

Legitimación y propaganda real en el antiguo Súmer: análisis semiótico-comunicacional del Edicto de Urukagina.

Gómez, Stella Maris Viviana.

Cita:

Gómez, Stella Maris Viviana (2011). *Legitimación y propaganda real en el antiguo Súmer: análisis semiótico-comunicacional del Edicto de Urukagina. XIII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia de la Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Catamarca, Catamarca.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-071/25>

**XIII Jornadas Interescuelas Departamentos de Historia
Catamarca, 10, 11, 12 y 13 de agosto de 2011**

Número de la mesa: **4**

Título de la mesa: **El abordaje de la realeza en el Oriente Próximo antiguo:
fundamentos míticos y ritual conmemorativo**

Apellido y nombre de las/os coordinadores/as: **Marta Estela Juárez Arias –
María Silvana Catania**

Título de la ponencia: **“Legitimación y propaganda real en el antiguo Súmer:
análisis semiótico- comunicacional del Edicto de Urukagina”**

Apellido y nombre del/a autor/a: **Gómez, Stella Maris Viviana**

Pertenencia institucional: **Universidad Nacional del Sur**

Documento de identidad: **DNI 16998017**

Correo electrónico: **vivig@surlan.com.ar**

Autorización para publicar: **SI, autorizo la publicación de este trabajo**

El abordaje de la realeza mesopotámica permite reflexionar acerca de los distintos mecanismos de legitimación accionados por la monarquía oriental, ya que cualquier forma de poder necesita de cierto grado de consentimiento de sus subordinados para ser sólida y duradera. Asimismo, la noción de legitimidad vincula al poder con el mundo de las ideas y de los valores, que en conjunto constituyen el contenido ideológico de toda comunicación propagandística.

Por ende, es nuestra intención detenernos en el análisis de un antiguo Edicto Real atribuido a Urukagina¹ para rescatar y comprender el funcionamiento del engranaje propagandístico súmero, el cual postulamos se encontraba destinado a crear una identidad colectiva y a conseguir la conformidad, el asentimiento y la aceptación de la monarquía en el inconsciente colectivo de la audiencia receptora, sin olvidar lubricar las relaciones de poder y controlar el desorden generado por las desigualdades sociales existentes entre los súbditos.

Privilegiando la ideología del poder emisor y el contexto político y sociocultural que motivó la redacción y proclamación del Edicto, un análisis semiótico-comunicacional resultó el apropiado a los efectos de afrontar la problemática que surge

¹ La lectura del nombre del rey sigue siendo una cuestión muy debatida; entre las variantes sugeridas podemos destacar: UruKAGina, URUKAGina, Irikagina y Uruinimgina.

al intentar hablar de propaganda en la antigüedad: ¿es posible hallar el “explicans” del fenómeno en un pasado tan lejano? ¿prosperó este fenómeno comunicativo cuando la monarquía era la única forma de gobierno y no daba lugar a elección? ¿qué lógica justificó el esfuerzo de la realeza por codificar y difundir un repertorio persuasivo-manipulativo en aras de la aceptación política al ser los destinatarios mayoritariamente iletrados y sin posibilidades de expresión?

Problemáticas del Poder Real en Lagash a fines del dinástico temprano.

Hacia el 2350 a.C. el asentamiento urbano de Lagash, estaba gobernado por Urukagina, figura que se encuentra directamente asociada a un interesante Edicto Real cuyo texto se ha conservado en ocho inscripciones, halladas en Girsu -actual Tello- a fines del siglo XIX, que engloban una serie de medidas destinadas a ordenar la sociedad y a mejorar la calidad de vida de sus súbditos.

Para un correcto análisis del Edicto, optamos por desmenuzar el contenido del denominado *Ukg 5 (AO 3149)=Cono C*, ya que no sólo se trata de la inscripción más extensa y mejor conservada sino que además, gracias al asiriólogo y especialista en lengua sumeria M. Molina², contamos con la transliteración de la misma y paralelamente con una prolija traducción en nuestra lengua, todo lo cual juega a favor de una interpretación más rigurosa.

Una primera lectura del mismo nos permite conocer que Urukagina ocupó el trono por decisión de la deidad titular de Lagash: “*Ningirsu, héroe de Enlil, a Urukagina la realeza de Lagash le dio, (cuando) entre 36000 hombres su mano cogió*” (Molina, 1995, 72). Si bien esta cifra indudablemente apunta a resaltar su figura entre una gran multitud y a alentar la asociación del rey con lo sagrado en el imaginario colectivo -al ser el “elegido” del dios de Lagash para dirigir los destinos de la ciudad estado-, también habría sido utilizada para enmascarar el origen no real del rey ya que no es descendiente de la dinastía fundada por Ur-Nanshe. Sin embargo, creemos que no es prudente aseverar que Urukagina haya sido considerado un “usurpador” por sus contemporáneos, puesto que no hay indicio de que su ascenso al poder se produjera de manera violenta o traumática, a lo que se puede añadir que durante su primer año de

