

# Desinformación y lógicas mediáticas en la era del capitalismo de plataformas

FRANCISCO SIERRA CABALLERO \*

Catedrático de Teoría de la Comunicación.

Director de la sección de Comunicación y Cultura de la FIM



En uno de los numerosos foros sindicales con profesionales del periodismo, un participante, muy crítico con lo que allí expuse, llegó a interpelarme que los estudiosos del campo comunicológico andábamos en las nubes. La expresión, lejos de resultar ofensiva, se me antojó de lo más pertinente, considerando que, en efecto, la comunicología está y debe continuar observando desde la nube. Pues no es sino la crítica y el razonamiento lo que nos permite comprender las complejas transformaciones que vivimos y las posibles alternativas de un nuevo modo de producción y organización de la esfera mediática en la era digital. Más aún cuando la mediación informativa afronta nuevas lógicas de enunciación, un nuevo modo de captación y proyección social de la experiencia que trasciende la división del trabajo y el modelo de producción masiva en el origen de la extensión de las industrias culturales. El cambio de paradigma que vivimos plantea, sin duda, retos estructurales en la *política de representación*, empezando por la propia crisis de la mediación social con la proliferación de formas hiperreales, manipuladas y desinformativas que instalan en el centro del espacio público la norma de la posverdad.

La inflación informativa por la dinámica del nuevo capitalismo inmaterial ha alterado a tal punto las condiciones de control y difusión del acontecer social que los modos de hacer y pensar el oficio han implosionado, cuestionando las jerarquías y modelos de reproducción que históricamente habían venido definiendo el modelo de mediación de la modernidad. Así por ejemplo, como advierte Ramonet, la información se está volviendo un *work in progress*, un material en constante evolución, una especie de conversación, un proceso dinámico de búsqueda de la verdad, más que un producto terminado. La desmaterialización

---

\* [www.franciscosierracaballero.net](http://www.franciscosierracaballero.net)

de los soportes y la propia inercia de la *destrucción creativa* del capitalismo han hipotecado, como resultado, la actividad periodística (*in clouding*) deconstruyendo paulatinamente la función representacional del periodismo. Por ello, hoy más que nunca, conviene describir con precisión el actual escenario de conflictos e intereses, de creencias y filosofías periclitadas que entran en crisis con la revolución digital, a fin de definir una agenda común para la acción de un **Periodismo Real Ya**, aquí y ahora, que supere la abundancia de la redundante sobrecarga de información dominante. Frente a la tónica o narrativa de reciclaje y bajo coste en la producción de noticias, ahora incluso originadas por la inteligencia artificial, proyectar una nueva *mediación antiestratégica* que haga posible la utopía comunicacional del periodismo como contrapoder se antoja por lo mismo urgente, pero muchos profesionales siguen anclados en un imaginario de la profesión sin consistencia y capacidad de respuesta ante la dinámica de la posverdad y la cultura Twitter. Un imaginario decimonónico y nociones de la libertad de expresión incongruentes que ponen el señalamiento en casos episódicos mientras se elude pensar el dominio económico del capital financiero o la censura institucional de medios, como en la guerra de Ucrania.



16

En otras palabras, del mismo modo que, en su momento, como criticara Balzac, se experimentó un proceso de cambio de la prensa de opinión y literaria a los periódicos de empresa y grandes grupos editoriales, en las últimas décadas se ha venido produciendo una tensa dialéctica de concentración y abundancia de información que pone en crisis la profesión periodística por la intensiva lógica extendida de colonización del capital, resultando que del generalizador sublime, del profeta, del pastor de ideas que fuera antes, del publicista (que era el profesional de la información) no queda ya más que un hombre ocupado de los despojos de la actualidad y a merced de los grandes intereses creados. En esta deriva, los mitos de la imparcialidad e independencia de la prensa han sido denegados por una praxis que dista mucho de aproximarse a los valores originarios defendidos. Prueba evidente de ello es el conformismo institucionalizado de la profesión mientras asiste perpleja a los cambios y demandas de un entorno desequilibrado y amenazante, al grado de producirse una crisis radical de confianza y de sostenibilidad económica que no solo atañe a la interrelación de las presiones políticas y económicas, sino, más allá aún, afectan, además, a la razón de ser de la función de intermediación ante los avances de la convergencia tecnológica y las nuevas prácticas autónomas de los *prosumidores* en la llamada democracia 4.0. En respuesta a este cambio de ciclo y de modelo de negocio, el sector no ha hecho sino incidir en algunos de los procesos que están en el origen de la actual crisis de representación y que, de facto, explica la actual deriva de las llamadas falsas noticias y la posverdad en el periodismo, ya iniciado con la prensa amarilla en la era Hearst.

