POSVERDAD PLUSMENTIRA

Fernando Buen Abad

© Fernando Buen Abad.

México 2024

Diseño de interiores y portada: Daniela Campero.

Edición del texto: Rafael Barajas Durán.

Cuidado de la edición: David Antonio Pérez Nava.

Revisión: Carlos López.

Descarga éste y más de 285 libros en formato PDF
gratis desde: www.brigadaparaleerenlibertad.com

ÍNDICE

Introducción	5
Carta de la verdad	10
El malestar en la mentira	15
<i>Cine fake</i>	20
Algunas verdades sobre las falsedades	24
El sinsentido común	29
Los daños sociales de la desinformación	33
La disputa del sentido común entre códigos mafiosos	37
¿Ahí viene el lobo?	45
Abolición de la esclavitud semántica	50
La ideología de la clase dominante	55
Infiltraciones ideológicas colonizantes	61
Las mentiras y sus feligresías	66
Agencias de... ¿noticias?	71
Los resortes ideológicos	74
Un espíritu recorre el intelecto	77
Bolsas de valores y bolsas de mentiras	82
Semiótica de las falacias	87

Teoría de la risa falsa	91
Entre el confesionario y el <i>big data</i>	96
Guerrilla semiótica	100
Invadidos, explotados y desinformados... pero entretenidos	105

INTRODUCCIÓN

Conquistar la verdad es un trabajo... una lucha. La verdad no es una moneda que pueda darse y recibirse, sin más. No nos cuenten que la verdad es incognoscible o subjetiva porque el estado actual del conocimiento está limitado, mientras algunos fabrican escondites o mentiras retorcidas para dificultar el camino del saber. La verdad se alcanza y se defiende con el esfuerzo del pensamiento y la acción organizados. Incluso científicamente. Se alcanza en la dialéctica tensional entre el error y la certeza, en el debate capital-trabajo. Al margen de reduccionismos. El problema de la verdad (tanto como la mentira) es un problema humanista de nuestro tiempo. Sólo se resuelve en la praxis.

Existe una maquinaria propagandística dispuesta a inventar falacias a modo para realidades a modo. Son maestros en inventar crisis económicas de las que jamás se reconocen como coautores y venden idilios de bonanza sólo si a ellos les va bien y le va bien al sistema. Negocio redondo. Urge intervenir la noción de *posverdad* —con una buena dosis de pensamiento crítico— para radiografiarla hasta saber qué contiene y a qué propósitos tributa su uso. Sus definiciones la pintan como una forma emotiva de la mentira para manipular a la «opinión pública», para subordinar los hechos a las habilidades *emocionales* del manipulador.

Es fundamental afianzarnos en una concepción totalizante e indisoluble de la especie humana y el universo, en función, objetiva y subjetiva, transformadora del mundo. Una concepción general que parta de las diversidades y de las polisemias para consolidar un método crítico frente a toda información (sentido amplio) que produce la sociedad en que vivimos; por tanto, en función de esa crítica, como resultado de ella, necesitamos un plan de acción superadora con un programa científico con teoría y metodología de la verdad y para la creación de un tipo nuevo de relaciones entre los seres humanos hacia un nuevo orden mundial de la información y la comunicación. Con un punto de no retorno, lógica y políticamente. La verdad al alcance de todos, inspirada por la lealtad a la crítica científica que empodera a la razón de la lucha y a la lucha de la razón para profundizarlas. La crítica sin complacencia, sin torpeza. La verdad sea dicha.

Empeñarse en la búsqueda de la verdad sobre una base semiótica concreta y científica es, en más de un sentido, un cambio histórico que revoluciona la historia. Transforma a la búsqueda y sus métodos en un instrumento magnífico. Quienes asumen el deber de estudiar y defender el problema de la verdad, trabada en las luchas de clase que se verifican en sus entrañas, deben desarrollar métodos, hipótesis y teorías correctas capaces de ascender a la praxis correcta que no es otra más que la praxis emancipadora.

Falsificar la realidad se ha convertido en una actividad naturalizada, en una religión de las falacias

para poner fuera de la vista la verdad y embriagarnos con ilusiones o espejismos. La producción de embrutecimientos, borracheras y anestias simbólicas tiende a expandirse y a producir mutaciones de falacias aberrantes. Para nuestras generaciones es una necesidad imperativa prever adónde quiere llevarnos la maquinaria fabricante de falacias. Identificar sus horizontes, métodos, recursos y consecuencias. Es crucial la tarea de producir anticuerpos y desplegar de inmediato fuerzas para la defensa y para la vanguardia en el estudio de la realidad y la búsqueda de la verdad. Sin los relativismos tóxicos de las filosofías con sordina, sin las baratijas ideológicas de los individualismos ni las metafísicas del cangrejo.

El cuento de que tanto la realidad como la subjetividad son incognoscibles e impredecibles debe combatirse con herramientas científicas que permitan probar cómo operan las herramientas del engaño. La verdad, que no es propiedad privada, es un espacio de trabajo y lucha permanentes donde debe desplegarse una creatividad metodológica capaz de generar información correcta, con rigor ético y sin esclavitudes mercantiles. La verdad no es un ente intocable ni místico, es una construcción social que reclama intervención colectiva, debate y consenso. Es una responsabilidad colectiva.

Emancipar la verdad y combatir las falacias, vengan de donde vengan, valgan lo que valgan, beneficien a quien beneficien. La verdad es un organismo social vivo, es dinámica y pertenece a todos. Hay que

conocerla. Hoy es un enemigo social la mentira que prescinde de los hechos, que los arroja ante los intereses del enunciado para revertir (pervertir) la relación conocimiento-enunciación. El conocimiento se convierte en producto del enunciado y no al contrario. Ahora quieren imponernos como verdad un reino de la deshonestidad y la antipolítica.

Bajo el imperio de la *posverdad* y la *plusmentira* ya no habría rumores «falsos», todo parecerá «verdadero» mientras sirva para obturar la realidad. La posverdad endiosa a los monopolios de guerra ideológica que fabrica públicos entrenados para no exigir pruebas ante ninguna calumnia, públicos entrenados para omitir repreguntas y especialmente para no interrogarse a sí mismos sobre su información verdadera. Públicos entrenados para la pereza mental. Que los hechos queden sepultados por el énfasis, las exageraciones y todos los estereotipos imaginables.

La red de plusmentiras en que se sustenta la posverdad se propone recorrer a lo ancho y a lo largo, alto y profundo el cuerpo social para hacerlo adicto a las mentiras. Adicto a la ingeniería de la plusmentira. Inyectarle odio coagulado en intolerancia para aniquilar a lo otro, a lo que implique lo diferente. Imponer la negación compulsiva de la verdad, su necesidad de existir, negarle su razón de proceder y negarle el ser.

Acaso el plus de la mentira en la posverdad sea su capacidad de consenso aplastante, su manera de obturar la duda. Incluso su *glamour* autoritario. La plusmentira basada en componentes dinámicos de

usurpación simbólica para asesinar la verdad con las banderas de lo que se niega o se combate. Así que ni la posverdad ni la plusmentira son novedades ni hallazgos teóricos actuales y acaso un factor decisivo, o de su vigencia, sea el uso de las tecnologías subordinándolas a sus fechorías. En esta reflexión hay un litigio filosófico profundo y crítico que atañe a la verdad sus búsquedas, encuentros y desencuentros siempre históricos. No sobre el valor de su existencia social e histórica, de sobra apreciados, sino sobre sus depredadores, aunque en la posverdad se los niegue. Y todo esto pone de relieve la responsabilidad social por la verdad, su lugar y sus desafíos, hoy.

CARTA DE LA VERDAD

*¿No es el primer deber del
que busca la verdad dirigirse directamente
a la verdad sin mirar a diestra o siniestra?*

KARL MARX

Conquistar la verdad es un trabajo... una lucha. La verdad no es una moneda que pueda darse y recibirse, sin más, en el mercado de la información. No nos cuenten que la verdad es incognoscible o subjetiva porque el estado actual del conocimiento esté limitado, mientras fabrican escondites o mentiras retorcidas para dificultar el camino del saber. La verdad se alcanza y se defiende con el esfuerzo militante del pensamiento y la acción organizados. Se alcanza en la dialéctica tensional entre el error y la certeza, en el debate capital-trabajo, al margen de reduccionismos. El problema de la verdad (tanto como la mentira) es un problema humanista de nuestro tiempo. Sólo se resuelve en la praxis.

Para nosotros es fundamental una concepción totalizante e indisoluble de la especie humana y el universo, en función, objetiva y subjetiva, transformadora del mundo. Para nosotros es fundamental un método crítico de toda información (sentido amplio) que produce la sociedad en que vivimos; por tanto, en función de esa crítica, como resultado de ella, necesitamos un

plan de acción superador, con un programa de transformación revolucionario para la creación de un tipo nuevo de relaciones entre los seres humanos hacia un nuevo orden mundial de la información y la comunicación; con un punto de no retorno lógico y político. La verdad al alcance de todos. Así, la mejor contribución al proceso revolucionario es la crítica inspirada por la lealtad, la crítica científica que empodera a la razón de la lucha para profundizarla. La crítica sin complacencia, sin torpeza. La que alimenta a la revolución y esmerila al capitalismo. La verdad sea dicha.

Empeñarse en la búsqueda de la verdad, sobre una base semiótica concreta y científica es, en más de un sentido, un cambio histórico que revoluciona a la historia misma. Transforma a la búsqueda y sus métodos en un instrumento magnífico. No esperemos «bienvenidas» por parte de los poderes hegemónicos expresados en sus trincheras políticas, económicas y académicas. La bienvenida deben darla, si se ofrecen resultados potentes, las bases en pie de lucha. Quienes asumen el deber de estudiar y defender el problema de la verdad, trabada en las luchas de clase que se verifican en sus entrañas deben desarrollar métodos, hipótesis y teorías correctas capaces de ascender a la praxis correcta, que no es otra más que la praxis emancipadora dirigida desde las bases.

Las premisas de una semiótica científica están íntimamente vinculadas al desarrollo histórico, a las condiciones objetivas de la economía y de la vida material determinadas por leyes objetivas y cargadas, a su

vez, de significación histórica, aunque sea imperfectamente. La base del carácter científico de la semiótica que debemos desarrollar exige, desde su definición, capacidades predictivas (y preventivas) sobre el destino marcado por el modo de producción de sentido que interesa a las clases dominantes y sus componentes esenciales. ¿Cómo están pensando y proyectando la manipulación simbólica?

Falsificar la realidad es una actividad sistémica del capitalismo, una religión en la que las falacias son esencia y necesidad vital para poner fuera de la vista de la clase trabajadora los modos y los medios de hurto contra el producto del trabajo. No sólo invisibilizan la plusvalía, además nos embriagan con ilusiones o espejismos que hacen de las víctimas cómplices solidarios de sus verdugos. La producción de embrutecimientos, borracheras y anestias simbólicas tiende a expandirse y a producir mutaciones aberrantes, afamadas porque son muy rentables. A cualquier costo. No nos cansaremos de repetirlo.

Es una necesidad imperativa prever a dónde quiere llevarnos la maquinaria fabricante de falacias, identificar sus horizontes, métodos, recursos y consecuencias. Es crucial la tarea de producir anticuerpos y desplegar de inmediato fuerzas para la defensa y para la vanguardia en el estudio de la realidad y la búsqueda de la verdad. Sin los relativismos tóxicos de las filosofías con sordina, sin las baratijas ideológicas de los individualismos ni las metafísicas del cangrejo. Ya está en el horno «el nuevo orden», la «nueva normalidad»,

el *happytalism* (capitalismo feliz y *progre*). Matrices teóricas y «categorías nuevas» de donde se desprenderán cifras y paisajes para anestesiarnos a golpes de silogismos espurios y «entretenimiento familiar».

Hoy la «clase dominante» sabe bien lo que necesita para darse sobrevida y prepara lo necesario para frenar a las fuerzas revolucionarias que se mueven desde abajo. Es tarea de la semiótica emancipadora luchar en cualquier frente de disputa simbólica para descubrir, explicar y combatir toda forma de esclavitud. El cuento de que tanto la realidad como la subjetividad son incognoscibles e impredecibles debe combatirse con herramientas científicas que permitan probar cómo operan las herramientas de dominación económico-ideológicas y explicar cómo derrotarlas. La verdad, que no es propiedad privada, es un espacio de trabajo y lucha permanentes donde debe desplegarse una creatividad metodológica capaz de generar información correcta, con rigor ético y sin esclavitudes mercantiles. La verdad no es un ente intocable ni místico, es una construcción social que reclama intervención colectiva, debate y consenso. Es una responsabilidad colectiva. Requiere fuerza científica y vigilancia irrestricta, sin amos, sin reformistas, sin oportunistas ni sectarios. Cultiven el santoral que cultiven.

No debemos temerle a la verdad, ni a los mitos fabricados para desfigurarla, ni a sus acólitos. No temerle a la verdad, mejor aún interrogarla, socializarla, democratizarla, repolitizarla y hacerla patrimonio de la humanidad con una práctica de acción directa y or-

ganización revolucionaria. Desatar todos los velos que la cubren y encierran, desmentir todas las falacias que la acorralan, desarticular los templos y los calabozos que la encierran. Emancipar la verdad y combatir las falacias, vengan de donde vengan, valgan lo que valgan, beneficien a quien beneficien. La verdad es un organismo social vivo, es dinámica y pertenece a todos. Hay que conocerla. ¿Por qué las mentiras de unos cuantos han de valer más que las verdades de millones?

EL MALESTAR EN LA MENTIRA

Aunque algunos se esmeran en reducir la pandemia de falsedades (*fake news*), al sólo campo de los «expertos» en lo comunicacional para que pontifiquen diagnósticos y pronósticos, la dimensión del problema ha escalado a latitudes de gravedad inusitada. ¿Están haciéndonos adictos a lo falso? Informarse es un derecho transversal a múltiples derechos y responsabilidades, incluye la educación, la democracia, la justicia, la política. La información y su relación con la verdad no pueden ser marionetas del circo mercantil mediático, servil a la manipulación ideológica de algunos gobiernos y empresarios oligarcas. Es inaceptable, se mire desde donde se mire, y cada caso de falacias mediáticas constituye una agresión a la realidad, a sus protagonistas y a la historia de los pueblos. Al modo de conocer y al modo de enunciar la realidad. Nada menos.

En la praxis está la clave. Verdades o mentiras no deben presentarse como «opciones» antojadizas que se ofrecen en el menú cotidiano de las conveniencias manipuladoras. Eso es una obscenidad. Aunque la moral burguesa tenga para sí un repertorio amplio de justificaciones a la hora de mentirnos. «El problema de si al pensamiento humano se le puede atribuir una verdad objetiva, no es un problema teórico, sino un problema *práctico*. Es en la práctica donde el hombre tiene

que demostrar la verdad, es decir, la realidad y el poderío, la terrenalidad de su pensamiento. El litigio sobre la realidad o irrealidad de un pensamiento aislado de la práctica, es un problema puramente *escolástico*»¹.