² Para la lectura de la transliteración y traducción del Edicto consultar: M. Molina: *Las Reformas de Urukagina*, citado en la bibliografía.

gobierno continuó con la tradición de llevar ofrendas al *Ki-a-nag*³, capilla funeraria destinada al culto de los antepasados de la dinastía de Lagash. Por lo tanto, la difundida afirmación de que Urukagina decidió proclamar este Edicto a fin de justificar la usurpación del trono se desvanece, lo cual parecería quedar confirmado si tenemos presente que el Edicto en cuestión fue proclamado recién en el año 5 de su reinado, cuando el *lugal* había logrado ser reconocido por Nippur y legitimado por Enlil, tal como se desprende de la expresión: “*Ningirsu es soberano ante Nippur*” (77), que va cerrando el Edicto⁴.

¿Cuáles fueron, entonces, los motivos que llevaron a Urukagina a idear, redactar y proclamar este Edicto? ¿Podemos aseverar que este rey personificó los intereses que identifican, desde una óptica comunicacional, a un Emisor propagandístico?

Las disposiciones o medidas⁵ tomadas por Urukagina reflejan una situación socioeconómica difícil para la mayoría de los súbditos del rey, consecuencia directa de opresión que implicaban los impuestos y las prestaciones obligatorias al Estado –de mano de obra civil y militar-, que conducían al endeudamiento progresivo, a la pérdida de la propiedad, a la pérdida de la libertad y, finalmente, a la desintegración familiar.

A esta realidad hay que sumar las inevitables adversidades, producto de fenómenos naturales de una climatología incierta, como las incontables crecidas de los ríos, las sequías abrasadoras y la salinización progresiva del suelo, desventuras a las que habría que agregar las frecuentes plagas de langosta, letales para una sociedad cuya base económica era fundamentalmente agrícola.

En tanto, fuera del ámbito familiar, el énfasis retórico parece estar puesto en las figuras del “*huérfano*” (76), “que incluían a los hijos ilegítimos no reconocidos” (Sanmartín, 2004, 78), y de la “*viuda*” (Molina, 1995, 76), “que había perdido al marido –por muerte o divorcio- y, además, carecía de hijos que la mantuvieran o suegros en cuya casa acogerse” (Sanmartín, 2004, 78). En ambos casos, los destinos más frecuentes resultaban ser la explotación laboral y sexual y/o la mendicidad.

³ Al respecto es interesante el estudio de KOBAYASHI, T., *The ki-a-nag of Enentarzi*, en: *Orient* 21, 1985, 10-30.

⁴ A lo dicho, para una mayor fundamentación, hay que añadir que luego de haber sido reconocido por Nippur, Urukagina tomó dos decisiones que demuestran que a nivel local su figura se encontraba robustecida: construyó su propio *Ki-a-nag*, además de reemplazar a Shulutula –el dios de la dinastía de Ur-Nanshe- por Ninshubur, como deidad personal.

⁵ Hablamos de disposiciones o medidas y no de “Reformas”, ya que como afirmara M. Liverani: “Hablar de “reformas” es inexacto, porque hace pensar en la introducción de nuevos mecanismos jurídicos o administrativos. El sentido del Edicto es restablecer el equilibrio alterado, y el remedio se presenta como una vuelta al pasado, punto de referencia óptimo... el tiempo en que las instituciones (más próximas a su fundación divina o regia) guardaban un orden correcto” (1995, 168).

Esta coyuntura afectaría sin lugar a dudas el estado de ánimo de los súbditos de Lagash, quienes vivenciarían su condición de manera pesimista, negativa, germinando así una noción de vida cimentada en el sacrificio, el sufrimiento y la inseguridad, con secuelas nocivas en la psicología colectiva.

Por otra parte, si bien no se encuentra explicitado en el texto del Edicto, tampoco escaparía a la atención real los constantes enfrentamientos limítrofes propios del protodinástico súmero, las guerras endémicas por la hegemonía y los peligros externos que asechaban su dominio, los cuales podían desencadenar la invasión, el saqueo, el quiebre absoluto de la autoridad y hasta la muerte. Al respecto, sumamente preocupante era el exitoso avance de Lugalzagessi de Umma sobre puntos neurálgicos del mapa mesopotámico y el intenso acoso que venía ejerciendo sobre Lagash- precisamente hacia el año 5 del reinado de Urukagina-, latiendo así la posibilidad del destronamiento y la usurpación.

En base a la problemática interna y externa expuesta, resulta comprensible que el *lugal* de Lagash decidiera en el año 5 de su reinado -cuando se hallaba ya distanciado de sus predecesores-, elaborar y difundir un discurso ideológico con la intencionalidad de legitimar su acción de gobierno y, fundamentalmente, reforzar su posición en el trono. Por ende, ¿estamos en condiciones de utilizar el vocablo propaganda para precisar la intencionalidad del Edicto?