La mercantilización a ultranza y la salida a bolsa de los grupos multimedia han significado, particularmente desde la década de los ochenta, una huida

hacia adelante que, en la práctica, está terminando por horadar las bases materiales y el sentido mismo de la acción informativa. Por ello la crisis irreversible de medios de referencia como *El País* no es tanto resultado de la gestión de directores como Antonio Caño o el malévolo consejero delegado como de ética y política, del virtuosismo de la mediación. Existe, en fin, una solución de continuidad histórica en la trama de mediación del capital con, por ejemplo, las actuales estrategias de cercamiento de la izquierda real y el discurso contrarreformista o de restauración conservadora, en España, la Unión Europea y la mayoría de países de la OCDE. De Estados Unidos a nuestro entorno comunitario se constata, en efecto, que el sistema de medios *mainstream* viene sosteniendo, con el acriticismo de los tertulianos de turno, la fábula de la libertad de prensa, políticas editoriales que desacreditan la función pública de la función social informativa. Véase por ejemplo las últimas elecciones presidenciales en Francia o, en la actualidad, la cobertura de los chalecos amarillos y las huelgas que enfrenta el Gobierno de Macron. En otras palabras, la era *infowars* podríamos decir que no empieza con las redes sociales. El neobarroco de esta cultura de la simulación inicia con el imperio de la televisión y JFK y alcanza su clímax con Ronald Reagan, un presidente, como Trump, en la práctica incompetente pero mediáticamente proyectado como líder político por el sistema catódico en un programa semanal patrocinado por General Electric. De estos casos a la construcción de Macron como estadista hay un paso. Y es desde este marco desde donde hay que entender la imposición de la cultura *fake news*. Una lógica que prolifera por la concentración informativa, la expansión mercantil de los medios sensacionalistas y la falta de criticismo de las audiencias, dado el decreciente nivel de lectura y la falta de conciencia política del contexto histórico sobre el que el acontecer diario de las noticias se reproduce a partir de los gabinetes de comunicación y la privatización de la esfera pública, tal y como bien ha explicado el filósofo alemán Jürgen Habermas. En este escenario, el mito, como ha demostrado Noam Chomsky, de los grandes medios como guardianes de la libertad constituye, por lo mismo, un relato sin fundamento, salvo en algunos países, no precisamente Estados Unidos, como, por ejemplo, Venezuela o Ecuador, donde los medios operan como el partido de oposición al servicio del poder económico. Pero para nuestra prensa el populismo de Trump y la izquierda bolivariana vienen siendo lo mismo en cuestiones de libertad de expresión. Paradojas de la inconsistencia periodística cuando se comprueba que el ruido vende. Esto es, la falta de información es la condición del comercio cuando se confunde la libertad de prensa con la libertad de empresa informativa. Por ello el conflicto y la controversia se alimentan a diario desde las industrias culturales. En otras palabras, *The New York Times*, *Washington Post* o *The Wall Street Journal* no son medios opositores a la Casa Blanca. Nunca lo fueron. Pero ahora tienen que convivir con una cultura que es indicio de vientos de cambio. Hoy en día, nuestra hipótesis es que el discurso de



la simulación de la libertad de expresión como industria ya no resulta efectiva ni convincente, aun siendo en diferido. El reto de la izquierda transformadora es cómo lograr que este sistema mediático de la desinformación no nos joda la vida, cómo pasar de la lógica *fake news* al *fuck newspapers*.

## Economía política de la información y la verdad

Toda alternativa democrática en materia de comunicación pasa, en nuestro tiempo, por asumir algunos principios básicos poco considerados desde la tradición marxista o directamente eludidos en la teoría crítica. Una de ellas tiene que ver con mitos constitutivos de la cultura occidental como la visión positiva que alimenta la definición de información como representación verdadera de la realidad. Umberto Eco advirtió en vida que el mayor problema de la modernidad es la visibilidad. En una sociedad hiperconectada, ver es poder y no ser visible una condena de la existencia: el no ser. Cosas de ojos y máquinas de información que han de ser cuestionadas desde una perspectiva constructivista para comprender los medios como dispositivos de mediación cuyo poder no es tanto representar como ocultar, no tanto el mostrar como encubrir. Pensar la información en términos sociodiscursivos implica, en fin, ir más allá de una visión positivista de la noticia y de los medios como ventanas abiertas a la realidad que, a veces, nos empañan la visión cuando manipulan o sesgan el encuadre cuando focalizan la actualidad en uno u otro tema de interés. El dominio público y el principio de transparencia, en definitiva, deben ser reformulados desde la crítica de la ideología y también desde la economía política del conocimiento que ha impregnado la tradición racionalista, logocéntrica e ilustrada de la que somos herederos desde el siglo de las luces.

