

# LA DEMOCRACIA MANIPULADA POR LA PROPAGANDA: EL REINO UNIDO Y LAS LECCIONES DE IRAK

DAVID MILLER

**D**urante la campaña electoral del año 2005 en el Reino Unido, el Partido Conservador adoptó la estrategia de describir a Blair como un “mentiroso” acerca de Irak. Algunos críticos consideraron que esto era contraproducente<sup>1</sup>. Observaron que dañaba electoralmente a los *tories* y que también implicaba una conducta socialmente inaceptable, puesto que estaría violando los protocolos de la política digna y elegante. El propio Blair ha declarado en reiteradas ocasiones que no le importa que la gente discrepe con él siempre y cuando no ataquen su “conducta e integridad”<sup>2</sup>.

Lo extraordinario de estos eventos es que debería pensarse que lo peor que hizo Blair fue mentir. La degradada calidad del debate político es tal que el premio mayor consiste en atrapar al adversario político cuando incurrir en una falsedad. El éxito político se reduce al resultado de una batalla lingüística. Esto ilustra un problema más amplio: la noción de que las palabras y los hechos están separados o que, al menos, son cosas separables; que para el éxito político no se necesita actuar consistente u honorablemente, sino que basta con asegurarse de que lo que uno diga sea considerado consistente u honorable.

Y no es accidental que este divorcio entre las palabras y los hechos ocurra en paralelo a un divorcio similar en el núcleo del sistema de creencias promovido por los poderosos. La brecha entre las palabras y los hechos se ha ensanchado en años recientes, y el caso de Irak constituye simplemente el momento definitorio en el cual millones de personas pueden advertir esto con claridad. Pero las mentiras son algo mucho más profundo que una conveniente justificación para una invasión impopular. Son, en realidad, un elemento clave y necesario del período neoliberal.

En el mundo real, que es donde la mayor parte de la población mundial todavía debe vivir, hay una ineludible conexión entre el decir y el hacer. Y en el mundo real el oprobio de millones hacia Blair (y Bush y todos los demás) se basa en el hecho de que él mintió con un propósito. Tal propósito fue la promoción de los intereses imperiales de Estados Unidos de América (EUA). Por este propósito violó la ley internacional y, en el proceso, ayudó a matar a decenas de miles de civiles. Esto hace de Blair algo peor que un mentiroso común y corriente. La lista de acusaciones también incluye el asesinato y los crímenes de guerra.

### VIVIR EN LA MATRIX

La separación entre las palabras y los hechos, o entre la retórica y la realidad, puede observarse cada vez más en todas las esferas de la vida pública, desde los mal llamados *reality shows* televisivos y la hiper-irrealidad de los avisos publicitarios hasta el bullicio electoral, la manipulación corporativa de la información y la propaganda del gobierno. Vivimos en un período en el que debemos reconocer lo que John Kenneth Galbraith, en *The Economics of Innocent Fraud*, describe como una “continua divergencia” entre la “creencia aprobada” y la realidad<sup>3</sup>. Vivimos en la era de la falsificación<sup>4</sup>. Para muchos, las mentiras sobre Irak cruzaron una línea y revelaron cómo el gobierno mentía concertadamente, lo cual fue considerado como un hecho comparativamente novedoso. En mi opinión, es novedoso en el sentido de que estamos en un período nuevo, neoliberal, que contrasta marcadamente con el período de la socialdemocracia (aproximadamente 1945-1979), cuando la brecha entre las palabras y las acciones era, por necesidad, más angosta. El compromiso entre el capital y el trabajo forzaba la creación de un lenguaje común. Esto tenía sus límites pero, al menos en aspectos clave de la política doméstica, la distancia entre la retórica y la realidad era más estrecha. Había menos necesidad de mentir, menos necesidad de intentar alinear los intereses capitalistas con el interés general, porque había algún compromiso y mediación de intereses.

Bajo el neoliberalismo, la brecha entre los intereses de la elite y el interés general se amplía dramáticamente, y se exagera a causa de la distancia que la creciente desigualdad económica genera en la experiencia social. Se hizo necesaria toda una nueva maquinaria de propaganda, y se la pudo ver en la industria de las relaciones públicas y en la revisión de la propaganda estatal<sup>5</sup>. Después del 11-S, el asalto sobre Irak implicó un enorme despliegue propagandístico, tanto en lo organizativo como en lo ideológico<sup>6</sup>. Donde mejor podemos observar a nuestros gobernantes en acción es en la campaña ideológica implementada para vender la invasión, porque fue un período crucial

para ellos y porque ahora tenemos acceso a algunos de los documentos clave donde sus pensamientos quedaron registrados.

