

L'ÚS DEL CINEMA PER MANIPULAR L'ÓPINIÓ PÚBLICA I JUSTIFICAR LES GUERRES

DAVID MONTESINOS

Investigador del Centre Delàs d'Estudis per la Pau

En aquest article identificarem com el cinema, entre altres mitjans, s'ha utilitzat intencionadament com un recurs per manipular l'opinió pública a favor de les guerres, en concret per fer créixer la por i l'odi al presumpte "enemic" i així mobilitzar la indústria armamentista i l'aparell militar. També prendrem consciència de la importància d'aquesta idea "d'enemic" per a la justificació ideològica de les guerres com un concepte clau dins de l'anomenada "violència cultural".

En aquest sentit, seguirem tres passos: en primer lloc, assenyalarem la tipologia de violències principals segons Galtung i repararem en la violència cultural. En segon lloc, introduïrem el concepte "manufactura del consentiment" com a eina de manipulació de les masses. Per acabar, veurem com aquest procés esdevé en una posterior mobilització industrial per a la guerra i alguns darrers suggeriments en la presa de consciència.

Violència cultural

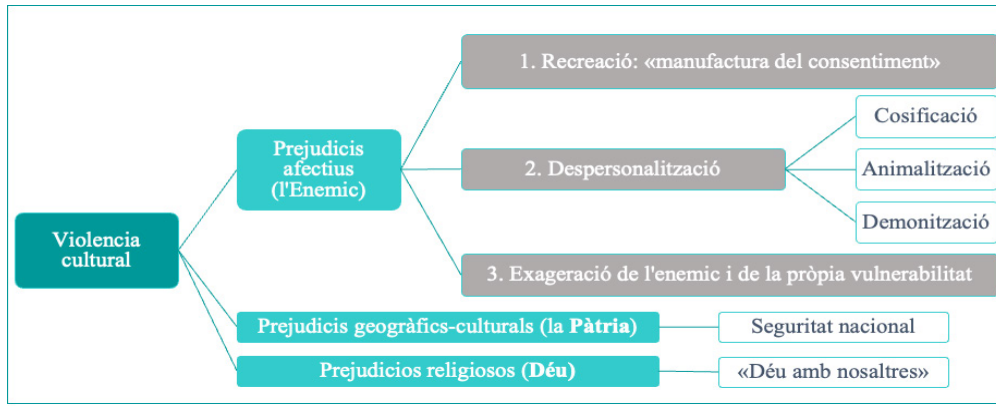
Johan Galtung, el pare de la Recerca per a la pau, corrent de pensament i acció des de mitjans dels anys seixanta, va identificar, a tall d'esquema interpretatiu, tres tipus bàsics de violències: la violència directa, la violència estructural i la violència cultural. La violència directa és molt visible (cops, fuetes, puntellons, homicidis); la violència estructural és menys visible, està inserida en les lleis injustes

o deshumanitzants (com per exemple les lleis discriminatòries o racistes que impedeixen la satisfacció de les necessitats bàsiques de moltes persones). La violència cultural és molt subtil i sibil·lina: Són aquelles idees (prejudicis) que justifiquen i legitimen qualsevol classe de violència. Un exemple d'aquest tipus de violència podria ser: «els francesos, italians i espanyols són rates de claveguera. Cal exterminar-los». Galtung sosté que, d'aquests tres tipus, la més verinosa és la violència cultural.

La violència cultural té molta importància. Segons Galtung (2003: 17), moltes atrocitats només són factibles quan la violència cultural legitima i justifica la violència directa i estructural i vetlla, així, la humanitat dels subjectes implicats: «Quan l'Altre no només està deshumanitzat, sinó que s'ha aconseguit convertir-lo en un *Ell*, privat d'humanitat, està disposat l'escenari per a qualsevol mena de violència directa, la responsabilitat de la qual seguidament es carrega sobre la víctima».