En las *fake news* se establece claramente una fractura que corrompe el carácter objetivo y social de una verdad. Los comerciantes de falsedades pasan horas pergeñando qué estrategia del desfalco cognitivo es más funcional a sus intereses sin tener que someter sus *fakes* a la prueba de los hechos. Eso convierte al consumidor de falacias en un glotón de embutes disfuncional y sofisticado. Mientras tanto, la producción de mentiras genera relaciones de producción que, para sostenerse, requiere extinguir la verdad objetiva. Sitúa a los grupos sociales como animales de noria —como si fuese su destino— para motorizar el saber de lo falso. Desfigura las verdades objetivas y la práctica colectiva que las sustenta.

Esta demolición de la verdad objetiva se genera para negar la posibilidad de conocer el mundo y con ello la posibilidad de transformarlo. Atenta contra el derecho humano fundamental de crear condiciones mejores de existencia y desarrollo de capacidades, sin límite, gracias al goce de las riquezas naturales y las del producto del trabajo. Hasta ese punto la pandemia de *fake news* intoxica la vida y las culturas. Es escandaloso. Entre las agresiones perpetradas por las máquinas de falacias mediáticas que desempeñan un papel considerable, están los tipos de quiebres decisivos en el

¹ Karl Marx, *Tesis sobre Feuerbach y otros escritos filosóficos*, Grijalbo, México, 1970, p. 9-10.

punto de vista de la vida que convierte al «auditorio» en holgazán sin pensamiento crítico y lo reduce (a los ojos de la burguesía y sus cómplices) en inútil, incómodo e impertinente. La pandemia de falacias aplasta el raciocinio libre y lo hace adicto a cualquier chatarra idealista; la adicción a las falacias aplasta todo lo que de ingenioso o profundo tiene el pensamiento crítico.

Por lo general, las *fake news* son extravagancias de la irracionalidad que como todas las extravagancias desfiguran a la experiencia. Hay quienes borran con falacias mediáticas la propia vivencia y la sepultan bajo los escombros del *sinsentido* común hegemónico. Emboscados por la pandemia de *fake news* no podemos demostrar la exactitud de nuestro modo de entender e intervenir en un proceso social evaluándolo con independencia de la praxis. Nos vemos sometidos a restringir nuestros derechos humanos (el derecho a la información), y a cambio nos ponemos al servicio de los propios fines del engaño, damos al traste con la realidad y nos volvemos puramente contemplativos de las mentiras que hacemos propias. Despojados de nuestros derechos, mutamos y nos hacemos parásitos de generalizaciones abstractas y especulaciones subjetivas que obran como verdades placebo. Es la burocratización de la verdad.

Despojarnos del derecho a informarnos no sólo es privarnos de datos, es sepultar una necesidad social que reduce el acto de informar al capricho convenenciero de una guerra ideológica alienante. Eso implica una ofensiva contra la conciencia emboscada con una

realidad deformada, desfigurada, desinformada. Es un fraude de punta a punta. No es una omisión más o menos interesada o tendenciosa, no es una falla del método; no es un accidente de la lógica narrativa; no es un incidente en la composición de la realidad; no es una *peccata minuta* del «descuido»; no es una errata del observador; no es miopía técnica ni es, desde luego, «gaje del oficio». Es lisa y llanamente una canallada contra el conocimiento, un delito de lesa humanidad. Es como privar a los pueblos de su derecho a la educación.

A estas alturas de la historia, y especialmente de la historia de los «medios de comunicación», es insostenible e insoportable cualquier excusa para informar oportuna, amplia y responsablemente. No hay derecho que justifique la acción deliberada de tergiversar lo que ocurre, y en el poco probable caso de que un «medio de información» no se entere de lo que ocurre, ese medio realmente no merece respeto alguno. La excusa de «no saber», «no conocer», «no tener información» para por ello no asumir la responsabilidad profesional y ética... es francamente sospechosa y ridícula. Ningún pueblo debería soportar la falacia inducida al transmitir la información que es propiedad social. Hay tecnología y metodología suficientes que invalidan toda palabrería esmerada en excusar las intenciones míseras de los que desinforman y mienten. Incluso si lo hacen mintiendo con emboscadas finamente elaboradas en laboratorios de guerra psicológica.

Léase críticamente. Artículo 19 de la *Declaración Universal de los Derechos Humanos*: «Todo indi-

viduo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión». A la vista de todas las canalladas inventadas por el capitalismo para violar el legítimo derecho de los pueblos a la mejor información —evaluada ética y científicamente por las sociedades— bien vendría instruir una revolución jurídico-política hacia una nueva justicia social irreversible que tuviera como ejes prioritarios los que competen a la cultura y la comunicación como inalienables. O dicho de otro modo: que nunca más la cultura, la comunicación —ni la información— puedan ser reducidas, retaceadas, ni regateadas impunemente por el interés de la clase dominante contra las necesidades de las clases oprimidas. Informarse bien es un derecho.

CINE FAKE

Abunda en la industria cinematográfica la tendencia *fake*, no pocas veces disfrazada de ficción e incluso de documental. «Todos mienten», dice el Dr. House en la teleserie con el mismo nombre. Eso incluye a la catarata de series televisivas de moda. Si hubiese una auditoría ética para la producción cinematográfica, en la que primara el rigor de la verdad basada en evidencias y documentos certificados, quedarían en pie muy pocas realizaciones industriales o *independientes*. No caben aquí los nombres de los productores y directores cómplices de esta pachanga. Manipulación simbólica en pantalla. Sálvense todas las excepciones, que las hay y muy honrosas.

Buena parte del negocio basado en hacer películas pertenece a la maquinaria de guerra ideológica responsable de infestar audiencias con el «sentido común» de la mentalidad burguesa. A esa identidad pertenece casi toda la producción de cine bélico, las historias fílmicas de vaqueros contra indios, cierta retahíla de biografías fílmicas y, desde luego, el *american way of life* en comedias, relatos románticos o *thrillers* con su siempre *fakes* de idolatría por la «justicia», tribunales, detectives y la policía. Sin faltar la industria del porno.

No se cometerá aquí el impropio de reducir todo cine (o toda realización artística) a un amasijo de falsedades condenando la imaginación libre a una pata-

leta conspiranoica. Muy lejos de esa emboscada. Todo lo contrario, es necesaria una reivindicación emancipadora de las herramientas de producción creativa y de las relaciones de producción para la imaginación, sin la dictadura semántica de la ideología dominante. Tampoco se perpetrará aquí la insolencia de culpar a las víctimas que consumen la industria cinematográfica *fake*, sin tener a mano los dispositivos críticos necesarios que la educación pública debe proveer y que hasta hoy, dicho con suavidad, es escandalosamente insuficiente.

Se trata de poner al desnudo el andamiaje ideológico, subordinado por la lógica mercantil, para adulterar toda relación con la realidad —desde los procesos del conocimiento hasta su enunciación— en los soporíferos de la cultura de masas. Y ahí reina la mentira. Hay que recordar siempre que el capitalismo es un sistema económico e ideológico basado en mentir a los trabajadores sobre la producción de la riqueza. La plusvalía es una realidad pasteurizada por la lógica *fake* del sistema. El reformismo es una *fake* sistematizada para esconder la lucha de clases que es el motor de la historia y la madre de todas las batallas.

Son unos cuantos los dueños de la industria cinematográfica dominante. «Algunos empresarios, como Adolf Zukor y Marcus Loew (fundadores de la Paramount), comenzaron su carrera explotando salas de exhibición, antes de volverse productores. Los que siguieron absorbieron simultáneamente las redes de distribución y explotación. Esta combinación entre

el *star system* y la integración vertical dio nacimiento a los grandes estudios de Hollywood (Metro Goldwyn Mayer, Warner Bros., 20th Century Fox, Paramount, United Artists, RKO, etc.)»². Añádase Netflix y sucedáneas. De sus «modelos de negocio» salen los guiones que filmarán escenas de todo género, adaptadas a los intereses del negocio y del sistema. Ahí se decide cómo se tratará el amor y el desamor, la riqueza y la pobreza, la justicia y el delito. Ahí se eligen e imponen los estereotipos «raciales», laborales, religiosos y sexuales. Quién gana y quién pierde. Ahí se estudian las audiencias o *target*, y también los ritmos de la circulación de la obra en las salas cinematográficas que están monopolizadas. Ahí se decide la verdad y la mentira. Sus disfraces y retruécanos. Mientras comemos *pop corn* o nachos. Un cantante mexicano, paladín de la cursilería, de quien aquí no se hará publicidad, compungía la voz para decir melodiosamente: «miénteme más, que me hace tu maldad feliz».

No diremos que la pandemia de *fakes* ocurrió sin darnos cuenta. Ha sido un proceso largo. Hace tiempo que se ensayan los mecanismos de infiltración y se han desarrollado todas las estrategias que el talento opresor ha tenido para sembrarnos en la cabeza falacias que se hicieron verdades a fuerza de repetirlas e invisibilizarlas. Muchas de ellas llegaron a nuestras vidas en forma de entretenimiento. Aceptamos los dichos de las «autoridades» (religiosas, gubernamentales, militares y académicas) como verdades; aceptamos que no so-

² Harvey B. Feigenbaum, «Hollywood en la era de la producción globalizada», en *Cine Reverso*, 29 de julio de 2019.

mos nadie para poner en duda el relato hegemónico y que más nos vale ser dóciles ante el discurso del poder si queremos llevar la fiesta en paz. Entramos a la era de la posverdad arriados por los perros pastores mediáticos. Entramos al campo del disfrute por el engaño porque interpelar a la voz del amo exige esfuerzos, compromisos e incomodidades ajenas, sensiblemente, al confort del rebaño. Y nos derrotaron a punta de falacias, también. «Por el engaño se nos ha dominado más que por la fuerza», dijo Simón Bolívar.

Llegamos al punto necesario de tener que generar un movimiento planetario para frenar la pandemia de falsedades generadas por la industria de las mentiras. En todas sus modalidades. Pero lo asimétrica que es la batalla contra las *fakes* no impide advertir sobre su necesidad en los terrenos más patentes y latentes. En lo que se ve y en lo que no se ve. En las superficies y en las profundidades. En la diversidad de todo engaño y en la abundancia de técnicas desplegadas para eso. La lucha no es sólo contra casos aislados, la lucha es contra un sistema de mentiras diseñado para dominar la economía y la ideología. En su *Tratado de semiótica general*, Umberto Eco la define como la disciplina «que estudia todo lo que puede usarse para mentir», pero necesitamos, además de estudiar las falacias, combatir las. No podemos dedicarnos sólo a desactivar casos específicos, hay que ir a las fuentes teóricas y prácticas de los fabricantes de *fakes*. Y no hay punto de reposo. De verdad.

ALGUNAS VERDADES SOBRE LAS FALSEDADES

Contra el novedosismo profesado por algunos marsupios academicistas, hay que repetir que las *fake news* y su placenta la posverdad nada tienen de «nuevas» en la añeja historia de engañar a los pueblos con premeditación, alevosía y ventaja. Y hay que repetirlo mil veces, no sea que alguno ya acaricie la idea de recibir premios por «hallazgos científicos» equivalentes a cambiarle de nombre al mismo verdugo ideológico que habita en las entrañas del capitalismo. Aunque los sabihondos publiquen libros, *papers* o artículos muy laureados entre ellos mismos.

En nada se ha empeñado más la ideología dominante (falsa conciencia) que en esconder la lucha de clases; en hacer invisible el hurto del opresor sobre el producto del trabajo y sobre las riquezas naturales. Esconder, cueste lo que cueste, las miles de trampas, crímenes y torturas pergeñadas para que los trabajadores —y nuestra prole— jamás nos percatemos de la emboscada en que vivimos, generación tras generación. Y todo eso salseado con retahílas de valores «éticos» y «morales» (jueces, iglesias, preceptores y gurús) para defender la propiedad privada de los amos y su derecho supremo a mantener bajo sus botas el pescuezo y el cerebro de los oprimidos. Con toda la tecnología imaginable en sus manos, con todo género de modelos narrativos de masas, desde el confesionario hasta el

fútbol. La verdadera historia de un sistema de explotación ocultada con falsedades.

En la historia de la prensa burguesa está claro el desarrollo minucioso del sistema de falacias que acompaña la acumulación del capital y el despojo de quien no cuenta más que con su fuerza de trabajo para alimentar a su prole. En esa prensa se nota la falsificación de la realidad detrás de los relatos que para hacerse creíbles se disfrazaban de doctos, técnicos, profesoraes, y fueron capaces de ir tejiendo una red amplia de contención que además de mentir facultó la proliferación de falacias inmunizadas contra el rigor de la comprobación. Es decir, fabricaron la enfermedad de la fe mediática por encima de los hechos. Suprimieron el rigor de la evidencia para imponer el fanatismo de la calumnia con «prestigio». Marx lo vivió muy de cerca.

Esa catarata de falacias que vemos hoy desplegarse como parte del paisaje ideológico dominante, es un modelo de distorsión alambicado y perfeccionado (también) por catervas de intelectuales, académicos y científicos serviles al modelo de engaño que la burguesía necesita diariamente para darse sobrevida. En los cenáculos de esos *notables* se prohíjan vocabularios y tipologías para rastrear minuciosamente los efectos de las falacias que van feneciendo, para asesorar en la producción de «novedades» capaces de ratificar, profundizar o ensanchar engaños «exitosos». Nada nuevo. En el *top ten* de las falacias burguesas tenemos, por ejemplo (lista fabricada al vuelo):

- 1) Estados Unidos ganó la Segunda Guerra Mundial.
- 2) Hay «armas de destrucción masiva en Irak».
- 3) El «fin de la historia» y el paraíso de la «economía de mercado».
- 4) La portada del diario *El País* de España sobre la muerte de Hugo Chávez.
- 5) La niña Frida Sofía inventada por Televisa, de México.
- 6) Todo el *affaire* contra Julian Assange.
- 7) El apoyo del papa a Donald Trump.
- 8) Los médicos cubanos son espías, según la prensa oligarca argentina.
- 9) China fabricó el coronavirus.
- 10) La economía colapsa por la covid-19.

Detrás de cada falacia producida en las entrañas de la ideología dominante están los intereses mercantiles más perversos en la historia de la humanidad. Eso también ha roto sus propios límites y se ha perfeccionado. El nivel de las mentiras también exige perfeccionar a sus mentirosos y por eso se los entrena en la producción y en la distribución de falacias. Algunos mercenarios de la falsedad están dispuestos a ir siempre más lejos y son capaces de arreglar cualquier escena o texto para halagar a sus amos y sentirse líderes de opinión farsante. Anhelan liderar la agenda de las mentiras y hacer de eso un negocio suculento. Tal cual el grupo Clarín, BBC, CNN, Televisa, TV Azteca, y toda la mafia del Plan Cóndor mediático que opera en

Latinoamérica y en el mundo entero. Donde hay bases militares hay bases mediáticas. Son 8 los dueños del 90% de los *mass media* mundiales.