### “UN PLAN INGENIOSO”: IRAK

El asalto sobre Irak era un plan a largo plazo de la derecha norteamericana, pero el 11-S brindó la oportunidad de ponerlo en práctica. A principios de 2001, funcionarios de la Administración Bush tuvieron la franqueza de decir que Irak no constituía una amenaza. “Él [Saddam Hussein] es incapaz de lanzar fuerzas convencionales contra sus vecinos”, dijo Colin Powell en febrero de ese año<sup>7</sup>. Uno de los asesores de Jack Straw, secretario de Relaciones Exteriores británico, señaló que “en verdad” lo que había cambiado no era “el ritmo” de los programas de armas de destrucción masiva (ADM) de Saddam Hussein, “sino nuestra tolerancia hacia ellos con posterioridad al 11-S”<sup>8</sup>. Entre septiembre de 2001 y la primavera de 2002, la Administración Bush desarrolló el plan para invadir Irak y, para marzo de 2002, la Administración Blair estaba completamente embarcada. En la segunda semana de marzo, el principal asesor en asuntos exteriores de Blair, Sir David Manning, le comunicó a Condoleezza Rice el mensaje de que el primer ministro británico “no retrocedería en [su] apoyo a un cambio de régimen”<sup>9</sup>.

Los norteamericanos siguieron adelante con sus planes, pero reconocieron la necesidad de una estrategia política para llevarlos a cabo. Así, tal como lo expresara Richard Dearlove, jefe del MI6\*, “la inteligencia y los datos estaban siendo ajustados a las políticas”<sup>10</sup>. Funcionarios británicos consideraron que esta estrategia, que incluía el intento de vincular Al-Qaeda con Irak, era “francamente poco convincente”. Le comunicaron a la administración norteamericana el apoyo del gobierno del Reino Unido, pero la alertaron sobre las dificultades que los británicos enfrentaban. Manning le dijo a Rice que Blair “tenía que manejar una prensa, un Parlamento y una opinión pública que eran muy diferentes a los de EUA”. Tal como lo señaló Christopher Meyer, el embajador británico en EUA, el manejo de la disidencia requería un “plan” que “debía ser ingenioso” y que “nos resultaría difícil vender a nivel doméstico”<sup>11</sup>.

Según un documento informativo del gobierno británico preparado para la reunión que el primer ministro mantuvo el 23 de julio de 2002, las “condiciones necesarias” para una acción militar incluían “una base legal y justificatoria; una coalición internacional; tranquilidad en Israel/Palestina; una evaluación positiva de riesgos/beneficios; y la preparación de la opinión

---

\* N. del T.: Sigla de la agencia de espionaje exterior del Reino Unido. Originalmente, MI6 significaba Military Intelligence Section 6. Su nombre actual es Secret Intelligence Service (SIS), aunque popularmente sigue usándose la antigua denominación.

doméstica”<sup>12</sup>. El plan tenía dos elementos clave. El primero era usar a la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para “tenderle una trampa” a Saddam Hussein de modo tal que este proporcionara un *casus belli*<sup>13</sup>. En otras palabras, el gobierno británico persuadió al gobierno norteamericano de que, manipulando a la ONU para provocar una guerra, podrían obtener mayor legitimidad para la invasión<sup>14</sup>. El segundo elemento consistía en exagerar la amenaza que representaba Irak. Esto era necesario para preparar la “opinión doméstica”. Según la Oficina del Gabinete, esto involucraría lo siguiente:

Se requerirá tiempo para preparar la opinión pública en el Reino Unido respecto de que es necesario emprender acciones militares contra Saddam Hussein. También será necesario un esfuerzo sustancial para asegurar el apoyo del Parlamento. Se necesitará una campaña de información, la cual debe estar estrechamente relacionada con una campaña de información en el exterior, diseñada para influenciar a Saddam Hussein, el Mundo Islámico y la comunidad internacional en general. Es preciso que esta campaña ofrezca una completa cobertura de la amenaza que plantea Saddam Hussein –incluyendo sus armas de destrucción masiva– y de la justificación legal para la acción<sup>15</sup>.

El aparato organizativo para conducir esta campaña fue meticulosamente puesto a punto por los gobiernos de EUA y el Reino Unido después de septiembre de 2001, y coordinado desde la Oficina de Comunicaciones Globales creada por Bush en julio de 2002<sup>16</sup>. Sólo restaba definir el contenido de la campaña. Esta fue preparada y lanzada dos meses más tarde, para lo cual se contó con todo el peso de los recursos de los gobiernos de EUA y el Reino Unido y con una amplia gama de departamentos del gobierno, consultoras de relaciones públicas, *think tanks* y agencias de inteligencia. El gobierno norteamericano se concentró en la presunta (y muy falsa) conexión entre Irak y el 11-S o, por lo menos, el “terrorismo” en general. Esto resultó tan exitoso que hacia finales de 2002 dos tercios de los ciudadanos norteamericanos creían que Irak estuvo implicado en los ataques del 11-S<sup>17</sup>. En contraste, en el Reino Unido se puso el acento en la supuesta amenaza representada por Irak. “Para conseguir apoyo público y parlamentario a las opciones militares” –escribió un asesor de Jack Straw– tenemos que ser “convincientes” acerca de que “es una amenaza tan grave/inminente que vale la pena enviar nuestras tropas a morir”; y que “es cualitativamente diferente a la amenaza planteada por otros proliferadores que están más cerca de obtener capacidad nuclear (incluido Irán)”<sup>18</sup>.