Para contestar este interrogante, seguiremos a Pineda Cachero⁶, cuya tesis doctoral resultó vertebral para la realización de este trabajo⁷, puesto que en la misma ha sido identificada la pauta atemporal que unifica y explica rigurosamente la pluralidad de experiencias propagandísticas concretas en momentos y contextos muy diferentes: el Poder⁸, entendido como “recurso del que se dispone y, por lo tanto, de una concepción no-igualitaria: el poder implica alguien que lo tiene –es decir, que dispone del recurso-, y alguien que no” (Pineda Cachero, 2006, 81).

⁶ El Dr. Antonio Pineda Cachero se desempeña como docente e investigador en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Sevilla, constituyendo la propaganda su campo de interés científico. Actualmente es considerado uno de los más reconocidos especialistas del fenómeno propagandístico.

⁷ En la misma *Elementos para una Teoría Comunicacional de la Propaganda*, dirigida por Manuel Ángel Vázquez Medel y Adrián Huici Módenes, ha establecido los elementos esenciales de la comunicación propagandística, realizando para ello un encuadre conceptual de la propaganda en la moderna teoría de la comunicación.

⁸ El Poder, por su naturaleza, puede ser de tipo político, económico, religioso, cultural, etc. En sus orígenes, el término “propaganda” aparece indefectiblemente asociado al poder religioso –*De Propaganda Fide*-, aunque hacia el año 1622 dicha esfera es también sinónimo de poder político y económico.

El Poder, es reconocido por el especialista como fenómeno “transhistórico”, no determinado por la adscripción a un sistema político particular y tampoco sujeto a una situación social concreta, sino “presente en todas las manifestaciones del fenómeno propagandístico marcando el objetivo último del mismo que... no es sino la consecución, mantenimiento o refuerzo de una posición de poder” (80), de modo que “equivale y sintetiza la intención de los emisores de propaganda de todas las épocas y lugares” (80).

Igualmente importante e íntimamente vinculada a la esencia de la propaganda es la idea de Consenso⁹, puesto que como ha sido dicho, cualquier forma de poder necesita del consentimiento de sus subordinados para ser sólida y duradera; es sabido que “la represión hace menos que la adhesión, la violencia física y psicológica menos que la convicción del pensamiento que trae consigo la adhesión de la voluntad, la aceptación o incluso la “colaboración” de los dominados” (Godelier, 1980, 667).

Entonces, si el Poder es identificado como dispositivo universal generador de propaganda, hay que reconocer que la Ideología es el contenido codificado en el Mensaje¹⁰. De esta manera, “debido a unos determinados intereses las instancias de poder generan –o se sirven de- un determinado corpus ideológico basado en concepciones sobre el mundo y la sociedad” (Pineda Cachero, 2006, 217).

Así, avalados por la premisas comunicacionales asentadas por Pineda Cachero, resulta coherente afirmar que Urukagina, motivado por los desequilibrios sociales que ponían en peligro la estabilidad interna en sus dominios, y la inminente invasión de Lugalzagessi que constituía una verdadera amenaza para su gobierno, asumió el rol de Emisor de una serie de medidas que bajo el disfraz de establecer “*el destino de tiempos anteriores*” (Molina, 1995, 72) ocultaban una forma de manifestación comunicacional -no física- del poder, es decir, simbólica, un mensaje generado ante la necesidad que sentía el poder político de legitimarse y robustecerse, en síntesis, una clara intención propagandística creadora de consenso.

Análisis Semiótico-Comunicacional del Edicto de Urukagina.

⁹ La idea de consenso o consentimiento adquirió relevancia con: LIPPMANN, W., *Public Opinion*, New York, The Free Press, 1965 y BERNAYS, E., *Cristalizando la opinión pública*, Barcelona, Gestión, 2000, quienes hablaron de “fabricación de consenso” e “ingeniería del consenso” respectivamente.

¹⁰ Desde esta perspectiva resulta sencillo diferenciar propaganda de publicidad: “la “propaganda” tendría un contenido ideológico, y la “publicidad” un contenido comercial. La propaganda hablaría de ideas y valores, mientras que la publicidad vendería productos y servicios adquiribles en un mercado.” (Pineda Cachero, 2006, 194).

Identificada la problemática socioeconómica y política que afligió a Urukagina y, derivada de su concientización, la necesidad que siente el “poder” de mantenerse y reafirmarse en el trono de Lagash, resta ahora la posibilidad de concretar un análisis semiótico-comunicacional del mensaje codificado en el Edicto.

Surge entonces, otro interrogante: ¿al diseccionar esta disposición real se reconocen los diferentes niveles estructurales que se articulan en toda relación comunicativa propagandística?

a) Estructura comunicacional del mensaje propagandístico.

