

## Paolo Fabbri

«La primera víctima de la guerra es la verdad»

Miguel Martín

*La siguiente entrevista con Paolo Fabbri, máximo exponente de la semiótica en la actualidad, comenzó en Lisboa durante el primer congreso de la Asociación Ibérica de Semiótica celebrado en noviembre del año 2017 y prosiguió durante su estancia en Madrid con ocasión de la presentación del libro *Elogio del conflicto en la Fundación José Ortega y Gasset-Gregorio Marañón*. Este libro, publicado recientemente por Sequitur con edición de Jorge Lozano, director del Grupo de Estudios de Semiótica de la Cultura (GESC), reúne varias entrevistas con Paolo Fabbri, entre las que se incluyen las realizadas por los miembros del grupo: Pablo Francescutti, Marcello Serra y Rayco González. En esta conversación abordamos diferentes aspectos relacionados con el estudio y análisis de la propaganda que produce y difunde la organización terrorista ISIS a través de las redes sociales. Agradezco enormemente la generosidad y las aportaciones de Paolo Fabbri que, sin duda, serán un apoyo fundamental para entender y analizar el universo simbólico construido en torno al Estado Islámico.*

— *La organización terrorista ISIS ha sido calificada en numerosas ocasiones como una poderosa máquina propagandística cuyo objetivo es aterrorizar a las masas y reclutar nuevos adeptos en cualquier parte del mundo. Desde su punto de vista, ¿qué aspectos considera que deberían tenerse en cuenta a la hora de analizar esta propaganda?*

— La publicidad no se limita a realizar una serie de indicaciones ideológicas o a hacer un llamamiento religioso. Lo interesante se encuentra en la distinción que existe entre la axiología, que es paradigmática; y la ideología, que es sintagmática. La axiología se refiere a la jerarquía de unos determinados valores y la ideología es la representación de esos valores en un relato. Esta distinción es interesante y es bueno tenerla en cuenta a la hora de estudiar cualquier tipo de propaganda, pues dependiendo de cómo se articulen unos determinados valores en un relato se obtendrá un discurso u otro y se producirán unos determinados efectos en el destinatario.

En la comunicación de ISIS hay axiología, es decir hay un régimen de valores y nadie habla de sus valores, sino para despreciar los valores del otro. Esta es una fuerte dimensión conflictual. Lo que desconozco y creo que va a ser interesante analizar es ver si dichos valores tienen una jerarquía: la fidelidad, la capacidad de sacrificarse hasta la muerte, el martirio, etc. Decir que existe una jerarquía es lo mismo que decir que existe un código que establece unos valores como fundamentales y otros como secundarios. En el caso de ISIS, por ejemplo, sería interesante saber si es más importante morir que ganar o el sacrificio que la victoria.

Pero no sólo es importante saber cuál es el valor dominante y cuáles son sus subordinados dentro de una determinada jerarquía de valores. También es importante analizar la transformación que se produce dentro de esa axiología, es decir, cómo la relación que se establece entre unos valores que se consideran dominantes y otros que se consideran subordinados se invierte. Por ejemplo, durante la Guerra Civil Española, en un momento en el que la vida

era un valor fundamental para dicha sociedad, personas pertenecientes al bando franquista gritaban cosas como «¡viva la muerte!». Otra inversión interesante es la que está teniendo lugar hoy en día respecto a lo que se considera un héroe: la víctima es el héroe de hoy. El caso de Puigdemont es muy claro. Él no es un héroe que quiera luchar hasta la muerte por la independencia de Cataluña, sino que es un héroe porque se presenta a sí mismo como una víctima del Estado español. Los jóvenes de ISIS, en cambio, tienen como uno de sus principales objetivos morir épicamente. No son víctimas, son héroes en el sentido tradicional. Así pues, lo interesante no sólo es estudiar la jerarquía de un determinado régimen de valores, sino también las mutaciones que se producen dentro de esa misma jerarquía.