Convirtieron las falacias en artillería diaria contra la inteligencia popular y las luchas emancipadoras. Y por eso esto no es un problema de comunicación, como se empeñan en hacernos creer algunos sicarios de la academia. Esto es un problema de economía y seguridad nacional. Es una guerra de información (o desfiguración de la realidad) que tiene raíces y consecuencias terribles por las que estamos pagando precios excesivamente altos. No debemos enfrentar esta guerra sólo con las armas de la crítica, es necesario desplegar un mapa de acciones que nos permita, al tiempo de desarmar caso por caso el campo minado con *fake news*, desmontar las fábricas de producción, su lógica de producción y sus sistemas de distribución. Exhibir su base económica sistemáticamente. Y eso requiere de organización teórica y metodológica. Requiere formación política humanista dispuesta a impedir el predominio del capital sobre los seres humanos.

No permitamos el reduccionismo de los *expertos* que pretenden anestesiarnos con teorías semióticas contemplativas o con estadísticas de cuño burocrático, que es el único idioma del burocratismo y el reformismo. La lucha contra las falacias informativas y contra toda falacia es parte de la lucha por la emancipación de la clase oprimida ante las canalladas económicas e ideológicas de la clase opresora. Urge impedir la distorsión de la realidad producida cotidianamente con

las armas de guerra ideológica del capital, pero sólo podrá impedirse con las armas de la ciencia emancipada y emancipadora en manos de los pueblos. Y no hay tiempo que perder. Las próximas falacias ya están en el horno de los *mass media* y serán servidos temprano durante el desayuno. ¿Qué hacemos? La verdad es siempre revolucionaria.

EL SINSENTIDO COMÚN

Todo aquel sedimento semántico que se expande en una comunidad debe ser analizado tanto por sus efectos como por sus orígenes. Ninguna «comunidad de sentido» es ajena a la historia ni a las tensiones económicas y de clase que le dan origen. Cierta sentido común acepta sin chistar que nada de lo que nos ocurre bajo el capitalismo sería posible si lográramos la unidad de los oprimidos, y sin embargo no parece tener tanto consenso como el que imponen las operaciones mediáticas de odio contra Cuba, Bolivia, Venezuela y contra todo cuanto suene a emancipación social. Nadie objeta, desde el «sentido común», que una buena vida es posible (por ejemplo: alimentación inteligente, salud socializada, vivienda sin miedos, trabajo digno y felicidad colectiva), y sin embargo no hemos logrado afianzarlo como determinación política sin retorno. Paradójicamente suele dominar la idea de que los derechos sociales pueden ser subordinados por el «derecho» de unos cuantos a vivir oprimiendo a las mayorías. Reina el sinsentido de la lógica dominante.

Sinsentido no es ausencia de semántica, es el absurdo convertido en ideología para romper la cordura colectiva con aberraciones económicas y sofismas de clase, por ejemplo, el derecho inapelable de la clase

opresora para secuestrar la plusvalía y la *consuetudo* leguleya del Estado burgués como monopolio de gerentes autorizados para apalear legalmente todo malestar o protesta. Condiciones ambas para garantizar al *establishment* su predominio material y su dominio cultural donde las mayorías vivan en miseria y postergación, mientras una élite goza en la abundancia y el privilegio. La sinrazón al poder.

Siglos y más siglos de despojo crearon (para los subordinados) miríadas de sentido común. La moral del opresor invadiendo la conciencia de los oprimidos hasta que acepten, y con orgullo, su condición de parias. Abundan los argumentos teológicos, demográficos, místicos o metafísicos. Eso se hizo sentido común y no pocas comunidades de sentido hegemónico se esmeran en perfeccionar las tesis (y las síntesis) de su condición subordinada. El sinsentido común. Y además se especializa el sentido subordinador basado en la división social del trabajo y en la condición de género, edad y talentos. El debate capital-trabajo convertido en himno trágico, en cosa del destino, en asunto de suerte. «El que nace para maceta del corredor no pasa», dicen algunos. Y armaron otra comunidad de sentido especializado en la resignación. Un valle de lágrimas.

Ésa es la panacea semántica de las máquinas de guerra ideológica llamadas «medios de comunicación». En ellas se regodea la creatividad del opresor para penetrar cada día más a fondo y de manera más durable, con sus dispositivos de control intelectual en todos los segmentos de población, especialmente los

oprimidos, pero no solamente. Cada ser humano recibe según su edad, género y posición geopolítica avalanchas ideológicas planificadas para conformar un ser humano adaptable y manso, una persona coherente con las premisas del *establishment* y especialmente productiva, consumista, individualista y dócil, por destacar lo más obvio. Cataratas de sentido común dominante sobre pueblos enteros mañana, tarde y noche. Feligresías del orden amaestradas para agradecer un lugar en el mapa del modo de producción reinante.

También es parte de otro sentido común denunciar los resortes enajenantes oligarcas, sus intereses de clase y sus consecuencias. Se ha convertido en moda *progre* o en agenda de territorios académicos o políticos muy diversos. Casi nadie ignora las canalladas pergeñadas por la ideología dominante para someter las conciencias de los pueblos, y ya es lugar común el despliegue de las manipulaciones psicológicas por todos los medios. Y sin embargo, saber no es sinónimo de movilizarse o luchar contra las causas y los efectos de la industria del sentido común, que es otro sinsentido.

Entonces tenemos sociedades infestadas con fabricantes de sentido común que plantean la disputa en términos de lo más diverso. Los hay mesiánicos, mercantilistas, religiosos, académicos, artísticos, frecuentemente «sabelotodo», jactanciosos que dicen conocer los intersticios de las conductas humanas y se atreven a despegar sus recetarios simbólicos para dominar —o contrarrestar— los efectos de las plagas más diversas del sentido común desperdigado en las cabe-

zas y los corazones de los pueblos. Piensan que un sentido común saca a otro sentido común.

En la base está el capitalismo y el debate debe ir hasta la base del modelo económico, absurdo como es, y desde ahí analizar toda la superestructura que estudió, con magníficos aportes, Ludovico Silva. Elaborar desde ahí una tipología de los medios y los modos de producción del sentido común, sus fuentes y nexos con la ideología dominante de su época, y describir con precisión su poder y sus efectos económicos y culturales, cuantitativos y cualitativos. Desentrañar toda su estructura y disponerse a combatirla con un programa de transformaciones culturales que tenga como premisa la participación directa de las bases sociales. No se puede combatir la maquinaria del sentido común predominante sólo con elucubraciones doctas, por más lúcidas que parezcan. En todo caso, ya han demostrado su inutilidad trabajando al margen de los frentes en las bases. Ahora mismo se multiplican los escenarios de guerra simbólica, por ejemplo en los campos de las luchas electorales, donde se pretende afianzar el síndrome de Estocolmo electoral para que las víctimas voten por sus verdugos y se sientan orgullosas de eso. Tal barbarie cultural no será derrotada sólo con bibliografías o conferencias, no seamos víctimas de tal sinsentido.

LOS DAÑOS SOCIALES DE LA DESINFORMACIÓN

No se tipifican ni penalizan, con los rigores éticos o jurídicos más obvios, los daños que produce la desinformación y que son siempre muy severos contra el tejido social, ocurran donde ocurran. No hay atenuantes. A estas alturas de la historia la agenda temática indispensable para cualquier sociedad no es un misterio ni un enigma indescifrable. No hay territorio en el planeta que no tenga urgencia de saber qué pasa verdaderamente con la economía, no como la trama de negociados procaces culpables de la miseria, sino como la realidad cruda y dura del paradero de las riquezas producidas por los trabajadores. Y sobre eso reina la inanición informativa. No hay territorio que no requiera saber con nitidez escrupulosa qué hacen los «políticos», no por el entramado tóxico del tráfico de influencias, favores u odios entre ellos, sino por la calidad y la cantidad de los problemas sociales que deben atender bajo mandato democrático. No hay palmo de planeta que pueda confiar en su estructura social sin conocer la dinámica completa del avance de sus derechos y responsabilidades frente a la complejidad misma de su dialéctica histórica, en las ciencias, las artes, la conflictividad y principalmente en la evolución de sus luchas, todas y cada una, en el espectro complejo de las conductas en

comunidad. Y eso es de lo que más se silencia y tergiversa. Desfigurar los hechos es también desinformar.

Hace mucho tiempo, en los métodos e instrumentales científicos de la producción informativa dejó de tener valor la excusa de la ignorancia. Lo que se publica —o lo que se silencia— tiene la marca de los grupos de inteligencia públicos o privados que operan dentro y fuera de los medios de información. Ahí se cuecen los datos, su extensión, profundidad, calidad y cantidad. Ahí se definen los temas y el canon informativo obligatorio que una sociedad requiere para su desempeño cotidiano. Pero con el capitalismo, que ha convertido la información también en mercancía, secuestrada para tribulaciones políticas o mercenarias, el canon (el conjunto mínimo obligatorio de información) no obedece a la producción social de conocimiento colectivo sino a la lógica de la ignorancia de mercado.

Tal canon y su dialéctica histórica son hoy una referencia ineludible para medir la calidad y cantidad de la producción, distribución e interlocución con la información ofertada. Hay perfiles etarios, de género, oficio, orientaciones políticas, estéticas o científicas. Hay datos poblacionales suficientes, relevamientos geográficos, climatológicos, económicos, políticos y culturales abundantes, como para proveer a las sociedades enteras con informaciones pertinentes, oportunas, amplias y críticas. Sin excusas, pretextos y omisiones. Y sobre todo proveer al canon con verdad científica, diversa, rica, consensuada y enriquecida permanentemente. Hay métodos avanzados para ga-

rantizarlo a pesar de que la niebla de mediocridad y servilismo, que cubre a la mayoría de los medios, no permita que se conozca la fuerza de la ciencia al servicio de la información social cotidiana.

Desinformar no sólo es suspender la transmisión de datos, es también sepultar un canon social informativo obligatorio. Es reducir el acto de informar al capricho convenenciero de los fabricantes de «noticias»; es redactar *corpus* cercenados al antojo de una ofensiva contra la conciencia de los interlocutores, para entregarles una visión (o noción) de la realidad deformada, desfigurada, desinformada. Es un fraude de punta a punta. No es una omisión más o menos interesada o tendenciosa, no es una falla del método; no es un accidente de la lógica narrativa; no es un incidente en la composición de la realidad; no es una *peccata minuta* del «descuido»; no es una errata del observador; no es miopía técnica ni es, desde luego, «gaje del oficio». Es lisa y llanamente una canallada contra el conocimiento, un delito de lesa humanidad. Es como privar a los pueblos de su derecho a la educación.

A estas alturas de la historia, y especialmente de la historia de los medios de comunicación, es insostenible e insoportable cualquier excusa para informar oportuna, amplia y responsablemente. No hay derecho que justifique la acción deliberada de silenciar lo que ocurre, y en el poco probable caso de que un medio de información no se entere de lo que ocurre, ese medio realmente no merece respeto alguno. La excusa de «no saber», «no conocer», «no tener información», para

por ello no asumir la responsabilidad profesional y ética que le compete a un medio informativo, es francamente sospechosa y ridícula. ¡Renuncien! Ningún pueblo debería soportar la ineficiencia inducida de un medio, concesionado por tal sociedad para el ejercicio profesional y obligatorio de transmitir la información que es propiedad social. Hay tecnología y metodología suficientes que invalidan toda palabrería esmerada en excusar las intenciones míseras de los que desinforman. Incluso si lo hacen mintiendo con emboscadas finamente elaboradas en laboratorios de guerra psicológica.

Artículo 19 de la *Declaración Universal de los Derechos Humanos*: «Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión». A la vista de todas las canalladas inventadas por el capitalismo para violar el legítimo derecho de los pueblos a la mejor información evaluada ética y científicamente por las sociedades, bien vendría instruir una revolución jurídico-política hacia una nueva justicia social irreversible que tuviera como ejes prioritarios los que competen a la cultura y la comunicación como inalienables. O dicho de otro modo: que nunca más la cultura, la comunicación y la información puedan ser reducidas, retaceadas, ni regateadas impunemente por el interés de la clase dominante contra las necesidades de las clases oprimidas.

LA DISPUTA DEL SENTIDO COMÚN ENTRE CÓDIGOS MAFIOSOS

Prometen que resolverán problemas, corregirán desigualdades, desterrarán el hambre, la desnutrición y la pobreza. Prometen recortar impuestos, abrir más escuelas, mejorar los salarios, construir hospitales, carreteras, presas e infraestructura de «primer mundo». Juran que serán infatigables, que no habrá despotismo, autoritarismo, sectarismo, ni privilegios para amigos ni familiares. Se desgarran las vestiduras por la patria, la república, las leyes y las «buenas costumbres»... Todo eso montado en ninguna estructura legal que los obligue a rendir cuentas por cada mentira proferida y cada falacia premeditada. «Por el engaño nos han dominado, más que por la fuerza», decía Simón Bolívar. Hoy incluye engaño con *trolls*, *bots* y todo tipo de canalladas en redes sociales.

No se trata de un arte de genios, engañar a los pueblos es una industria del capitalismo muy rentable, ideada para ganar votos —a como dé lugar— gracias a emboscadas mafiosas que naturalizan conductas delincuenciales como si fueran prendas morales inmaculadas. Fabrican un cierto sentido común cuajado de mentiras disfrazadas de procesos electorales donde engañar impudicamente parece ser cualidad de políti-

cos. Un mérito de la modernidad, un logro de la estulticia. Pero en realidad es un delito, un fraude.

Los sistemas y procesos electorales, con sus leyes y reglamentos, valores entendidos y tradiciones (que nada tienen de ingenuos), han permitido una serie de perversiones mediáticas diseñadas por *expertos* para hacer pasar por democráticos los embustes de los candidatos oligarcas, sus partidos y adláteres. Nos han llenado las páginas de la historia con engaños de todo tipo, especialmente con saliva de «políticos» lenguaraces que para ganarse la confianza de los electores despliegan todo género de argucias y falacias. Y todo eso legalizado y naturalizado por la fuerza del negocio implícito en vender campañas políticas al margen de la ética más elemental. Otro capítulo es el delito de lesa humanidad que consiste en prometer el cumplimiento de tareas que jamás se cumplen o que se cumplen al contrario de lo prometido. «Fortaleceremos la economía», «defenderemos el empleo», «garantizaremos la salud», «mejoraremos la educación», «garantizaremos la vivienda». Jamás un tribunal especializado en delitos de falacias electorales, fraudes o traiciones a mansalva. Jamás una herramienta de justicia para los pueblos que miran desfilar ante sus ojos y oídos la retahíla nauseabunda de palabrería electorera diseñada corruptamente para el engaño serial. Delincuencia con premeditación, alevosía y ventaja. Sin atenuantes.

Millones de dólares gastan las campañas políticas. Maquillan el oportunismo electoral con artilugios de propaganda, rostros felices, poses glamorosas. Casi

nunca ideas y menos trabajo real. Lo urgente para ellos es sumar votos, más tarde les vendrá un sueldo y para las masas el olvido. Se trata de vender ilusiones. Plagan las ciudades con carteles, volantes, anuncios televisivos, radiales, periodísticos. Saturan cuanto espacio está al alcance de sus patrocinadores (sus patrones) para aparecer renovados y resucitar de su mediocridad frescos, carentes de memoria, recién nacidos; van por el mundo recitando soluciones que presumen conocer y que pueden aplicar en un santiamén. Dicen que lo pueden todo, que lo quieren todo para el pueblo, todo a cambio de votos, muchos votos. Las campañas basadas en despliegues mediáticos ostentosos suelen ser repeticiones de lo mismo, de mala calidad y poca información: frases ambiguas, remates rimbombantes y desconocimiento de problemas reales y urgentes en la vida cotidiana. Invierten sumas obscenas, por ejemplo, Odebrecht.