El 1996 el Catedràtic de Dret Internacional i ex-director de la Divisió de Drets Humans, Pau, Democràcia i Tolerància de la UNESCO, Janusz Symonides explicitava com la cursa armamentista i la militarització de les societats generen formes diverses de violència cultural, ja siga imatges de l'enemic, sospites o amenaces:

"La cultura de pau no es pot construir simultàniament amb la cursa armamentista i la militarització de les societats, que, inevitablement, generen imatges de l'enemic,



sospites i amenaces. Per tant, el desarmament i la desmilitarització són condicions sine qua non. La pau positiva implica no només l'absència de guerra, sinó també la dels instruments i institucions de guerra” (Symonides i Singh, 1996: 15-16).

Mostraré una sèrie d'arguments comunament utilitzats per justificar la violència seguint aquest esquema conceptual:

Manufactura del consentiment i la idea d'enemic: exemple de la I Guerra Mundial

El complex militar-industrial necessita contínuament un enemic per justificar el negoci bèl·lic de les armes i la consegüent despesa militar. En aquest sentit, Aída Aisenson Kogan (1994: 5758) indicava que, per als qui preparen les guerres de forma calculada per a apropiarse de posicions estratègiques, és vital promoure un «odi actiu» en els soldats o en els civils.

Amb el propòsit d'infondre aquest odi actiu i preparar l'opinió pública per a la guerra, les elits de poder sovint s'han servit dels mitjans de comunicació. Un exemple clar va ser la creació de la *Creel Commission* per part del president estatunidenc Woodrow Wilson el 1917 per portar l'opinió pública cap a l'odi als alemanys i implicar-se en la Primera Guerra Mundial. Walter Lippmann, un dels membres d'aquesta comissió, va encunyar la precisa expressió «manufactura del consentiment» (*manufacturing consent*) per referir-se al modelatge de l'opinió pública de les masses. Roberto Rodríguez Aramayo, Investigador a l'Institut de Filosofia del CSIC i codirector de la revista *Isegoría*, ha contextualitzat així el sorgiment d'aquesta idea:

En el període d'entreguerres, Lippmann es va proposar analitzar la funció de la propaganda política, una novetat utilitzada amb èxit en la Primera

Guerra Mundial. L'objectiu d'aquesta propaganda no és altre que el control del pensament dels ciutadans, per tal que siguin acceptades les consignes oficials. Lippmann ho explica amb aquest exemple: als Estats Units, el 1916, Woodrow Wilson és elegit president amb un programa electoral antibel·licista: l'eslògan de la seua campanya és «pau en la guerra». Els Estats Units presumia llavors de ser un país pacifista, per això van elegir Wilson com a president. Ara bé, Wilson de seguida va canviar d'opinió i va estimar interessant entrar en guerra. Va haver de plantejar-se, llavors, com aconseguir, en poc temps, que una població mentalitzada per ell mateix per mostrar-se com a pacifista es convertís en una població disposada a matar tots els alemanys. Ho va aconseguir fent un ús hàbil i precís de la propaganda, difosa a través d'una agència estatal, creada per a l'ocasió i anomenada *Creel Commission* (a la imatge superior) que va portar la població a una histèria patriòtica a favor de la guerra. [...] Lippmann va ser membre de la *Creel Commission*, i va ser la seua participació la que li va suggerir una expressió afortunada: «la manufactura del consentiment» (*manufacturing consent*) (Rodríguez Aramayo i Ausín, 2006: 90-91).



Aquest concepte ha estat utilitzat també per Noam Chomsky en el seu llibre *Els guardians de la llibertat: propaganda, desinformació i consens en els mitjans de comunicació de masses* (Chomsky, 2013). Així doncs, prèviament al conflicte hi ha una construcció psicossocial de la imatge de l'enemic que serveix per a generar el consens social necessari. Per aconseguir aquest objectiu s'elaboren imatges distorsionades dels altres (estereotips negatius) en les quals es nega la complexitat i es potencia un pensament dual en el qual només existeixen el bo i el dolent, el veritable i el fals, nosaltres i ells. Es tracta d'imatges hostils i amenaçadores dels altres que posen en perill els mateixos valors considerats com a sagrats, siguen civils, polítics o religiosos (la llibertat, la democràcia, els drets humans, la religió...). Els grans mitjans de comunicació de masses, com a eines de construcció del consens social, difonen àmpliament aquest tipus d'imatges distorsionades.