— *Las reglas que determinan unos valores como fundamentales y otros como secundarios, ¿cómo se establecen?*

— Los códigos que definen una determinada cultura se construyen. En función de cómo sean esos códigos se crean, desde el punto de vista semántico, diferentes organizaciones de sentido. Por ejemplo, en términos lingüísticos cuando utilizamos el significante «hombre» en castellano, podemos referirnos tanto a un hombre como a una mujer. Asimismo, cuando se habla de los animales en general, dicho término engloba tanto a los seres humanos como a los animales no-humanos. Desde el punto de vista semántico, también podemos preguntarnos si tiene sentido decir que un hombre pueda casarse con alguien de doce años. Y la respuesta es sí. En Arabia, por ejemplo, eso es posible. Y cuando se dice que el hombre hace el amor, ¿con quién entendemos que lo hace?, ¿con otros hombres o con mujeres? Dependiendo de cuál sea el código, tendrá sentido hablar de un modo o de otro. Porque el código, al contrario de la norma, no es una imposición ni implica que un determinado sentido sea obligatorio. Los códigos se establecen a través de reglas; las obligaciones, en cambio, a través de normas. La

norma y la regla son dos cosas distintas. Mientras la norma limita, la regla reconoce la posibilidad de que existan irregularidades. Anomalía e irregularidad no son lo mismo. Algo puede ser irregular y no ser anómalo. Lo reglado no tiene por qué ser normativo.

— *Yuri Lotman, máximo representante de la semiótica de la cultura, decía que una cultura no sólo crea su propia organización interna, sino también su propia desorganización externa. En ese sentido, ¿se podría decir que los bárbaros de hoy, desde el punto de vista de la civilización europea, serían los terroristas de ISIS?*

— Es claro que los Estados Europeos han construido la idea de que el terrorismo viene del exterior, pero al mismo tiempo han descubierto, por ejemplo, que hay cientos de jóvenes franceses que combaten en Siria e Irak en nombre del Estado Islámico. Estas personas probablemente volverán, ¿qué vamos a hacer con ellos? Los franceses no quieren cambiar su forma de vida. Sin embargo, los otros, los que son considerados como parte de una desorganización externa, son también franceses. En algún momento volverán y tendrán que ser integrados. ¿Cómo se va a hacer?

— *No se puede decir, por tanto, que en el caso de ISIS la barbarie se encuentre circunscrita a un espacio externo.*

— Se dice siempre: «los terroristas son extranjeros, no son nacionales», tratando de generar así la apariencia de que los terroristas están fuera, pero la realidad es que también están en el interior. Si miramos al pasado podemos encontrar paralelismos con otros movimientos terroristas. En Italia, por ejemplo, cuando asesinaron al primer ministro Aldo Moro durante *los años de plomo*, un lingüista argumentó que los responsables de ese atentado eran franceses. Sin embargo, posteriormente se demostró que todos los terroristas eran de Roma. Es una tendencia cultural considerar que el peligro y la amenaza proceden de agentes externos.

— *Como usted ha recordado, una cultura se puede definir por sus códigos culturales y sociales, pero también, como diría Lotman, por su actitud*

*ante el signo. ¿Cree que una sociedad como la europea se distingue del proyecto del Estado Islámico por su actitud ante la muerte?*

— Ese problema es fundamental y el mismo Bin Laden lo explicó así: los jóvenes occidentales quieren vivir y nosotros queremos morir. Por esa razón, decía, ustedes tienen que perder la guerra, porque gana la guerra la gente que quiere morir. Si usted no quiere morir, no puede ganar. Declaraciones como estas muestran la axiología de grupos como Al Qaeda o ISIS, lo que nos ayuda a analizar la actitud de este tipo de organizaciones ante la vida y ante la muerte. El otro asunto importante es el de la ideología, que como ya he indicado es sintagmática y se articula a través de narraciones: usted tiene que combatir, morir e ir al paraíso. Y aquí, precisamente, nos encontramos con otro problema interesante: ¿qué es el paraíso? Esto hay que investigarlo, pero no desde el punto de vista teológico, sino en el discurso general de la gente que decide suicidarse en nombre del Estado Islámico. La idea de paraíso, dentro de un programa narrativo como el de ISIS, está ligada a una sanción final. Y esta sanción, a su vez, está vinculada con una idea muy característica de las culturas apocalípticas, la noción de «juicio final».

