

# APIA y el agronegocio en la estrategia del Hecho Consumado: De cómo Bernays y Goebbels aportan a la nueva campaña por aprobar transgénicos en Bolivia

Patricia Molina

**La Estrategia del Hecho Consumado, sirvió para aprobar la soya transgénica en Brasil, luego de que se difundiese ilegalmente su siembra. El 2005 esta estrategia intentó ser utilizada también en Bolivia, hoy reeditan el intento.**



Edward Bernays, el “abuelo de las relaciones públicas”, o el “padre de la propaganda”, nació en Viena en el 1891 pero creció en Nueva York. Su madre era hermana de Freud y su padre era el hermano de Martha Bernays, la esposa de Freud. Bernays comenzó su carrera de formación de la opinión pública aplicando los principios del psicoanálisis a las relaciones públicas y a la publicidad. Uno de los primeros encargos de Bernays fue ayudar a venderle la Primera Guerra Mundial al público norteamericano, con la idea de hacer que “el mundo sea seguro para la democracia”, frase que se repite en cada participación bélica de los Estados Unidos desde entonces. En el ámbito político también recurrieron a Bernays para limpiar la imagen de algunos políticos.

El trabajo de Bernays era reformular un asunto; crear una imagen deseada que haría que un producto o concepto pareciera favorable. Nunca se desvió de su axioma fundamental: controlar a las masas sin que lo sepan.

Goebbels, ministro de propaganda del gobierno de Adolf Hitler en la Alemania Nazi fue inspirado por Barnays. Así creó una serie de principios que pueden verse cada día en las estrategias de “marketing” o publicidad. El *principio de la transposición* de Goebbels señala que hay que cargar sobre el adversario los propios errores o defectos. El *principio de la exageración y desfiguración* convierte cualquier anécdota en amenaza grave. El *principio de vulgarización* dice que toda propaganda debe ser popular, adaptando su nivel al menos inteligente de los individuos al que va dirigida, cuanto más grande sea la masa a convencer, más pequeño ha de ser el esfuerzo mental a realizar. El *principio de orquestación* señala que la propaganda debe limitarse a un número pequeño de ideas y

repetirlas incansablemente, presentarlas una y otra vez desde diferentes perspectivas pero siempre convergiendo sobre el mismo concepto. De ahí viene la frase famosa: Si una mentira se repite suficientemente, acaba por convertirse en verdad". Y el *principio de silenciación*: Acallar las cuestiones sobre las que no se tienen argumentos y disimular las noticias que favorecen al adversario, también contraprogramando con la ayuda de medios de comunicación afines"

La Estrategia del Hecho Consumado, sirvió para aprobar la soya transgénica en Brasil, luego de que se difundiese ilegalmente su siembra. El 2005 esta estrategia intentó ser utilizada también en Bolivia, pero al ser los denunciantes de soya ilegal los mismos promotores, -en ese entonces el Programa de Semillas-, fueron fácilmente puestos al descubierto y tuvieron que acudir a la aprobación sin discusión plasmada por las autoridades de entonces, el ministro Erwin Aguilera del gobierno de Carlos Mesa y el viceministro Roca.

En las últimas semanas pudo verse al agronegocio nuevamente en campaña, esta vez bajo el liderazgo de APIA, la Asociación de Proveedores de Insumos Agropecuarios, una corporación de empresas que importan semillas, pesticidas, y otros insumos para el agronegocio, dominada por capitales brasileños a su vez ligados al control del agro cruceño.

La Campaña del Hecho Consumado de la asociación APIA apunta a divulgar el argumento de que el maíz transgénico se habría apoderado del agro cruceño y chaqueño. Como el gobierno no habría avanzado en la legislación para introducir transgénicos que esperaban lograr con la aprobación de la Ley de Revolución Productiva Comunitaria, que en realidad prohibió el maíz transgénico, frustrando la fiesta de OGMS que estaba ya servida, de lo que se trata es de hacer ver que la prohibición ya no tiene sentido ante los hechos consumados de expansión transgénica. Para ello repiten con ayuda de algunos periodistas ingenuos, el mismo argumento: denuncias de presencia de maíz transgénico que alcanzarían al 30% o más de la siembra y por ende, el consumo masivo de transgénicos.

*"Al comer maíz, que luego se transforma en carne, estamos consumiendo productos transgénicos. Querramos o no reconocerlo son productos transgénicos los que ingresan de los países vecinos", afirmó el presidente de la Asociación Nacional de Productores de Oleaginosas (Anapo), Demetrio Pérez. Explicó que además se internan, de manera legal o por contrabando, comida balanceada para animales, papa, tomate, manzana, uva y otros alimentos.*

*"En Bolivia se cultiva maíz transgénico sin control". El Diario, 21 de agosto 2014.*

*"Diez alimentos transgénicos son consumidos en Bolivia". <http://www.fmbolivia.tv>*

*"No se importa semilla transgénica de maíz porque está prohibido. Entonces, ¿qué está pasando?; como hay prohibición, a la manera boliviana, hay bastante semilla transgénica de maíz de contrabando que la estamos produciendo y la estamos consumiendo. Hemos hecho denuncias verbales ante la Aduana, ante el Senasag y ante el Iniaf. A nosotros se nos hace cada vez más difícil importar semillas híbridas de maíz no transgénicas. El peligro es que, en unos cinco a 10 años, nos quedemos sin semillas porque los países limítrofes están embalados en el maíz transgénico. (Entrevista a Miguel Traverso, Director de APIA en <http://www.eldeber.com.bo>*

Como podemos ver, la repetición de una idea simple que intenta ser vulgarizada es incansable: "el maíz ha ingresado de contrabando". No hay argumentos a favor

del producto transgénico, más allá del perjuicio para los negocios de acumulación capitalista de los afiliados a APIA, negocio realizado en base a base a venenos y a la apropiación del conocimiento que implica la propiedad de las semillas que importan.

No acaban allí, en lugar de continuar con sus denuncias efectuadas desde principio de año se dan a la tarea de adjudicarlas a terceros, con ayuda de un periodista sin escrúpulos, que las atribuye a una organización ecologista, inventando nombres y cargos, lo cual raya en la delincuencia.

Nada de esto sorprende, pues el agronegocio boliviano recibe en su seno también a sujetos con problemas con la ley en su país de origen. Que utilicen tácticas de guerra o principios del fascismo nazi corresponde perfectamente con sus objetivos de atentar contra la vida de las personas y los territorios de este país, con el uso de las semillas de la muerte.