Por otra parte, es preciso situar en el centro de discusión sobre los medios no la tradicional visión superestructural que ha privilegiado el marxismo en lugar de una concepción economicopolítica que explica el devenir desinformativo, sino una interpretación del sistema mediático en función de su composición material. El periódico, dejó escrito Karl Bücher, es una empresa lucrativa que produce espacio de anuncios como mercancía, lo cual solo es vendible a través de una sección redaccional y, hoy, ni siquiera eso. La lógica social de valorización de las industrias culturales o, en un sentido más amplio, la dinámica de realización de las mercancías infocomunicacionales son el punto de partida, el hilo rojo que explica las prácticas y formas de enunciación prevalentes en el modelo hegemónico de mediación. Cambiar el modelo de comunicación en un sentido democrático presupone alterar la estructura y modo de producción informativa dominante más allá de los actores o agentes como, por ejemplo, los profesionales de la información, que operan en el sistema informativo con mayor o menor autonomía. Decía Johann Strauss que



es feliz quien olvida aquello que no puede ser mudado, pero lamentablemente hoy vivimos olvidando con la televisión lo mucho que estamos luchando y cambiando el mundo que habitamos, cuando no anulando toda voluntad transformadora, justamente por no prestar atención a la economía política del poder informativo. La centralidad de los medios en la era hipermediatizada debe, en suma, significar una mayor atención desde la izquierda a la política de comunicación y medios, a la estrategia de modificación de la estructura real de la información que contiene, bloquea o actúa contra toda política de progreso. Si antaño el populismo solo era posible con la cultura tabloide, aunque el tamaño fuera sábana en países como Estados Unidos, hoy no es posible alcanzar el cambio real confiando en que la mayoría silenciosa se manifieste tras apagar el televisor. La hipermediatización de la comunicación política exige una política antiestratégica, así como la proyección de alternativas democráticas de futuro en términos de economía social de la comunicación que, hoy en día, no están siendo atendidas como debiera por la izquierda. El último caso preocupante es el de Lula da Silva en Brasil, víctima del golpe de Estado y el *lawfare* de grandes monopolios como el Grupo Globo, que vuelve a renunciar a un cambio sustancial en la estructura de comando mediático, en manos de la oligarquía, bolsonarista o no.

A estas realidades cabe añadir nuevos fenómenos característicos de un sistema de información descentralizado en su infraestructura que muchos tildan de patologías de la información. No vamos a poder referirnos y tratar todos en este breve artículo, pero sí señalar el sentido de tales formas *alterativas* o *disruptivas* de la cultura digital. Uno de ellos es por ejemplo el rumor. Michel Serres alerta de que el espacio todo es hoy invadido, por entero, por el rumor, del que estamos enteramente llenos. Esta forma, considerada anómala, de la comunicación tiene lugar en momentos de crisis y emergencia social como la guerra y, lo que es más importante, cuando el sistema de censura, control y desinformación tiende a generar un clima de desconfianza entre la población y las autoridades. En este sentido, el rumor es un dispositivo de fuga, de resistencia o, si quiere el lector, de renunciación de una actualidad trufada, predefinida y clausurada por una estructura concentrada, vertical y falseada de representación de la realidad. Algo similar al tipo de respuesta que tiene lugar con la actuación de la prensa satírica. Sabemos, de hecho, que en la era de las redes y de la carnavalización de la comunicación, es el humor y no los rumores lo que nos penetra y hace vivir, pese a lo inhóspito de las ecologías de vida. La memética opera en este sentido como una forma de ritual colectivo y anónimo con el que impugnar el poder instituido. Pero conviene, no obstante, pensar y disputar el sentido de los usos y la colonización de los mundos de vida que despliega la revolución digital en estas formas de resistencia y respuesta contrahegemónica. En otras palabras, los memes o el clickactivismo no van a cambiar la estructura real de la información. Antes bien, realimentan la espi-



ral del disimulo, además de limitar el poder de agencia de los actores políticos. Por ello podemos considerar una patología comprobada el consumo intensivo y extensivo, en el tiempo, de las redes sociales en la medida que afecta a la reproducción del sujeto y anula sus capacidades de juicio, crítica y distanciamiento necesarios para la reproducción social, además de producir graves consecuencias en la salud pública, tal y como se ha documentado.