Sería la capa más profunda del mensaje. En ella se evidencia la relación entre dos componentes específicos de la propaganda: el Emisor y el Receptor, conexión que se efectúa bajo la “dirección” y según los “intereses de poder” del primero.

El Emisor es el polo generador del fenómeno propagandístico, cuya intención comunicativa es el control de la conciencia del Receptor, puesto que la lógica del poder en la esfera comunicacional “consiste simplemente en hacer que el Receptor piense como el Emisor, para así llevar a cabo las intenciones del segundo” (Pineda Cachero, 2006, 171), cimentándose para ello en la idea de la maleabilidad de la mente del Receptor.

El control de la conciencia receptora se efectúa insertando en la mente de la audiencia una determinada representación de la realidad, fundamentalmente mediante apelaciones a la emoción¹¹, que se traducirán seguidamente en una conducta favorable y que satisface los intereses del Poder.

Deteniéndonos seguidamente en el Edicto, advertimos como Urukagina, adopta el rol de Emisor y elabora un discurso ideológico destinado a reforzar su poder, que al estar estructurado sobre una matriz semiótica dicotómica, podemos calificar de “propaganda de reacción”.

Desmenuzando el núcleo del mensaje notamos como el *lugal* de Lagash contrapone dos momentos históricos bien diferenciados: uno que refleja la obra de gobierno de los dinastas predecesores y otro que corresponde a su reinado. La primera etapa está connotada de manera negativa, caracterizada por irregularidades y abusos desmedidos cometidos por el Palacio y sus funcionarios contra el Templo y la población

¹¹ La importancia de apelar sobre todo a la emoción se esclarece con la siguiente cita de Balandier: “Un poder establecido únicamente a partir de la fuerza, o sobre la violencia no domesticada, padecería una existencia constantemente amenazada; a su vez un poder expuesto a la única luz de la razón no merecería demasiada credibilidad. El objetivo del poder es el de no mantenerse ni gracias a la dominación brutal ni basándose en la sola justificación racional” (1994, 18).

de Lagash, en general, y explotación por parte de ciertos estamentos del Templo contra los más débiles de la escala social, en particular, situación que parece resumir en la frase: “*Las normas de los tiempos anteriores eran estas*” (Molina, 1995, 72), con la que cierra este primer momento. La segunda etapa contrasta fuertemente con la anterior, es decir, está connotada de forma positiva, distinguiéndose por la corrección de dichas irregularidades, abusos y explotación por parte del Emisor de las medidas, con la intención de restaurar justamente el orden perdido en la organización estatal; “*el destino de tiempos anteriores estableció, las órdenes que su señor Ningirsu le había dado comprendió*” (72) es la frase elegida para abrir este segundo momento.

En efecto, mediante la articulación de esta lógica antitética, Urukagina pone en marcha una estrategia de comunicación ideológica subordinada a sus intereses de poder: 1) deja en un olvido voluntario los cinco primeros años de su reinado, durante los cuales parece haber mantenido “buenas relaciones con la memoria de sus predecesores y con el estamento religioso” (Molina, 2000, 46); 2) expresa y enfatiza información negativa sobre sus antecesores en el trono con la intención de posteriormente dar lugar a una “reacción”; 3) dicha reacción es sintetizada en un conjunto de medidas avaladas por la divinidad tutelar de Lagash que, sin diluir la asimetría propia de la relación rey-súbditos y las desigualdades de la pirámide social, impactarían en los patrones cognitivos de los receptores por su proclama positiva.

Por lo tanto, lo expuesto en la narrativa pone de relieve el papel primordial que tienen los intereses del Emisor en la elaboración del mensaje e indica una relación propagandística que debe ser apreciada como fenómeno persuasivo y, fundamentalmente, manipulativo.

b) Estructura formal del mensaje propagandístico.

La conexión semántica Propagado y Propagandema es la médula de esta capa del mensaje, que descansando sobre el nivel anterior, se encuentra condicionada por el mismo.

El Propagado sería “la representación comunicacional de los intereses de poder del emisor propagandista empírico; intereses que son la matriz generadora de todo el proceso de la comunicación” (Pineda Cachero, 2006, 243). Es decir, el Propagado sintetiza todo lo concerniente a los intereses del Emisor.

El Propagandema puede definirse como “la unidad semántica mediante la cual el Emisor puede vincularse al Receptor. Es la suma de los intereses del primero y las necesidades del segundo –en beneficio, obviamente, del primero–”(255). Es decir, el

Propagandema implica la forma de presentar los intereses de poder ante el receptor, en términos que se consideran eficaces.

Ahora bien. ¿Cómo se efectúa el enlace entre estos dos componentes en el texto de Urukagina, al que hemos caratulado como propaganda de reacción?

