“La finalidad de la propaganda es: sugerir o imponer creencias y reflejos que a menudo modifican el comportamiento, la manera de ser e incluso las convicciones religiosas o filosóficas. La propaganda influye, entonces, en la actitud fundamental de la persona humana”.<sup>20</sup>

**Kimball Young** definió a la propaganda:

Como “el uso más o menos deliberado, planeado y sistemático de símbolos, principalmente mediante la sugestión y otras técnicas psicológicas conexas, con el propósito, en primer lugar, de alterar y controlar las opiniones, ideas y valores, y en último término, de modificar la acción manifiesta según ciertas líneas predeterminadas.”<sup>21</sup>

Después de analizar cada una de las citas de los autores antes mencionados, podemos crear nuestra propia definición práctica para la mejor comprensión de este tema, y vemos que la propaganda es “la utilización de medios de comunicación con una acción continua, para conseguir o lograr el objetivo de influenciar y adicionar la opinión y conducta de la sociedad mediante técnicas psicológicas para que el pensamiento colectivo sea el determinado por el grupo de poder”

Asimismo, cabe resaltar que se trata de una actividad lícita, y normada que influye decisivamente en la selección de los gobernantes, como lo demuestra el presupuesto excesivo autorizado a los partidos políticos le dedican a ese rubro en la campaña electoral.

La propaganda electoral está íntimamente ligada a la campaña política de los respectivos partidos que compiten en el proceso para aspirar al poder. Aunque existe distinción

---

<sup>20</sup> Corona Nakamura Luis Antonio “Propaganda electoral y propaganda política” cita del Autor Jean Marie Domenach P. 2

<sup>21</sup> Corona Nakamura Luis Antonio “Propaganda electoral y propaganda política” Cita del Autor Kimball Young, P.2

entre los conceptos de “actos de campaña” que son propiamente la promoción verbal de las candidaturas, y el de “propaganda electoral” que no es otra cosa más que la presentación gráfica, en sonido, en proyecciones o en imágenes de los mensajes de los propios candidatos; coinciden ambas tareas, en que deben propiciar la exposición, desarrollo y discusión de los programas y acciones de los partidos políticos, tanto en sus documentos básicos, como en su plataforma electoral.<sup>22</sup>

La propaganda no difiere en esencia de la publicidad, concepto éste último que supone dar a conocer algo, publicarlo, una forma de propagarlo con la finalidad de estimular la demanda de bienes y servicios.<sup>23</sup> Este concepto persigue promover una conducta en un sentido determinado. La electoral no es otra cosa que publicidad política, que, inspirada en el sistema norteamericano, tiende a extenderse a la mayor parte de las naciones capitalistas y aunque el producto que se busca vender no es otra cosa que un candidato, un programa o unas ideas, las técnicas utilizadas son las mismas de las ventas de mercancías, en las cuales se utilizan *slogan* de fuerte impacto emocional, que en nada difieren de la promoción de un cosmético o bebida.<sup>24</sup>

La propaganda política pretende crear, transformar o confirmar opiniones a favor de ideas y creencias, así como estimular determinadas conductas políticas.<sup>25</sup> La propaganda es dirigida a las masas, e intenta ejercer su influjo con efectos emotivos y no con razones. Exagerando las cualidades y escondiendo defectos de los candidatos, como en los productos, la propaganda política, elaborada por especialistas calificados y asesores, pretende interpretar

---

<sup>22</sup> Corona Nakamura Luis Antonio “Propaganda electoral y propaganda política” Cita del Autor Jakez Gamallo, P.4 Luis Carlos. Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. Doctrina, Legislación, Comentarios, Jurisprudencia, Tesis Relevantes y Tematizado, Ed. Porrúa, México, 2006, p. 674.

<sup>23</sup> Corona Nakamura Luis Antonio “Propaganda electoral y propaganda política” Cita del Autor P.6 González Llaca, Edmundo. Teoría y Práctica de la Propaganda, Editorial Grijalbo, 1981.

<sup>24</sup> Corona Nakamura Luis Antonio “Propaganda electoral y propaganda política” Cita del Autor P. 7 Guinsber, Enrique. Publicidad: Manipulación para la reproducción, Plaza y Valdés, 1987.

<sup>25</sup> Corona Nakamura Luis Antonio “Propaganda electoral y propaganda política” Cita del Autor P.7 Herreros Arconada, Mario. Teoría y Técnica de la Propaganda Electoral. Editorial Promociones y Publicaciones Universitarias, Barcelona, 1994, p. 195

y responder a las encuestas, estudiar diversos aspectos del comportamiento electoral, para ofrecerle al pueblo lo que éste desea oír. Como lo cita ley lade sir harold mackinder: “el que domina los medios de comunicación de masas, domina el proceso político”.

La relación entre la propaganda y la libertad de expresión tiene una importancia decisiva, este tema es objeto de debate en todas las campañas electorales. La Suprema Corte de Justicia de la Nación ha señalado que el derecho fundamental a la libertad de expresión comprende tanto la libertad de expresar el pensamiento propio (dimensión individual), como el derecho a buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole.<sup>26</sup>

El debate político en la mayor parte de los sistemas democráticos suele ser muy ríspido, en la medida en que la competencia es real, los contendientes apelan a todo tipo de emociones que puedan despertar en cada uno de los posibles votantes; no es extraño ver ejercicios propagandísticos que privilegian las propuestas y los programas, junto a otros que se cimientan en destacar frente a los ciudadanos las debilidades del oponente así como las actitudes positivas y las negativas concurren muchas veces en una misma campaña electoral, viendo con ello que los sentimientos o acciones mala por asi llamarlas se destacan y apresian en los candidatos.Como lo vemos en la siguiente imagen.

---

<sup>26</sup> Corona Nakamura Luis Antonio “Propaganda electoral y propaganda política” Cita del Autor P. 7 Autor Véase la tesis de jurisprudencia del Pleno: P./j. 25/2007, visible en el Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, tomo XXV, mayo de 2007, p. 1520.



Imagen N°6. Propaganda negativa

Desde luego, resulta alentador que la legislación intente limitar el uso de propaganda negativa, ya que la propaganda negativa no permite advertir las propuestas de quien la emite, pues se centra más bien en los defectos el contrario y demeritar a la persona o contrincante, de esta forma no se cumple con la misión de las campañas, que deben tener un carácter propositivo, a fin de que el ciudadano pueda formarse un criterio propio para emitir adecuadamente su voto.

### **Apartado 3. Modelo de propaganda de Noam Chomsky.<sup>27</sup>**

El modelo de propaganda de los medios de comunicación de masas es una teoría presentada por Edward S. Herman y Noam Chomsky, basada en los prejuicios sistémicos que los medios de comunicación de masas tienen sobre las sociedades democráticas actuales. Los medios de comunicación de masas actúan como sistemas de transmisión de mensajes y símbolos para el ciudadano medio. Su función es la de divertir, entretener e informar, así como inculcar a los individuos los valores, creencias y códigos de comportamiento que les harán integrarse en las estructuras institucionales de la sociedad. Lo cual es importante en un mundo en el que la riqueza está concentrada y en el cual existen grandes conflictos de intereses de clase, para lo cual el cumplimiento de tal papel requiere una propaganda sistemática.

En su libro, *Los guardianes de la libertad* de 1990, Edward S. Herman y Noam Chomsky introdujeron su modelo de propaganda de los medios de comunicación en el cual dice que: “el periodismo tiene, la obligación de descubrir la verdad e informar de ella, y no reflejar pura y simplemente la percepción del mundo que desearían los grupos de poder”. El punto de partida es, entonces, análogo al de casi todos los textos de Noam Chomsky sobre política y medios de comunicación: la generación de propaganda por las elites corporativas y gubernamentales que constituyen un gobierno mundial de facto. No obstante, tal propaganda viaja a través del constructo informativo y simbólico de los medios de masas y conlleva consecuencias axiológicas, sociales, ideológicas y pragmáticas muy claras. Dicho de otro modo, los medios cultivan una atmósfera de signos y mensajes masivos que inciden en la cosmovisión de los sujetos; en realidad, una noción que implica connotaciones

---

<sup>27</sup> Autor CHOMSKY, Noam, y HERMAN, Edward (1990): *Los guardianes de la libertad*. Traducción de Carme Castells. Grijalbo Mondadori, Barcelona. Cabe señalar que el capítulo III, Modelo de propaganda del Autor Noam Chomsky es un extracto completo de la biografía en cita.

propagandísticas si la inscribimos en la vieja línea de pensamiento que considera los sistemas de información occidentales como un medio novedoso de control de la opinión pública (o control del pensamiento, como diría Noam Chomsky en sus textos).