Hay escándalos de financiamientos irregulares en Inglaterra, Alemania, Francia, España, Colombia, Brasil, Nicaragua, Perú, Ecuador. Parece que es cosa frecuente y nunca sancionada. Hay cuentas especiales que se manejan en secreto para engordar los montos de presencia pública. No pocos sospechan de dinero aportado por narcotraficantes y mafias de toda índole. Acaso la subsistencia de estos últimos dependa de ciertas alianzas con aquellos funcionarios golondrinos. Mientras tanto, la mitad de la población mundial padece pobreza y exclusión.

Los grandes beneficiados de las campañas, además de los aparatos burocráticos que pagan, son los

monopolios multimedia, las agencias publicitarias y los estudios de *marketing* político que reinan impúdica e impunemente en alianzas con funcionarios de turno. Esas campañas quieren hacernos creer que su idea de política nos es imprescindible, que es muy decente, muy oportuna. Quieren hacernos creer que eso es la democracia, que la democracia consiste sólo en votar, que votar es ser buen ciudadano, buen patriota; votar para que otros decidan y gasten, especialmente los que más se anuncian. Y luego el olvido. Su único programa de fondo es conservar al capitalismo vivo, cueste lo que cueste. Y ya costó mucho.

Mientras esto no quede superado desde abajo nosotros debemos evaluar y sancionar la justicia y la defensa de los votos democráticos de verdad; evaluar y sancionar la injerencia de los monopolios mediáticos y la intromisión de caciques banqueros, terratenientes y empresariales. Evaluar y sancionar cuánto abonan y pagan para profundizar la alienación y deformar la realidad para acaparar votos. Con evidencias nítidas sobre la asimetría tecnológica y el derecho a las herramientas electorales; con la garantía irrevocable del derecho al referéndum revocatorio en todos los cargos; con fundamentos hacia una nueva legislación de justicia electoral en términos de derecho e igualdad de condiciones para la participación de todos; con un referéndum con voto directo y comprometido que sea capaz de poner a consideración de todos la urgencia de una nueva educación electoral bien informada, sin coerciones y emboscadas. Referéndum revocatorio contra

toda mentira y todo mentiroso. En fin, justicia electoral de cabo a rabo como herramienta emancipadora y ventana abierta de la democracia verdadera.

Mientras avanzamos hacia ese consenso producto de nuestra organización y movilización, con un programa de transparencia electoral y participación directa de las bases, llamémosnos a perfeccionar la crítica contra todas las trampas ideológicas que se pasean impunemente por todos los medios. Esto es un problema de seguridad nacional tan peligroso y amenazante como las bases militares imponiéndose en nuestros territorios.

Que nunca más quienes roban, torturan, reprimen, saquean y humillan sistemáticamente a un pueblo puedan salir victoriosos en unas elecciones. Que nunca más el que exhibe con impudicia —impune en los hechos— su obscenidad ideológica, sus derroches, corruptelas, servilismo, entreguismo, estulticia, pueda ganar el voto de una mayoría y representarla. Esos que se muestran circenses y faranduleros, insensibles al dolor popular, embriagados con su vida empresaria o funcionaria, henchidos de glorias fraudulentas, desfigurado el rostro por su mentalidad corrupta, deformados por su ignorancia y señalados como delincuentes, criminales y traidores. Todos juntos y por partes no pueden ser elegidos. Tenemos a la vista casos estruendosos. Todo análisis simplista prueba ser fallido.

Si se cree que todo lo resuelve una buena foto y un buen eslogan repetidos hasta la náusea... si todas las formas del maltrato operan ideológicamente como

fatalidad para el pueblo y golpe de suerte para el «político». En suma, si los trabajadores no son protagonistas ni conductores de la acción política, incluso electoralmente, ¿en qué piensa el que vota cuando vota? Como está de moda que los candidatos de las oligarquías no expliquen, no respondan, no postulen convicciones, programas o planes (moda en España, México, Argentina, Colombia), porque es tendencia en el mercado de las ingenierías de imagen. Como se estila la pose más que la idea, quizá en la lógica moderna de la burocracia burguesa prospera el silogismo infeliz de que el elector que no piensa es el elector anhelado. O mejor aún: el elector que sólo piensa lo que le decimos que piense, es decir nada, será el elector más codiciado por los estrategias de la vaciedad electoral. Y todo eso a precios demenciales, con episodios de obscenidad inenarrable a la hora en que no hay cuenta que salga si hacemos balance de costos de campañas electorales.

Los grandes triunfadores como siempre son los monopolios y consorcios televisivos, radiofónicos y editoriales que con formato de propaganda oficial o camuflados con entrevistas, referencias o noticias facturan a destajo en el reino del mercenarismo mediático, esta vez disfrazado de democracia. El costo por voto es una bofetada (otra más) a la clase trabajadora, que paga por estos circos el precio de ser humillada, despreciada y robada por el modelo de fraudes políticos consuetudinarios. Y dicen algunos «politólogos» que eso es lo moderno. Dicen muy despatarrados los señores y señoritos que medran con los procesos elec-

torales (funcionarios, publicistas, asesores, encuestadores, periodistas...) que al pueblo le gusta ver a los «políticos» en contacto con la realidad (pero sin decir qué harán con ella, qué mandato obedecen ni cuánto cobran por eso). Dicen los «eruditos» del voto que a la gente le gusta que el «político» debata (pero al estilo televisivo, con tiempos recortados, sin mucho enredo y calculando los anuncios publicitarios sin los cuales el negocio de la imagen no se sostiene). Dicen los jefes de campaña de los candidatos oligarcas que la gente vota por la gestión y no por el discurso. Y le llaman gestión a salir en la foto, la tele, los cines, en carteles públicos, con su sonrisa de vencedor y su eslogan de coyuntura. Dicen que eso es hacer política. Confunden a los pueblos con los públicos.

En el fondo de la historia la cosa es muy distinta. Los pueblos votan acosados por un sistema de presión primero económico-político, con ello ideológico y mediático, en el que reina la incertidumbre y el chantaje omnipresente con miles de trastadas cotidianas y en el pantano de la desinformación y la manipulación de la realidad. Si hubiese información libre y suficiente, si la comunicación sirviera para organizarnos críticamente y para confiar en la fuerza de los trabajadores y no para el individualismo y el linchamiento mediático de las luchas, a nadie se le ocurriría votar por sus verdugos aunque se disfrazaran de santos o buenos muchachos. Nadie pondría un voto a cambio de babas gerenciales salpicadas contra la historia de despojos y humillaciones incontables. Nadie

votaría ni por el *glamour* de campaña ni por el fetiche. Nadie pondría su confianza en el torturador histórico que ha mentido, robado y vuelto a mentir y robarnos sempiternamente. Nadie permitiría semejante farsa y fraude si pudiésemos votar libremente. Sin capitalismo votaríamos sólo por quienes conocemos, con nosotros, en lucha hombro a hombro diariamente y por el bien de todos. ¿Exagero?

Es urgente una revolución de la justicia social en los procesos electorales. Antes, durante y después. Sanciones para los que mienten, para los que no sancionan las mentiras, los que idean y ejecutan fraudes con votos y promesas; sanciones al aparato electoral de los oligarcas por desigual, opaco, amañado y excluyente. Sanción para quien permita elecciones asediadas, plagadas con amenazas (así sean sutiles), sin auditorías o sin protocolos éticos manejados por los electores; sanción para el dispendio y la censura, para el tráfico de miedos. Sanciones para los que ponen la cara en episodios electorales y jamás vuelven a las bases, para los que no rinden informes y los que se disfrazan de reporteros, comentaristas u opinólogos para hacer propaganda embozada. Someter a juicio a la democracia burguesa.

¿AHÍ VIENE EL LOBO?

Un viejo cuento advierte que tras muchos avisos falsos nadie cree en una nueva advertencia. Es decir, que tendemos a naturalizar la amenaza y con ello nos desmovilizamos y quedamos vulnerables. La moraleja es no ir por la vida vociferando peligros porque cuando finalmente aparezcan seremos presas de nuestro descreimiento. Por eso toda lucha que se precie de organizada cuenta con inteligencia, contraespionaje y centinelas. Nadie en sus cinco sentidos se sienta a esperar lo que dice el enemigo para entonces tomar medidas defensivas. Los pueblos también han aprendido de sus derrotas.

Donald Trump, entre sus múltiples patologías imperiales, ha profundizado la táctica guerrera de vociferar sin pudor pero con impunidad, haciendo amenazas sistemáticas a los cuatro vientos. Tiene destinatarios en todos los puntos cardinales y en todos los rincones del planeta. Bravuconea aquí y allá con la soltura que le da cierto histrionismo de mercado, junto a los manuales mediáticos que le proveen sus socios y cómplices adyacentes. Una y otra vez en la televisión, la radio, la prensa, las redes sociales, directamente o por interpósita persona. La cosa es tirar ráfagas de amenazas cargadas con el tufo mercantil de su *alma mater* belicista y su incontinencia de ego. Todo junto

es, de hecho, una forma de la guerra que es siempre primero económica y luego todo lo demás.

Ninguna de las amenazas imperiales es ingenua, aislada o simple advertencia. Cada palabra, gesto con sus énfasis y direcciones es parte de un despliegue de batalla cargada de sentido destructivo. Cargada con la moral del opresor que se dirige al mundo henchido de autoritarismo guerrerista y mercantil que se desliza sobre la lógica de los negocios bélicos del imperio. Y aunque eche mano de mascaradas demagógicas que manosean conceptos humanitarios, democráticos o mesiánicos, el mensaje crudo y duro no es otro distinto al interés del saqueo de riquezas naturales, esclavización de la mano de obra y abatimiento de la dignidad de los oprimidos. Lo hemos visto miles de veces.

En la cadena de amenazas que el imperio dirige contra los pueblos se incuba una «filosofía de la destrucción» diseñada para martillar la conciencia social, para derrotarnos de antemano, para hacernos sucumbir por el engaño y el miedo. Es una semiótica del invasor que pretende instalar en la cabeza de los pueblos amenazados la impotencia, la desesperación y la resignación agradecida. No se trata sólo de asustarnos, se trata de que le demos la razón; de que le aplaudamos y de que adoptemos como herencia para nuestros hijos la mansedumbre servil a los intereses imperiales. Y lo hagamos de manera duradera y rentable.

Es la parte psicológica de las guerras actuales ideadas por el capitalismo que anhela dominar al mundo ahorrando dinero o alcanzando sus objetivos a bajo

costo. Es la guerra misma desplegándose sistemáticamente, pero disfrazada de advertencia pura, de palabrerío bravucón o de evangelio justiciero. No se privan de hacer gestos compungidos preocupados por la libertad, la justicia o por los derechos humanos. No economizan en desplegar sus batallones de predicadores que con tono académico, sacerdotal y leguleyo repiten y fortalecen los enunciados invasores preparados meticulosamente por los laboratorios de guerra psicológica creados *ex profeso*. Muchos de ellos disfrazados de «noticieros», «agencias de noticias» o «líderes de opinión».

Ésa es la historia contada de manera sintética y esquemática; se ha repetido una y otra vez hasta el hartazgo como protocolo de las antesalas invasoras. Pero ninguna de esas ofensivas viaja sola, siempre se acompaña con un decreto que acusa a los pueblos de amenaza; siempre cuenta con una sanción económica, un castigo político y una metralla de vociferaciones descalificadoras, insidias, calumnias contra los pueblos, sus líderes y sus luchas. Todo eso es parte de una guerra de invasión operando en los frentes objetivos y subjetivos. No nos engañemos, es la lucha de clases en su escala imperial. ¿Ahí viene el lobo? A veces llega disfrazado de deuda externa.

Una y otra vez hemos dicho y ratificado, en frentes muy diversos, que la mejor defensa es el ataque, que no debemos creer «ni un tantito así» en el imperio. Que no podemos basar nuestras acciones en los decires y haceres imperiales, y que es imprescindible desplegar nuestras mejores tácticas y estrategias en todo

el espectro de las hipótesis de guerra si no queremos incurrir en los errores de otro tiempo y en los costos dolorosísimos que ya los pueblos han pagado por sus desventajas y asimetrías a la hora de la lucha.

La sola existencia de los imperios es razón ética suficiente para organizar nuestra defensa. No espere-mos a que los bravucones fijen fecha y modo de atacarnos. No tenemos por qué creer en sus métodos ni en sus tiempos, ni tenemos tiempo que perder cuando sabemos, bien que lo sabemos, cómo querrán infiltrar-nos sus antivalores, sus armas y su lógica de la muerte. Tenemos una historia de resistencia y victorias ex-traordinarias, pero tenemos también flancos débiles y tareas no cumplidas. Destacan las debilidades en ma-teria de comunicación y cultura como frentes de fra-gilidad, que de no resolver con urgencia pueden ser errores suicidas.

El lobo ha estado ahí siempre. Es falso que este-mos en etapa sólo de amenazas, pues la guerra está en desarrollo y eso modifica todos los escenarios en tierra, aire, mares y cerebros. Nos asiste el derecho histórico fundamental de defendernos con todo lo que tenemos y lo que consigamos; con la solidaridad internaciona-lista, con uñas y dientes. Lo único que no podemos ni debemos hacer es ser ingenuos, quedarnos de brazos cruzados, confiar en lo que el enemigo dice y desper-diciar la oportunidad de la autocrítica. Ahora o nunca nuestras deficiencias deben ser superadas fraternal-mente y en clave de lucha, sin desunirnos, debilitarnos, sin autocomplacencias, demoras y miedo. Frente al im-

perio lo único que podemos perder son nuestras cadenas. Un mundo nuevo está por ser ganado, esta vez sin amos y sin clases sociales. Nada menos.

ABOLICIÓN DE LA ESCLAVITUD SEMÁNTICA

Suele ser una manía el secuestro de significados para conformar un lenguaje hegemónico cuyo plan semántico se impone, con el reloj de la lucha de clases en sus definiciones, sus paradigmas, su interpretación y su uso. Así lo hacen los poderes sectarios —de todas las áreas— que se adueñan de nociones y usos para reinar a sus anchas en los territorios semánticos. «La cortesía del filósofo es la claridad», decía Adolfo Sánchez Vázquez.

Casi cualquiera con suficiente egolatría inventa terminajos y jergas, a diestra y siniestra, para caracterizar eso que él cree descubrir u ordenar como nadie antes lo ha hecho. Como un Cristóbal Colón de los saberes inaugura continentes del conocimiento, los da por inventados y los bautiza según el antojo y las pleitesías de ocasión. Y la proliferación de esos genios de la terminología termina produciendo oscurantismos tipológicos nuevos, muy caros al esnobismo burgués y a la balcanización de los saberes. Pocas, muy pocas son las excepciones. «Todo lo que conduzca a la superioridad de un idioma sobre otro —ya sea intencionalmente o no— crea graves problemas», según nos dice el *Informe MacBride* (p. 141).