Ha sido dicho que los intereses de Poder del rey de Lagash, apuntan a conseguir un consenso que reconfirme su legitimación como buen gobernante, con capacidades que lo distinguen del resto de los mortales, y simultáneamente, mantener y reforzar su autoridad para que su permanencia en el trono estuviera asegurada –en el plano interno- y respaldada –ante el inminente peligro externo que representaba Lugalzagessi y su afán de concretar el dominio de gran parte de la cuenca mesopotámica-.

Dichos intereses (Propagado) se encuentran latiendo enmascarados en cada una de las medidas, tanto en las son relatadas punto por punto y en una correspondencia casi absoluta con las irregularidades y abusos a corregir¹², como en aquellas que suponen ciertas disposiciones que no encuentran justificación en la premisa de restaurar el orden perdido pero sí en la necesidad de contar con el apoyo de todo tipo de hombres que enriquecieran en número al ejército de Lagash, para defender el modelo político dirigido por Urukagina -ciudad estado- en caso de una posible invasión de sus dominios: “*A los ciudadanos de Lagash: al que estaba endeudado, al que había establecido una medida –gur (falsa), al que había llenado (inapropiadamente una medida –gur con) cebada, al ladrón (y) al asesino, su prisión él la ha limpiado (de ellos); su libertad él ha dispuesto*” (Molina, 1995, 76). Aquí, el vocablo “ciudadanos” adquiere una connotación especial ya que estaría fortaleciendo el sentimiento de pertenencia al tipo de formación estatal que el Emisor desea seguir conduciendo.

Pero además, el Propagado necesita una fuerte carga semántica para generar la aceptación acrítica del mensaje ocultamente codificado en el mismo, sin solicitar respuestas reflexivas de parte del Receptor. Debido a ello surge el engarce con el Propagandema que el Emisor realiza previa indagación de las llamadas, en materia comunicacional, Condiciones de Recepción, que aluden “a las predisposiciones actitudinales y a los elementos de contenido que se imputan a los receptores de la propaganda por parte del emisor de la misma, y en función de los cuales va a formularse un propagandema” (Pineda Cachero, 2006, 279-280); es decir, suponen una reserva de

¹² Las distintas medidas decretadas por Urukagina no serán aquí analizadas y tampoco citadas, ya que nuestro interés es realizar un enfoque semiótico-comunicacional. Para conocer la correspondencia entre irregularidades/abusos y medidas, consultar el cuadro comparativo elaborado por Manuel Molina, que aparece en sus dos publicaciones citadas en la bibliografía.

elementos cognitivos, afectivos y conductuales -positivos y negativos- de la audiencia receptora, tenidas en cuenta por el Poder para elaborar el mensaje persuasivo-manipulativo de forma perfecta y llevar a cabo su intención¹³.

Para la mentalidad mesopotámica, el orden era concebido como la puesta en marcha de un plan divino¹⁴ y “lo peculiar, en este caso, es que el orden trasciende al ámbito moral para convertirse en una categoría ontológica: es el ser en contraposición a lo que no es, el caos” (Sanmartin, 1999, 37); por ende, “la ruina económica, la descalificación social, el dolor, la enfermedad y la muerte a destiempo –máximas expresiones de lo que nosotros llamaríamos desorden-... no son desórdenes ontológicos, sino –en una suma expresión de coherencia metafísica- manifestaciones exquisitas del orden: son síntomas de una rotura puramente episódica del orden” (37-38), y una de las causas más frecuentes de este tipo de desajuste era la negligencia humana, que al romper la continuidad de las normas primigenias daba lugar a la injusticia.

Ante esta especial concepción del mundo y la sociedad, resulta entendible que la conexión entre Propagado y Propagandema en la obra de Urukagina se efectúe a través de dos conceptos claves y siempre presentes en la conciencia colectiva mesopotámica: “libertad” y “justicia”, que son presentados como absolutos inspiradores de las medidas del Edicto, reforzados por la “elección divina” del soberano y su “misión” de cumplir las órdenes de Ningirsu, y además, enmarcados por la faceta “piadosa” del Emisor que abre y cierra la composición¹⁵.

Para finalizar el análisis de este segmento, podemos advertir que la propaganda de reacción queda plasmada también aquí mediante un doble juego estructural destinado a causar un dicotómico impacto emocional: 1) entre un Propagado negativo, contenido en los abusos y las irregularidades cometidas y permitidas por los predecesores de Urukagina en el trono, que produce antipatía por estos dinastas transgresores de los

¹³ Al respecto, Huici Módenes afirma: “la propaganda... no ha dejado de bucear en los intersticios más profundos de la motivación humana para determinar cuáles son los deseos, tendencias o fobias que hacen que un individuo se paralice o actúe, según las circunstancias” (1996, 22). Es imprescindible además aclarar en este punto, que “el propagandista no acude a la matriz de CR (condiciones de recepción) para conocer mejor al receptor y entablar con él una relación dialógica, sino para conocer mejor al Receptor y dominarlo” (Pineda Cachero, 2006, 298).