La teoría trata de explicar esas implicaciones en términos de causas económicas, estructurales y sociales; como el consenso manufacturado y el efecto de falso consenso. La teoría postula cinco clases generales de filtros que determinan el tipo de noticias que se presenta en los medios de comunicación. Estas cinco categorías son: I) La concentración de propiedad, II) Beneplácito de la publicidad, III) La dependencia informativa, IV) Contramedidas, V) El anticomunismo

## **I. La concentración de propiedad. Magnitud, propiedad y orientación de los beneficios de los medios de comunicación.**

### **Intereses corporativos**

La mayor parte de los medios de comunicación están en manos de grandes corporaciones, por lo tanto, pertenecen a las élites económicas; es decir que ninguna empresa, negocio, corporación o medio de comunicación va a hablar mal de ellos mismos, a lo denominamos *intereses corporativos*.

Como consecuencia de la reciente fe neoliberal en el *mecanismo del mercado*, más las desregulaciones y privatizaciones del mundo de la comunicación, el panorama mediático se configura como un ámbito oligo-político, basado en enormes concentraciones empresariales. Noam Chomsky y Edward S. Herman nos muestran el incrementado e imparable proceso de concentración mediática en los años 90, donde apenas diez macro-empresas de comunicación controlaban el panorama de los medios globales. En cualquier caso, esto supone una barrera de

entrada muy potente: los medios con escaso poder financiero son barridos o ignorados, y hoy hay que hablar de billones de dólares para poder entrar en el juego de la “libertad” informativa.<sup>28</sup>

Podemos hacernos una idea de la naturaleza de los mensajes generados por estas estructuras, derivadas de la globalización neoliberal: básicamente, contenidos proclives a retroalimentar la ideología que les da cobijo, y orientados totalmente hacia el mercado, hacia la rentabilidad, hacia los beneficios. Aparte de los gigantes mediáticos, Noam Chomsky y Herman registran otros elementos de esta configuración institucional como el gobierno, los grupos de presión, los nexos de las empresas mediáticas con otras industrias y poderes financieros.

## **II. Beneplácito de la publicidad. Intereses publicitarios.**

Desde el siglo XIX, la publicidad es el determinante por antonomasia de la rentabilidad económica de los periódicos; un hecho que podemos comprobar, un siglo después, trasladado a la saturación publicitaria de la televisión. Así exponen Noam Chomsky y Edward S. Herman esta dictadura secreta del imperativo comercial:

Con anterioridad al auge de la publicidad, el precio de un periódico debía cubrir todos los costes. Con el crecimiento de ésta, los periódicos que atraían anuncios podían permitirse un precio por ejemplar muy por debajo de los costes de producción. Ello representó una seria desventaja para los periódicos que carecían de anuncios: sus precios tendían a aumentar, reduciendo sus ventas y dejándoles un menor superávit para invertir y mejorar sus

---

<sup>28</sup> Autor cfr. Edward S. Herman y Robert McChesney, Los medios globales Madrid: Cátedra, 1999 ISBN 84-376-1746-4

posibilidades de promoción (...). Por esta razón, un sistema basado en la publicidad llevaba a la disolución o a la marginación de las empresas y los géneros de comunicación que dependían exclusivamente de los beneficios obtenidos por las ventas. Con la publicidad, el mercado libre no ofrece un sistema neutral en el que finalmente decide el comprador. Las elecciones de los anunciantes son las que influyen en la prosperidad y la supervivencia de los medios.<sup>29</sup>

La publicidad, además de constituir un modo indirecto de censura, ha provocado la obsesión por las audiencias, que tan nefastos resultados culturales genera en la televisión actual. Noam Chomsky y Edward S. Herman se centran más en la discriminación de la calidad de la audiencia, con unos anunciantes a la caza de públicos adinerados, lo cual no tiene mejores resultados democráticos que lo anterior:

La idea de que la consecución de grandes audiencias hace que los medios de comunicación sean «democráticos» sufre así una debilidad inicial, ¡cuyo equivalente político sería un sistema de voto ponderado por la renta!<sup>30</sup>

Lógicamente, el campo de discusiones y temas, la cultura resultante se caracterizará por cuestiones secundarias o poco comprometidas, además de esto podríamos decir; el reino del entretenimiento fácil y de todo aquello que sea comercial, vendible, alejado de profundidades abstrusas y visiones críticas molestas. Los anunciantes, en consecuencia, suelen apoyar programas que concuerden ideológicamente con ellos. Las grandes empresas que se anuncian en la televisión, dicen los autores, raramente patrocinarán programas que aborden serias críticas a las actividades empresariales. En ilusiones necesarias, Noam Chomsky cita al

---

<sup>29</sup> Autor CHOMSKY, Noam, y HERMAN, Edward (1990): *Los guardianes de la libertad*. Traducción de Carme Castells. Grijalbo Mondadori, Barcelona. P. 43

<sup>30</sup> Autor CHOMSKY, Noam, y HERMAN, Edward (1990): *Los guardianes de la libertad*. Traducción de Carme Castells. Grijalbo Mondadori, Barcelona. P. 46



economista londinense, el cual destaca que las estaciones y los canales han aprendido a llevarse bien con las simpatías más delicadas de las grandes empresas. Simplemente: si alguna información agrade a los anunciantes, la información desaparece.

### **III. La dependencia informativa. Suministro de noticias**

Los medios deben producir un flujo permanente de nuevas noticias. Los principales proveedores de noticias son los departamentos de prensa de los gobiernos o las grandes corporaciones y no la verdadera fuente de la noticia: el evento a informar. Las fuentes gubernamentales y empresariales tienen gran mérito de ser reconocidas y veraces debido a su estatus y prestigio. Para mantener una imagen de objetividad y para protegerse de ataques a la parcialidad y de difamación los medios necesitan de material presuntamente «correcto».

Básicamente, el modelo de propaganda funciona mediante la información generada por el gobierno, las administraciones públicas, las instituciones burocráticas y las corporaciones. La información que reciben los periodistas está cuidadosamente preparada por las burocracias o las empresas, con el fin de facilitarles el trabajo, sin contar con las frecuentes subvenciones económicas que reciben los medios. Resultado: información frecuentemente acrítica, y lógicamente al servicio de su fuente primaria. Así, a través de la manipulación de los medios se manipula a los públicos y la información independiente que éstos reciben.

Propaganda en su estado puro, como propagandística es la financiación de expertos que se pronuncian sobre diversos temas. Noam Chomsky y Edward S. Herman, describen a estos *expertos* como intelectuales a sueldo que justifiquen los intereses de las elites y, entre otras cosas, abonen el campo para la credibilidad y penetración de la ideología corporativa.

De acuerdo con esta fórmula, durante los años setenta y a principios de los ochenta se creó una retahíla de instituciones y se reactivaron las ya existentes con el fin de dar publicidad a los puntos de vista empresariales. Varios cientos de intelectuales fueron captados por estas instituciones, que financiaron sus trabajos y diseminaron su producción entre los medios de comunicación mediante un sofisticado esfuerzo propagandístico. La financiación empresarial y la clara finalidad ideológica de este esfuerzo no han tenido un efecto perceptible sobre la credibilidad de estos intelectuales, sino que, por el contrario, la financiación y la promoción de sus ideas le han catapultado a la prensa.