Para demostrarlo, el gobierno británico lanzó una enorme campaña de “información”, en cuyo centro estaba el dossier sobre Armas de Destrucción Masiva<sup>19</sup>. Este contenía una letanía de mentiras sobre la capacidad armamen-

tista de Irak. La afirmación más discutida, aunque de ningún modo el único engaño, era que las ADM podrían estar “listas dentro de los 45 minutos de emitida la orden de usarlas”. El dossier alegaba que “buena parte de la información sobre las armas de destrucción masiva iraquíes ya es de dominio público a partir de informes de la ONU y de los desertores iraquíes. Esto indica con claridad que Irak continuó en posesión de agentes químicos y biológicos después de 1991” y que ha “seguido produciendo agentes químicos y biológicos”. Pero los reportes de la ONU y la información brindada por el principal desertor, Hussein Kamel, mostraban que no había evidencia de que el gobierno iraquí hubiese reanudado la producción, y que podía verificarse que había destruido entre el 90 y el 95% de sus agentes químicos y biológicos. Cualquier otro remanente (incluidos el ántrax y el gas nervioso VX, y con la única excepción del gas mostaza) se hallaba en condiciones tales que, al cabo de los diez años transcurridos, se habría degradado hasta el punto de convertirse en “un residuo inservible”, según palabras del ex inspector de armamentos Scott Ritter. Así, la evidencia sobre la que se basaba el dossier no sostenía su argumento. Por lo tanto el gobierno sabía que no había una amenaza<sup>20</sup>.

En cuanto a la posibilidad de que las armas fuesen usadas dentro de los 45 minutos, el dossier aducía que Irak “puede lanzar agentes químicos y biológicos por medio de una amplia gama de municiones de artillería, bombas de caída libre, rociadores y misiles balísticos [...] Los militares iraquíes tiene la capacidad de desplegar estas armas dentro de los 45 minutos, una vez que se ha tomado la decisión correspondiente”<sup>21</sup>. De este modo, la supuesta información de “inteligencia” sobre los 45 minutos encajaba hábilmente con la cuestión de los misiles balísticos de largo alcance. De hecho, Irak no tenía ninguno de estos misiles y, según John Scarlett, miembro del Comité de Inteligencia Conjunta\*, la evaluación de inteligencia original señalaba que en 45 minutos sólo podían desplegarse “municiones de morteros de batalla o armamento de pequeño calibre”. Una vez más, tanto Blair como Campbell estaban en una posición que les permitía saber todo esto, ya que se trataba de inteligencia propia. En otras palabras, el argumento de los 45 minutos comportaba al menos tres engaños diferentes relativos a: la existencia de agentes en forma de armamento; la existencia de mecanismos para lanzarlos; y la aplicación del argumento de los 45 minutos a sistemas de lanzamiento de largo alcance.

Peter Osborne, de la revista conservadora *The Spectator*, declara que es “asombroso” que haya un “grupo de desvergonzados mentirosos empedernidos en el centro del poder”<sup>22</sup>. Pero no es terriblemente asombroso, ni terriblemente nuevo, que la elite política crea tener el derecho de mentir en defensa de sus propios intereses. Lo que quizá sea novedoso es que haya

---

\* N. del T.: En inglés, Joint Intelligence Committee.

sectores de la elite que ahora suscriben a un sistema de creencias que es incapaz de comprender la diferencia entre verdad y mentira. Este colapso de la distinción entre la verdad y los intereses es una característica del movimiento neoconservador en EUA y tiene impresionantes paralelismos en el desarrollo del Nuevo Laborismo en el Reino Unido.

### EL SURGIMIENTO DEL “DESVERGONZADO MENTIROSO EMPEDERNIDO”

El libro de Peter Osborne, *The Rise of Political Lying*, provee un buen análisis de la trayectoria del engaño del Nuevo Laborismo. Se focaliza en el rol de operadores clave como Geoff Mulgan y Charlie Leadbetter y en el uso que ellos hacen de concepciones relativistas y postestructuralistas de la narrativa para sugerir que sólo existen versiones de la verdad. Ambos, Mulgan y Leadbetter, estuvieron vinculados al proyecto *Marxism Today* de Stuart Hall y Martin Jacques, el cual allanó el camino a la ideología del Nuevo Laborismo<sup>23</sup>. Osborne subraya cuán bien se ajusta todo esto al análisis neoconservador derivado de Leo Strauss de que la democracia y la verdad son irreconciliables<sup>24</sup>. Tal como lo expresara un prominente neoconservador, Irving Kristol, “la noción de que debiera haber un único conjunto de verdades al alcance de todos es una falacia democrática moderna”<sup>25</sup>.