¹⁴ Al respecto se sugiere la lectura del mito conocido como *Enki y el orden del mundo*, una de las composiciones súmeras mejor conservadas, publicado en la obra de Kramer y Maier citada en la bibliografía.

¹⁵ Al comienzo del Edicto, Urukagina deja asentado que llevó a cabo una serie de construcciones en honor a las principales deidades de Lagash: para Ningirsu el palacio Tira’ash, el Antasura y los muros de Girsu; para Baba, un templo y el Bursag; y para Nanshe, el canal que fluye hasta Nina. Hacia el final del texto, el rey retoma el tema de sus deberes piadosos y resalta la construcción del canal denominado “Ningirsu es soberano en Nippur” dedicado al dios titular de la ciudad estado.

límites primigenios, y un Propagado positivo, resumido en las medidas del nuevo poder real que, disfrazando las intenciones motivadoras del mensaje, engendra simpatía por el legislador que con “equidad” corrige el orden quebrantado; 2) entre un Propagandema negativo, que genera malestar al estar vinculado a la opresión y la injusticia de los tiempos anteriores al advenimiento de Urukagina, y un Propagandema positivo, que genera alivio ante la promesa de libertad y justicia para los ciudadanos de Lagash.

c) Estructura superficial del mensaje propagandístico.

En este nivel de análisis asoman los Elementos Estéticos Expresivos, aspectos perceptibles del mensaje comunicacional, que aluden “al material empírico de la comunicación propagandística y al modo de uso empírico de los recursos de la comunicación” (Pineda Cachero, 2006, 309). Es decir, todos aquellos elementos relacionados con el soporte, canal o medio de comunicación del mensaje propagandístico, que pueden estar influidos por las Condiciones de Recepción para dotar a los Propagandemas de una cualidad atrayente para el Receptor y que facilite la decodificación¹⁶.

Hay que especificar que el Edicto fue acuñado en varios y diferentes tipos de soportes: siete conos –dos aún inéditos- y una placa oval de arcilla¹⁷, que totalizan hasta el momento ocho versiones del mismo. Con respecto a los conos, su ubicación es aún discutida, y en el caso especial del *Ukg 5 (AO 3149)=Cono C* que estamos analizando, es claro que su función no era la de depósito fundacional debido a sus particularidades: mide 28 cm de alto y 16 cm de base, está hecho a mano con la técnica de anillo, presenta pequeñas perforaciones en la punta y una gran abertura en la base y su lectura es descendente (Molina, 2000, 47). En tanto, el destino de la placa probablemente pudo haber sido la puerta del templo de Ningirsu, lugar de visualización permanente a través de sucesivas generaciones.

No obstante, es cierto que la mayor parte de la población era iletrada de modo que no podía ser conmovida mediante la lectura de figuras retóricas; pero no debemos

¹⁶ Es interesante recordar que en todo proceso comunicacional resulta imperioso eliminar cualquier tipo de “ruido” o “interferencia” a los efectos de aumentar la fidelidad de la comunicación. Dicho concepto ha sido definido por David Berlo como: “factores que pueden reducir la efectividad” en cada uno de los componentes de la comunicación (1984, 24). Es por ello que Umberto Eco remarca la necesidad de complicar el “código”, es decir, hacerlo más rico, redundante, para asegurar así su decodificación por los interpretantes (1988, 76).

¹⁷ Actualmente en el Museo del Louvre, las siete inscripciones contenidas en conos han sido catalogadas de la siguiente manera: *Ukg 1 (MNB 1390, Girsu)=Cono A*; *Ukg 2 (AO 12181, Grisú)=Cono Aa*; *Ukg 3 (AO 12782)=Cono Ab*; *Ukg 4 (AO 3278, Girsu)=Cono B*; *Ukg 5 (AO 3149, Girsu)=Cono C*; *Ukg 60 (CTS 5)=inédito* y *Ukg 62 (IM 5642)= inédito*. La inscripción sobre la placa oval, en el Museo de Estambul, está catalogada: *Ukg 6 (ESEM 1717, Girsu)*.

obviar los ecos de la oralidad que agilizarían la difusión del mensaje propagandístico real tanto dentro de la ciudad estado como hacia el exterior de la misma, constituyendo “la puerta de la ciudad” uno de los principales focos de transmisión, al ser el punto de encuentro de caravaneros extranjeros y mercaderes de Lagash, realizándose aquí diariamente numerosas transacciones económicas. Además, la importancia de la puerta de la ciudad como centro de reunión, y por ende de propagación del mensaje propagandístico real, puede inferirse de la lectura del Edicto acuñado sobre la mencionada placa oval publicada por S. Kramer. En la misma, Urukagina declaraba que todos aquellos objetos extraviados o robados que fueran hallados debían ser “*colgados en la gran puerta de la ciudad (donde podían ser reclamados por su legítimo dueño)*” (1963, 322).