Dos de los más grandes ejemplos actuales del suministro de las noticias son:

#### **Agencia de noticias “REUTERS”**

Desde 1851, la agencia de noticias británica Reuters se ha forjado como una de las más prestigiosas del mundo. Hoy, además de mantener una posición de liderazgo, opera en el campo de las noticias televisivas y cuenta con una plantilla de unos 2.500 periodistas, fotógrafos y cámaras, que operan en 198 oficinas y delegaciones de 150 naciones. Cada día, transmite más de ocho millones de palabras en 26 idiomas.<sup>31</sup>

#### **Agencia de noticias “ASSOCIATED PRESS”**

Nació en Nueva York en 1848, impulsada por los representantes de seis diarios, encabezados por David Hale, del Journal of Commerce, James Gordon Bennett, editor del New York Herald, y Horace Greeley, director y fundador del New York Tribune. Lawrence A. Gobright fue nombrado primer corresponsal en Washington. En 1858 establecen la primera comunicación con Europa a través de un cable transoceánico.

---

<sup>31</sup> Recursos Autor Associated Press (AP). Dirección electrónica <http://www.infoamerica.org> fecha de consulta 15 de julio del 2020.

En 1875 inició la transmisión de noticias a sus abonados a través del telégrafo, mediante un circuito que unía Nueva York, Filadelfia, Baltimore y Washington. La historia de la AP está jalonada por el aprovechamiento de los cambios tecnológicos en el transporte y distribución de las noticias. Al cumplir siglo y medio de vida, la agencia transmitía más de 20 millones de palabras diarias, con 3.500 periodistas en 110 países.<sup>32</sup>

Entre las agencias de noticias “REUTERS”, y la agencia de noticias “ASSOCIATED PRESS” estas dos agencias de noticias se maneja la mayor parte de la información que circula a nivel mundial, lo cual nos hace reflexionar que si le aplicamos los filtros a estas grandes agencias sabremos que nunca divulgaran noticias que estén en contra de ellos y de sus clientes ò socios comerciales; pero esto no es todo ellos solo son distribuidores de noticias, aparte las cadenas televisivas, de radio, periódico o páginas web también aplicarían los filtros, por lo tanto la noticia que nos llega ya paso por los filtros de diversos medios de comunicación.

#### **IV. Contramedidas. Grupos de presión**

Los grupos de influencia pueden organizar respuestas sistemáticas ante cualquier desviación de línea editorial o del sesgo mediático y ante ataques a un determinado anunciante. La publicidad televisiva se centra en bienes de consumo que son fácilmente objetivo de boicot.

Un número heterogéneo de respuestas negativas que son orquestadas por las elites gubernamentales y económicas para acallar cualquier información o emisión que suponga un atentado contra sus intereses. Los autores citan en los guardianes de la libertad determinadas instituciones norteamericanas dedicadas a velar porque los medios ofrezcan una imagen

---

<sup>32</sup> Recourses Autor Associated Press (AP). Dirección electrónica <http://www.infoamerica.org> fecha de consulta 15 de julio del 2020.

correcta del mundo empresarial; no por casualidad, tales instituciones están organizadas por la gran empresa.

## **V. El anticomunismo. “Individualizar al adversario en un único enemigo”<sup>33</sup>**

### **Sesgo ideológico.**

Inicialmente, este filtro era el anticomunismo, por la rivalidad de la Guerra Fría. Las opiniones de algunas ideologías consideradas “anti-patrióticas”. Quizá está ya obsoleto tras la caída del muro de Berlín y el colapso de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), pero su operativa permanece vigente típicamente propagandística, y centrada claro en la regla de la simplificación del enemigo único como en alguna ovación lo manejo Jean Marie Domenech, aparentemente basándose también en la idea de Joseph Goebbels donde nos dice que nos enfoquemos en un sólo enemigo; y podríamos enfocar fácilmente este filtro en casos como el de la Guerra del Golfo o en algún problema donde se pueda identificar fácilmente al enemigo único, causante de los malestares y de la problemática que sufre a diario nuestra sociedad.

### **Mainstream media, o la estructura del poder**

Como puede esperarse, estos cinco filtros se reducen notablemente lo que puede transformarse en noticia: las informaciones provenientes de la administración o las grandes corporaciones suelen sortearlos fácilmente, mientras se quedan en el camino las informaciones y opiniones disidentes. Sí pueden darse situaciones de debate alrededor de temas donde la elite presente opiniones divididas, pero siempre dentro de lo que Noam Chomsky ha conceptualizado en ilusiones necesarias como “límites de lo expresable”; es decir, límites institucionales del discurso, que focalizan, en la tradición teórica de la agenda, los puntos de interés social, de

---

<sup>33</sup> Autor CHOMSKY, Noam, y HERMAN, Edward (1990): *Los guardianes de la libertad*. Traducción de Carme Castells. Grijalbo Mondadori, Barcelona. Cabe señalar que el capítulo III, Modelo de propaganda del Autor Noam Chomsky es un extracto completo de la biografía en cita.

forma que los medios de comunicación estadounidenses no funcionan a la manera del sistema de propaganda de un estado totalitario. Por el contrario, permiten, incluso fomentan enérgicos debates, críticas y disidencias, en tanto permanezcan fielmente dentro del sistema de presupuestos y principios que constituyen el consenso de la elite, un sistema tan poderoso que puede ser interiorizado en su mayor parte, sin tener conciencia de ello.

La unidireccionalidad y unilateralidad resultante de las campañas propagandísticas pueden ser iniciadas por el gobierno o por los propios medios, y rápidamente se expanden por los canales de comunicación social. Los propios periodistas, en el modelo de Noam Chomsky y Herman, introyectan los valores, y dura así la ilusión necesaria de la “libertad de prensa”.

“El resultado es un poderoso sistema de conformidad inducida ante las necesidades de los privilegios y del poder”.<sup>34</sup> El establecimiento de los límites pautados del debate mediático e intelectual es, en esta línea, la técnica más eficiente para cercenar propagandísticamente todo intento de actuar contra el poder económico-estatal y para generar esas “ilusiones necesarias”, en expresión de Reinhold Niebuhr, que mantienen el espejismo de la democracia. Los límites de lo expresable son el mecanismo más eficaz para el control del pensamiento, y son descritos pormenorizadamente por Noam Chomsky en “Ilusiones necesarias”. Su funcionamiento se basa en la siguiente premisa: los medios de comunicación fijan un debate público que excluye sistemáticamente todo lo que se salga del consenso institucional de las elites; por ejemplo, excluyen todo cuestionamiento de las intenciones democráticas estadounidenses. Puede discutirse si la acción X ha sido llevada a cabo con mayor o menor acierto, pero nunca se pondrá en tela de juicio la bondad de la acción X. Más sutil que un sistema de censura totalitaria, este

---

<sup>34</sup> Autor CHOMSKY, Noam, y HERMAN, Edward (1990): *Los guardianes de la libertad*. Traducción de Carme Castells. Grijalbo Mondadori, Barcelona. P. 353

aparato doctrinal-propagandístico persigue ante todo el consentimiento irracional a las políticas del poder, en el marco de un espectro ideológico limitado por el consenso de las elites poderosas, al tiempo que se fomenta un debate táctico en su interior.

Lógicamente, estas fronteras al debate abierto son más eficientes en las democracias, donde, como ha apuntado Chomsky en alguna ocasión, la propaganda es tan necesaria como el garrote a las dictaduras, pues no se puede silenciar el debate, y de hecho, en un sistema de propaganda que funcione adecuadamente, no debería silenciarse, puesto que si queda constreñido a unos límites adecuados tiene una naturaleza que sirve para reforzar al sistema.

Lo que resulta esencial es establecer los límites con firmeza. La controversia puede imperar siempre que se adhiera a los presupuestos que definen el consenso de las elites, y, lo que es más, debería fomentarse dentro de estos límites, colaborando así al establecimiento de estas doctrinas como la condición misma del pensamiento pensable y reforzando al mismo tiempo la creencia de que reina la libertad.