Aprofundint en aquesta temàtica, el general Butler (el militar més condecorat en la història dels EUA.) recordava al seu llibre *War is a racket* algunes de les consignes que es van utilitzar perquè els joves acceptaren el reclutament a la Gran Guerra: «la guerra per acabar amb totes les guerres», «la guerra per assegurar la democràcia al món», la guerra com una «gloriosa aventura». Veiem aquesta magnífica revelació:

“Es van pintar bells ideals per als nostres joves enviats a morir a l'estranger. Aquesta era «la guerra per acabar amb totes les guerres». Era «la guerra per assegurar la democràcia al món». Quan els joves se n'anaven, ningú els va dir que la seua anada i la seua mort significarien enormes beneficis per a alguns. Ningú va dir a aquests soldats estatunidencs que podien ser abatuts per bales fabricades ací pels seus mateixos germans. Ningú els va dir que les naus en què navegaven podien ser torpedinades per submarins construïts amb patents dels Estats Units. Només se'ls va dir que seria una «gloriosa aventura» (Butler, 2003: 35-36).

En aquest sentit, la psicòloga argentina Aída Aisenso Kogan (1994: 43) ha asseverat que «caldrà trobar altres vies de descàrrega per a la tendència a l'heroisme, la passió per l'aventura, l'autosacrifici i la identificació amb els ideals que inclinen a la guerra». Aquests nobles ideals són una arma retòrica molt perillosa, atès que infonen entusiasme a les tropes, minven la resistència de l'enemic i guanyen la simpatia de tercers. Per això, al lega que ni tan

sols el mandatari de l'Exèrcit més poderós del món es pot permetre descartar-los.

La mobilització industrial per a la guerra

La inducció de la por i l'enemistat sol anar acompanyada de la mobilització industrial i tecnològica per a la guerra, ja que por i agressió s'alimenten recíprocament. Pel que fa a això, després de la II Guerra Mundial, el general Douglas MacArthur, en un discurs pronunciat el 15 de maig de 1952 a Lansing —capital de l'Estat de Michigan— posava de manifest que els EUA estava orientat cap a una economia d'armes que va ser gestada en una psicosis induïda artificialment per la histèria de la guerra i nodrida per una incessant propaganda de la por:

“De fet, forma part del patró general de política equivocada que el nostre país estiga ara orientat a una economia armamentista que va ser gestada en una psicosis d'histèria de guerra induïda artificialment i es va alimentar de la propaganda incessant de la por. Tot i que aquesta economia pot produir una sensació d'aparent prosperitat, es basa en una base il·lusòria de total falta de fiabilitat i fa que entre els nostres líders polítics hi haja una por a la pau gairebé més gran que la seua por a la guerra” (Imparato, 2000: 206). (Traducció de l'autor).

En efecte, és part del model general d'una política equivocada el fet que el nostre país estigui ara orientat cap a una economia d'armes que va ser gestada en una psicosis induïda artificialment per la histèria de la guerra i nodrida per la incessant propaganda de la por. Mentre que en l'actualitat aquesta economia produeix una sensació d'aparent prosperitat, descansa sobre una base il·lusòria de completa incertesa i provoca entre els nostres líders polítics gairebé un major temor de pau que de guerra.

Recreació i canvi de l'enemic

Tanmateix, a mesura que van canviant les relacions de poder, es van recreant deliberadament les imatges de l'enemic. Jacques R. Pauwels (2002: 94), en el seu llibre *El mite de la guerra bona*, esmenta nombrosos exemples de la creació de l'enemic, com, per exemple, una sèrie de documentals titulats *Per què lluitem*, que el Govern americà va encarregar al director de cinema Frank Capra. En aquests documentals els nazis apareixien com a individus perversos disposats a esclavitzar el món

lliure i a destruir la religió. Per indicació del govern estatunidenc, Hollywood va difondre pel·lícules antifeixistes (*La colla de Hitler, the Ducktators*) i prosoviètiques (*Missió a Moscou, l'Estrella del Nord, Cançó de Rússia*). També, les populars revistes *Life*, *Saturday Evening Post* i *Reader's Digest* van fer un gir de 180° passant d'oferir contribucions antisoviètiques i anticomunistes a divulgar contribucions prosoviètiques. No obstant això, després de la guerra aquestes revistes van tornar a la propaganda antisoviètica i anticomunista.