Sin embargo, Osborne no ahonda en la historia de las mentiras y la propaganda, y subestima la profundidad histórica del patrón de engaño contemporáneo. La parte más débil de su análisis está en la explicación de las razones del surgimiento de la manipulación\*. En este sentido, describe un “enorme cambio en la cultura política británica en las últimas décadas”. A su entender, este cambio, y no las “presiones internas o externas”, es lo que ha producido una “catastrófica” decadencia en los estándares para “decir la verdad”<sup>26</sup>. Menciona la contribución de los desarrollos tecnológicos en la comunicación de masas y apunta a la aplicación de técnicas publicitarias y de marketing; la “venta agresiva” en vez de “humanidad, complejidad y verdad”<sup>27</sup>. Si bien se trata de una descripción precisa aunque breve de la transformación de la cultura, no alcanza a explicar por qué la cultura cambiaría, excepto bajo la influencia de la tecnología. Pero la adopción de las técnicas de la industria del marketing y la publicidad no es el resultado inevitable de una transferencia neutral de conocimiento desde una parte de

---

\* N. del T.: En inglés, *spin*. En rigor, la palabra “manipulación” no captura totalmente el sentido de *spin*. Literalmente, esta última significa “girar”, “hacer girar” o “giro”. Por lo tanto, cuando se aplica *spin* a un discurso se lo está haciendo girar para que sirva a determinados fines, sin reparar en la veracidad del mismo. Quienes realizan estas prácticas son conocidos como *spin-doctors*.

la sociedad hacia otra, sino, en realidad, un indicador clave del surgimiento del poder corporativo.

Oborne sitúa los inicios de este problema en el gobierno de Major y sostiene que se ha acelerado bajo el Nuevo Laborismo. Los propagandistas de Thatcher, por el contrario, sacaban “el mayor provecho” de sus “triumfos” y minimizaban “sus errores y fracasos”, pero “nunca se apartaban” del “sentido común” según el cual ellos debían ofrecer su visión de la verdad<sup>28</sup>. Oborne añade que algunos ministros laboristas no mienten. Es como si la propensión a mentir estuviese vinculada, en parte, a cuestiones de carácter.

De hecho, la revolución neoliberal y su promoción del poder corporativo son la clave de la convergencia de los partidos (transformados en “facciones del partido empresario”), de la degradación del Parlamento, del incremento de la desigualdad y del surgimiento de las relaciones públicas y el *lobbying*. Desde el comienzo de la revolución neoliberal, iniciada por las administraciones de Thatcher y Reagan, la aplicación de la privatización y la reforma neoliberal ha sido desigual. EUA fue siempre una sociedad más orientada al mercado y una democracia “manipulada por la propaganda” más avanzada que los países europeos, donde el Reino Unido ha estado a la cabeza de este proceso. El aparato de la mentira se ha desarrollado con más rapidez en el Reino Unido que en Europa continental, cubriendo toda la gama de las esferas de la comunicación (relaciones públicas corporativas, comunicaciones políticas, *lobbying* y técnicas de manipulación de la sociedad civil).

La exportación de técnicas norteamericanas (léase, neoliberales) de campaña electoral ha sido rápida aunque también despereja<sup>29</sup>. Lo mismo es cierto respecto del crecimiento de la industria de las relaciones públicas. Esto ha sido particularmente notable en el Reino Unido, cuya industria de las relaciones públicas ha sido el principal motor económico de la expansión de las técnicas de control mediante la propaganda. La industria de las relaciones públicas en el Reino Unido es la segunda más grande del mundo después de la de EUA; es más grande que la de Japón y dos veces más grande que las de Francia y Alemania (en 2002)<sup>30</sup>. Durante treinta años, esta industria ha venido haciendo *lobby*, con cierto éxito, a fin de que el gobierno incrementara el uso de este tipo de consultoras; pero hizo falta la Investigación Phillis\*, divulgada en 2004, para abrir realmente las compuertas a la utilización de

---

\* N. del T.: En inglés, Phillis Inquiry. Se trata de una investigación sobre el desempeño del Servicio de Información y Comunicación del gobierno de Blair, ordenada por el Parlamento tras el escándalo en torno del dossier de inteligencia sobre armas de destrucción masiva en Irak. El grupo de expertos, presidido por el jefe ejecutivo del Guardian Media Group, Bob Phillis, produjo un informe preliminar en el cual recomendó una serie de profundos cambios en la política comunicacional de la Administración Blair.

las relaciones públicas del sector privado para la venta de las políticas del gobierno<sup>31</sup>. En EUA este proceso estaba mucho más avanzado y se convirtió en un escándalo político en 2004–2005, cuando se reveló que empresas de relaciones públicas habían armado “noticias” falsas para algunos departamentos del gobierno norteamericano<sup>32</sup>.