La estructura institucional de los medios y la estipulación de límites del discurso no son los únicos mecanismos de propaganda en la visión Chomsky, pero sí son absolutamente determinantes. Existen otros vectores, como el patriotismo o la mera obediencia, que conducen a una aceptación acrítica de la ideología dominante. También pueden añadirse ciertos elementos formales de la comunicación de masas, como la cualidad fragmentaria de la televisión, que anula todo análisis profundo. Así lo ven los autores:

La estructura técnica de los medios de comunicación prácticamente exige la adhesión a los pensamientos convencionales, no otra cosa puede expresarse entre dos anuncios, o en setecientas palabras, sin la apariencia de absurdidad que resulta difícil de evitar cuando se

desafían las doctrinas familiares sin oportunidad de desarrollar los hechos o los razonamientos.<sup>35</sup>

En resumen, los medios de comunicación de masas son instituciones ideológicas efectivas y poderosas, que llevan a cabo una función propagandística de apoyo al sistema mediante su dependencia de las fuerzas del mercado, los supuestos interiorizados y la autocensura, y sin una coerción abierta significativa. Este sistema de propaganda se ha ido haciendo cada vez más eficiente en las décadas recientes, con el desarrollo de las redes nacionales de televisión, la mayor concentración de los medios de comunicación de masas, las presiones de la derecha en la radio y televisión públicas, y el crecimiento en el alcance y sofisticación de las relaciones públicas y el tratamiento de noticias:

Trying to study carefully just what the media product is and whether it conforms to obvious assumptions about the nature and structure of the media.<sup>36</sup>

De entrada, Noam Chomsky distingue dos tipos básicos de medios de comunicación en función de sus audiencias: medios de masas como son las películas de entretenimiento, las teleseries o la mayoría de los periódicos y medios mainstream que son el objetivo principal del modelo Chomsky, y se describen así:

There is another sector of the media, the elite media, sometimes called the agenda-setting media because they are the ones with the big resources, they set the framework in which everyone else operates. the new york times and cbs, that kind of thing. their audience is mostly privileged people. the people who read the new york times –people who are wealthy or part of what is sometimes called the political class- they are actually involved in the political system in an ongoing fashion. they are basically managers of one sort or another. they can be political managers, business managers (like corporate executives or that sort

---

<sup>35</sup> Autor CHOMSKY, Noam, y HERMAN, Edward (1990): *Los guardianes de la libertad*. Traducción de Carme Castells. Grijalbo Mondadori, Barcelona. P. 353

<sup>36</sup> Traducción: Tratar de estudiar cuidadosamente lo que es el producto de medios y si se ajusta a las suposiciones obvias sobre la naturaleza y la estructura de los medios de comunicación Autor Noam Chomsky y Edward S. Herman 1997: 1

of thing), doctoral managers (like university professors), or other journalists who are involved in organizing the way people think and look at things.<sup>37</sup>

Tratando de estudiar cuidadosamente qué es exactamente el producto de los medios y si se ajusta a suposiciones obvias sobre la naturaleza y estructura de los medios

Hay otro sector de los medios, los medios de élite, a veces llamados los medios de agenda porque son los que tienen grandes recursos, establecen el marco en el que todos los demás operan. *The New York Times* y CBS, ese tipo de cosas. Su audiencia es en su mayoría gente privilegiada. Las personas que leen *el New York Times* -personas ricas o parte de lo que a veces se llama la clase política- están realmente involucradas en el sistema político de manera continua. Básicamente son gerentes de un tipo u otro. Pueden ser gerentes políticos, gerentes de negocios (como ejecutivos corporativos o ese tipo de cosas), gerentes de doctorado (como profesores universitarios) u otros periodistas que participan en la organización de la manera en que la gente piensa y mira las cosas.

Las consecuencias son evidentes. Esta estructura mediática, aparte de estar en la base de la teoría de la agenda *Setting*, incardina directamente los periódicos y televisiones mainstream en los centros de poder políticas, económicas, académico y comunicacional. Sus contenidos suponen la materia prima de otros medios de menor envergadura, y sus públicos son gente de alto nivel, ubicada en las estructuras de poder; gente que, mientras los medios de masas divierten a la mayoría de la población, dictan lo que debe hacerse.

---

<sup>37</sup> Traducción: Hay otro sector de los medios de comunicación, los medios de comunicación de élite, a veces llamados los medios de comunicación que establecen la agenda porque son los que tienen los grandes recursos, establecen el marco en el que todos los demás operan. los tiempos de Nueva York y cbs, ese tipo de cosas. su audiencia es en su mayoría personas privilegiadas. las personas que leen los tiempos de Nueva York -personas que son ricas o parte de lo que a veces se llama la clase política- están realmente involucradas en el sistema político de una manera continua. básicamente son gerentes de un tipo u otro. pueden ser gerentes políticos, gerentes de negocios (como ejecutivos corporativos o ese tipo de cosas), gerentes de doctorado (**como profesores universitarios**) u otros periodistas que están involucrados en la organización de la forma en que la gente piensa y mira las cosas Autor Noam Chomsky y Edward S. Herman Chomsky, 1997: 2



Esta es la primera evidencia propagandística que podemos extraer; la segunda es de tipo institucional: los medios mainstreams están ligados a estructuras de poder económico y corporaciones de enorme envergadura, e interactúan con otros centros de poder, como los gobiernos, las universidades u otras corporaciones. Todo ello supone un “sistema doctrinal” que implica, de hecho, la introyección ideológica de las necesidades del poder político-corporativo y la eliminación del pensamiento disidente: la gente que trabaja en los centros intelectuales y mediáticos acaba aceptando e incluso creyendo los parámetros doctrinales:

It is kind of a filtering device which ends up with people who really honestly (they aren't lying) internalize the framework of belief and attitudes of the surrounding power system in the society.<sup>38</sup>

Un sistema de socialización donde no existe presión explícita interna: es, simplemente, un reflejo de la estructura sistémica. Lo que venden estos medios mainstream, dice Noam Chomsky, son audiencias; el mercado al que se venden son los anunciantes. Las audiencias de los medios mainstream son la gente que toma las decisiones en la sociedad, el mundo de los negocios, etc., con lo que tenemos corporaciones vendiéndole audiencias adineradas a otras corporaciones que son los anunciantes. Un contexto que, como puede esperarse, se basa simplemente en que hay cosas que no entran en la discusión, cosas sobre las que los que trabajan en dicha industria no pueden siquiera pensar.

Acaso el hecho más inquietante de esta configuración periodística sea que ya no es preciso ningún *Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda*.<sup>39</sup> Propaganda ni ningún decreto napoleónico para cercenar la prensa disidente: los propios medios, en democracia, introyectan el hecho de que hay temas prohibidos. Al respecto, Noam Chomsky ha citado en alguna ocasión

---

<sup>38</sup> Traducción: Es una especie de dispositivo de filtrado que termina con personas que realmente honestamente (no mienten) interiorizan el marco de creencias y actitudes del sistema de poder circundante en la sociedad. Autor Noam Chomsky y Edward S. Herman, 1997: 2

<sup>39</sup> Traducción del Alemán “Ministerio de Ilustración Popular del Reich y”.

unas reflexiones de George Orwell sobre la censura literaria en Inglaterra, referidas a que, en las sociedades más libres, los controles del estado rara vez se ejercen directamente.

El aspecto más siniestro de la censura literaria en Inglaterra es que es en gran parte voluntaria. Las ideas impopulares pueden silenciarse, y los hechos inconvenientes mantenerse en la oscuridad, pero sin ninguna necesidad de una prohibición oficial.<sup>40</sup>

El resultado apetecido se consigue, en parte, gracias al acuerdo tácito general en que no hay que mencionar este hecho concreto y, en parte, como simple consecuencia de la centralización de la prensa en manos de hombres poderosos que tienen todos los motivos para ser deshonestos con determinados temas importantes. A consecuencia de ello, “cualquiera que desafíe la ortodoxia imperante se ve silenciado con sorprendente efectividad.”<sup>41</sup>

La cita de Orwell no es gratuita, pues Chomsky ha sostenido en más de una ocasión que nuestro mundo ya es orwelliano, como si, aparte de haber establecido unos límites rígidos en el discurso público-mediático, el mundo del periodismo estuviese plagado de Winstons Smith que acaban comulgando con el poder.