Sumado a lo anterior, no debemos pasar por alto el impacto emocional, visual y auditivo que provocaría entre los súbditos el anuncio y la puesta en práctica de las disposiciones de Urukagina. Una fuente posterior, que data del período paleobabilónico¹⁸, nos auxilia en la reconstrucción somera del proceso: 1) se encendían antorchas para avisar a los habitantes de Lagash que iba a tener lugar una proclama real; 2) eran entregadas copias del Edicto a los funcionarios encargados de su aplicación; 3) se reunían las tablillas en poder de los acreedores para su posterior destrucción. A estos pasos, es posible agregar un 4) el cumplimiento de la amnistía para todos los reclusos y la liberación de esclavos por deudas.

Creemos que el desarrollo de este proceso no pasaría desapercibido a los ojos de la sociedad y causaría gran conmoción, independientemente de que la audiencia fuera letrada o iletrada. El encendido de antorchas generaba un clima de purificación en la ciudad estado¹⁹, que se transformaba en el “escenario” donde iba a tener lugar un “acto de justicia”: la restitución del equilibrio natural, primigenio, del orden social. Por su parte, la reunión y destrucción de las tablillas, ya sea rompiéndolas o simplemente sumergiéndolas en agua, sería la manifestación más perceptible de la “propaganda de reacción”, además de un espectáculo sumamente movilizador. Por último, la apertura de la prisión, el abandono de las moradas donde se cumplía la esclavitud por deudas y el reencuentro familiar añadiría al panorama un toque bullicioso y emotivo, puesto que

¹⁸ Se trata de un texto que recoge la petición de un habitante de Sippar al rey de Babilonia, publicado por J.N.Postgate (1999, 239-240).

¹⁹ Para el tema de la purificación de la ciudad de Lagash es interesante la consulta de los Cilindros A y B de Gudea, publicados por LARA PEINADO, F, *Himno al Templo Eninnu*, Madrid, Trotta, 1996.

para la mentalidad colectiva implicaba el retorno al orden correcto de la creación – testimoniado y difundido a través del mito- y la esperanza de un futuro mejor.

Así, en esta especie de “cuadro ceremonial”, estratégica puesta en escena del mensaje propagandístico, la imagen del Poder, plasmando una atmósfera favorable y ensalsando su rol de intermediario entre los planos humano y sobrenatural, conseguiría robustecerse y reafirmar su legitimación, logrando fomentar el conformismo y a su vez la esperanza, asegurando así la convivencia y la adhesión de los súbditos, tan necesarios en aquellos convulsionados tiempos.

A modo de conclusión.

A través del análisis semiótico-comunicacional del Edicto de Urukagina podemos reconocer en el antiguo Súmer la existencia de un fenómeno que puede ser catalogado como “propaganda de reacción”, independientemente de que entonces existiera esta forma de denominarlo²⁰.

Dicha manifestación comunicativa fue generada por el Poder, es decir, por el *lugal* de Lagash recién en el año 5 de su reinado, con el objetivo de mantener y reforzar su autoridad ante un contexto interno y fundamentalmente externo espinoso; de modo que hablar de propaganda sólo si existiese la posibilidad de elección por parte de los receptores, olvidando la importancia del consenso a la hora de dilucidar la esencia de la misma, no sería un argumento válido para negar la presencia de este fenómeno en la antigüedad.

El proceso de elaboración y emisión del mensaje propagandístico destaca la preeminencia del Emisor –Urukagina- en la relación comunicacional con el Receptor - los súbditos de Lagash-: bajo la “dirección” y según los “intereses” del primero fueron articuladas una serie de medidas para restaurar temporalmente la equidad pero no destinadas a solucionar los problemas estructurales de fondo que generaban los desequilibrios. Por lo tanto, los estudios sobre las audiencias decodificadoras resultan significativos pero no imprescindibles para confirmar la existencia de este mecanismo persuasivo-manipulativo dirigido a reafirmar la institución monárquica como única y

²⁰ Según Pizarroso Quintero, “... si el nombre con el que denominamos al fenómeno surge en la Edad Moderna, no podemos pensar por todo ello que la propaganda política no existía antes. Desde que en la historia de la humanidad aparecen religiones organizadas y primitivas formas de estado, podemos hablar de propaganda... Así pues no cabe duda de que también podemos hablar de propaganda en la Antigüedad y en la Edad Media...” (1999, 165).

necesaria institución de poder para un ordenamiento armónico de la antigua ciudad estado.