Cuando se comete un atentado como el de Niza o Barcelona con un camión suicida y son asesinadas decenas de personas, pensamos automáticamente en las víctimas de ese atentado. Sin embargo, nunca reparamos en la persona que se suicida. Se habla de ello como si fuera algo normal, como si la persona que se suicidase fuera una bomba. Sin embargo, esa persona seguía un programa narrativo: tomar un camión, atropellar personas, sacrificarse y morir. Estos sucesos no se pueden analizar de forma aislada, forman parte de una secuencia de acciones que, como en una receta de cocina, responden a unas determinadas instrucciones. Si prestamos atención a esta dimensión, descubrimos que los jóvenes que se adhieren a ISIS y atentan en su nombre no sólo comparten un

determinado régimen de valores, sino que siguen programas de acción muy concretos: atropellar personas con un vehículo determinado, comprar armas, construir bombas, etc.

— *Respecto a lo que dice sobre las instrucciones de acción, parte de la propaganda de ISIS tiene como objetivo precisamente instruir a sus simpatizantes sobre cómo provocar el máximo daño a sus enemigos y ser efectivos a la hora de atacar. En concreto hay un vídeo, uno de los que ha tenido más repercusión en las redes sociales, que muestra cómo se debe realizar correctamente un degollamiento. Inicialmente, como en las artes marciales, utilizan una persona para imitar el modo en el se debe seccionar el cuello. A continuación toman un rehén y lo degüellan.*

— La instrucción programática me parece una especificación, pero el ejemplo que expones nos abre otro problema. Lo que estás diciendo ahora está asociado al problema de lo real. Matar a la gente en directo me parece un problema particular de eficacia simbólica asociado a la veridicción. Se trata de generar un efecto de realidad y en este caso se produciría porque el degollamiento es muy detallado. Naturalmente no siempre es verdad todo aquello que se muestra. El degollamiento del vídeo al que te refieres creo que se puede considerar como un efecto de verdad y me parece muy interesante para un semiólogo la idea de que la realidad brutal de las cosas produce un efecto en el discurso. Probablemente es verdad que hayan cortado de esa manera la garganta de ese rehén, pero el problema para la comunicación es el de la creencia. En este sentido, hay cosas que se deben creer y otro tipo de cosas que, aunque verdaderas, no tienen por qué creerse. Por ejemplo, es verdad que ISIS está destruyendo muchas viejas estatuas y ruinas del pasado, pero la mayoría de ellas son reproducciones. Las estatuas reales las están vendiendo.

Asociado a lo anterior, el hecho de que se ejecuten personas a la vista de todos también es un fenómeno muy destacable. Hasta el siglo XIX, la ejecución capital era un espectáculo. De hecho,

cuando cortaron la cabeza del rey de Francia con la guillotina se hizo ante miles de personas que estaban en el lugar de la ejecución para mirar. Posteriormente, como explica Foucault en su obra *Vigilar y castigar*, comenzó la estrategia del secreto: la punición dejó de poder verse y se optó por recluir a la gente en cárceles. De ese modo, el castigo dejó de ser visible y desapareció como espectáculo público. Hoy, en plena sociedad de la información, ISIS ha recuperado la idea de que la ejecución debe ser algo espectacular. De ahí el éxito de muchos de sus vídeos. A través de esta estrategia de violencia explícita ISIS ha conseguido reforzar, además, la simulación de que el Estado Islámico es verdaderamente un Estado con la legitimidad de castigar a sus oponentes y de ejecutar públicamente a quienes no respetan su autoridad, tal y como hacían los Estados en el pasado.

— *Actualmente muchas reflexiones sobre la comunicación apuntan a que estamos viviendo en una época en la que se menosprecia la verdad, no en vano se habla de posverdad. ¿No sería más pertinente analizar cómo se construye y se dice la verdad en un discurso? O dicho de otro modo, ¿no sería interesante abordar el problema de la veridicción que usted antes indicaba?*

