

Medio	LA SEGUNDA
Fecha	13/07/2016
Mención	La nueva arremetida de los profesores de Historia contra Baradit. Habla María Soledad Zárate, académica Facultad de Filosofía y Humanidades UAH.



El autor lanza “Historia secreta de Chile II” y vuelve a ser refutado por la web Red Seca.

Por Juan Carlos Ramírez F.

La semana pasada, los mismos cuatro historiadores que cuestionaron la obra de Baradit en mayo pasado volvieron a atacarlo. Con el título “Mercado, divulgación e historiografía”, Andrés Baeza, Marcelo Casals, Andrés Estefane, Luis Thielemann explican que sus argumentos fueron escasamente entendida”, responden las declaraciones del escritor, acusan los mecanismos de mercado del best seller y aseguran que quienes lo defendieron en los medios aparte de no tener argumentos, eran “amigos personales del autor”.

Consultado al respecto, Baradit dijo vía e-mail: “Ni siquiera la leí (la columna). Creo que ya pasó”. Aquí, otros cinco académicos entran en la arena.

“Objeto de consumo desechable”

María Soledad Zárate (U. Alberto Hurtado): “Lo que hace Baradit es construir relatos en base un par de notas, con escaso interés de poner a prueba lo que sostiene o de presentar evidencias de lo que señala. Su primer interés es atraer a una audiencia transversal y entretener. Y su primer recurso para lograrlo es sostener que escribe sobre la historia secreta de Chile. ¿Quién no quiere leer sobre secretos y conspiraciones? Pero no es lo mismo contar historias, que investigar y producir conocimiento histórico. Las crónicas como la de Baradit tienen por objeto el consumo inmediato y desechable pero no se proponen construir conocimiento responsable y verificable. Y la audiencia que lo sigue tampoco está interesada en que sus crónicas persigan esos objetivos. Este debate público ha revelado posiciones encontradas sobre el papel de los historiadores profesionales. No estamos de acuerdo sobre cuáles serían las mejores estrategias para poner a disposición de un público mayor los resultados de distintas investigaciones históricas sobre la vida cotidiana, sexual, el deporte, la televisión o el machismo en Chile. Pero tampoco que los de Baradit sean la mejor alternativa”.



“Baradit hace creer al lector que es «historia»”

Manuel Loyola (Usach): “El problema es que confunde o hace creer al lector que lo que está consultando es «historia». Y esto, si bien podría herir la dignidad de la propia disciplina, es aún más lamentable para el ciudadano corriente al tomar por cierto lo



engañoso. Si bien la comunicación de la historia debe adecuarse a todo tipo de audiencias, eso no quiere decir que se eche mano a cualquier paparrucha. Frente al discurso tergiver-

sador del mercado (con tal de vender se inventa lo que sea), los historiadores profesionales y la academia no han tenido interés en ofrecer alternativas serias aunque adecuadas a la divulgación de masas. Tal vez si lo mejor de la polémica última en torno a Baradit sea la evidencia de que los historiadores y otros científicos sociales generen y sustenten iniciativas mediáticas que en alguna medida neutralicen las falacias comerciales e ideológicas, aunque bien sabemos que estas siempre van a existir”.

“La trampa del antiacademicismo”

Joaquín Fernández Abara (Finis Terrae): “Ente quienes exigen a la academia impacto y resultados espectaculares prima una visión algo infantil sobre cómo se genera el conocimiento. La trampa del antiacademicismo y la crítica a la profesionalización de la historia como disciplina terminan escondiendo una lógica oligárquica y entregada al mercado del conocimiento. Allí, la historia solo podría ser cultivada por quienes puedan hacerlo por disponer de medios para hacerlo o generen ventas masivas. ¿Cuál sería la historia oficial actual si tenemos en cuenta que los planes de estudio contrastan la pluralidad de miradas que pueden existir sobre un fenómeno histórico y la existencia de diversas corrientes historiográficas?”.



“No limitarse a opinar en la TV”

Claudio Robles (Adolfo Ibáñez): “El primer desafío que tienen los historiadores y profesores de Historia es establecer sus términos. Es decir, situar y definir los problemas relevantes para la relación entre la disciplina y la sociedad. Esto implica, discutir sobre la rigurosidad, la implicancia crítica, la capacidad educativa y de interpelación de la disciplina y sus cultores. Pero también sobre su relación con la industria cultural productora de divulgación histórica. Un ejemplo de esto último es la participación de los historiadores en los programas de televisión, que no debiera limitarse a la asistencia eventual para meramente opinar sobre ciertos temas (como en «Cultura Verdadera» de La Red), sino producir contenidos, conocimientos y debate”.



“La siempre vendible conspiración”

Gabriel Cid (UDP): “La estrategia utilizada es bastante efectista, porque apelar al tabú del ‘secreto’ siempre es redituable, en términos publicitarios. En rigor, la estrategia narrativa queda atrapada en una doble falacia. Por una parte, construir un falso antagonista

—la ‘historia oficial’— que habría silenciado



hechos y maquillado procesos para el beneficio de los poderosos de siempre; y que él vendría tanto a sacarlos del olvido como a contar la cara oculta del pasado nacional. Ninguna de las dos cosas sucede, de hecho, porque cualquiera de los hechos de ambos volúmenes es de sobra conocido, algunos desde el siglo XIX. En el fondo, todo se reduce a una estrategia de marketing, a una nueva versión de la siempre vendible teoría de la conspiración, aunque insípida”.