La era digital tiende a producir, por su deriva mercantilista, una cultura presa del síndrome de Diógenes, un vertedero de datos, perturbador e insalubre. Pues el capitalismo de plataformas como dispositivo de intercambio, emplazamiento y sustitución de lo espacial a lo temporal domina el modo de producción de todo intercambio, explotando la información personal como fuente de riqueza y la captura de atención como requisito básico a costa, como se ha comprobado, del tiempo de vida. Al respecto, resulta pertinente recordar, desde una crítica de la economía política del tiempo, que no es lo mismo sintonizar que ser sintonizado ni ilustrar que ser ilustrado. Que la colonización tecnológica en la que estamos inmersos ya ni siquiera debe ser considerado un problema democrático sobre la dependencia y manipulación de la ciudadanía, sino básicamente de subsistencia incluso de la propia esfera pública, de la propia sociedad civil e, incluso, de la especie amenazada por la vorágine de acumulación por desposesión de su propia vida, como los personajes de Wim Wenders en *Hasta el fin del mundo*, que, convertidos en meros apéndices de las máquinas de representación de lo soñado, terminan, insomnes, dejando de vivir y soñar, de amar y experimentar como corresponde a su propia naturaleza.

Las actuales formas de comunicación tienden más a deslumbrar que a alumbrar. El fetichismo de la mercancía de la sociedad del espectáculo opera, primero, ocultando la producción (la materia, energía y trabajo contenidos) mediante una forma informe que nos interpela y emociona, que nos provoca con el escándalo y el masajeo del mensaje, al tiempo que nos aísla y aliena, que nos produce un efecto de extrañamiento propiciatorio de la efectividad desinformativa. Por ello, podríamos definir el actual ecosistema mediático como el imperio de los «Trumpantojos». Un tiempo marcado por la eficiencia de la desinformación ampliada, por los efectos ópticos de desplazamiento de la realidad real y concreta, que instala en todos los ámbitos, incluida la Universidad, la lógica de la posverdad, impermeable a la astucia de la razón, pues, como advertiera Mark Twain, es más fácil engañar a las gentes que demostrarles que han sido engañados. Ahora que incluso la Unión Europea ha visto necesario combatir la desinformación, se ha mostrado cuán ardua es la labor para desmontar las falsas noticias en tiempos de crisis y desconfianza generalizada. Si, como decía Juan de Mairena, todo necio confunde valor y precio, como hoy confunden noticia con realidad, el problema quizás, volviendo a nuestro argumento anterior, pasa no por dar respuestas parciales a problemas sistémicos, sino empezar por el principio, por la estructura de comando



informativo que hace posible no tanto las llamadas consecuencias colaterales o erupciones visibles de la infoxicación, sino las dinámicas institucionales que imponen la con-fusión como norma mediante la invasión del palimpsesto sin sentido propia de la era del montaje como relato del orden reinante que todo lo devora. En este marco es donde cobran nueva vida la aplicación de leyes universales de la propaganda, que fueron tan eficaces para el ascenso del fascismo, y la restauración conservadora en tiempos de silencio, de Goebbels a Biden pasando por Reagan.

De acuerdo con Mike Davis, la globalización acelera la dispersión *high-tech* de grandes instituciones de la sociedad industrial como la banca, dando lugar a procesos de *desanclaje* e incertidumbre intensivos y acelerados. En esta dinámica, no es posible el control social sin recurrir al discurso del miedo. El temor siempre ha sido un eficaz recurso de propaganda y hoy de nuevo la principal función de dominación ideológica. Así, por ejemplo, si, como recuerda Eagleton, los soviets y el enemigo rojo han desaparecido, quedan para similar función los musulmanes, con los que Occidente conjura sus contradicciones en forma de Acta Patriótica, o los rusos. La percepción aguda de inseguridad en nuestro tiempo es, para el caso, la condición de la eficacia de la política de *aporafobia*. Esta lógica es propia de lo que la sociología, desde Stanley Cohen, denomina pánico moral, una reacción irracional de construcción y rechazo de amenazas veladas o abiertamente contrarias a la norma dominante a partir, fundamentalmente, de la capacidad de estereotipia de los medios. El análisis de cultivo de la Escuela de Annenberg hace tiempo que ha demostrado cómo la violencia simbólica es alimentada por la pequeña pantalla en una suerte de *revival* de la dominación original. El mundo que observan los telespectadores difiere significativamente del mundo real, tanto en los contenidos representados como en los roles sociales asignados a sus protagonistas. Se produce lo que Gerbner y Gross califican como «desplazamiento de la realidad»: la relación continuada y periódica de difusión de contenidos simbólicos, basados en conceptos y nociones específicos, son asumidos en sus formas de representación de la realidad por los consumidores, y en ocasiones hasta la suplantán. En tanto que sistemas de producción, percepción y adquisición de mensajes acerca de lo que hay, lo que es importante y lo que es correcto, los medios de comunicación colectiva nos enseñan cómo es la realidad (representaciones), cómo funciona y se estructura el sistema social (funciones) y qué opciones o alternativas son deseables (valores). En otras palabras, es posible observar, a propósito por ejemplo de la violencia televisiva, que la influencia de estas representaciones en relación al grado de consumo y exposición a las emisiones televisivas de diferentes grupos de público permite disociar la exposición de las audiencias a este tipo de contenidos de las conductas agresivas, para plantear el problema de la victimización, como un proceso de sujeción y sometimiento de los receptores a la estructura del poder por medio de la imposición