Al contrario de lo que se necesita (claridad e inteligibilidad) para comprender al mundo y todas sus complejidades, tenemos en el escenario de las explicaciones un circo abigarrado, generalmente tramposo, empeñado en secuestrar el conocimiento para enjaularlo en terminologías de «expertos». Incluso para las cosas más sencillas siempre aparece un grupo sabelotodo dispuesto a proferir jerigonzas a granel, mientras comercia con lo que dice saber. Se hacen pasar (y se hacen pagar) como iluminados del saber con quienes sólo se puede interactuar bajo los efluvios de cierta fe fabricada a medida del negocio. Y como hablan enredoso hay que creerles y obedecerles. Algunos se hacen llamar científicos, expertos o técnicos.

Éste no es un problema sólo de comprensión, es particularmente un problema ético. Complicar el saber, que es en suma un producto social y un derecho humano fundamental, no parece ser el mejor método para su democratización. La invención desafortunada de terminajos sectarios sólo produce grietas, abismos. Y no se trata de negar el valor de conceptos cuya capacidad de síntesis facilita la ordenación de categorías propias en la lógica que el conocimiento requiere para su consolidación científica. Se trata de exigirle a tal capacidad la destreza indispensable de hacerse accesible, inteligible para la satisfacción de las necesidades colectivas en la resolución de los problemas más disímolos. No es lo mismo investigar que divulgar, pero ambas fases del saber son indisolubles e indispensables en la dialéctica del conocimiento material y concreto, objetivo y subjetivo. No es mucho pedir.

Así, la erudición, que es un valor social fundamental, se garantiza un poderío colectivo que hasta ahora ha sido mayormente reducido a diálogos ineluctables entre interlocutores más enamorados de su prosa y sus egos que del aporte social para la producción social del conocimiento al alcance de todos. Es decir, la democratización de la inteligencia. Necio sería descalificar el aporte de nomenclaturas científicas, de lo que se trata es de completar su valor con el valor de la extensión y el poderío del conocimiento movilizado socialmente. Abolir las cadenas terminológicas. Peor es cuando las explicaciones de los *expertos* se presentan en idiomas extranjeros.

Un análisis panorámico demostraría fácilmente cómo la invención de términos es impuesta por una dinámica ideológica hegemónica creada para imitar a ciertos formatos descriptivos empeñados en exhibirse como progreso científico de unos cuantos. Eso trae consigo otros problemas en la instrumentación de políticas democratizadoras de la ciencia y la tecnología. Son reductos cuya lógica se impone desde afuera de una sociedad para profundizar las brechas entre el que sabe y el que no. No pocas veces comerciando con eso.

En general, los modelos de producción terminológica son estrategias para presentarse como saber universal e independiente de una comunidad específica, pero semejante ambición deja fuera de lugar la diversidad de problemáticas educativas en una sociedad donde debieran servir para la apropiación colectiva de una determinada riqueza semántica. En consecuencia,

la democratización de los saberes se convierte en una imposibilidad porque los conocimientos inteligibles pierden su carácter formativo, dislocados de su pertenencia social.

Dotar de comprensión social-contextual el conocimiento multiplica el desarrollo de una cultura que se adueña de la ciencia, la tecnología y la libertad de expresarlas, diseminándolas más allá de los ámbitos formales de producción de conocimiento. La democratización del conocimiento, con todos sus significados y sus vocablos básicos, permite además abrir opciones a la cultura misma para reconocer la variedad de las estructuras semánticas que en general no se perciben como algo propio de los pueblos, y que por el contrario se presentan como un universo esotérico de espaldas a la inteligencia social. Facilitar la comprensión de los conceptos acarrea beneficios múltiples y enriquece también el espíritu científico, que corre riesgos si no logra abrirse a un modo colectivo, necesitado de conocer el sistema de los saberes y enriquecer otras formas de saber.

Desde un enfoque crítico de las terminologías y las jergas es posible desarrollar un abordaje democrático de los métodos de nominación tradicionales y de la proliferación misma del conocimiento. Eso permite impulsar cambios a la valoración de la inteligencia vinculada con la transformación profunda de la sociedad, no porque esté imposibilitada para entender conceptos complejos, sino por la necesidad de esclarecer sus contenidos hasta ponerlos al alcance de la mayor can-

tividad posible de personas. Por cierto, no caigamos en la emboscada ideológica del «cuanto más sencillo, más alcance tendrá», se trata de que lo profundo, complejo y rico esté a la mano de todos.

Toda capacidad crítica frente a las terminologías incomprensibles debe ser decisiva para revolucionar el conocimiento y emancipar la semántica, eso implica liberarla y convertirla en fuerza de creación necesaria para terminar con los vicios de cierta «comunidad de iluminados» que se apropia de los saberes en todas sus ramas. También hay que desplegar una lucha incansable que sea capaz de romper con los diccionarios del oscurantismo y afrontar la urgencia social de poner el conocimiento al servicio de la transformación del mundo. Para que se entienda.

LA IDEOLOGÍA DE LA CLASE DOMINANTE

Cómo se las ingenia el capital para convencernos de que el capital por encima de lo humano es lindo.

Tan amplio es, y tan concreto, el repertorio ideológico desarrollado por la clase dominante que las mejores definiciones han requerido métodos dinámicos e instrumentales muy precisos para caracterizar sus raíces, efectos y perspectivas. En lo objetivo y lo subjetivo. Decía Marx:

Las ideas de la clase dominante son las ideas dominantes en cada época; o, dicho en otros términos, la clase que ejerce el poder *material* dominante en la sociedad es, al mismo tiempo, su poder *espiritual* dominante. La clase que tiene a su disposición los medios para la producción material dispone con ello, al mismo tiempo, de los medios para la producción espiritual, lo que hace que se le sometan, al propio tiempo, por término medio, las ideas de quienes carecen de los medios necesarios para producir espiritualmente.^{3»}

³Karl Marx y Friedrich Engels, *La ideología alemana*, Akal, Madrid, 2014, p. 39.

Con el capitalismo la dominación desarrolló novedades que no se limitaron al campo de lo instrumental tecnológico, sino que avanzaron en los territorios del control de conductas grupales e individuales más allá del poder del «opio del pueblo». La doble moral refrescada. A la clase dominante le hacía falta un ser humano dominado, vaciado de fuerzas (políticas y físicas), pero también agradecido.

Un ser humano dominado que reconociera (de pensamiento, palabra y obra) la superioridad de su dominador y le confiriera toda la razón por su ser y modo de ser. Hacía falta un dominado, además, que considerase su condición como un tesoro y lo cuidara con esmero para heredarlo a su prole como valor moral conquistado durante generaciones. Todo eso celebrándolo entre aplausos y festividades mercantiles y ritos consumistas. La ideología de la clase dominante deja tatuados en el cerebro todos sus antivalores individualistas. «¡Triste época la nuestra! Es más fácil desintegrar un átomo que un prejuicio», afirmó Albert Einstein. El paraíso de la alienación.

La clase dominante, adoradora del capital, enseñó a sus subordinados la misma adoración, pero vaciada de posesión. Hizo invisibles todas las triquiñuelas ideadas para robar al trabajador el producto de su trabajo, mientras lo convencía de que los recursos naturales deberían estar en manos privadas; de que el gobierno es cosa corrupta que deben manejar los técnicos y que se debe respetar un orden porque los pueblos, maleducados, son un peligro para ellos mismos. Y

los pueblos pagan (algunos hasta con orgullo) policías y ejércitos para que los repriman; bancos y financistas para que se lleven las ganancias disfrazadas de créditos; empresarios y mercados para que secuestren sus salarios; universidades y academias para que secuestren los saberes; industrias *mass media* para que anestesien la conciencia del saqueo; iglesias y cultos para que sublimen la mansedumbre; leyes y leguleyos para legalizar el hurto. En fin, un aparato enorme de instituciones y valores fabricados para mantener a raya todo intento de sentirse con derechos o propietario del trabajo y las materias primas. La alienación y la enajenación como protagonistas estelares en el drama del despojo.

En su conjunto, las ideas dominantes (con su doble moral) son expresión de las relaciones materiales dominantes. Lo que vale para los sometidos no vale para los sometedores. La ideología del que domina es un repertorio amplísimo de falsa conciencia, chatarra intelectual para esconder bajo la alfombra los muertos de fábrica y las miserias que genera. Doble moral en la que todo lo que se prohíbe para el sometido se permite para el que somete. Quienes forman la clase dominante saben bien qué, cómo y cuánto dominan en una época histórica específica y cómo deben actualizar sus mecanismos materiales y simbólicos para perpetuar esa dominación. Esa clase dominante actúa como productora de ideas permanentemente, aunque sean ideas repetitivas e irracionales, porque las necesitan para regular la producción y distribución de las ideas dominantes

de la época. Y desde luego que en el repertorio de las luchas interburguesas cada facción organiza sus cadenas de producción de ideas para competir en el mercado de los pensamientos subordinados.

Hay grandes maestros en el arte del engaño, capaces de garantizar la invisibilidad de la explotación del trabajo, división del trabajo espiritual y material para crear la ilusión de que se es muy activo en el desarrollo de la fuerza productiva, mientras en realidad se es un subordinado con poco tiempo para educarse y percatarse de los engaños y amasar ideas acerca de sí mismos, para cambiar una situación de la cual se conoce poco y nada. El colmo es cuando los dominados creen que las ideas dominantes les pertenecen y que deben defenderlas con su vida.

Mentiras, miedo y consumismo, con todos sus derivados y concomitantes, son los nodos neurálgicos en las ideas y la práctica de la clase dominante sobre las condiciones de producción impuestas como verdades universales. El sometimiento como la forma de lo general. La clase dominante impone sus gustos y gestos, sus filias y fobias, para sacar adelante los fines que persigue para representar como colectivo su propio interés e imprimir sus ideas a todo. Cómo alimentar, vestir, entretener y educar a los niños desde la cuna; cómo besarse, amarse y reproducirse... desde la cama; cómo caminar, saludar, sonreír, abrazar e incluso insultar; cómo soñar, entender, disfrutar, creer y confiar. Minuto a minuto, bajo una andanada permanente de estereotipos exhibidos por la dictadura cultural y co-

municacional dominantes, a título de modelos exitosos que, de no seguirlos, vendrá la maldición de ser inadaptado, vulgar, pobre.

Dilucidar, desmontar, desactivar y superar el fardo descomunal de la ideología de la clase dominante (es decir, que el capital no predomine sobre los seres humanos), es un trabajo que debe asumirse de manera científica, y por ello sistemática. El debate contra la ideología de la clase dominante no es un deporte escolástico ni un desplante rebelde sólo para contraponerse, por la contraposición misma, a una clase que representa a la parte más odiosa de la sociedad: su miseria. Y hay que refutarla desde el corazón de sus contradicciones realmente existentes, para que los pueblos propicien condiciones para elevarse hasta liberarse de la clase dominante. No derrotarla para imitarla. La dominación de la clase no es sólo la dominación con las (sus) ideas, hay que derrotar sus métodos de explotación del trabajo y el saqueo de los recursos naturales. Una lucha sin la otra (económica e ideológica) es una historia renga que conduce a frustraciones y retrocesos enormes. Ya hemos visto eso muchas veces.

Una vez que las ideas dominantes se combaten junto con las relaciones de producción, lo que emerge de manera perfectamente natural son las ideas para cambiar las relaciones existentes, proliferan en la reflexión sobre los seres humanos y la esencia de la humanidad, su filosofía y su desarrollo en la historia, la verdadera que llegará a la conclusión de que no debemos contentarnos sólo con el análisis de las ideas

dominantes o las ilusiones inducidas por la clase dominante. No debemos contentarnos con reducir el imperio de las ideas hegemónicas a su sustancia mística o a caprichos del propio pensamiento. No contentarnos con explicaciones mecanicistas ni lineales, puramente economicistas ni puramente religiosas, pues nos llevaría al error de eliminar de la historia las condiciones materiales y repetir el modelo escapista especulativo. Ilusiones, ensueños e ideas retorcidas para mentir, asustar y vender mientras se esconde el andamiaje de los negocios y la explotación del trabajo existente.

Nuestra batalla por la supremacía de los seres humanos por sobre el capital, contra la ideología de la clase dominante, debe servir para aprender a distinguir y actuar con toda claridad a la hora de explicar y derrotar las trampas entre lo que parece ser y lo que realmente es. Es urgente contar con un instrumental de lucha que logre penetrar en todo plano de la inteligencia humana, que hasta hoy se ha camuflado como problema intrascendente o inexistente. Es urgente.

INFILTRACIONES IDEOLÓGICAS COLONIZANTES

Una ilusión manipuladora no confesada se desliza como si fuese el *non plus ultra* de toda comunicación y cultura. Se trata de un estereotipo ideológico que anhela controlar conciencias y conductas al estilo nazi-fascista, como si se tratase de un logro táctico y estratégico para dirigir a las masas, milimétricamente, en lo objetivo y subjetivo. Una especie de poder iluminado por el poder para acarrear al rebaño por el camino de la subordinación placentera. Deseo perverso empeñado en comerciar con las conductas de los pueblos. Si lo saben mal, si no lo saben peor.

Algunos anhelan que una frase, una imagen, un mensaje tenga el poder, por sí, para convencer a los destinatarios de ser y hacer lo que quieren los genios de la comunicación, fabricantes de publicidad o propaganda, así se disfrace de periodismo, cine, televisión, radio o *influencers* en internet con sus redes sociales. El fetichismo de la comunicación individualista y mercantilizada.

Desde su perspectiva, la ideología de la clase dominante se las ingenia para imponer su reduccionismo satanizador contra la clase trabajadora como el enemigo del bienestar. En los trabajadores forjan

un enemigo único. Contra los trabajadores se reúne a todas las fuerzas disponibles para constituirse en un sector acosado por la rebeldía de la clase subordinada. Entonces cargan sobre los pueblos los errores y defectos propios mientras se victiman y emprenden ataques inventando amenazas. Inventan su concepto de lo «popular» con el supuesto de que el pueblo no es inteligente y los mensajes han de ser ideados para no exigir esfuerzo intelectual y siempre sea fácil de olvidar. Tal como indicaba Goebbels: «Si no puedes negar las malas noticias, inventa otras que las distraigan».

Para los Goebbels de gabinete no hay límite a la exageración y la desfiguración. Todo acontecimiento es susceptible de ser convertido en amenaza grave. Es el viejo negocio de asustar al burgués propio para que financie ciegamente toda represión. Se educa a los *mass media* con la idea peregrina de que «debe limitarse a un número pequeño de ideas y repetirlas incansablemente»; «si una mentira se repite suficientemente, acaba por convertirse en verdad». Incluso de la repetición hasta la náusea pretenden hacer su renovación. Para eso se empeñan en imponer «información» y silogismos efímeros dichos como si fuesen verdades eternas. Eso se logra sólo con el desarrollo de un modelo de indiferencia tozuda ante todo lo que los pueblos denuncian y repudian. Y todo eso a condición de que parezca verdad. No importa cuántas fuentes haya que silenciar o cuántas falacias haya que infiltrar para garantizar el reino del engaño. Cultura *fake*.