— Aquí tenemos un problema muy simple y muy antiguo: la primera víctima de la guerra es la verdad, porque la guerra es un problema de estrategia. Usted en la guerra no dice la verdad, dice lo que quiere que crea el otro. Y el enemigo va a intentar hacer lo mismo. En este tipo de situaciones, lo que es la verdad no se sabe. Nos introducimos en un mundo estratégico, en el que los intereses son conflictuales y la presentación de la realidad es un simulacro o, dicho de otro modo, una representación ficcional de la verdad. Por eso en una situación de conflicto, la construcción de simulacros eficaces es fundamental: si usted cree, el otro ha vencido. Respecto a esto tengo una historia muy divertida entre croatas y serbios que tuvo lugar durante la Guerra de los Balcanes: los croatas tenían un castillo bien armado y los serbios lo bombardearon. Los serbios no

obtuvieron el éxito que esperaban en esa operación, pero los periodistas croatas, sabiendo que era falso, informaron de que el castillo estaba destruido. ¿Por qué? Porque si los serbios leían la información de que su objetivo no había sido alcanzado volverían a bombardearlo. En este caso, el periodista croata sabía que su información no era verdad, pero tenía que decir que el castillo estaba destruido a pesar del dolor que eso podría provocar en los allegados de los soldados croatas. En este tipo de situaciones, el periodista vive en una situación de conflicto donde es muy difícil decir lo que es verdadero y lo que no lo es. Es un ejemplo simple, pero válido para ilustrar esta idea.

Asimismo, cabe destacar que en una guerra, donde los periodistas suelen estar integrados en el ejército de uno de los bandos enfrentados, es muy difícil saber lo que es un periodista independiente. El periodista que trata de ser independiente en un conflicto bélico se convierte normalmente en un obstáculo o en una víctima. Pero, ¿cómo se puede ser periodista y al mismo tiempo un *embedded journalist*? La verdad en la guerra es la construcción de un simulacro que se elabora en el interior de un conflicto. Decir que ese simulacro es falso sólo se puede decir en condiciones en las que ese conflicto no existe. Por ejemplo, el momento en el que los rusos intervienen en la lucha entre Clinton y Trump, esa disputa no es un lugar de verdad, es una lucha en la que la verdad es impuesta por el vencedor. Y es en este tipo de situaciones donde ha cobrado relevancia el concepto de *posverdad*. Yo creo que esa idea es ideológica. Se puede aceptar el término, pero si se cree que hay una posverdad es porque estamos en una situación conflictual estratégica en la que no se puede establecer qué es la verdad. Cuando hablamos de posverdad no nos referimos al caso de que ayer se dijese que hoy llovería y de que finalmente no llueva. La posverdad, al igual que las *fake news*, forman parte de un programa de desinformación y es ese fenómeno, el de la desinformación, el

que deberíamos analizar. Nos interesa, por tanto, estudiar las *fake news* no como información falsa, sino como desinformación efectiva. Desde ese punto de vista, el fenómeno de la posverdad y de las *fake news* debería de analizarse como un problema estratégico dentro de la comunicación.

— *Una de las principales cuestiones ligadas al análisis de la propaganda de ISIS es el problema de la enunciación. En la enunciación es donde se constituye y construye el sujeto. En ese sentido, ¿podemos considerar al Estado Islámico como una construcción textual, es decir, como un hablante que se construye en un texto y se dirige a un lector modelo?*

— No estamos allí y tenemos que reconstruir a partir de textos qué es el Estado Islámico. Lo importante es seleccionar los textos pertinentes que permiten reconstruir la axiología y la ideología de este grupo. Una cosa que siempre me ha parecido interesante es el problema de la acción colectiva y de la acción individual. Por un lado, tenemos a un grupo unido, uniformado y sin jefe aparente; y por otro, a personas individuales que cometen atentados «en nombre de». Hay una acción colectiva y una acción individual, un grupo de fuerza y alguien aislado y loco. ¿Cómo se comunica esto?