¿Qué consecuencias pueden apuntarse, desde una perspectiva atenta al discurso ofrecido por este aparato de propaganda?

El resultado es que la interpretación que los medios de comunicación dan del mundo refleja los intereses y las preocupaciones de los vendedores, los compradores y las instituciones gubernamentales y privadas dominadas por estos grupos, según la pauta que devela el análisis estructural de los medios. A la imposición de una manera de ver del mundo, de una sola lectura hegemónica, se añade la relativización de la axiología que las circunstancias políticas imponen

---

<sup>40</sup> Autor George Orwell, “1984” 1984 (en su versión original en inglés: Nineteen Eighty-Four).

<sup>41</sup> Autor Chomsky Noam, 1996: Dieterich, Heinz. La sociedad global México, Edit. Joaquín Mortfz, 1996, p. 116

en cada caso: las premisas y los juicios de valor se cambiarán según afecte o no a los intereses (Noam Chomsky y Herman hablan, por ejemplo, de víctimas “dignas” e “indignas”); las cosas son o no son lo mismo, según convenga o no. Un ejemplo de esta tergiversación interesada, que Noam Chomsky y Herman ven como “un sistema casi perfecto de doble pensamiento a la manera de Orwell” y que emplea determinados criterios sólo cuando conviene, puede verse en las elecciones “patrocinadas” por Estados Unidos en el Tercer Mundo, donde usualmente se manipulan símbolos para dar una imagen positiva,<sup>42</sup> y las palabras “democracia” o “paz” son relativizados o meramente distorsionados.

Aún más orwelliano es otro efecto: el del silenciamiento y, frecuentemente, olvido de toda disconformidad; un hecho que tiene relaciones directas con la idea de construcción de la cultura. En semiótica de la cultura, Lotman y Uspenskij, considerando los modos mediante los cuales se dota de contenido histórico a una cultura, apuntan que la transformación en texto de una cadena de hechos va acompañada inevitablemente por la selección, esto es, por la fijación de determinados acontecimientos, que se traducen en elementos del texto, y por el olvido de otros, declarados inexistentes.

Traslademos este esquema a la selección informativa de los medios y, según el modelo de Noam Chomsky y Herman, comprobaremos que los contenidos de la comunicación de masas, los textos, también se producen “olvidando” o declarando “inexistente” la mayoría de la disidencia ideológica. Un sistema, en suma, propagandístico (imposición de una ideología determinada) y contra-propagandístico al mismo tiempo (eliminación de la disidencia, filtro anticomunista, etc.)

---

<sup>42</sup> Autor CHOMSKY, Noam, y HERMAN, Edward (1990): *Los guardianes de la libertad*. Traducción de Carme Castells. Grijalbo Mondadori, Barcelona. P. 156

Una lectura ideológica del modelo de propaganda nos ofrece una cosmovisión prácticamente unilateral; una fuente de persuasión política basada en la selección/reducción propagandística de la información, que, en última instancia, produce un mensaje paradójico: hay que desentenderse de toda acción política, pues estamos en buenas manos, la democracia de mercado (sobre todo, de mercado) funciona, y la publicidad se ocupa de nuestras necesidades. Los efectos culturales añadidos son obvios, como la eliminación del cuestionamiento crítico desde los medios, por no hablar del debilitamiento de la izquierda, que fue apuntado por el propio Edward S. Herman cuando revisó el modelo de propaganda. Herman dijo que “la izquierda está en una enorme desventaja en el campo de batalla de las ideas y de los símbolos” ideas y símbolos que conforman un tejido cultural ajustado a las necesidades del establishment. “El control sobre las definiciones de la realidad”, dice Herman, “la agenda sobre aquello que la gente tiene permitido pensar, la capacidad de reiterar mensajes y manipular símbolos son ingredientes básicos de poder”.<sup>43</sup> Creemos que no es aventurado, en este contexto, pensar que para los autores del modelo de propaganda las consecuencias ideológicas eran considerables.

En consecuencia, el modelo de propaganda de Noam Chomsky y Herman nos pone al borde de una esfera pública políticamente manipulada e ideológicamente limitada al imperativo comercial, los programas de entretenimiento barato o la telebasura.

Puedes pensar dentro de tu propia cabeza que debería haber algo más que eso en la vida, pero como estás tú solo delante del tubo de rayos catódicos, enseguida lo asumes: debo estar loco, porque las cosas son como son. Y como no se permite ningún tipo de organización –eso

---

<sup>43</sup> Autor CHOMSKY, Noam, y HERMAN, Edward (1990): *Los guardianes de la libertad*. Traducción de Carme Castells. Grijalbo Mondadori, Barcelona. P. 106

es absolutamente crucial- nunca podrías encontrar una forma de comprobar si está loco o no, y tú lo asumes, simplemente, porque es una cosa muy natural de asumir.<sup>44</sup>

Los orígenes de esta idea se sitúan en un marco que imbrican, de nuevo, el sistema de comunicaciones y el poder político. En *What Makes Mainstream Media Mainstream*, Noam Chomsky traza el último punto de su análisis del sistema de propaganda mediática: la estructura doctrinal de la que proceden los mensajes, que es, en última instancia, el modelo de pensamiento favorecido por el sistema de propaganda y sus efectos. En realidad, la matriz ideológica que se esconde detrás de las elites descritas por el modelo, y, consecuentemente, detrás de los medios y su manipulación, es tan antigua como la propia democracia moderna. Al menos desde la revolución inglesa del siglo XVII, las elites han percibido la necesidad de refrenar a la “Gran Bestia”, es decir, el pueblo y sus esperanzas democráticas, según la expresión del federalista norteamericano Alexander Hamilton, cuya visión opuesta a la más democrática de Thomas Jefferson ha sido constatada en varias ocasiones por nuestro autor para Noam Chomsky, la tensión entre una visión política de defensa de los intereses de las elites y otra que lucha por ampliar los derechos democráticos en general ha sido constante en los últimos siglos; la propaganda, huelga acaso decirlo, ha sido uno de los principales instrumentos (y tal idea trasciende el modelo Noam Chomsky y se integra en la pura esencia de lo propagandístico) para asegurar que los intereses de las clases privilegiadas quedaran intactos .

En el caso de la propaganda contemporánea que nos ocupa, la versión hamiltoniana de esta controversia reaparece en el citado concepto de “ilusiones necesarias” de Reinhold Niebuhr, para quien “la racionalidad pertenece a los observadores fríos”, mientras que el

---

<sup>44</sup> Autor CHOMSKY, Noam, y HERMAN, Edward (1990): *Los guardianes de la libertad*. Traducción de Carme Castells. Grijalbo Mondadori, Barcelona. P. 9

“proletario”, irracional, sólo sigue “ilusiones” necesarias; tan necesarias como esas “simplificaciones excesivas con poder emocional” prescritas por Niebuhr, y hechas a la medida de “la estupidez del hombre medio”<sup>45</sup>

Noam Chomsky ha referido en varias ocasiones la fórmula de la “democracia del espectador” y la “fabricación del consenso”, aportada por el decano del periodismo estadounidense<sup>46</sup>. La idea nace en un contexto, los años 20, donde la propaganda se ha transformado en un “órgano regular del gobierno popular” y su complejidad técnica e importancia aumentaban sin cesar (probablemente, apuntaríamos, tras la explosión propagandística que se había producido en la primera guerra mundial, con el nacimiento de la propaganda científica). Lippmann pensaba que los “intereses comunes en gran parte eluden a toda la opinión pública, y sólo pueden ser dirigidos por una clase especializada cuyos intereses personales trasciendan lo meramente local”<sup>47</sup> además, respaldó esta noción con una peculiar “teoría de la democracia”:

Defendía que en las democracias que funcionan bien hay distintas clases de ciudadanos. En primer lugar, tenemos la clase de los ciudadanos que deben jugar un papel activo en la gestión de los asuntos generales. Es la clase especializada. Es la gente que analiza, ejecuta, adopta decisiones, y saca las cosas adelante en los sistemas económico, político e ideológico. Es un porcentaje pequeño de la población (...). Esos otros que están fuera del pequeño grupo, la gran mayoría de la población, son lo que Lippmann llama “las hordas a salvajadas.”<sup>48</sup>

---

<sup>45</sup> Chomsky Noam, (1992) “El control de los medios de comunicación”, tomado de la video conferencia “Fabricando Consenso”, P29

<sup>46</sup> Walter Lippmann, Public Opinion the original 1922.