Ainhoa Ruiz (2016: 83-93) ha desenvolupat aquesta temàtica en un recent article titulat «*Mass media y cine: la construcción del consentimiento*». Aquesta autora ha ressaltat que en temps de guerra les pel·lícules probèliques de Hollywood van ser finançades per la indústria de guerra. Aquesta autora refereix que els *mass media* són instrumentalitzats a favor d'una cultura de guerra i de la militarització en detriment d'una cultura de pau o de resolució pacífica de conflictes. Al·lega com a raó que, probablement, darrere de la pau no hi ha el lucre econòmic o polític de grups de poder concrets, sinó el benestar i la cohesió social.

A propòsit de la construcció del consentiment, aquesta autora indica quatre elements que solen aparèixer als mitjans de comunicació:

- 1) propaganda (crear consentiment);
- 2) elecció de conflictes i descart o oblit d'altres (agenda política);
- 3) retransmissió constant de violència (acceptació de la violència, imatge d'un món violent, mercantilització de la violència), i
- 4) construcció de l'enemic i de les amenaces (legitimació de la funció militar).

Un altre clar exemple de la recreació d'enemics va ser el canvi del discurs després de la Guerra Freda per part del Departament nord-americà de Defensa. Després de guanyar la Guerra Freda —econòmicament, tecnològicament i políticament— i desbancar l'URSS (l'amenaça roja), es va crear una nova amenaça per legitimar el seu enorme complex militar-industrial. El Departament de Defensa dels EUA va generar un nou discurs bèl·lic. La idea forta en aquest cas era el paradigma «Guerra contra el terrorisme». Es va focalitzar en el terrorisme islàmic. Així ho refereix Javier Jiménez Olmos en aquest paràgraf:

“*Per perpetuar la violència i la guerra, de la qual s'obtenen suculents beneficis, convé tenir sempre un enemic. Acabada la Guerra Freda, se'n va buscar un de nou: l'islam. Calia teoritzar-lo i d'això es va encarregar Samuel Huntington amb el seu «xoc de civilitzacions» en què preconitzava que les futures guerres ja no serien ideològiques o econòmiques, sinó que es donarien entre civilitzacions*”. (Jiménez Olmos, 2015).

La referència a l'islam és significativa, atès que el 80% de petroli del món està en països on predomina aquesta religió. El 70% de totes les reserves mundials de petroli es troba concentrat al Golf Pèrsic: Aràbia Saudita, Iraq, Kuwait, Emirats Àrabs Units i l'Iran. L'altre 10% del petroli mundial també es troba en països musulmans com Líbia, Nigèria i Indonèsia (Graziano, 2007: 23). El paradigma de «Guerra contra el terrorisme» es va materialitzar després de l'esdeïgut en l'atemptat de l'11-S i es va complementar amb altres amenaces:

“*En lloc de la gran bandera ideològica de l'era de la Guerra Freda —la defensa del «món lliure» davant l'amenaça comunista— han sorgit sis banderes ideològiques; i totes, d'una manera o d'una altra, al servei dels interessos de construcció imperial estatunidencs. Aquestes sis banderes serien: 1) la guerra global contra el terrorisme (GGT), 2) les armes de destrucció en massa (ADM) en les «mans equivocades», 3) els Estats fallits, 4) la necessitat i la justícia d'intervencions humanitàries externes i forçoses, 5) el canvi de règim en nom de la democràcia, i 6) la guerra contra les drogues*”. (Vanaik, 2010: 10).