### LOS ORÍGENES DE LA DEMOCRACIA MANIPULADA POR LA PROPAGANDA

Por mucho que el período neoliberal haya implicado un marcado incremento en la tecnología del control propagandístico, lo cierto es que la brecha entre las palabras y los hechos no es nueva. En este sentido, se asemeja al período del nacimiento de la democracia moderna, cuando la amenaza de las masas condujo a un inmenso aumento en la maquinaria propagandística. La teoría y práctica de una democracia manipulada por la propaganda se desarrolló entre 1880 y 1920.

En el Reino Unido, la amenaza de la democracia fue una aguda preocupación para las elites empresariales, políticas e intelectuales. Graham Wallas, cuya decisiva contribución a la teoría de la democracia controlada por la propaganda ha sido largamente olvidada, fue un ex miembro de la Sociedad Fabiana que se volvió escéptico respecto de la capacidad del pueblo para gobernar. Su libro *Human Nature in Politics*, publicado por primera vez en 1908, exponía el argumento de que “las limitaciones intelectuales humanas” implicaban la posibilidad de la “manipulación del impulso popular” y que, por lo tanto, el alcance de la democracia popular debería restringirse de modo tal que quedasen fuera de su órbita “aquellas cuestiones [...] que hacen que los poseedores de la riqueza y del poderío industrial hagan uso total de sus oportunidades”<sup>33</sup>. Esto podría lograrse gracias a que “el arte de utilizar técnicas para la producción de emoción y opinión ha avanzado tanto que todas las reglas del juego serán modificadas para el futuro”<sup>34</sup>. La contribución de Wallas ha sido en gran medida olvidada. Hay escasa conciencia de que en el Reino Unido existió un movimiento concertado para “quitarle el riesgo a la democracia”, según las memorables palabras de Alex Carey<sup>35</sup>.

Después de que Wallas dictara clases en EUA en 1910, su trabajo fue adoptado con entusiasmo por Walter Lippman, un ex miembro del Partido Socialista norteamericano, ampliamente reconocido en la izquierda como un importante progenitor intelectual de la teoría y justificación de una democracia manipulada por la propaganda. Es esencial –escribió– que “el público sea puesto en su lugar” de modo tal que “cada uno de nosotros pueda vivir libre del pisoteo y el rugido de la desconcertada manada”<sup>36</sup>. Lippman pensaba que la “manufactura del consenso” era necesaria y posible. “Durante la vida de la generación que ahora está en control de los asuntos, la persua-



sión se ha convertido en un arte consciente de sí mismo y en un órgano regular del gobierno popular<sup>37</sup>.

Volviendo al Reino Unido, hacia finales del siglo XIX las clases empresarias ya estaban organizando la compra de seguros contra la democracia. La Federación de Empresarios de Ingeniería\*, fundada en 1896, fue un grupo clave de *lobby* capitalista. Hacia 1911, un activista de las grandes empresas, enormemente importante y en gran medida olvidado en la actualidad, quien llevaba el encantador nombre de Dudley Docker, estaba organizando equipos de propaganda corporativa conocidos como “Ligas Empresarias”, bajo el lema *pro patria imperium in imperio* (para nuestro país, un gobierno dentro del gobierno) —en otras palabras, el gobierno de las empresas. “Si nuestra Liga se expande” —escribió Docker en 1911— “la política estará acabada. Este es mi objetivo”<sup>38</sup>. En 1916 fue presidente fundador de la Federación de Industrias Británicas\*\*. Para 1918, cuando el sufragio universal fue instituido por primera vez en forma (casi) total, la propaganda corporativa estaba completamente en marcha, organizada por un grupo de activistas empresariales (Docker incluido) nucleados en la British Commonwealth Union. Sus intenciones pueden entenderse a partir de los nombres que se daban a sí mismos: los “imperialistas de Londres” y los “duros de matar”. Su proyecto era un gobierno administrado por las empresas, y en la elección de 1918 postularon cerca de 50 candidatos encubiertos, cuyas aparentes lealtades partidarias disimulaban sus lealtades empresariales<sup>39</sup>. En 1919, lanzaron una nueva y poderosa organización cuyo descarado nombre revelaba sus propósitos: Propaganda Nacional\*\*\*. Pasaron a la acción casi de inmediato durante la huelga ferroviaria de 1919, colaborando estrechamente con el primer ministro, Lloyd George, quien les concedió el acceso a todos los archivos policiales y de inteligencia sobre la izquierda. Más tarde desempeñaron un rol crucial en la huelga general de 1926, cuando ya habían pasado a llamarse Liga Económica\*\*\*\*. Su papel principal en este período consistió en realizar propaganda con el objetivo de deteriorar el proceso democrático y, en especial, el movimiento obrero.