de un efecto, en parte casi catártico, de violencia simbólica. En la correlación entre contenidos violentos de la televisión y representaciones sociales de la audiencia, Gerbner observa el carácter discriminatorio y sistemático de victimización de los personajes objeto de actos violentos en los programas de ficción entre los grupos subalternos según el sexo (mujeres), la edad (jóvenes y ancianos), la raza (afroamericanos, hispanos, asiáticos...) y la clase social (baja, pero también clase alta) de pertenencia. En sus conclusiones, es posible aprender, aplicado a nuestro tiempo, una enseñanza reveladora. Aquellos consumidores expuestos habitualmente al contenido de la televisión, o en la actualidad a las redes globales de los GAFAM, tienden a sobreestimar la cantidad de violencia y de criminalidad en su entorno, manifestando cierto temor de ser víctimas de acciones violentas y una creciente desconfianza hacia otros miembros de la comunidad. Esta misma inseguridad coincide con la adscripción de la audiencia a posiciones conservadoras de reforzamiento de las políticas de seguridad y de endurecimiento del sistema punitivo, lo que revelaría el poder normalizador de la violencia simbólica. No viene al caso aquí dar datos detallados de la dieta informativa en España. Sí cabe recordar al lector, no obstante, que estamos entre los países con mayor consumo televisivo y de redes, y que no podemos calificar la oferta en nuestro país precisamente de un menú de calidad y sustancioso. Si correlacionamos este hecho con la proliferación de propaganda y el ascenso del fascismo social que retorna con las imágenes replicantes del sistema televisual en tanto que dispositivo de disciplinamiento, hay razones suficientes como para estar preocupados. No es casual que medios como Antena 3, vulnerando sus propios principios y las normas deontológicas elementales, equipare en Valencia a víctimas con victimarios, a fascistas con pacíficos manifestantes, una conducta periodística habitual en el sistema informativo nacional y al tiempo muy reveladora de la cultura democrática de nuestro duopolio mediático, que tiende habitualmente, como los cuerpos de seguridad del Estado, a suplantar la realidad de forma sistemáticamente sesgada, como el poder judicial. Y es que, en tiempos de crisis, de deslegitimación del régimen por el saqueo y vulneración de derechos, la única respuesta de las clases dominantes, no se olvide, es la fórmula hobbesiana del *homo homini lupus*. Además de paralizar, el pánico moral inducido tiende a garantizar así el dominio de la población y la imposición, como explica Naomi Klein, de *La doctrina del shock*.

En este marco nos encontramos, asistiendo impávidos a la nueva caza de brujas décadas después de la muerte de Goldwater y la caída del muro de Berlín, hoy amplificada por el poder de penetración y cultivo de las redes sociales.



## Tecnofeudalismo

Sabemos que el discurso del odio es refractario a la deliberación. Hoy además esta lógica se ve reforzada por el monopolio de la palabra y la opacidad del algoritmo. En otras palabras, hoy vivimos una suerte de tecnofeudalismo en el que el espacio público es privatizado y manipulado según los intereses dominantes a partir de una mediación sesgada del escándalo y la provocación. La retórica contribuye a ello con el arte del arrojadizo imperio y la ocurrencia banal sin fondo ni trascendencia, con total falta de creatividad y crítica, ajeno a lo real concreto, opaco al escrutinio público en la ceremonia de la confusión que hoy reviste la comunicación política de lo mismo. De tal forma que los medios de distorsión masiva no nombran lo que deben y los que nombramos lo necesario o somos silenciados en el margen del espectro comunicacional o directamente perseguidos (*lawfare*). El comando electrónico en red impone así el arte y técnica de escenificación de la fe sin escrutinio ni contrastación pública. La era de Assange y Snowden no es la de la información libre y compartida, menos aun cuando conocemos sus revelaciones sobre los señores del aire o cuando se observa que países como Australia y Reino Unido desarrollan propuestas normativas para sancionar a los periodistas que investiguen o *hackeen* el sistema. El modelo GAFAM es más bien la restauración feudalizante de vasallaje de un orden que suma algoritmo y capital. De ahí el sesgo prevalente en los flujos de información. En un estudio de 2020 (del 1 de abril al 15 de agosto) de cuentas de políticos y grupos parlamentarios de izquierda y derecha de España, Alemania, Japón, Reino Unido, Canadá y Estados Unidos se constató un mayor alcance y amplificación de los tweets de la derecha. Ya antes que Musk, la red que trina se manifestó como claramente homófoba, machista, racista y clasista. Dos años antes del citado estudio, la revista *Science* publicó un artículo en el que se demostraba que las informaciones falsas en redes se difunden más rápido y llegan a más gente que las verdaderas, dispuestos y acostumbrados como estamos a ser reducidos por el fetichismo de la imagen y la mercancía. La tecnopolítica de la tecnocracia debe por lo mismo ser abordada como arma de la guerra psicológica por todos los medios posibles que abunda en el espectáculo y la sentimentalidad de esclavos para imponer nuevas formas de servidumbre.