Tal filosofía de la manipulación sólo funciona al precio de silenciar a los pueblos. Cortarles toda po-

sibilidad de comunicación independiente al discurso hegemónico, a su lógica y estética. Y principalmente tal filosofía de la comunicación hegemónica ha de operar sobre las bases de su propia tradición dominante y de la necesidad de trascender los planos de lo material para convertirlos en cultura y en arte que los pueblos subordinados deben aprender a disfrutar. Eso incluye amar toda la parafernalia alienante, sus ídolos y héroes, fiestas y ritos, como si fuesen propios. Gozar la subordinación, disfrutar la esclavitud y principalmente enseñar a los pueblos a agradecerla con aplausos y *conrating*. Dicho de otro modo, consolidar una cultura de la subordinación que se divierte sumisa con cualquier chatarra material e ideológica que le imponga el aparato de comunicación y cultura dominante. Y convencerse de que es lo mejor que la humanidad ha conseguido, que debe defenderlo con su vida y heredarlo a su descendencia.

Tal paradigma de la dominación cultural y mediática, con su ilusionismo de genios goebbelianos, es un dispositivo ideológico amasado larga y corporativamente en la progresión hasta hoy imparable que implica acumulación de las herramientas de producción de sentido y la dominación de los campos semánticos que reducen los contenidos de casi todo pensamiento a sofismas de mercado dogmatizados. Al servicio de esto compiten desafortadamente personas y empresas para convencernos (y convencer a sus clientes) de que sus campañas y sus ideas son la solución mágica a la crisis de sobreproducción que ahoga al capitalismo y a los fo-

cos de rebeldía y revolución que proliferan por todo el planeta, como signos claros de hartazgo ante los estragos del capitalismo contra la humanidad y el planeta.

Pero el ilusionismo de los discípulos de Goebbels termina cuando la realidad toma la palabra. No pocos de sus feligreses se desesperan si las fórmulas de la dominación no funcionan como dicen sus manuales. Y es que olvidan la inteligencia dinámica del pueblo trabajador que es infatigable en su resistencia simbólica, aunque luche en condiciones asimétricas. Incluso las victorias comunicacionales hegemónicas se diluyen en lo efímero de sus intereses y fundamentos convertidos en fuente de creatividad para que los pueblos produzcan humor, sarcasmos, ironías, cancioneros, dramaturgias y todo tipo de guerrilla semiótica que más temprano que tarde ayudan a conjurar los efectos de las ofensivas hegemónicas, a condición de que medie una lucha (o un conjunto de luchas) desde el campo laboral, el de las ciencias, las artes o de cualquier género desigual y combinadamente.

El mito del genio goebbeliano en comunicación y cultura es una mercancía más que el sistema se vende a sí mismo —y a sus víctimas— para hacerse pasar por invencible. Eso no implica que sea inocuo ni que sus maquinarias sean fáciles de vencer. Lo que implica es que además de mostrarnos muchas de nuestras debilidades, evidencia la urgencia de trabajar para desmontar todas sus parafernalias y dejar en claro que el único verdadero genio creador de las estrategias más efectivas, a largo plazo, es el pueblo en lucha emancipadora.

De esa lucha emergen y han emergido siempre las estrategias y herramientas más poderosas que, en todas sus variables, constituyen un patrimonio extraordinario al tiempo que un desafío permanente. Acaso una de nuestras mayores derrotas y deudas consiste en no haber sabido compendiar todas esas victorias en un mapa general que nos permita reconocernos victoriosos en semejante lucha. También nos han balcanizado en conocimiento sobre nuestras propias fortalezas y victorias. El colmo.

LAS MENTIRAS Y SUS FELIGRESÍAS

Nuestra historia está dominada por lo falso

UMBERTO ECO

Tapizada como está nuestra historia con mentiras de todo tipo, vivimos una fase del engaño que mutó también mediáticamente hacia lo que parece un nuevo callejón —ideológico— sin salida. Sin dejar de ser un gran negocio. Una nueva-vieja mercancía de la propaganda dominante disfrazada de filosofía para incautos, nos ha convertido en consumidores voraces de falsedades para enseñarnos a admirar nuestro despojo y explotación como obra maestra de un sistema cuyo sentido no se limita a producir pobres, sino también seres engañados y dóciles.

Le llaman *posverdad* a la *plusmentira* y a la lógica de un sistema de mentiras, actualizado bajo reglas que el «consumidor» desconoce —relativamente—, pero que acepta con las fórmulas largamente ensayadas con los parámetros del modo de comunicación predominante. Se trata de la edad de las mentiras de gran calidad y con no pocas pautas para que cierto pensamiento (y gusto) afiancen simpatías, coincidencias y placeres derivados de las falacias. La estética de lo falso.

Es el camino que encontró la ideología de la clase dominante para darse sobrevida. Ya no saben qué

inventar. Han manoseado todos los recursos «filosóficos» que prohijaron y hoy no tienen cosa significativa que proponer porque queda claro que no tienen futuro. Entonces mienten con todo. La ideología de la clase dominante tiene efectos nocivos, desde sus torres de marfil *mass media*, aliadas con no pocas mafias académicas, para idear falacias que son consumidas por personas que con no poca frecuencia lo gozan. Muchas creen que es indispensable sustituir la verdad con mil mentiras.

Durante mucho tiempo la ideología burguesa ha ensayado modelos de falacias muy diversos, incluso con gran realismo. Han inventado su «verdad» absoluta y su fatalidad para que aceptemos como única realidad los intereses usureros del capitalismo. Ese realismo burgués ha potenciado el arte de mentir, no sólo en «agencias periodísticas» y medios de comunicación cómplices, sino incluso en documentales y campañas políticas de gran «realismo». Han sido líderes en el arte de la mentira vestida de realidad. Con ese gran realismo afirmaron la existencia de las armas de destrucción masiva, crearon realidades falaces y nos acostumbraron a aceptar, con mansedumbre, la palabrería de las campañas políticas como una forma necesaria del engaño. El «realismo» de las mentiras y su propagación impune no es más que otra modalidad narrativa inventada *ex profeso* para evangelizar audiencias con la tesis resignada de que «así es el mundo», «así son las cosas» y nada cambiará... y hay que hacerse cínicos porque eso es *nice*. Está de moda.

En su modalidad más descarnada dicen que harán lo que jamás veremos y juran no hacer todo lo que después hacen para ahogarnos. Juran terminar con la inflación, «no endeudar a los pueblos»; prometen pobreza cero; en el colmo de las falacias de campaña enfatizan su «odio a la corrupción» para esconder sus complicidades con los paraísos fiscales y con las mafias financieras. Se yerguen como adalides de la renovación para articular las más rancias formas del saqueo y la explotación, mientras culpan a otros de las canaladas que ellos mismos tienen preparadas para su gestión. Así ganan elecciones, feligresías y defensores. Lo falso promovido como real.

Ese realismo con que se desgarran las vestiduras para mentir presenta al mundo como un caos sobre el cual la única solución son ellos con sus mentiras, casi siempre estrambóticas, y se las impone cronométricamente como la verdad publicitaria suprema que se financia en su mundo con *rating*. Esa lógica del engaño, ideada por los laboratorios de propaganda política para resolver la trama del capitalismo y sus crisis, viene en capítulos de falacias. Y eso embelesa a muchos por comodidad individualista. Mentir pasó a ser un gran negocio y dejarse engañar un evento que no exige esfuerzo. Algunos creen ver en las falacias oligarcas la escuela sacrosanta del pragmatismo para darle estatus a lo que es un fraude premeditado por los farsantes que juegan al póker con todas las cartas a su favor. Nadie se engañe, no es la realidad, es una ficción a veces muy forzada, barnizada con realismo narrativo. Y tiene adeptos voluntaristas entre sus víctimas.

Todo eso sirve, además, para esconder la realidad de un mundo donde la industria imperialista más importante es la fabricación de armas; para esconder las conductas delincuenciales de no pocos negocios ilegales (cuarteles de guerra psicológica); el tráfico de drogas, armas y personas. Una realidad a la que la inmensa mayoría de los seres humanos está sometida por una minoría pavorosamente armada y experta en engañar. Una realidad en la que, por otra parte, crece el malestar, avanzan las revoluciones y hay hambre de ideas para derrotar al capitalismo. Se moderniza un arsenal con los dispositivos tecnológicos y psicológicos más avanzados en la ruta de reprimirnos ideológicamente con la historia de que todo es mentira, de que hay que resignarse y hay que disfrutarlo.

Un equipo de guionistas disfrazados de periodistas escribe para que el arte de la mentira parezca una etapa liberadora e inevitable. Mentir a toda hora para que ya no importe lo real, incluso en el círculo de los «intelectuales» burgueses amaestrados por los monopolios de la opinión pública, incluso en los terrenos académicos. La lógica de las mentiras-mercancía despliega su propio lenguaje en apariencia serio, y se hace pasar por aceptable incluso para sus víctimas. La filosofía de las falacias de mercado recurre a cuanto simbolismo encuentra, incluso hecho *ex profeso*, para que todos se traguen las mentiras y todos las acepten acríticamente. Pero a la hora de cobrar, a la hora de las ganancias, la verdad suprema siempre es el capitalismo. La parte más dura y dolorosa está en las feligre-

sías de la mentira atrapadas en una emboscada descomunal, donde contra su voluntad aportan su cuota de complicidad para completar la tarea de los *mass media* responsables de desfigurar todo con la fuerza significativa de los intereses burgueses decididos a cambiar el orden existente de la realidad. Y para eso echan mano de las armas de la guerra ideológica y de las patologías esquizofrénicas más democratizadas. Hasta que la mentira estructural sea más verdad que la realidad objetiva, que el despojo a la clase trabajadora y que la lucha de clases. Contra ese infierno ideológico, decía Lenin, «la verdad es siempre revolucionaria».

AGENCIAS DE... ¿NOTICIAS?

Todas las aberraciones imaginables para deformar la realidad y linchar mediáticamente las luchas sociales tienen una fuente generosa en las agencias internacionales de noticias. Se llamen como se llamen. Aunque tienen fachadas mercantiles distintas, su dispositivo ideológico (falsa conciencia) es exactamente el mismo. Operan con premeditación, alevosía, ventaja e impunidad pública transnacional. Con la dictadura del negocio informativo y la concentración de la información, las empresas se han convertido en un oligopolio con el 90% del mercado dominado por 6 empresas, principalmente: Bertelsmann, Disney, General Electric, News Corporation, Time Warner y Viacom.

Se barnizan con «credibilidad» de mercado gracias a su complicidad con la ideología de la clase dominante y se hacen rentables gracias a todos los artilugios monopólicos ilegales. El colmo es que se infiltran por todas partes y que (no pocas veces) imprimen su influencia deformante en espacios que en apariencia no comparten su lógica. Hay casos a raudales.

Desde 1945 y hasta el año 90, el 80% de las mercancías informativas provenía de cinco grandes agencias: dos estadounidenses, Associated Press (AP) y United Press International (UPI); una británica, Reu-

ters; una francesa, France Presse (AFP) y una soviética, la Agencia de Información Telegráfica de Rusia (TASS). Estas 5 empresas de mercancías de noticias internacionales se fusionaron bajo el imperio de los servicios de noticias a la radio, la televisión, el cable y la televisión por satélite. La verdad ya no importa, sólo importa la mentira que seduce, ilusiona, narcotiza y vende.

Operan con impunidad e impudicia. Las 10 agencias más poderosas hoy: 1) Reuters, creada en 1851, vende «información» en más de 20 idiomas. 2) Agence France Presse, la más antigua fundada en 1835, en París, vende en 110 países. 3) Associated Press de Estados Unidos, creada en 1846, comercia información en 5 idiomas. 4) La italiana ANSA, de 1945, se vende en más de 74 países. 5) United Press International, yanqui también, de 1907. 6) Press Association, del Reino Unido. 7) Xinhua News Agency, de China, con 107 oficinas en el mundo. 8) Europa Press, de 1957, de España. 9) RIA Novosti, creada en 1941, rusa. 10) Interfax, Information Services Group, comercializadora rusa fundada en 1989. Las agencias comercializadoras de «noticias» se convirtieron en clichés fabricantes de información-mercancía de carácter internacional, que son compradas por medios nacionales. Son negocios que venden lo que fabrican como «hechos» o «noticias» a sus clientes o abonados. No tienen capacidad sistemática de análisis crítico de la realidad ni son objetivas ni veraces en la información que venden, siempre plagada con los matices ideológicos de la empresa comercializadora. Son, por ejemplo, corresponsables de las

peores canalladas fabricadas por la Sociedad Interamericana de Prensa.

Las agencias mercantilizadoras de información son consecuencia de la expansión del capitalismo y su ataque a la clase trabajadora, incluso con las nuevas tecnologías. Semejante tarea exige la supresión de las barreras regulatorias de información y contenidos culturales, para garantizar la libre circulación de las mercancías noticiosas y vender sus productos informativos cargados ideológicamente con cobertura mundial. No es un negocio entre amigos, es una guerra monopólica que tiene por base un todos contra todos internacional. Hasta los años 90, Time Warner y Disney controlaban el 15 % del mercado internacional hasta 1990, y ya en 1997 lograron el 30-35%.

LOS RESORTES IDEOLÓGICOS

Es necesario intervenir en los flujos mundiales de la información, es decir, en su modo y sus relaciones de producción y su semántica colonialista. Urge un Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación (NOMIC). Democratización de la producción, distribución y consumo de la información a nivel global y proponer cambios profundos en las fuentes de redacción, en la sintaxis y los sujetos de la enunciación. El nuevo territorio que hoy dominan los negocios de las noticias internacionales está ampliamente globalizado, es enorme y tiene por base el poder económico, político, social.

Se ensayan, paradójicamente, todas las formas de la censura más sofisticada. La concentración de agencias y pequeñas empresas informativas «satélite» en los llamados países centrales y la escasez de ellas en países llamados periféricos, tiene efectos severos en la dependencia informativa, en el perfil de lo informado y en la orientación ideológica que transita, sistemáticamente, en las venas de cada «noticia». Dejan ver lo que conviene, incluso cuando parece inconveniente, es decir, aquello que se informa porque se trata de un juego de espejos altamente sofisticado a pesar de su apariencia rudimentaria poco profesional.

El alcance de semejante poder de concentración monopólica, de lo que algunos autores ya caracterizan como la de la riqueza informativa y las herramientas de producción y divulgación, ha venido generando estragos culturales severos en el campo simbólico de los destinatarios o usuarios de esa información industrializada. En primer lugar, la cultura de la competencia de mercado como *alma mater* de la información, y en segundo lugar la cultura de la uniformidad. Esa situación ya ha generado un formato autoritario en el flujo informativo y ha creado una red de influencias ideológicas en las que se multiplica el poder de las agencias más allá de su carácter de sólo vendedoras de noticias. Algunos creen que su dependencia de las agencias de noticias es un signo de estatus o de proximidad cosmopolita con los poderes reales o con la dominación de conciencias. Mientras linchan mediáticamente a los líderes sociales.