<sup>47</sup> Autor CHOMSKY, Noam, y HERMAN, Edward (1990): *Los guardianes de la libertad*. Traducción de Carme Castells. Grijalbo Mondadori, Barcelona. Lippmann, citado en Noam Chomsky y Herman, 1990: 13

<sup>48</sup> Autor CHOMSKY, Noam, y HERMAN, Edward (1990): *Los guardianes de la libertad*. Traducción de Carme Castells. Grijalbo Mondadori, Barcelona. Lippmann, citado en Noam Chomsky y Herman, 1990 P. 5

Es evidente que la clase dirigente estadounidense, con el precedente de la Primera Guerra Mundial se percató pronto del enorme poder de la propaganda para el control del pensamiento y el mantenimiento a raya de las *HORDAS ASALVAJADAS*” Otro de los formuladores de la importancia de este poder fue uno de los primeros y más importantes estudiosos del fenómeno propagandístico, por no hablar de sus aportaciones en ciencias políticas y teoría de la comunicación: Harold D. Lasswell, autor que, según escribe el Autor Noam Chomsky en “*el nuevo orden mundial*”

... reconoció que la propaganda era más importante en las sociedades más libres y democráticas, en las que el público no se podía mantener a raya a base de latigazos. ajustándose a las normas imperantes, lasswell preconizaba un uso más sofisticado de esta “nueva técnica de control” del público en general, que representaba una amenaza para el orden debido a la “ignorancia y a la superchería [de]... las masas”. según explicó en la encyclopaedia of the social sciences, no debemos sucumbir a “los dogmatismos democráticos según los cuales los hombres son los mejores jueces de sus propios intereses”. no lo son; los mejores jueces son las elites, los hombres ricos de las “naciones ricas” de churchill, que deben asegurar los medios para imponer su voluntad, para el bien común.<sup>49</sup>

Como Lippmann, el pionero de las relaciones públicas Edward Bernays salió del Committee on Public Information (CPI) dirigido por George Creel, la agencia propagandística creada por el presidente Wilson para convencer al pueblo estadounidense de la necesidad de entrar en la

---

<sup>49</sup> Chomsky, Noam; Dieterich, Heinz. La sociedad global, México, Edit. Joaquín Mortíz, 1996 P. 112-113

primera guerra mundial. Uno de los triunfos del CPI fue transformar a un pueblo anti-intervencionista en una masa histórica deseosa de aplastar todo lo que fuese alemán; según Noam Chomsky, otro de sus logros fue generar, con Bernays a la cabeza, la industria de las relaciones públicas empresariales en Estados Unidos. Una poderosa industria de propaganda que aplicó las técnicas de la Psychological Warfare (propaganda de guerra) del conflicto de 1914-1918 al control del pensamiento.

En última instancia, lo que comenzó como una teoría política antidemocrática acaba cerrando el círculo con la propaganda corporativa, y con el sistema de medios mainstream: las enormes inversiones de la clase empresarial americana, además de esforzarse históricamente en identificar “americanismo” y “libre empresa”, dedican considerables recursos a influir sobre los líderes de opinión y los intelectuales.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Chomsky, Noam; Dieterich, Heinz. *La sociedad global*, México, Edit. Joaquín Mortíz, 1996 P. 110-123



## Debate interno

El debate que vamos a desarrollar sobre la política refiere a su carácter científico, a ser estudiada desde una perspectiva académica, factible de ser conceptualizada y analizada a partir de la información con la que contamos. Este debate —*la política como ciencia*— no es ajena a las discusiones más generales sobre la ciencia, tanto en lo que refiere como el método a seguir dentro de las propias ciencias sociales.

La misma ciencia política se ve atravesada por las posiciones más clásicas dentro del pensamiento social, como lo es el positivismo y el marxismo o teoría crítica. Siguiendo los supuestos de cada una de estas perspectivas, uno puede reconstruir las nociones de la política que cada uno asume, así como también, la forma de ser estudiada y analizada.

Pero es necesario tener presente que estas concepciones representan, a simple vista, dos formas opuestas de concepción de la ciencia, no obstante, se inscriben en un mismo período donde la supremacía de las ciencias naturales imponía una forma de hablar, proceder y legitimarse en ciencia, “*el método científico*”, que exigió ciertos niveles de rigurosidad, sistematización, generalización y abstracción que en definitiva los terminaba por aproximar. Ambas buscaban leyes generales, la realidad se presenta como externa, mensurable y objetiva.

No obstante, el objetivo de la ciencia, o los descubrimientos que estas podían aportar, eran diametralmente opuestos. Para los primeros, los positivistas, el descubrimiento de las leyes generales permite mayor predicción y anticipación de los acontecimientos y del comportamiento humano, lo que facilitaría su control y consecuente orden social. Para la teoría crítica, esta posición no hace más que reproducir las condiciones de dominación

imperantes, por lo que la ciencia debe servir para conocer los procesos históricos, profundizar sus contradicciones y promover la transformación social.

En este marco, es importante avanzar en un aspecto central, que es encontrar el objeto de estudio de la ciencia política; sin ello, no sería una disciplina independiente de la sociología, o la antropología, u otra ciencia social. Un autor muy interesante, y precursor de la ciencia política moderna, es Nicolás Maquiavelo. Su obra más conocida, *El Príncipe*, fue escrita en la época renacentista italiana (finales del siglo XIV y XV), periodo caracterizado por numerosos enfrentamientos y centros de poder, que decantarían luego en lo que se conoció como la reunificación italiana y el posterior surgimiento de los estados modernos. Previo a ello, el feudalismo fue la forma de organización social dominante durante gran parte del medioevo europeo.

Uno de los aspectos centrales de esa obra, siempre sujeta a debate, es que la política se presenta como *“lucha de poder”*, hay una clara separación de la moral y el deber ser, se abandona la idea del *“buen gobierno”* propio de la época clásica, y el dominio de lo religioso en los destinos de lo público. Es importante diferenciar acá el rol de la religión como creencia, aspecto que si se separa de la concepción de lo político; de la religión como institución, la iglesia específicamente, que si mantendrá fuertes disputas y *“luchas de poder”* respecto de los campos de actuación del estado.

La obra de Maquiavelo plantea entonces, como aspecto central de la política, el poder y su ejercicio. Otros autores se han centrado en las formas más visibles de institucionalización y concentración de ese poder, que es el Estado, como Max Weber. Y finalmente, una visión más clásica, que es el énfasis en *“lo público”*, lo *“común”*, o el *“bien común”*. Así, podemos decir que la ciencia política consiste en *“la investigación disciplinada de los problemas*

*políticos*”,<sup>51</sup> asumiendo por “*disciplinada*” la adopción de determinadas estrategias metodológicas que le dan rigurosidad a nuestros estudios y resultados, y por “*problemas políticos*” a todas aquellas relaciones de “*poder*” que involucren a diferentes actores que disputan por el modo de gobierno de las poblaciones, involucrando, en consecuencias, aquellas instituciones donde el poder y el gobierno se hacen presente, entre ellas el Estado.

---

<sup>51</sup> Autor Sabine, Historia de la teoría política 2006, Editorial S.L: Fondo de cultura económica de España ISBN 9789681641993 España P. 20

## **Información como base del análisis de la ciencia política**

Las ciencias sociales, como campo de conocimiento específico, se han desarrollado de manera desigual. Esto es más claro cuando nos encontramos insertos dentro de alguna de las disciplinas que abarca, sobre todo si se piensa que cada una puede coadyuvar a resolver problemas reales y cotidianos de la vida en sociedad.