Ya sabíamos que la información es poder y que la captura del código es central en el nuevo régimen de mediación social, pero solo cuando Wikileaks reveló las formas de operación y control de la CIA empezamos a ser conscientes de la era Gran Hermano. Una de las conclusiones más evidentes de los estudios sobre las formas de hegemonía en la comunicación mundial es, precisamente, la imperiosa necesidad del sistema de comando integrado de imponer y propiciar la devastadora lógica de dominio, o seguridad total, colonizando la esfera pública y extendiendo la política de la información de las «bellas men-



tiras» como relato único y verdadero de los acontecimientos históricos. Y ello, incluso, a condición de planificar y producir masivamente programas de terror mediático y militar para cubrir los objetivos imperiales, anulando todo resquicio de crítica y pluralismo informativo en la comprensión de los problemas fundamentales de nuestra sociedad, como por ejemplo vimos en Bolivia o actualmente en la guerra de Ucrania. De aquí la necesidad de una mirada sediciosa sobre la política informativa que guía y proyecta los intereses creados del imperio. Solo si subvertimos nuestra posición de observadores y hacemos un sereno y agudo análisis sobre las formas de producción del consenso en las democracias occidentales, tal y como lo hace en su libro *Un mundo vigilado* Armand Mattelart, podremos entender cómo en la reciente historia existe una delgada línea roja, un hilo histórico que vincula las formas de gestión de la opinión pública del modelo angloamericano con el sistema de propaganda de Goebbels, una lógica instrumental que liga el régimen fascista con la voluntad de poder del gobierno imperial, a Dovifat y la dirección de la opinión pública con Lippmann y la producción del consentimiento, y la política de terrorismo y delaciones nazi con la red de inteligencia y videovigilancia global que extiende el complejo industrial-militar del Pentágono.

Tras la lectura atenta del volumen de Ignacio Ramonet sobre *La sociedad vigilada* o el trabajo reciente del mismo autor *La era del conspiracionismo* (Clave Intelectual, 2023), el campo académico de la comunicación y la izquierda deberían replantearse la función que desempeña en este escenario la cultura *big data*. Más aún, ¿qué consecuencias tienen los conflictos latentes entre la Unión Europea y Estados Unidos por el dominio de los flujos de información y el gobierno de Internet? O ¿en qué sentido podemos hablar de un modelo europeo de sociedad de la información si los principales actores transnacionales de la industria telemática están participados por los intereses estratégicos de la industria estadounidense y el complejo militar del Pentágono? Somos conscientes de que las redes telemáticas están subvirtiendo la democracia, siempre lo han hecho: las redes electrónicas y los nuevos sistemas de comunicación son manifiestamente incompatibles con el diálogo político; la fragmentación y dispersión del espacio público es hoy la norma; el control de las redes a través de programas como Echelon amplía los sistemas de vigilancia y dominio del espacio privado de la comunicación, mientras que la instrumentación mercadológica de la democracia digital en los procesos de elección vacía de contenido público la participación ciudadana.

Decía Debord que la era de la visibilidad y del espectáculo es la era no de la transparencia, sino del secreto. En palabras de Žižek, cuando más alienada, espontánea y transparente es nuestra experiencia, más se ve regulada y controlada por la invisible red de agencias estatales y grandes compañías que signan sus prioridades ocultas al conocimiento general por la población. El empeño por gestionar la opinión pública no es, sin embargo, reciente. Ya



el padre de los estudios de comunicación política en Estados Unidos, Walter Lippmann, calificaba como «lamentable proceso de democratización de la guerra y de la paz» la participación ciudadana, a través de la prensa y el debate público, en los asuntos de interés general que conciernen a la organización del Estado y su política exterior, por lo que, naturalmente, había que procurar fabricar el consenso, impedir la mediatización pública por el vulgo en los asuntos estratégicos que deben definir las élites. La llamada guerra cultural se basa en este principio y proyecta, en el mismo sentido, un modelo de mediación informativa opaco y concentrado que ha permitido desplegar en las intervenciones contra los llamados «enemigos de la democracia y la paz universales» diversas estrategias de terror planificado. La que hoy denominamos «sociedad de la información» amplifica, de hecho, los dispositivos de poder y normalización de la comunicación como dominio. Por ello, de acuerdo con Žižek, Assange representa una nueva práctica de comunismo que democratiza la información. Lo público solo puede protegerse por la épica de los héroes de la civilización tecnológica. Assange, Manning, Snowden son, como sentencia Žižek, «casos ejemplares de la nueva ética que corresponde a nuestra época digital». Como espía del pueblo, la autonegación de Assange es la épica del héroe que socava la lógica del secreto para afirmar la publicidad por razones geopolíticas y de derechos. Sobre todo del derecho a tener derechos frente al discurso cínico de la Casa Blanca que Wikileaks revela deconstruyendo, punto a punto, documento a documento, la vergüenza de un orden social arbitrario y terrorífico.