La industria mundial de la producción de «información» en manos de las agencias de noticias ha constituido una derrota cultural y comunicacional inmensa, especialmente en América Latina donde han operado como medios golpistas auxiliares de la antidemocracia. El caso chileno es emblemático, tanto como la ofensiva brutal contra Cuba y Venezuela. Deberían ser las agencias de noticias una gran victoria de los pueblos para informarse de sí y de otros con libertad y profesionalismo, pero una vez más, como en muchos otros casos, el lastre ideológico latifundista y la práctica mercantil monopólica reducen la jerarquía históri-

ca de la información y su dialéctica humana a mercancías desechables. Basura.

UN ESPÍRITU RECORRE EL INTELLECTO

Entre la resistencia y la toma del poder en manos de las luchas sociales desde las bases, podemos sumar una lista enorme de victorias culturales y comunicacionales que vistas con método dialéctico y en conjunto, demuestran que a pesar de las asimetrías, las usurpaciones y las traiciones un espíritu rebelde recorre el mundo expresándose también en la cultura y la comunicación.

Incluso, en sus momentos más duros hay destellos rebeldes que anuncian la dirección que tomarán las grandes victorias del pensamiento transformador, que encontrará las maneras de expresarse a pesar de todos los pesares. Y no al revés. No es que de un producto cultural o de una experiencia de comunicación emerjan las revoluciones... es de la lucha de donde emergen los medios y modos para contarle al mundo y contarse las identidades y las profundidades de la batalla que busca pares y fuerzas para hacer suma con efectos concretos en el marco del correlato de fuerzas. Ahí donde la clase dominante impone sus ideas como templos inamovibles o como verdades eternas, ahí los pueblos siempre interrogan, desobedecen y crean fuentes emancipadoras en busca de marcar y cambiar la historia. Está en el ADN de la humanidad ese dato (o

esa data) rebelde que si encuentra fuerzas es capaz de crecer, incluso en el terreno más infértil. «He tenido ocasión de observar muchas veces cómo poderosas organizaciones con una poderosa prensa se hicieron añicos con el impacto de los acontecimientos, y cómo, por el contrario, pequeñas organizaciones con una prensa técnicamente débil se transformaron en corto tiempo en fuerzas históricas», afirma León Trotsky.

No es menor la importancia de definir y contrastar el concepto de victoria en los escenarios semánticos más diversos. Fuera de la lógica del mercado, la victoria adquiere dimensiones más extensas y profundas que aquellas donde se restringe al consumo o al dinero. Sin el peso del capitalismo, y según las asimetrías y fuerzas, la victoria va construyéndose siempre en clave social y en clave de lucha. Nunca ha sido (como anhela el individualismo) obra de un solo hombre y nunca propiedad privada de corporación alguna. La victoria, que se construye socialmente desde las bases, expresa en simultáneo sus conquistas objetivas y subjetivas siempre con base material y concreta. No se consigue para vanagloria de los egos-caudillos ni para santificar virtudes extraterrestres. En todo caso la victoria, que se construye desde las bases, es siempre un peldaño transicional en un proceso permanente que exige validación igualitaria entre los protagonistas de su construcción. Es una noción colectiva en construcción permanente. Como la vida misma de la lucha.

Con tales condiciones, es de la lucha misma de donde se desprenden los requisitos de las victorias en

los campos de batalla de la cultura y la comunicación emancipadas y emancipadoras, por eso reclaman métodos nuevos y propios para su validación y consolidación. Así, pueblos condenados al silencio y al desgarramiento de sus identidades, cuando encuentran los lenguajes propios de sus rebeldías y amasan tradiciones de lucha renovada, fincan victorias en los aspectos más sutiles del conocimiento, la enunciación y el intercambio simbólico donde van transformándose los modos de producción de sentido y las relaciones sociales para que ese sentido funde su identidad transformadora. Llámense canciones, danzas, murales, conversaciones, asambleas o volantes. Llámense periódicos, radio, televisión o grafiti, tan pronto alcanzan un grado de poder organizativo, de avance, de conciencia de lucha y de clase, un grado de movilización y cambio va haciéndose victorioso en todos los sentidos opuestos a la lógica de la victoria en la ideología de la clase dominante.

Así se volvió victorioso para los pueblos, por ejemplo, el corrido de la Revolución Mexicana; así se volvió victorioso el arte público del muralismo. Así, es victoria de los pueblos el humor, las caricaturas, la poesía. En un continente que desarrolló su imaginario independentista con Bolívar, Martí, Hidalgo, Morelos, San Martín y todas sus «artillerías del pensamiento» que abandonaron la semántica del súbdito para comenzar a imaginarse, no sin tropiezos, como seres libres y descolonizados. Así se volvió victorioso un imaginario revolucionario en todo un continente que no ha cesado en la búsqueda de su identidad, de sus voces

propias, para contar la historia como debe contarse desde sus luchas. No sin acoso, no sin amenazas, no sin usurpaciones simbólicas. Haití, Nicaragua, El Salvador, Colombia, Venezuela, Cuba, Perú, Chile, Uruguay, Argentina, Brasil, Paraguay, con sus pueblos originarios hoy en las vanguardias como mosaico preñado con expresiones revolucionarias que en su escala, sus medios, sus fuerzas y desde sus batallas, va amasando un universo rebelde de Patria Grande inédito e inconcluso. Y sin embargo, moviéndose victorioso en el latir de corazones e idearios irredentos que, vistos en conjunto y como una secuencia de revolución permanente, dejan ver con claridad el portento creativo del espíritu rebelde que recorre el continente.

Nos urge construir la historia completa de las luchas culturales y comunicacionales de la Patria Grande. Escribirla a muchas manos, con la fuerza de una batalla recopiladora y cartógrafa que sirva de brújula y de antídoto. Para que no nos desoriente ni nos deprima la historia oficial que la burguesía inventa para usurparnos las luchas y sus símbolos, la revolución y su sentido. Nos urge construir la historia completa de las luchas culturales y comunicacionales para recuperar y salvaguardar nuestro derecho a ser creadores y creativos de un modo nuevo de vivir y decir cómo queremos «vivir viviendo» y no vivir sobreviviendo el desastre planetario que el capitalismo ha dejado.

Nos urge contarnos esa historia de nuestras muchas y múltiples victorias. Ponerlas a la vista de todos, oírlas, verlas, cantarlas y bailarlas al ritmo de la

emancipación y con la mirada puesta en la revolución permanente. No para la nostalgia, no para extasiarnos en el pasado que fue «mejor», no para la erudición decorativa ni para el enciclopedismo inútil. Nos urge para fundar también una victoria nueva en la praxis del relato nuestro; también en la praxis de sabernos herederos y responsables de un patrimonio revolucionario que se conjuga en futuro y que ofrece desafíos nuevos en plena época de la barbarie monopólica, en plena época de la posverdad y de sus plusmentiras. En plena época de guerra mediática asimétrica y planetaria, bajo una de las peores amenazas a la cultura y a la comunicación. Poner a la vista nuestras victorias para multiplicarlas.

BOLSAS DE VALORES Y BOLSAS DE MENTIRAS

Dicen que operan guiados por cierta sensibilidad de mercado y dicen que son el alma de lo que ellos llaman «economía» (es decir, del secuestro de la riqueza que en realidad pertenece a la clase trabajadora). Dicen ellos (inversionistas y publicistas) que debemos creerles sus dichos y hechos como si fuesen voces confiables, como si fuesen buenos muchachos. Son los autores de los fraudes más escandalosos y de los salvatajes gubernamentales más vergonzosos, las bolsas de valores y las agencias de publicidad (con sus aliados en las agencias de información, los monopolios mediáticos y las industrias bélicas) despliegan su plumaje de poder como dueños de todos los colores de la corrupción, la impunidad y la impudicia. Con el manto protector del gobierno de los empresarios.

Se robaron sumas de dinero estratosféricas, desfalcaron a los gobiernos serviles, siempre listos a garantizar el rol del Estado oligarca como policía de la propiedad privada más sucia (¿recuerdas, Obama?). Gobiernos que compraron bancos, deudas y todo tipo de canalladas e inmoralidades para proteger a quienes manejan el mercado y a sus jefes. Les pagaron segu-

ros, retiros y todo tipo de paracaídas pactados como garantía de tranquilidad a la hora de fugar capitales y disfrazar el saqueo. Mientras tanto, el circo mediático oligarca fabricó los blindajes más inimaginables para dejar a salvo a los delincuentes millonarios conocidos y desconocidos.

Su desfachatez, disfrazada de hipotecas basura, produjo un colapso de avaricia que ha dejado huellas hasta hoy maquilladas por la mano mediática del poder financiero y de la industria militar. Hicieron todo tipo de bajezas para comprar el desastre a cualquier precio, no importa si fue Bank of America, Barclays, o quien fuese. La orden fue salvar a los ricos a cualquier costo, literalmente. Eso lo han pagado los pueblos con creces. Y todo esto ocurrió mientras hacían (¡también!) negocio de la propia crisis los expertos de Wall Street, sus secuaces mediáticos y la Reserva Federal yanqui que puso sin ruborizarse 12.6 billones de dólares para «estabilizar» al mercado. Eso es el 80% del PIB en 2007. Las consecuencias siguen presentes.

Hoy con las consecuencias de la brutal operación contra el precio del petróleo, provocarán seguramente que los salarios de los trabajadores caigan aún más, si no se frena el crimen de la fuga de capitales, la disminución de crédito, el freno a la inversión y el aumento inducido de la inflación que incapacita a los trabajadores para vivir con una dignidad necesaria. En el circo de las jaurías burocrático-financieras, desreguladas como la globalización, sólo hay espectáculos de crueldad infinita contra los pueblos. Han quedado

expuestas las transacciones y el ocultismo contable, los engaños de las «calificadoras de riesgo», el despotismo de las burguesías cebadas por la impunidad de las cuatro empresas contables más grandes del mundo. Arthur Andersen y Enron, por ejemplo. No olvidar los desfalcos de la banca israelí-anglosajona (Jaliffe *dixit*) con inversiones en Wall Street y la City, amafiadas con Moody's, Standard & Poor's y Fitch.

Y la respuesta de los gobiernos serviles a tan descomunal asalto contra los trabajadores de todo el mundo es la desregulación gubernamental, la garantía de no auditar y el seguro de fuga de dinero con las facilidades bancarias y policiales que se requieran. Todo tipo de garantías para perpetuar fraudes y depredación neoliberal, para cumplir con el «trabajo de Dios» como gustaban decir algunos referentes del crimen organizado bancariamente. Y en cada episodio de tal drama está la mano mediática del reino israelí-anglosajón que opera su «invisible» guerra simbólica global para producir las joyas mediáticas estratégicas en cada uno de los países afectados.

No basta con producir políticas y leyes para regular o abolir las armas de guerra ideológica o de dominación cultural y comunicacional. Los pueblos deben luchar por un nuevo orden económico mundial y un nuevo orden mundial de la cultura, la comunicación y la información que extirpen el cáncer de los dispositivos publicitarios colonizadores con que los 7 dueños del grupo israelí-anglosajón controlan la imagen mundial del capitalismo y su política de saqueo en

todos los países. Es un tema prioritario en la agenda emancipadora porque es un verdadero desafío planetario del siglo xx, el poder neutralizar y desactivar la guerra mediática desatada y maquillada en todas partes por el parasitismo ideológico de la industria bélica, la industria *mass media* y la banca israelí-anglosajona.

Para quienes todavía piensan que en los *mass media* no hay corrupción, sepan que la gran corrupción que el imperio expande a todo el mundo concentra intereses financieros de la banca israelí y su arsenal semántico que choca con las definiciones universales de justicia y humanismo, porque anhelan aniquilar la libertad de expresión de los trabajadores, del derecho a informar y a ser informado suficiente y pluralmente.

Entre las bolsas de valores y las bolsas de mentiras fluye una complicidad signada por intereses muy concretos, paridos por negocios traumáticos de los multimedia para blindar, esterilizar e inmunizar las atrocidades perpetradas por el capitalismo y los muy neoconservadores comerciantes y banqueros coautores de las fechorías de 2008. Son, en suma, los mayores estafadores del mundo, cómplices de la ingeniería semántica que practica la maquinaria de publicistas y propagandistas, desde Lehman Brothers, que detonó el tsunami financiero global y saqueó 400 mil millones de dólares a Israel días antes de su quiebra. Las consecuencias siguen siendo terribles.

Esto depreda la vida de los seres humanos y del planeta para beneficiar los intereses patrimoniales imperiales. No nos cansemos de decirlo, con mil maneras

cada día más creativas. La base es una guerra económica y mediática que debe hacerse comprensible para desnudar a los encubridores del sionismo financiero y la cruda realidad de la explotación y el saqueo. No hay otro camino que escudriñar todas las pistas, sin dejar espacio impune por más dolorosas que nos resulte ver incluso nuestras debilidades, negligencias y cegueras. No sostengamos una lucha a ciegas y huérfanos de método.

SEMIÓTICA DE LAS FALACIAS

Urge intervenir la noción de *posverdad* —con una buena dosis de pensamiento crítico— para radiografiarla hasta saber qué contiene y a qué propósitos tributa su uso. Sus definiciones la pintan como una forma emotiva de la mentira para manipular la opinión pública y subordinar los hechos a las habilidades emocionales del manipulador. Es la mentira que prescinde de los hechos, que los arrodilla ante los intereses del enunciado para revertir (pervertir) la relación conocimiento-enunciación. El conocimiento se convierte en producto del enunciado y no al contrario. La realidad se convierte en un estorbo o en una anécdota decorativa o prescindible del enunciado. Una figura retórica más importante que la propia verdad. De cualquier manera parece ser necesario interpelar a la noción de posverdad con otra noción de contraste dialéctico que llamaremos aquí *plusmentira*. Incluso la construcción histórica-social de la verdad debe ser obra crítica.

En todos los sistemas económico-políticos que dividen a la sociedad en opresores y oprimidos, la mentira es un dispositivo consustancial o, dicho de otro modo, son mentirosos por definición. Sistema mentiroso que se basa en robar el producto del trabajo con estrategias diversas que usan represión, miedo, armas,

idolatrías e ideologías. La dictadura de las creencias y las supercherías. Mentiras que se perfeccionan en laboratorios de guerra psicológica, fabricantes de plusmentiras. Ahora quieren imponernos como verdad su reino de la deshonestidad y la antipolítica. La fachada fagocitando el contenido, las técnicas de persuasión produciendo crisis de confianza, la política huérfana de sociedad. Se trata de aniquilar lo que contradiga e interpele, lo incómodo, difícil, profundo y social. Es un modo más de la ideología de la clase dominante en su fase intolerante y excluyente. Uno de sus modos más extremos y contradictorios que se justifica con posverdades creadas *ex profeso* y con tono académico. Medios para coagular el odio de clase como verdad que aniquila «lo otro».

Con la *posverdad* y la *plusmentira* ya no habría rumores falsos, todo es «verdadero» mientras sirva para obturar la realidad. Se la usa para destruir el rol del Estado, para invisibilizar escenarios de represión y crimen y para ocultar fraudes electorales de todo tipo. La posverdad endiosa a los monopolios de guerra ideológica hacia públicos entrenados para no exigir pruebas ante ninguna calumnia, públicos entrenados para omitir repreguntas y especialmente para no interrogarse a sí mismos sobre su información verdadera. Públicos entrenados para la pereza mental.