— *Tal y como se puede leer en periódicos y reportajes sobre el terrorismo de ISIS, la mayor parte de las acciones que se han realizado en Europa en nombre del Estado Islámico, o que ISIS ha reivindicado, parecen haber sido ejecutadas por sujetos individuales que los medios de comunicación han bautizado con el nombre de «lobos solitarios», ¿por qué se habla de «lobos solitarios» cuando las personas que atentan siguen instrucciones de otros?*

— La tipología, para la semiótica, es el éxito de una estrategia y el caso de la definición del término «lobo solitario» es producto de una construcción textual llevada a cabo por los medios de comunicación. El mismo Umberto Eco analizó esta cuestión a partir de una portada de un periódico italiano. En dicha portada aparecía un hombre identificado como terrorista que se encontraba en la calle enfrentándose a las fuerzas policiales. En el texto de la noticia

se indicaba que un policía había sido asesinado, dando a entender así que el acto había sido cometido por una sola persona. Sin embargo, el policía muerto no había sido asesinado por el hombre que aparecía en la imagen, en realidad lo habían matado otros. Porque como se comprobó con otras fotos, tras el hombre que aparecía en portada había más gente armada. Es decir, se trataba de una acción grupal. En esas fotos, además, se veía que tras el grupo armado había gente manifestándose. A pesar de todo ello, este periódico decidió poner en portada la fotografía de un solo individuo. Se trataba de un *fake*, de un falso intencional, porque lo que se perseguía mostrando esa foto era ocultar que había un movimiento popular protestando en las calles.

— *Por otro lado, los medios de comunicación también hablan de que los simpatizantes y terroristas de ISIS se ven sometidos a procesos de radicalización. El objetivo de ese proceso no es sólo que piensen de una determinada manera, sino que actúen siguiendo unas instrucciones muy concretas. ¿Tendría sentido estudiar este fenómeno no sólo en términos psicológicos, sino también en términos estratégicos?*

— Respecto a esta cuestión, cabe recordar las décadas de los setenta y ochenta en Italia, una época que se conoce con el nombre de *los años de plomo*. En ese periodo los terroristas de las Brigadas Rojas tenían pequeños libros de instrucciones en los que se explicaba cómo se podía transformar un objeto normal en un arma impropia. Se trataba de un terrorismo basado en transformar lo cotidiano en arma. Esto, precisamente, coincide con parte de la estrategia terrorista de ISIS, que a través de su propaganda instruye a sus simpatizantes sobre cómo objetos cotidianos tienen la posibilidad de transformarse en objetos con los que dañar al enemigo y extender el terror.

— *Si profundizamos en el problema de la enunciación nos encontramos también con la cuestión de que todo sujeto textual se construye en el texto dentro de un espacio-tiempo determinado. En ese sentido, creo que es intere-*

*sante analizar cómo el Estado Islámico se sitúa en el mundo. Éste no es propiamente un Estado ni se sitúa geográficamente en lugar concreto. De hecho, se podría decir que aunque desapareciesen sus territorios conquistados, el Estado Islámico no habría desaparecido.*

— Bin Laden no tenía Estado desde el punto de vista espacial, estaba en la red, una red que se mueve y se desplaza. Del mismo modo, ISIS, como grupo terrorista, es un grupo que no tiene propiamente un Estado. Está formado por terroristas que quieren morir y en ese sentido no se puede hacer nada contra ellos.

— *Dentro de la producción propagandística de ISIS se pueden distinguir dos momentos: uno, cuando están ganando territorio geográfico, establecen una administración y hacen un llamamiento a sus simpatizantes para que vayan a Siria e Irak; y otro, cuando pierden ese territorio y comienzan a alentar a sus simpatizantes a que actúen individualmente en su nombre.*

— Tienen dos estrategias: la estrategia de grupo y la estrategia individual. Hay evidentemente dos maneras de publicar. Para ISIS en concreto, como para otros grupos de estas características, hay una identificación entre la sangre y el alma.

— *De hecho una de las cosas que repiten mucho sobre sus enemigos es que su sangre es inmunda.*

— Justo esa misma cosa dice el himno nacional francés cuando habla sobre la sangre impura del enemigo.

— *También hemos hablado de la narración como un elemento fundamental para dotar de inteligibilidad a un determinado mundo. Detrás de la propaganda de ISIS hay una estructura narrativa en la que el Estado Islámico se presenta como el sujeto protagonista, Alá como destinante y adyuvante de la acción de este sujeto, Occidente como su oponente, etc.*

— Hay dos estructuras narrativas: una colectiva y otra singular. Sería interesante para la investigación sobre la propaganda de ISIS estudiar las dos siguientes categorías: la de singularidad y la de multiplicidad. Esta distinción es más interesante que la de indivi-

dual y colectivo. Dos personas que se matan no son individuales, son singulares, son dos singularidades. ISIS no es un grupo totalitario, es un grupo que tiene su coherencia en una creencia común. Lo totalitario quiere una totalidad conclusa. El hombre que no tiene esperanzas en su vida, que tiene depresión, que asesina y muere es una cosa distinta a un militar que pertenece a un grupo armado. Hay, al menos, dos narraciones diferentes.