Quienes hemos participado en la campaña internacional por la libertad del fundador de Wikileaks sabemos que en esta lucha nos jugamos el futuro de la democracia y los derechos humanos. En la era de la videovigilancia global, la defensa de Assange es la protección de todos contra la NSA y la clase estabilizadora del aparato político de terror que trabaja al servicio del muro de Wall Street y niega toda verdad o realidad que deje en evidencia la lógica de los intereses creados. Pues el orden del discurso de la posverdad es propio del negacionismo: negación de la prueba y evidencia empírica, del reino de la razón contra la barbarie, de la vida contra el fascismo de los buitres de Wall Street y los escuadrones de la muerte al servicio del orden global. Por ello, del mismo modo que el dicho *la bolsa o la vida* nos sitúa ante la contradicción de la afirmación de la existencia real y concreta contra la lógica especulativa del capital, confrontar la desinformación en el actual ecosistema mediático con las prácticas manipuladoras del modelo de propaganda pasa por asumir cuando menos cuatro lecciones básicas:

1. La acumulación por desposesión exige la máxima opacidad posible. El proceso de expansión del capital financiero requiere a tal fin un periodismo de investigación sumiso.



2. La cobertura periodística de los medios *mainstream* reproduce el sesgo que hace posible el limitado alcance del periodismo de revelación, pues renuncian a reconocer que la primera libertad de prensa consiste justamente en no ser una industria (Marx *dixit*).
3. La coalición de intereses entre capital financiero y crimen organizado se basa en el dominio del secreto gracias a la cooptación de los directivos y editores de medios, beneficiarios directos de la lógica imperante de valor según la cual uno vale por lo que conoce y calla, en perjuicio, claro está, de los sectores populares.
4. Los casos WikiLeaks y Snowden dan cuenta no obstante de la emergencia de una nueva práctica informativa que, en sí misma, no garantiza la mejora de la cobertura de los medios dominantes, pero que al menos constata la posibilidad de otra forma de producción y la potencial existencia de brechas para la construcción de alternativas democráticas en materia de comunicación.



26

La democracia digital, que carcome el orden e imaginario decimonónico liberal, exige desde este punto de vista repensar un concepto de libertad de expresión que trascienda las nociones dominantes de *free flow information*. Esta tarea es, sin duda alguna, estratégica. Frente al modelo fordista de producción de información basura, reivindicar la cultura o espíritu *hacker* como virtud de los comunes, como ejercicio deontológico de la compasión, como la pasión, en fin, compartida, ahora que falta corazón y músculo en el periodismo se ha vuelto en este sentido una demanda perentoria que, se ha demostrado, tiene el refrendo del público en lo que algunos denominan periodismo reposado, narrativo o artesanal.

Si como decía Debord, y hoy replica Bifo, la cultura *videogame*, en esta era del disimulo y la mimesis estéril de la representación como dominio, es propia de una lógica imperial cuyo principal resultado es la imposición de una cultura sedada, impávida y amedrentada que nos convierte en ilotas o esclavos de la maquinaria de guerra del capital, hoy más que nunca sabemos, más allá de las versiones prefabricadas sobre Ucrania o China, que otro periodismo real ya es posible.

La racionalidad de la *infoxicación* en la que estamos inmersos contrasta con el proceso de transición en el que cada día es más evidente la necesidad de recuperar la comunicación de forma mancomunada, de construir un nuevo imaginario y una narrativa del cambio social participado y plural. Este proceso no tiene relación, desde luego, con el descrédito que hoy vive la profesión, que, de acuerdo con los sondeos del CIS, por poner el ejemplo de España, tiene una aceptación y reconocimiento mínimos. La crisis de confianza que vive

el periodismo cobra mayor relieve cuando hacemos memoria histórica y recuperamos del baúl de los recuerdos páginas brillantes y heroicas sobre cómo transgredir la censura e informar con criterio, confianza y voluntad de servicio público. Lo contrario a una agenda que rompe, fija y, como reza la Real Academia, da esplendor es lo que vivimos en nuestros días con la inercia autista de un periodismo que hace válida la profecía que se reproduce en medio del control oligopólico del sector y el sometimiento al capital financiero.