La renovación radical expresada mediante el restablecimiento efectivo de la equidad y la apertura de un nuevo ciclo histórico que comienza con la aplicación de las medidas en la comunidad de Lagash, adquieren las características de un verdadero “ceremonial” que traduce en imágenes lo redactado en la composición y conexas intencionalmente a la realeza con su sustrato mítico, cargándola de sacralidad. Esta dimensión simbólica y emocional del mensaje propagandístico facilitaría a Urukagina engendrar en los súbditos receptores –reconocidos por el rey como “*los ciudadanos de Lagash*”- un sentimiento de identidad y de pertenencia a la formación estatal que desea continuar dirigiendo y preservar como modelo político, en oposición al proyecto centralista de Lugalzagessi.

BERLO, D., *El Proceso de la Comunicación. Introducción a la Teoría y a la Práctica*, Buenos Aires, El Ateneo, 1984.

BROWN, J.A., *Técnicas de Persuasión*, Madrid, Alianza, 1991.

COOPER, J., *Reconstructing history from ancient inscriptions: the Lagash-Umma border conflict*, en: *Sources from the Ancient Near East*, Vol. 2, Fasc I, Malibu, 1983.

DE BERNARDI, C., *Entre los dioses y los hombres: una mirada crítica a la Justicia en la Mesopotamia sumero-acadia*, en: *Clarooscuro*, Nº 2, 2002, 161-184.

DE BERNARDI, C., *La Dimensión Emocional de los Procesos Colectivos en las Fuentes Textuales de Mesopotamia Antigua. Posibilidad de un Rescate Historiográfico*, en: *Estudios de Asia y África* 119, Vol. XXXVII, Nº3, 2002, 419-438.

DOMENACH, J.M., *La Propagande Politique*, Paris, Puf, 1979.

ECO, U., *Los Límites de la Interpretación*, Milán, Lumen, 1992.

ECO, U., *Tratado de Semiótica General*, Barcelona, Lumen, 1988.

FLOCH, J.M., *Semiótica, Marketing y Comunicación. Bajo los Signos las Estrategias*, Barcelona, paidós, 1991.

FOXVOG, D., *A New Lagash Text Bearing on Urukagina's Reforms*, en: *Journal of Cuneiform Studies*, Vol. 46, 1994, 11-15.

GODELIER, M., *Procesos de la Constitución, la Diversidad y las Bases del Estado*, en: *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, XXXII, Nº 4, 1980, 667-682.

- HERREROS ARCONADA, M., *Teoría y Técnica de la Propaganda Electoral (formas publicitarias)*, Barcelona, PPU, 1989.
- HIUCI MÓDENES, A., *Estrategias de la Persuasión. Mito y propaganda política*, Sevilla, Alfar, 1996.
- KRAMER, S., *La historia empieza en Súmer*, Barcelona, Ayma, 1978.
- KRAMER, S., *The Sumerians. Their history, culture and Carácter*, Chicago, University Chicago Press, 1963.
- KRAMER, S.-MAIER, J., *Myths of Enki, the crafty god*, New York, Oxford University Press, 1989.
- LAMBERT, M., *La guerre entre Urukagina et Lugalzaggesi*, en: *Revista degli Studi Orientali*, Vol. XLI, Fasc.I, 1966, 29-66.
- LARA PEINADO, F., *Los Primeros Códigos de la Humanidad*. Madrid, Tecnos, 1994.
- LIVERANI, M., *El Antiguo Oriente. Historia, Sociedad y Economía*, Barcelona, Crítica, 1995.
- LIVERANI, M., *Relaciones Internacionales en el Próximo Oriente Antiguo, 1600-1100 a.C.*, Barcelona, Bellaterra Arqueología, 2003.
- MOLINA, M., *La Ley más Antigua. Textos Legales Sumerios*, Barcelona, Trotta, 2000.
- MOLINA, M., *Las "Reformas" de Urukagina, Antigüedad y Cristianismo, Monografías Históricas sobre la Antigüedad Tardía*, Nº 12, 1995.
- PINEDA CACHERO, A., *Elementos para una Teoría Comunicacional de la Propaganda*, Sevilla, Alfar, 2006.
- PIZZARROSO QUINTERO, A., *La Historia de la Propaganda: Una Aproximación Metodológica*, en: *Historia y Comunicación Social*, Nº 4, 1999, 145-171.
- POSTGATE, J.N., *Mesopotamia Arcaica. Sociedad y economía en el amanecer de la historia*, Madrid, Akal, 1999.
- REARDON, K. K., *La Persuasión en la Comunicación. Teoría y Contexto*, Barcelona, Paidós, 1991.
- RODRIGUEZ CARBALLEIRA, A., *El Lavado de Cerebro. Psicología de la Persuasión Coercitiva*, Barcelona, Bixareu Universitaria, 1992.
- SANMARTIN, J., *Códigos Legales de Tradición Babilónica*, Barcelona, Trotta, 1999.

SANMARTIN, J.-SERRANO, J., *Historia Antigua del Próximo Oriente, Mesopotamia y Egipto*. Madrid, Akal, 2004.