— *En ese sentido, el semiólogo Manar Hammad defiende que los creyentes de Dios, tal y como son representados en el Corán, son, a pesar de su multiplicidad, actores que forman parte de un mismo actante colectivo. Lo que les une precisamente es su creencia común y que Dios siempre se dirige a ellos en plural.*

— Creo que hay que tener una gran confianza en el trabajo de Mannar Hammad. De nosotros, de los semiólogos, es el único musulmán, es creyente, y la apreciación que indicas respecto a su trabajo sobre el verbo creer en el Corán me parece acertada.

— *Volviendo a su respuesta anterior, ¿qué diferencia hay entre los conceptos «singular» e «individual»?*

— Lo singular no es una situación fija, tiene lugar en función de una determinada situación y de otros actores. Lo individual, en cambio, se define en sí mismo ontológicamente y, al igual que lo colectivo, es un concepto esencialista. Lo múltiple y lo singular son sistemas dinámicos y abiertos que pueden tener realizaciones muy diferentes en función de distintos componentes situacionales. Sin embargo, lo individual y lo colectivo son totalidades cerradas que no se mueven.

— *Para contrarrestar la estrategia propagandística de ISIS se habla de generar un contra-relato del discurso yihadista. Sin embargo, en términos de eficacia comunicativa, ¿no sería mejor potenciar lo que Eco y usted denominaron como «guerrilla semiológica», es decir, llevar a cabo una distorsión voluntaria del sentido de dicha propaganda para evitar que tenga el efecto deseado por sus emisores?*

— La idea de crear un contra-relato es una idea americana y creo que es una propuesta ingenua. Se piensa que generando un relato alternativo se creará una nueva visión del mundo. Pero, ¿qué es una visión del mundo? Es todo y nada al mismo tiempo, es un concepto tradicional que la semiótica puede deconstruir. Max Weber decía que la gente que quería tener una visión del mundo debía ir al cine, en el sentido de que es un problema cinematográfico de pura visión del mundo. Para nosotros lo importante es la articulación del sentido y como semiólogos tenemos la idea de que en todo relato hay una axiología, una jerarquía de valores, unos valores dominantes y otros subordinados, etc. Construyendo un relato alternativo no se va a generar automáticamente una nueva forma de ver la realidad. Lo interesante es estudiar cómo se puede reorganizar una determinada axiología y eso sólo es posible a través de una transformación sintagmática. Los paradigmas se transforman en sintagmas y las jerarquías de valores se encarnan en transformaciones narrativas. Si no hay transformación sintagmática no hay historia y, por lo tanto, es imposible generar cualquier tipo de contra-relato.

— *Uno de los efectos que trata de producir la estrategia propagandística de ISIS entre sus adversarios es el miedo. Lotman defendía que esta pasión podía investigarse desde la semiótica, pues en función del miedo se realiza una caracterización del enemigo. Ese tipo de caracterizaciones en la actualidad podemos verlas reflejadas fundamentalmente en películas, reportajes periodísticos o caricaturas. ISIS es consciente de ese tipo de caracterizaciones y se sirve de ellas para desarrollar su estrategia de la amenaza. ¿Se puede decir que ISIS utiliza los mismos códigos que la cultura occidental a la hora de producir parte de su propaganda?*

— ISIS tiene una competencia estratégica muy fuerte de las contradicciones de los valores occidentales. Ellos, por ejemplo, conocen perfectamente nuestro gusto por las ruinas y por eso destruyen ciudades como Palmira, porque saben que tiene un

efecto sobre los valores occidentales. Del mismo modo, los movimientos yihadistas conocen muy bien cuáles son los puntos débiles de la ideología occidental, como por ejemplo que los muertos no deben ser algo visible. Durante la intervención de EE.UU. en Somalia, en la etapa de Clinton como presidente, mataron a un marine y lo tiraron a la calle desde un camión. Fue un sólo muerto, pero el espectáculo televisivo fue tan eficaz que Clinton mandó llamar a sus tropas a EE.UU. Los terroristas de organizaciones como ISIS o Al Qaeda conocen muy bien la axiología y la organización de los valores occidentales, y esto, sin duda, lo utilizan a su favor.