Esta historia ha sido suprimida casi por completo<sup>40</sup>. Desde entonces, el poder de los *lobbistas* empresariales ha crecido y decrecido, y ha adoptado nuevos disfraces, tales como Objetivos de la Industria\*\*\*\*\*, una organiza-

---

\* N. del T.: En inglés, Engineering Employers Federation.

\*\* N. del T.: En inglés, Federation of British Industries.

\*\*\* N. del T.: En inglés, National Propaganda.

\*\*\*\* N. del T.: En inglés, Economic League.

\*\*\*\*\* N. del T.: En inglés, Aims of Industry.

ción establecida en 1942 para contrarrestar los planes de nacionalización del laborismo. Pero hay una inconfundible continuidad entre estos primeros practicantes empresariales de la democracia manipulada por la propaganda y los de hoy en día.

### LOS SUCESOSES ACTUALES DE WALLAS Y LIPPMAN

Han regresado las inquietudes ante el poder desatado de las masas, inquietudes que se suscitaron a causa del surgimiento del movimiento obrero organizado y la campaña por el sufragio universal a principios del siglo XX. Frente a esto, la izquierda socialdemócrata y la izquierda liberal, o, mejor dicho, la ex izquierda liberal, parecen estar particularmente preocupadas. En el Reino Unido, *The Guardian* ha publicado artículos de una serie de comentaristas que culpan al público por el malestar que, a su entender, existe en el sistema político. Polly Toynbee resume esto al escribir: “Es saludable que se recuerde cuánta terca ignorancia\*, indecencia, grosería y espíritus frívolos encuentran los políticos todos los días. Tratar de exprimir votos de gente que no se molesta por estar informada de los hechos más básicos es un trabajo agotador”<sup>41</sup>. En otro artículo denuncia a los medios de comunicación porque intentan “atrapar a los políticos, sorprender al gobierno mintiendo, denigrar, burlarse y matar. No les importa la sustancia de una política”. Según Toynbee, esto “es decadencia política”, la cual “corre el riesgo de hacer que el país se vuelva casi ingobernable”<sup>42</sup>.

Esta misma línea pudo ser oída en boca de colaboradores de Blair, como Geoff Mulgan, quien denunció “la ausencia de una fuerte ética de búsqueda de la verdad en gran parte de los medios”<sup>43</sup>. El ataque más amplio contra la prensa, en este mismo tono, provino de John Lloyd, un ex editor del *New Statesman*, quien afirmó que los medios estaban socavando la democracia<sup>44</sup>. Su punto de partida fue el informe de Andrew Gilligan para la BBC, el cual desenmascaró el “maquillaje” del dossier sobre armas de destrucción masiva. Lloyd aseveró que la historia de Gilligan “no era verdadera”<sup>45</sup>. Pero esta declaración estaba categóricamente errada. La evidencia publicada demuestra claramente que la historia era cierta. Downing Street intervino reiteradamente para “maquillar” el dossier —o para dar “consejos sobre la presentación”, según la cómica expresión de Alastair Campbell— y, mintiendo sobre este informe, cumplió un rol clave en la estrategia de vender la política de un cambio de régimen en Irak. Más allá de que toda la evidencia estuviera o no disponible al momento del informe de Gilligan, su historia era verdadera,

---

\* N. del T.: En inglés, *pig-headed ignorance*. Inevitablemente, la expresión que elegimos, “terca ignorancia”, no captura acabadamente el tono profundamente despectivo empleado por la autora en cuestión.

según se lo había confiado a él y otros periodistas el experto gubernamental en armas David Kelly. Lloyd y los demás exponen los estándares de periodismo y evidencia que son típicos de la elite política en general. Extraviados en la misma matriz de engaño y autoengaño, son sencillamente incapaces de escribir la verdad sobre sus amos políticos. Hacen patente un abyecto servilismo ante nuestros gobernantes.

Tal como lo señalaran Marx y Engels en *La ideología alemana*:

La división del trabajo [...] se manifiesta [...] en la clase dominante como división del trabajo físico e intelectual, de modo que una parte de esta clase se revela como la que da sus pensadores (estos son los ideólogos activos, capaces de generalizar, que hacen del crear la ilusión de esta clase acerca de sí misma su fuente de alimentación fundamental), mientras que los demás adoptan hacia estas ideas e ilusiones una actitud más bien pasiva y receptiva, ya que son en realidad los miembros activos de esta clase y disponen de poco tiempo para formarse ideas e ilusiones acerca de sí mismos<sup>46</sup>.

Lloyd encaja perfectamente en esta descripción, como también lo hacen muchos otros periodistas y los miembros del staff de Downing Street que ayudaron a sus amos a fabricar las mentiras acerca de Irak. Las efusiones de Lloyd y otros apologistas del neoliberalismo en el Reino Unido tienen una notable semejanza con aquellas proferidas por los seguidores neoconservadores de Leo Strauss. Irving Kristol observa que la verdad no debe ser pronunciada frente a las masas, ya que “la popularización [...] de estas verdades podría significar malestar, agitación y la liberación de las pasiones populares [con] consecuencias mayormente negativas”<sup>47</sup>.