Probablemente esto ya se ha señalado para el caso de la antropología que, desde sus inicios y profesionalización en México, a principios del siglo pasado, se encontraba dispuesta como herramienta de Estado para la incorporación de las poblaciones indígenas, y donde los recursos *-sociales, económicos y políticos-* fluían desde el centro rector comandado por el Partido de la Revolución Mexicana (PRM), posteriormente Partido Revolucionario Institucional (PRI), a la causa "*legítima*" e indiscutible de hacer un país mayormente homogéneo con las características de los países de Europa o Estados Unidos. Como ejemplo de las políticas de incorporación, se olvidó -o no se reconoció- que este último país llevó a cabo, desde su conformación, una cruenta campaña de limpieza étnica para conformar la nación que hoy conocemos, con estatutos fenotípicos muy particulares, pero siempre aspirando al arquetipo del hombre blanco, protestante y con propiedades.

La búsqueda de una identidad mexicana se hizo tarea propia de Estado posrevolucionario, y para ello se hacía factible fortalecer la antropología como herramienta para la incorporación del indio, del atrasado, a la moderna sociedad de mediados de siglo. Como señaló Claudio Lomnitz en una ponencia reciente en el Museo Nacional de Antropología (MNA), la antropología se coronaba como "*la reina de las ciencias sociales*" (2014) y sus estudios eran apoyados con cuantiosas posibilidades.

El caso de Manuel Gamio y la construcción del MNA eran el pódium sobre el cual se edificaba una concepción donde "la antropología debe ser el conocimiento básico para el desempeño del buen gobierno, ya que por medio de ella se conoce a la población que es la materia prima con que se gobierna y para quien se gobierna".<sup>52</sup> La antropología como ciencia de estado, la cual ha sido sustituida recientemente por la economía.

Para entonces, la ciencia política no era parte del debate nacional en México. Dicha disciplina se encontraba aún a las problemáticas y fenómenos de países llamados como de "*primer mundo*". Se encargaba de estudiar los sistemas políticos altamente formalizados, institucionalizados, sus variantes y posibilidades de la democracia en un mundo poco constante y estable con apariciones de regímenes clasificados estrictamente, donde la democracia era el ideal a seguir mientras que el autoritarismo y la dictadura hacían su aparición en diversas partes del mundo.

Epistemológicamente, y como lo hace notar Guillermo Bonfil Batalla,<sup>53</sup> la antropología había tomado, reformulado y adaptado al sujeto indígena -al indio- como su "*objeto*" propio y exclusivo de estudio. Por su lado, la ciencia política realizaba esfuerzos por delimitar su campo de estudio alejado de las tradiciones que Barrientos hace bien en puntualizar, hasta hace algunos años no solamente existía consenso entre los científicos sociales alrededor de la idea de política, sino que tampoco lo había respecto a la denominación de la materia. De la sociología, el derecho, la economía y la historia se importaron teorías, conceptos y metodologías de las cuales emergieron varios enfoques que enriquecieron a la disciplina, pero al mismo tiempo dificultaron su autonomía.

---

<sup>52</sup> Autor Manuel Gamio, *Forjando patria*, México, Porrúa, 2006, p. 15

<sup>53</sup> Autor *México profundo. Una civilización negada*, 2011: P. 121-228

La formalización de la misma en los años cincuenta en Estados Unidos “va de la mano con la implementación de un método científico capaz de controlar las contingencias propias de la sociedad con la implementación” de "variables". La teoría de sistemas se había apoderado de la disciplina. Por un lado, se encontraban los *hardliners* (duros) con leyes, correlaciones, causas y explicaciones que definían la esencia de los fenómenos estudiados de manera dura, cargada hacia la omnipotencia con estándares estadísticos y numéricos. Para historiar y delimitar los puntos de quiebre, Barrientos hace un recorrido tanto sincrónico como diacrónico que le permite observar aquellas coyunturas y contextos que propician los cambios empíricos, sea en personajes, revistas, universidades y, sobre todo, de los enfoques al interior de la nueva disciplina que definirán su rumbo y le darán la forma con la que la conocemos actualmente.

Los fenómenos propios y característicos de la región hasta entonces se habían analizado y estudiado desde la historia, la sociología y la antropología, ya que la ciencia política parecía inexistente. La sociología era entonces la encargada de problemáticas latinoamericanas donde sobresalen nombres como Octavio Ianni, Pablo González Casanova y Ruy Mauro Marini, quienes encabezan el estudio de fenómenos políticos, originando "*una disciplina sociologizada*", nombre del cuarto capítulo de la obra reseñada. Aún quedaba en segundo plano la ciencia política, en tanto no se lograba posicionar del todo dentro del pensamiento intelectual y académico, tanto en México como en América Latina. Para entonces, las fluctuaciones e influencias de la región incorporaban al marxismo como herramienta en el estudio de la política, como método de las ciencias sociales. Entonces eran identificadas dos corrientes de marxismo: el dogmático y el crítico. El autor realiza una provocativa clasificación e identificación de corrientes que buscaban un método, categorías

y conceptos propios en el centro de la disciplina, pero la ciencia política encontraría otro obstáculo en su proceso de autonomía como disciplina. La poca democracia con la que se contaba no permitía, de muchas maneras, el desarrollo de la ciencia política y los pocos estudios que se realizaban daban cuenta de que los estudios propiamente latinoamericanistas provenían aún de Estados Unidos, de autores como Schmitter, Stephan, O'Donnell y Linz. "el impacto de la democratización como proceso" es el título del capítulo cinco, donde el autor realiza un balance de los años ochenta donde "el rol del politólogo empieza a ser reconocido como un experto en las cuestiones estrictamente políticas". Se dilucida entonces una disciplina acorde a las condiciones reales de América Latina y comienzan a surgir nombres y posicionamientos que el autor identifica a la perfección.

Es hasta mediados de los años ochenta que diversos factores dan paso a la institucionalización de la disciplina en nuestra región. Acompañada de procesos de liberalización económica, elecciones libres y el resurgimiento de los partidos políticos, es que la correspondencia entre procesos políticos y ciencia política permite su desarrollo acompañada de medios, revistas, libros e instituciones verdaderamente especializados en el tema. En distintos países aparecen publicaciones con prestigio propio y acorde a las necesidades particulares, favoreciendo el conocimiento producido desde la región para la región.

Fernando Barrientos contabiliza las publicaciones de ciencia política, señalando a México, Brasil y Argentina como centros productores de conocimiento científico en sus diversas áreas pero atendiendo a las ciencias sociales, y en especial a la ciencia política, disciplina que se ha fortalecido con el transcurso de los años. Corresponde también señalar que muchas de las publicaciones, editoriales y textos han sido efímeras, ya que este campo

del conocimiento no se valora lo suficiente respecto a otras que tienen una aplicación inmediata, como en la física, la química y la biología, entre otras.

Como un balance de la situación actual de la ciencia política, en el capítulo ocho, "el futuro de la ciencia política en América Latina", el autor hace referencia a las situaciones que la disciplina enfrenta en estos tiempos. La endogamia persistente o sectarismo visto en muchas instituciones elimina la posibilidad de crecer como área del conocimiento político de las sociedades. A ello se suma la permanencia de paradigmas, metodologías y conceptos que ya parecían superados y que no corresponden a sus funciones para las cuales habían sido creadas. Además, la lucha constante entre los cuantitativos y cualitativos no permite la cohesión de la ciencia política y, a su vez, no les permite entender que dichos enfoques son complementarios en un mundo donde la complejidad de los fenómenos rebasa posibilidades numéricas o empíricas de estudio. Por último, Fernando Barrientos apunta de manera acertada que: "... nuevos retos enfrentan la ciencia política latinoamericana, fenómenos políticos que requieren interpretaciones novedosas a la relectura de los clásicos: la emergencia de nuevos actores que retan el poder hegemónico del estado, como el crimen organizado transnacional y las grandes empresas que dominan las economías." ; esto parece de suma importancia en un contexto de constantes cambios; podemos entender que la ciencia política no puede estar más alejada, como lo hicieron sus autores, sus discursos y textos fundantes, de la realidad concreta en que se desarrolla, por lo que deberá incorporar los



nuevos elementos sociales de la realidad. No puede estar alejada de las condiciones que la originan y dan vida.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> Fuente de consultas [revistanuevaantropologia@gmail.com](mailto:revistanuevaantropologia@gmail.com) dirección electrónica [revistanuevaantropologia@gmail.com](mailto:revistanuevaantropologia@gmail.com) fecha de consulta 15 de julio 2020.