— *En relación con los temas que se trataron en el Congreso «Modas, modos, maneras» que tuvo lugar en Lisboa en noviembre de 2017, ¿se podría decir que el Estado Islámico a través de su producción audiovisual ha generado una nueva tendencia en las formas de vida que existen dentro de la esfera de la cultural occidental?*

— El concepto «forma de vida» me parece interesante porque incluye aspectos como los estilos de vida, la manera de actuar, la manera de comer, la manera de vivir la noche, etc. La gente que tiene poder dice que estos terroristas no deben transformar nuestra forma de vida. Sin embargo, hoy hay tanto control, tantos sistemas de vigilancia, que el problema en la actualidad no es tanto el terrorismo, sino cómo controlamos esos aparatos de control que ha generado el propio Estado para protegernos. Dicen que no debemos cambiar nuestra forma de vida, pero estos sistemas de control la cambian. Y esta situación nos enfrenta a un problema clásico: *Quis custodiet ipsos custodes?*

Desde el punto de vista económico, los atentados en París han reducido el turismo entre un 20 y un 30 por ciento y han provocado que cada vez haya menos turistas en el norte de África. Eso ha beneficiado a países como España y Portugal. En ese sentido, se puede decir que el terrorismo de ISIS ha desplazado a la población

de unos lugares a otros. Ya no hay más personas que vayan al Mar Rojo y eso ha provocado también un desastre económico. No olvidemos que el turismo es una de la mayores industrias de la actualidad, es como sabotear el mercado del petróleo. Pero como hemos visto años atrás, los turistas vuelven al mismo lugar donde otras personas fueron asesinadas. En realidad, hay una normalización sorprendente del crimen. En un principio se dice: «no vamos a Niza porque hay atentados terroristas». Pero al año siguiente la gente vuelve de nuevo allí. La violencia ha resultado ser menos eficaz de lo que se pensaba y no ha supuesto ninguna nueva tendencia en las formas de vida occidentales. Ahora bien, como acabo de indicar, a raíz de estos mismos atentados, el Estado ha aumentado como nunca los sistemas de control, el Estado tiene más poder de control sobre la sociedad. Cada vez más se estudian nuevas formas y maneras de control. En el pasado no existía un sistema de control tan feroz como el de hoy en día. ISIS sabe que sus acciones tienen este efecto y lo provocan. Saben que eso puede deconstruir la confianza social.

— *Esto último podría estudiarse desde el punto de vista de la comunicación estratégica: ISIS realiza este tipo de acciones porque saben que el enemigo va a responder de una determinada manera que les beneficia. ISIS anticipa el efecto de sus acciones sobre sus destinatarios.*

— Cuando los catalanes dicen «no tenemos miedo» es como si dijeran «no queremos cambiar nuestro estilo de vida». Esta es una afirmación fuerte. Pero al mismo tiempo, como ya he indicado, hoy hay más policía, más sistemas de control y más maneras de controlar a los ciudadanos. Se puede pensar, incluso, que los Estados han utilizado la amenaza terrorista para aumentar su propio control sobre la sociedad.

— *Si nos fijamos en la población que ha sido persuadida por la propaganda del Estado Islámico, nos damos cuenta de que en un alto porcentaje son personas que han crecido dentro del mundo occidental, un mundo en el*

*que aparentemente existía una jerarquía de valores incuestionable. Además, a eso se une que en los países occidentales existe un amplio espectro social que ha comenzado a replantearse la capacidad de sus Estados para protegerlos de la amenaza terrorista.*