### LA LECCIÓN DE IRAK

La lección de Irak es que se ha ensanchado la brecha entre la verdad y los sistemas de creencias de la elite. Este es un desarrollo que se asienta en cambios materiales. Ganar apoyo para la idea de que las ganancias son legítimas y los salarios son justos resulta más difícil bajo condiciones neoliberales que en tiempos de la socialdemocracia; de allí que la necesidad de mentir e inventar aún más que antes para alinear los intereses de las clases dominantes con las aspiraciones populares se convierta en una condición estructural del período neoliberal. En otras palabras, el crecimiento exponencial de la mentira y del aparato para construirla está fundamentalmente conectado con la liberación del capital respecto de los controles democráticos.

Deberíamos precavernos de esos relatos que argumentan que nuestros líderes siempre han mentido o que no hay nada nuevo en sus actuales men-

tiras. Tales visiones no logran dar cuenta de que la mentira es el resultado de procesos materiales concretos. La democracia controlada por la propaganda no es apenas una cuestión de fraude inocente. La necesidad de propaganda es creada por la cada vez más estrecha base social del dominio neoliberal. A medida que crece la brecha entre los intereses de clase y el interés general, este tipo de dominio se torna más dependiente de la propaganda. Pero la propaganda, como mecanismo de control, siempre se vuelve más frágil a medida que la gente experimenta y comprende esa brecha. Los movimientos por la justicia global y anti-guerra son expresiones de dicha fragilidad. Nuestros gobernantes lo saben, y el miedo que esto les causa los empuja a decir mentiras aún más extravagantes.

## NOTAS

- 1 Por ejemplo, Melanie Phillips sostiene: “Su reiterada burla de que el Sr. Blair era un mentiroso caía mal; a los votantes británicos no les gusta que sus políticos intercambien insultos, aun cuando estén de acuerdo con ellos”. “Stuck in the Middle with You”, *Wall Street Journal Europe*, 9 de mayo de 2005.
- 2 Philippe Naughton, “Blair Dismisses Iraq Row as a Distraction”, *Times Online*, 25 de abril de 2005.
- 3 J.K. Galbraith, *The Economics of Innocent Fraud*, Londres: Penguin, 2005.
- 4 David Miller, “The Age of the Fake”, *Spinwatch*, 14 de marzo de 2005.
- 5 David Miller y William Dinan, “The Rise of the PR Industry in Britain 1979-1998”, *European Journal of Communication*, 15(1), 2000, pp. 5-35.
- 6 David Miller, “The Propaganda Machine”, en David Miller, ed., *Tell Me Lies: Propaganda and Media Distortion in the Attack on Iraq*, Londres: Pluto, 2004.
- 7 John Pilger, “Pilger Film Reveals Colin Powell said Iraq was No Threat”, *Daily Mirror*, 22 de septiembre de 2003; y ver Colin L. Powell, “Press Remarks with Foreign Minister of Egypt Amre Moussa”, Cairo, Egypt (Ittihadiya Palace), 24 de febrero de 2001, <<http://www.thememoryhole.org/war/powell-cairo.htm>>.
- 8 Memo de Peter Ricketts, Director de la Oficina de Relaciones Exteriores y del Commonwealth, para el secretario de Relaciones Exteriores, Jack Straw, 22 de marzo de 2002, <<http://www.david-morrison.org.uk/other-documents/ricketts020322.pdf>>.
- 9 De David Manning para Tony Blair, “Your Trip to the US”, 14 de marzo de 2002, <<http://www.david-morrison.org.uk/other-documents/manning020314.pdf>>.