De forma anàloga, la Unió Europea va presentar el 2003 la seua *Estratègia Europea de Seguretat* (EES), que va ser revisada i confirmada el 2008. Aquest document identificava una sèrie d'amenaçes a la seguretat europea en l'ordre següent: 1) la proliferació d'armes de destrucció massiva (El dret internacional públic categoritza les armes actuals en dos tipus: armes convencionals o de destrucció massiva (ADM). Les ADM poden ser biològiques, químiques o nuclears (també radioactives). 2) el terrorisme; 3) la delinqüència organitzada; 4) la ciberseguretat; 5) la seguretat energètica, i 6) el canvi climàtic (Font, 2015). Tanmateix, alguns autors apunten críticament que la retòrica de la «Guerra contra el terrorisme» ha servit per a legitimar intervencions militars i encobrir altres interessos, ja siga protegir recursos estratègics (Ortega, 2015) o garantir la seguretat energètica (Gordillo, 2015: 170).

Per tot això que hem referit com a exemples, cal

ser conscients de l'ús manipulador del cinema en alguns casos per tal de mobilitzar les masses cap a una opinió favorable a les detestables guerres, sovint per interessos econòmics de les elits de poder de les potències econòmiques i militars. Hem de ser conscients dels estereotips d'enemics que ens venen i caldrà desmuntar-los críticament per tal d'afavorir una cultura de pau, de la no violència i del desarmament.



Bibliografia utilitzada

AISENSON KOGAN, A. (1994): *Resolución de conflictos: un enfoque psicosociológico*, México D. F., Fondo de Cultura Económica.

BUTLER, S. (2003): *War is a Racket*, Los Angeles, Feral House.

CHOMSKY, N. (2013): *Los guardianes de la libertad: propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*, Barcelona, Crítica.

FONT, T. (2015): «Nuevas formas de guerra y de control de la población», *Centre Delàs d'Estudis per la Pau*, 5 de febrero, disponible en www.centredelas.org/ca/publicacions/articulos/1521-nuevas-formas-de-guerra-y-de-control-de-la-poblacion

GALTUNG, J. (2003): *Violencia Cultural*, Documentos de trabajo Gernika Gogoratuz, 14, Bilbao, Gernika Gogoratuz/Centro de Investigación por la Paz.

GORDILLO, J. L. (2015): «Guerra contra el terrorismo», en Calvo Rufanges, J. y A. Pozo (coords.): *Diccionario de la guerra, la paz y el desarme. 100 entradas para analizar los conflictos armados, la paz y la seguridad*, Barcelona, Icaria, 167-171.

GRAZIANO, W. (2007): *Hitler ganó la guerra*, Barcelona, Debolsillo.

IMPARATO, E. T. (2000): *General MacArthur Speeches and*

Reports 1908-1964, Kentucky, Turner Publishing Company.

JIMÉNEZ OLMOS, J. (2015): «El surgimiento del Estado Islámico: ¿solo causas religiosas?», *Paz y Seguridad Internacional*, 15 de marzo, disponible en <https://jjolmos.wordpress.com/2015/03/15/>.

ORTEGA, P. (2015): «Africom atacará desde España», *Centre Delàs d'Estudis per la Pau*, 8 de junio, disponible en <http://www.centredelas.org/es/seguridad-y-defensa/2430-africom-atacara-desde-espana-pere-ortega>.

PAUWELS, J. R. (2002): *El mito de la guerra buena. EE.UU. en la Segunda Guerra Mundial*, Hondarrabia (Guzuzkoa), Hiru.

RODRÍGUEZ ARAMAYO, R. y Ausín, T. (2006): *Valores e historia en la Europa del siglo XXI*, Madrid, Plaza Valdés.

RUÍZ, A. (2016): «Mass media y cine: la construcción del consentimiento», en Calvo Rufanges, J. (coord.): *Mentes militarizadas. Cómo nos educan para asumir la guerra y la violencia*, Barcelona, Icaria, 82-96.

SYMONIDES, J. y K. SINGH (1996): «Constructing a culture of peace: Challenges and perspectives – an introductory note», en Unesco: *From a Culture of Violence to a Culture of Peace*, Paris, unesco Publishing, 9-30.

VANAİK, A. (ed.) (2010): *Casus belli: cómo los Estados Unidos venden la guerra*, Massachusetts, Interlink Publishing Group, Inc.