## Conclusiones

Con el desarrollo del presente ensayo y con el pleno conocimiento de las definiciones y alcances de “la propaganda” y de “la información” tenemos una base contundente para conocer el origen de la “información” y saberla diferenciar de la propaganda y tener bases sólidas para la más adecuada toma de decisiones para los estudiosos de las ciencias políticas, lo cual da un fundamento sólido sobre la frase que citamos durante el desarrollo del presente trabajo.

Lee la misma noticia o el mismo evento al menos siete veces para que tú puedas sacar tus propias conclusiones y no estés supeditado al pensamiento de alguien más;<sup>55</sup> ya que no podremos tomar como base de la toma de decisiones la primera impresión que te den de algún tema, y no tomaras como tuyo el pensamiento de alguien más, y con las herramientas aquí desarrolladas podremos analizar y llegar al porqué de las cosas y cuáles son las limitantes que puedes encontrar en cierto tipo de fuentes que consultes.

Asimismo, desarrollaremos un sentido más agudo para llegar al origen real de las noticias y nuestras decisiones serán más acertadas y con fundamentos sólidos. Ahora bien, a partir de esos análisis más a fondo, los estudiosos de las ciencias políticas estarán basando sus análisis y toma de decisiones en información, conociendo su origen y lo más importante el alcance y el impacto de esta con bases sólidas.

Entro del presente trabajo se citó a los autores clásicos Edward S. Herman y Noam Chomsky en su libro “Los guardianes de la libertad” de 1990 introdujeron su modelo de propaganda de los medios de comunicación en el cual dices que: “el periodismo tiene, la

---

<sup>55</sup> Autoría Propia L.A.P. Alberto Sedeño Simontes

obligación de descubrir la verdad e informar de ella, y no reflejar pura y simplemente la percepción del mundo que desearían los grupos de poder”.

El punto de partida es, entonces, análogo al de casi todos los textos de Noam Chomsky sobre política y medios de comunicación: la generación de propaganda por las elites corporativas y gubernamentales que constituyen un gobierno mundial de facto. No obstante, tal propaganda viaja a través del constructo informativo y simbólico de los medios de masas y conlleva consecuencias axiológicas, sociales, ideológicas y pragmáticas muy claras.

Para lo cual se expuso la teoría trata de explicar esas implicaciones en términos de causas económicas, estructurales y sociales; como el consenso manufacturado y el efecto de falso consenso. La teoría postula cinco clases generales de filtros que determinan el tipo de noticias que se presenta en los medios de comunicación. A través del desarrollo de los cinco filtros que son:<sup>56</sup>

- I. La concentración de propiedad.
- II. Beneplácito de la publicidad.
- III. La dependencia informativa.
- IV. Contramedidas.
- V. El anticomunismo

---

<sup>56</sup> Autor CHOMSKY, Noam, y HERMAN, Edward (1990): *Los guardianes de la libertad*. Traducción de Carme Castells. Grijalbo Mondadori, Barcelona. Lippmann, citado en Noam Chomsky y Herman, 1990 P. 135

## Bibliografías.

- Gobbels Joseph. Cita: <http://www.xn--pdepoltica-p8a.com/2017/10/8-frases-mas-famosas-de-goebbels-sobre.html> consulta realizada el 15 de julio 2020.
- Pineda Cachero, Antonio. El modelo de propaganda de Noam Chomsky; medios mainstream y control de pensamiento Ámbitos, núm. 6, ene-junio, 2001 Universidad de Sevilla, España Cita: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16800612>, Consulta realizada el 15 de julio del 2020.
- Goebbels Joseph (Ministro para la ilustración pública y propaganda del Tercer Reich entre 1933 y 1945) Cita: <http://PROPAGANDA | Gianna Tassara - Academia.edu> Consulta realizada el 15 de julio del 2020.
- HOMSKY, Noam, y HERMAN, Edward (1990): *Los guardianes de la libertad*. Traducción de Carme Castells. Grijalbo Mondadori, Barcelona.
- Corona Nakamura Luis Antonio “Propaganda electoral y propaganda política”.
- Luis Carlos. Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. Doctrina, Legislación, Comentarios, Jurisprudencia, Tesis Relevantes y Tematizado, Ed. Porrúa, México, 2006, p. 674.

- Corona Nakamura Luis Antonio “Propaganda electoral y propaganda política” Cita del Autor P.6 González Llaca, Edmundo. Teoría y Práctica de la Propaganda, Editorial Grijalbo, 1981.
- Corona Nakamura Luis Antonio “Propaganda electoral y propaganda política” Cita del Autor P. 7 Guinsber, Enrique. Publicidad: Manipulación para la reproducción, Plaza y Valdés, 1987.
- Corona Nakamura Luis Antonio “Propaganda electoral y propaganda política” Cita del Autor P.7 Herreros Arconada, Mario. Teoría y Técnica de la Propaganda Electoral. Editorial Promociones y Publicaciones Universitarias, Barcelona, 1994, p. 195.
- Corona Nakamura Luis Antonio “Propaganda electoral y propaganda política” Cita del Autor P. 7 Autor Véase la tesis de jurisprudencia del Pleno: P./j. 25/2007, visible en el Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, tomo XXV, mayo de 2007, p. 1520.
- Cfr. Edward S. Herman y Robert McChesney, Los medios globales Madrid : Cátedra,1999 ISBN 84-376-1746-4.
- Chomsky Noam, (1992) “El control de los medios de comunicación”, tomado de la video conferencia “Fabricando Consenso”, P 29.

- Sabine, Historia de la teoría política 2006, Editorial S.L: Fondo de cultura económica de España ISBN 9789681641993 España P. 20.
- Manuel Gamio, *Forjando patria*, México, Porrúa, 2006, p. 15.
- *México profundo. Una civilización negada*, 2011: P. 121-228.

### **Recursos digitales consultados:**

- Fuente de consultas [revistanuevaantropologia@gmail.com](mailto:revistanuevaantropologia@gmail.com) dirección electrónica [revistanuevaantropologia@gmail.com](mailto:revistanuevaantropologia@gmail.com) fecha de consulta 15 de julio 2020.

### **Concepto de dato:**

- Diccionario de la lengua española. Cita <https://dle.rae.es/dato#Bskzsq5> Consulta realizada el 15 de julio del 2020
- MONOGRAFIAS.COM Cita: <https://ecured.cu/Datos> Consulta realizada el 15 de julio del 2020.
- Wikipedia. Cita: <https://es.wikipedia.org/wiki/Dato> Consulta realizada el 15 de julio del 2020.

### **Concepto de información:**

- Diccionario de la lengua española <https://dle.rae.es/dato#Bskzsq5> fecha de consulta 15 de julio del 2020.
- SIGNIFICADOS.COM, <https://significados.com/informacion/> fecha de consulta 15 de julio del 2020.
- ECONOMIPEDIA.COM, <https://economipedia.com/definiciones/propaganda.html> fecha de consulta 15 de julio del 2020
- Concepto de información <https://concepto.de/informacion/> fecha de consulta 15 de julio del 2020.

### **Concepto de propaganda:**

- Real Academia de la Lengua Española <https://dle.rae.es/informacion?m=form> fecha de consulta 15 de julio del 2020.
- GONZÁLEZ LLACA, Edmundo. *Teoría y Práctica de la Propaganda*. Editorial Grijalbo, 1981, P. 35.

## Recursos.

- Recursos Autor Associated Press (AP). Dirección electrónica <http://www.infoamerica.org> fecha de consulta 15 de julio del 2020.
- Recursos Autor Associated Press (AP). Dirección electrónica <http://www.infoamerica.org> fecha de consulta 15 de julio del 2020.