- 10 De Matthew Rycroft para David Manning, "Iraq: Prime Minister's Meeting: 23 July" [The Downing Street Memo], publicado por el *Sunday Times*, 1 de mayo de 2005.
- 11 De Christopher Meyer para David Manning, "Iraq and Afghanistan: Conversation with Wolfowitz", 18 de marzo de 2002, <<http://www.david-morrison.org.uk/other-documents/meyer020318.pdf>>.
- 12 Documento de la Oficina del Gabinete, "Conditions for Military Action", publicado en el *Sunday Times*, 12 de junio de 2005.
- 13 Palabras de Meyer, en Meyer para Manning, "Iraq and Afghanistan".
- 14 Los documentos completos y un análisis de los mismos pueden verse en David Morrison, *Blair's Big Lie*, A Labour and Trade Union Review Ppamphlet, Londres: Bevin Books, abril de 2005; y en "More on Blair's Big Lie", mayo de 2005, <<http://www.david-morrison.org.uk/iraq/bn-blairs-big-lie-more.htm>>.
- 15 Documento de la Oficina del Gabinete, "Conditions".
- 16 David Miller, "The Propaganda Machine".
- 17 Laura Miller, John Stauber y Sheldon Rampton, "War is Sell", en David Miller, *Tell me Lies*.
- 18 Memo de Ricketts para Jack Straw.
- 19 *Iraq's Weapons of Mass Destruction: The Assessment of the British Government*, 24 de septiembre de 2003, <<http://www.number-10.gov.uk/output/Page271.asp>>.
- 20 Ver la minuciosa deconstrucción de estas afirmaciones en el sitio web de Glen Rangwala, <<http://www.middleeastreference.org.uk>>.
- 21 *Iraq's Weapons of Mass Destruction*, p. 17.
- 22 Peter Osborne, *The Rise of Political Lying*, Londres: Free Press, 2005, p. 244.
- 23 Greg Philo y David Miller, *Market Killing*, Londres: Longman, 2001.
- 24 Peter Osborne, *The Rise of Political Lying*, p. 218.
- 25 Citado en Ronald Bailey, "Origin of the Specious: Why do Neoconservatives Doubt Darwin?", *Reason*, julio de 1997. Ver también Jim Lobe, "Leo Strauss' Philosophy of Deception", *AlterNet*, incorporado el 19 de mayo de 2003, <<http://www.alternet.org/story/15935>>.
- 26 Peter Osborne, *The Rise of Political Lying*, p. 123.
- 27 *Ibid.*, p. 125.
- 28 *Ibid.*, p. 141.
- 29 En el bastante "tibio" debate sobre la "profesionalización" de las comunicaciones políticas, los sucesivos estudios demuestran que las técnicas norteamericanas de manipulación están siendo exportadas a todo el mundo, aunque en algunos estados encuentran mayor resistencia que en otros. Ver Gerry Sussman, *Global Electioneering: Campaign Consulting, Communications and Corporate Financing*, Lanham: Rowman & Littlefield,

- 2005; David Miller, "System Failure: It's Not Just the Media-The Whole Political System has Failed", *Journal of Public Affairs*, 4(4), 2004, pp. 374-383.
- 30 Miller y Dinan, "The Rise".
- 31 David Miller, "Phillis Report Signals End of UK Public Service Information", *Spinwatch*, 2 de febrero de 2004; David Miller, "Privatising Spin", *Spinwatch*, 18 de mayo de 2004, <<http://www.spinwatch.org>>.
- 32 Source Watch, "Fake News", consultada el 6 de julio de 2005, <<http://www.sourcewatch.org>>.
- 33 Citado en Terence H. Qualter, *Graham Wallas and the Great Society*, Nueva York: St. Martin's Press, 1979, p. 134.
- 34 Graham Wallas, *Human Nature in Politics*, Lincoln: University of Nebraska Press, 1962, p. 29.
- 35 Alex Carey, *Taking the Risk Out of Democracy: Corporate Propaganda Versus Freedom and Liberty*, Sydney: University of New South Wales Press, 1995.
- 36 Walter Lippmann, *Public Opinion*, Londres: Allen & Unwin, 1921.
- 37 *Ibíd.*, p. 158. "La muchedumbre está entronizada", escribió en 1914 Ivy Lee, el pionero de las relaciones públicas, mientras clamaba por propagandistas profesionales que actuaran como "cortesanos" modernos para "adular y acariciar" a la muchedumbre. Ver Ray Eldon Hiebert, *Courtier to the Crowd: The Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations*, Ames: Iowa State University Press, 1966.
- 38 R.P.T. Davenport-Hines, *Dudley Docker: The Life and Times of a Trade Warrior*, Cambridge: Cambridge University Press, 2002, pp. 70, 74.
- 39 J.A. Turner, "The British Commonwealth Union and the General Election of 1918", *English Historical Review*, 93, julio de 1978, pp. 528-559.
- 40 Ver, en cambio, Mike Hughes, *Spies at Work*, Bradford: 1 in 12 Publications, 1994.
- 41 Polly Toynbee, "Voting's Too Good for 'em: The Public Cavil Endlessly at Politicians while Wallowing in Wilful Ignorance and Bitter Prejudice", *The Guardian*, 4 de junio de 2004.
- 42 Polly Toynbee, "Breaking News", *The Guardian*, 5 de septiembre de 2003.
- 43 Geoff Mulgan, "The Media's Lies Poison Our System", *The Guardian*, 7 de mayo de 2004.
- 44 John Lloyd, *What the Media are Doing to Our Politics*, Londres: Constable Robinson, 2004.
- 45 John Lloyd, "Dishonest? Take a Look at Your Own Deeds, Greg", *Observer*, 24 de octubre de 2004, p. 8.
- 46 Karl Marx, "Ruling Class and Ruling Ideas", *The German Ideology*, Moscú: Progress Publishers, 1968, p. 64. [Versión en español tomada de

Marx K. y Engels, F, “La ideología alemana”, *Obras Escogidas*, Buenos Aires: Ciencias del Hombre, 1974, Tomo 4, p. 39].

47 Citado en Bailey, “Origin of the Specious”.