Pese al pesimismo hoy reinante en la profesión, algunos estamos convencidos que aún es posible corregir tales inercias. Todavía podemos abrir un espacio común para formar, informar y fortalecer la autodeterminación de la ciudadanía, como en parte han hecho iniciativas del tipo periodismo humano. Pero para ello es preciso que se dé cuando menos una condición: la voluntad política de los profesionales, pues son ellos quienes tienen la primera palabra, y desde luego —recordemos— no la última. La cuestión es si el campo profesional está dispuesto a tomar el testigo o si ya aceptaron definitivamente la derrota del oficio. Sea cual fuere el resultado a dirimir a este respecto, es evidente, para el caso, que el futuro de la información pasa por articular los puentes de diálogo con la ciudadanía, con medios y mediadores conectados, imbricados socialmente, con las puertas abiertas a todos y a todas. No otra cosa es la democracia y la razón de ser del periodismo. Recordemos, parafraseando al bueno de Kapuscinski: no hay mejor pasión que la compartida y la compasiva. Sabemos que el pensamiento, como el deseo, es, por definición, una práctica arriesgada; pero solo asumiendo este riesgo la humanidad podrá caminar por las alamedas de la libertad de un periodismo de los bienes comunes en tiempos de falsificaciones y construcción del sentido a lo Trump.



### A modo de conclusión

Decía Bourdieu que cuanto mayor es la autonomía de un campo de la actividad social, mayor es la proporción de lo que puede explicarse sobre la base de su propia lógica. No es el caso del campo periodístico, en manos de malhechores ocupados siempre en difundir visiones escleróticas, paralizantes, tóxicas y divisoras de la disyunción, expertos como son en la taxonomía de la banalidad, al servicio del capital y la competencia, cada vez más heterónoma y privativa. Esta deriva ha suscitado, como era lógico esperar, una preocupación no solo de los poderes públicos, sino de la propia sociedad civil. De ello, para el caso de España, da cuenta el Barómetro del CIS, que ya en abril de 2020, a la pregunta sobre la regulación de bulos en las redes, ponía de manifiesto que el 66,7% era partidario de intervenir, mientras diarios como *La Razón* u *OK-diario* iniciaban una campaña contra el Gobierno insistiendo en que este tipo de preguntas era totalitario. No es que los profesionales de la información es-

tén abonados a no pensar el derecho a la comunicación; es la economía política del orden reinante de la información, hoy dominado por los GAFAM, una nueva etapa del capitalismo de plataformas que concentra el poder (económico, político y militar) en una suerte de medievo digital, un orden del enclausramiento, habitado por *riders* y gobernado por el esclavismo de las pantallas, la distopía del *cocooning* con sus apéndices locales dependientes, como los citados diarios, de la plutocracia, que procuran por encima de todo el control social. En este modelo de reproducción desequilibrada de la información, la economía austericida exige que la fuerza de trabajo permanezca inmóvil, silente, que asista impávida como ilotas bajo supervisión, monitorizada en suma, para que no se interrumpa el proceso de circulación. La doctrina del *shock* es sobre todo eso: aislamiento psicológico y social. La primera víctima, la confianza, la negación del principio esperanza, la crisis, en fin, de la democracia, pues prima el lavado de mente —sobre lo que Pasolini y Godard ya pensaron a propósito del colapso cultural que vivimos. El trumpismo representa, desde este punto de vista, la restauración del feudalismo tecnológico, el neofascismo *high tech* de contención que programa las víctimas a sacrificar del próximo asalto criminal de la acumulación por desposesión. En este campo la política espectacular es la retórica del miedo por otros medios. Y los GAFAM el canal de escenificación o ecosistema natural de intervención y representación a modo de guardabarreras de todo dominio público, convertidos en porteros de la información.

Así que, si el alisamiento del conflicto es, en palabras de Byung-Chul Han, una suerte de anestesia permanente, ha llegado el momento de ocupar la calle, construir puentes, superar los miedos, luchar contra los especuladores de la vida y los traficantes de la moral que alimentan un ecosistema informativo inhabitable y tóxico. Más aún cuando sabemos que el ascenso del fascismo es consecuencia del imperio de la reclusión en el hogar y el cercamiento del dominio público. De momento, hay indicios que apuntan en esta dirección. El proceso de respuesta ya ha empezado a operar con el viejo topo, y paradójicamente en torno a la plataforma reina de la reclusión: Netflix. Se observan formas apenas emergentes de distancia y desconexión, un primer paso para reinventar el mundo que nos ha tocado vivir. En ello es preciso confiar. Toca ahora politizar el consumo inocuo de contenidos. Politizar el campo de la información. Esta es la tarea que corresponde articular como frente cultural. ★