— Es claro que, como Zygmunt Bauman indica en su obra *Miedo Líquido*, vivimos en una época de incertidumbre y de desconfianza. Por un lado, se desconfía del Estado y, por el otro, se pide que el Estado sea más fuerte contra los terroristas. En la guerra contra el terrorismo, para ganar, el Estado ha aumentado como sistema de poder y ha organizado de una manera articulada su fuerza y su comunicación. De hecho, ante la amenaza terrorista los Estados Europeos se han visto obligados a responder con la promesa. La amenaza y la promesa en este tipo de situaciones son dos caras de la misma moneda. Lo que las distingue es que de una se obtienen resultados negativos y de la otra resultados positivos. Cuando hay una determinada amenaza, los políticos que controlan el Estado tienen que aumentar sus promesas. Del mismo modo, si los políticos prometen mucho respecto a un tema en concreto, significa que han detectado una determinada amenaza. Sin embargo, a pesar de las promesas del Estado, puede ocurrir que inmediatamente después de afirmar, por ejemplo, que la seguridad es completa en nuestra sociedad, tenga lugar un atentado en el que mueran inesperadamente más personas. ¿La promesa del Estado es un *fake*? No lo creo, es una estrategia, es un simulacro de eficacia. Un simulacro estratégico con eficacia no es un *fake*. El hecho de que no se realice o no se consiga cumplir una promesa, no tiene que ver con la verdad, sino con la eficacia.

— *A continuación le quería mostrar unas imágenes que pueden resultar pertinentes para el estudio de la estrategia del terror desarrollada por ISIS a través de su propaganda. Se trata de imágenes difundidas en redes sociales en las que amenazan con atentar en el próximo mundial de fútbol. En una de ellas concretamente aparece el futbolista Cristiano Ronaldo con*

*la cara amoratada y un terrorista que dirige una mirada amenazante al observador.*

— Esto es importante. La estrategia de la amenaza es la estrategia del miedo y del terror. Amenaza y terror son acciones fundamentales del relato. Mientras los terroristas tratan de pensar cómo pueden elaborar una amenaza efectiva para extender el terror nuestros políticos afirman que no hay amenaza y que, por lo tanto, hay seguridad; que no hay terror y que, por lo tanto, no tenemos motivos para tener miedo. Los ciudadanos son destinatarios de estas simulaciones, tanto de las que se presentan en forma de amenaza terrorista como de las que se presentan en forma de promesa de seguridad, y ante estos mensajes pueden tener diferentes reacciones. Otra cuestión importante relacionada con esta última idea es el problema de la creencia que tanto ha trabajado Jorge Lozano. ¿Qué es el creer? Las modulaciones de la creencia son un problema fundamental para la semiótica.

— *Precisamente Jorge Lozano estudia este problema en su obra Persuasión. Estrategias del creer, donde, en la senda de Greimas, habla de la comunicación como un hacer persuasivo (hacer creer) que tiene en el otro extremo de la cadena un hacer interpretativo (creer). Persuadir, viene a decir; «no es un hacer-saber; sino un hacer-creer».*

— Justamente por eso el problema de la creencia es fundamental. Yo soy racionalista, pero soy tan racionalista que sé que la razón no resuelve todos los problemas. Es por esto que entiendo que la creencia tiene un papel dentro de nuestras vidas: creo en Dios, creo en el amor, creo en la patria, etc. Y este tipo de creencias no son sólo la manifestación de unas determinadas convicciones, también pueden significar un desafío o una provocación para quien las escucha. Por ejemplo, cuando le preguntaron a Camus si para él era más importante la familia o la patria, él defendió que la familia. Lo que provocó que muchos franceses le detestasen. La reacción en España o Italia hubiese sido distinta, pues en ambos

países, al contrario que en Francia, existe una preferencia hacia la familia. En el creer, por tanto, hay una dimensión patémica, es decir, una dimensión emocional. Pero no es la única, en la creencia también existe una dimensión cognitiva: creer, a veces, es casi como pensar. La mezcla y la dominancia entre ambas dimensiones es un problema interesante que merece la pena ser estudiado. Hay momentos de dominancia de una u otra dimensión y eso justamente tiene que ver con las modulaciones de la creencia.

M. M.

---

Esta entrevista se enmarca dentro del proyecto de investigación I+D «El periodista como historiador del presente. Análisis del documento en las nuevas formas de la información» (Ref. CSO2014-55527-P).