Ellos anhelan audiencias modeladas como repetidoras automáticas de falacias dramatizadas por la coyuntura donde domina el punto de vista hegemónico que anula los cánones de veracidad. Que los hechos

queden sepultados por el énfasis, por las exageraciones y por todos los estereotipos imaginables. La red de plusmentiras en que se sustenta la posverdad se propone recorrer a lo ancho y largo, alto y profundo el cuerpo social, para hacerlo adicto a las mentiras. Adicto a la ingeniería de la plusmentira. Inyectarle odio coagulado en intolerancia para aniquilar lo otro, lo que implique a lo diferente, a lo popular y a lo revolucionario. Imponer la negación compulsiva de la verdad, su necesidad de existir, negarle su razón de proceder y negarle el ser. La plusmentira liberada de toda culpa o penitencia. La plusmentira basada en la inmoralidad misma. El vacío de principios. La desfiguración alevosa de la realidad como signo de clase. El dogmatismo de la falacia, el fundamentalismo de la irracionalidad impune. Y entonces lo falso es real.

Acaso el plus de la mentira en la posverdad sea su capacidad de consenso aplastante, su manera de obturar la duda. Incluso su *glamour* autoritario. La plusmentira basada en componentes dinámicos de usurpación simbólica para asesinar la verdad con las banderas de lo que se niega o se combate. Hitler se hizo llamar socialista; Franco, en nombre de Dios, produjo matanzas diabólicas. Así que ni la posverdad ni la plusmentira son novedades ni hallazgos teóricos actuales, y acaso un factor decisivo o de su vigencia sea el uso de las tecnologías subordinándolas a sus fechorías. La tecnología aporta su «prestigio» para hacer más contundente el desprestigio de la verdad. Total, no pasará nada. Y todo conduce a la antipolítica.

En esta reflexión hay un litigio filosófico profundo y crítico que atañe a la verdad, sus búsquedas, encuentros y desencuentros siempre históricos. No sobre el valor de su existencia social e histórica, sino sobre sus depredadores, aunque en la posverdad se les niegue. Y todo esto pone de relieve la responsabilidad social por la verdad, su lugar y sus desafíos. La verdad en cada pliegue de la revolución, la verdad de las masas y para las masas. La verdad que expresa la ética política de la lucha emancipadora. La verdad desde las bases con sus derrotas y victorias. La verdad y sus procesos, sus logros reveladores como saltos cualitativos de conciencia y compromiso. La verdad que es táctica inmediata de combate, revolucionaria siempre. En suma, el capitalismo anhela manipular la percepción y las creencias con rumores y calumnias, con sobrecarga acelerada de información falsa para decir que hay crisis humanitaria donde hay luchas sociales; para imponer guerras económicas y decir que la voluntad popular no es confiable o lograr que nadie pueda reconocer la verdad de las luchas. La plusmentira también es un campo de guerra en la batalla de las ideas.

TEORÍA DE LA RISA FALSA

Pocas expresiones humanas son más desagradables (dicho con cautela) que las risas falsas. Y sin embargo, abundan. Allá donde uno va encuentra, sin atenuantes, alguien dispuesto a sonreír, reír o carcajearse de manera falsa, y no pocas veces estruendosa. Con el supuesto estereotipado de que «con una sonrisa se logra todo», tenemos a granel aventureros de la antipatía dispuestos a echarnos en cara una risotada sonora y falaz para autocomplacerse, convencido, de que eso es simpático. Y uno quisiera salir huyendo.

Convertidas en muecas huecas para una convivencia de fachada, las sonrisas falsas provienen de fuentes diversas. Unos piensan que es cortés (y de buena educación) interactuar con todo mundo, muñido de algún estiramiento de labios más o menos creíble. Que eso ayuda a vender o a convencer a otros de que se es una persona segura, sincera y divertida. En no pocos manuales de «relaciones públicas» se exige y entrena a los trabajadores para que logren naturalidad en su sonreír falso, y no pocas veces buscan y buscan en las revistas del corazón, por ejemplo, una sonrisa imitable bien ensayada por alguna «estrella» del *glamour* político, empresarial o de la farándula. Formas de extorsionar a la simpatía.

Se puede decir que una persona sufre de risa falsa cuando representa, confiado en nuestra complicidad, una especie de contracción de los músculos de la cara, parecida a la risa. Es una forma de aparentar una expresión con la que se finge lo que en el fondo son otros sentimientos.

La risa falsa puede ser una enfermedad que se origina de cierta urgencia por ser aceptado a toda costa y que perturba el sentido común. El reidor falso también retuerce los labios, hace como que ríe, parece risa que busca la solidaridad de otros que no siempre tienen razones para contemporar ni ser solidarios. Es una falsedad urgida de connivencia que no es fácil si no se tiene habilidades pertinentes, ganas o paciencia.

También los *mass media* educan al público para adquirir una risa o sonrisa que opera como defensa psicológica para conjurar cargas de angustia, que cuando se generalizan las defensas pierden estructura y se convierten en gesto neurótico, perverso o psicópata lleno de culpa, vergüenza o asco. El sonreidor impostado construye una fantasía «plena de goce» en donde la sonrisa falsa es, muy a su pesar, la manifestación de un delirio de simpatía falaz. Se trata de sonrisas o risotadas producto de montajes mentales delirantes que no ocurrirían sin una lógica de las apariencias donde sujetos interlocutores también viven y practican el goce de lo falso, el engaño y los discursos para quedar bien con todos.

Nos dejan ver que en el delirio del que sonrío falsamente sólo queda reinante él en su escenario mental que con piel de oveja esconde entre risas sus más

profundos complejos sublimados (con risas falsas) en aparentes luchas contra la indiferencia, la negación o el desprecio ajeno. Y sin embargo, en el fondo, esas risotadas falaces guardan dentro de sí un profundo miedo e inseguridad en el que tal risotada es su espejo barnizado con vehemencia protagónica, porque sienten no ser aceptados sino a fuerza de esgrimir muecas sonrientes sacadas de los estándares de sus *alter ego*.

Lo que son las sonrisas falsas es un arreglo pactado tácitamente entre una especie de secta en donde confluyen la lucha de clases, las aspiraciones políticas, empresariales e incluso académicas, entre cientos de sujetos, hombres y mujeres, que desconocen la crítica y la autocrítica y deciden armar un montaje de risas para ser aceptados o queridos por alguno de sus pares y para legitimar el velo sonriente que cubre sus inseguridades o angustias. Basta de reír agobiado por esconder limitaciones sociológicas, es acaso más divertido reírse naturalmente de ellas.

En University College de Londres, por ejemplo, realizaron una investigación que ayuda a reflexionar algunas líneas del problema. Dicen ellos que sólo el 20% de las risas provienen de alguna broma. Dicen que «la mayoría de las risas humanas son fingidas» y que se nota mucho. Realizaron un experimento basado en mostrar risas descontroladas y fingidas a un grupo de personas. Casi todos los participantes fueron capaces de identificar las risas falsas. El mérito no muy ingenioso de la investigación ayuda a probar que se nota mucho la risa falsa. También encontraron que «a pesar

de saber que era falsa, las personas reaccionaron de forma positiva a la risa fingida». Y eso es lo verdaderamente terrible. Incapacidad para reconocer la estupidez propia.

Nos hemos acostumbrado a la falsedad incluso para reír, y ya llegamos al punto en que se ofrecen cursos de lo más diverso para que la risa tenga certificado de buena imitación. Se enseña, incluso, como especialidad en algunos clubes de «yoga de la risa». Y ya hay gurús oferentes de *coaching* para fingir la risa porque trae «beneficios» contra el estrés. Por suerte también está vivo el debate y aún hay quienes insisten en que es mucho más bella la experiencia de la risa auténtica surgida en la dialéctica de las relaciones sociales fraternas.

No obstante, hay quienes con una capacidad de comprensión ineluctable (o ignorancia cómplice) se adaptan y hacen creer al reidor falso que es gracioso, que se lo tolera y que se comprende su grito desesperado de aceptación. Muchas relaciones sociales dependen de con quién se encuentre uno a la hora de las risas. No importa si se trata de mujeres u hombres, suele aparecer un payaso armado con risotadas que provienen de hacerse sentir a sí mismo el alma de la reunión y emprende el desafío de bromear en el trabajo, en las casas, en la vía pública, sin importar el grado de fingimiento y ruido que despliegan. No se le puede desear a nadie. Inseguridad, miedo e inferioridad. La risa falsa, además de cansar, da mucho miedo si se piensa que ella expresa una tensión interna extrema a la que no se

da atención en los servicios de salud pública y se atiende poco en los códigos de convivencia urbana. La risa natural debería cultivarse como emancipación social desde la casa, y en público debería estar prohibida la risa falsa y más cuando es escandalosa.

ENTRE EL CONFESIONARIO Y EL *BIG DATA*

Entregar información en el confesionario cumple un rol estratégico en el ejercicio del control social. Es una historia que tuvo etapas primeras como «confesión pública de pecados» inspirada incluso en antecedentes egipcios. Se le hace pasar por sistema de redención de pecadores que cometen faltas por desmanejo de las pasiones (quitando el pecado original). Se tipifican, entre otros «pecados»: la idolatría, el robo, el homicidio o el adulterio (véanse los 10 mandamientos) cuya única vía de corrección es la penitencia que según el tamaño del mal tomará tiempo y esfuerzo antes de alcanzar algún grado de perdón. El sistema examina los vicios o pecados contra los que uno debe estar prevenido. Y eso incluye al que «peca por la paga y al que paga por pecar» (sor Juana Inés de la Cruz). ¿Qué hace un confesor con la información que recolecta? ¿La silencia?

A san Juan Casiano (entre el año 360 y 365, Dobruja, Rumanía) se le ocurrió la confesión privada que además de la declaración de pecados incluyó la ejecución privada de la penitencia. El confesor pasó a ser una especie de compañero espiritual con quien, producto de miedos o arrepentimientos, los fieles comparten problemas o pecados. Pero siempre fue una «privacidad» relativa. Quien suponga que todo lugar o momen-

to es bueno para arrepentirse y solicitar perdón, se encontrará con el formato burocratizado de la contrición que otorga al confesor y al confesionario lugar, horario y formato sacramentalizados para dar a la reconciliación un carácter oficial. Dicho literalmente. Nada de eso cancela la confesión en otros lugares y momentos, por causa de «necesidad o urgencia». Mayores detalles sobre la historia de la confesión y del confesionario, exceden a este espacio e intención.

En la praxis de la confesión ocurre un traslado de información y de emociones que, sépase o no, se usan para dictar criterios del poder sobre el territorio objetivo y subjetivo. Los recopiladores de la información saben todo lo que nadie sabe y todos ellos saben que poseyendo semejante volumen de datos tienen más poder. El secuestro de información de primera mano ha variado a lo largo de los siglos hasta consolidarse en sistemas tecnológicos también para el control político y mercantil. La actual catarata de denuncias a Facebook por la manipulación de información privada provista por sus fieles, exhibe el alcance de un latrocinio económico, político y cultural de causas, de formas, circunstancias y ganancias. El usuario que deposita información en las redes sociales no busca perdón de pecados, pero tampoco sabe que lo que ocurre en el confesionario digital será convertido en negocio de magnates. Ahora hemos aprendido sin estar a salvo.

Entre el «rito de la confesión» y el «me gusta» de Facebook surge una penitencia disfrazada. Estando frente al ordenador, el penitente es un «confesante di-

gital» en contacto directo con su confesor espía. Como en las figuras medievales. No hace falta que diga «yo confieso ante este altar», basta y sobra con escribir saludos, comentarios, abrir páginas, guardar imágenes, aceptar contactos y desplegar lo que le gusta o disgusta frente al teclado, y así una forma de la confesión ocurre ante un «altar cibernético». La historia de tal entrega de información, de la confianza en los confesionarios, registra todas las traiciones en el camino al «tribunal de la misericordia divina», que es obra de la lógica de la represión para el control social, tarde o temprano. Sonría, lo estamos filmando.

Así que el *big data* poco tiene de nuevo, al margen de la tecnología, por cuanto implica recolección de información para normar sistemas de control mercantilizadas sin el consentimiento de quien provee tal información. Trátese de lo que se trate, así sean preferencias musicales o gustos por tal o cual zapato, libro o destino turístico. Quien hace uso de las redes sociales deposita imágenes, frases, rutinas de uso, tendencias o proclividades de todo género y no escapa el grado de amistad o enemistad que profesa por otros usuarios, sus disentimientos o sus debates. No importa si la data es política, moral o financiera. Su redención proviene de otras liturgias tecnológicas. Lo sabe Cambridge Analytica.

En su estado actual, el uso de la información provista por internautas a la web se norma con contratos legales generalmente desconocidos por los usuarios, que mayormente no se detienen a revisar en profun-

didad ni claridad qué dicen las «letras chicas» ni las letras grandes. Una especie de desidia y confianza ciega hace que los usuarios acepten casi cualquier cosa escrita en los contratos digitales con las empresas que le proveen servicios basados en entregar información de todo tipo. Eso es un campo de impunidad legalizado internacionalmente donde las posibilidades de defensa son escasas, engorrosas e incomprensibles. Como el «misterio de la redención» en el confesionario y el perdón divino aterrizado en la conciencia del pecador por medición de confesores y penitencias.

Esa red empresarial que usa y mercantiliza a su antojo la información de los usuarios es, además de una emboscada comercial alevosa e injusta, un peligro social histórico del cual no sabemos cómo podrán salir (en las condiciones actuales) los pueblos hacia su regulación y para sancionar lo que hubiere que someter a escrutinio racional y justo. Porque, como en el confesionario, jamás sabemos qué destino se le da a toda la información que se entrega ingenua o inocentemente a poderes que no se entienden, que no se conocen a fondo y que nadie sanciona cuando los usan empresarios probadamente desleales, corruptos y enemigos de los pueblos. Para eso no hay perdón ni debe haber olvido, aunque confiesen sus culpas. El señor Mark Zuckerberg, por ejemplo.

GUERRILLA SEMIÓTICA

La revolución de la comunicación por todos los medios

No esperaremos a que se desvanezca por sí solo el monstruo mediático de las mil cabezas. Quitémosle, por lo pronto, la base de sustentación que es nuestro cerebro. Ni todas las asimetrías —realmente existentes— en el escenario de la guerra comunicacional planetaria, alcanzan para convencernos de quedarnos quietos. Para que seamos incapaces de comprender la realidad y transformarla la burguesía nos atiborra el cerebro con ilusionismo consumista. Basta. En todas las ideas de la clase dominante existen componentes extorsivos para convencernos, directa o indirectamente, de ser esclavos felices. Ya podríamos desarrollar una guerra de guerrillas⁴ semiótica que tuviera por objetivo «asaltar los cielos» de la libre expresión socialista con una revolución de la comunicación por todos los medios. ¿Qué hace falta?

Es falso que nada puede hacerse, es falso que los monopolios son intocables e indemnes, es falso que nos quede sólo la resignación y el silencio. Toda la estructura del capitalismo está plagada con fisuras originadas por la improvisación y el empirismo de su desarrollo

⁴ «La “guerra pequeña” o guerrilla —pequeños destacamentos de maniobras independientes unos de otros— procura debilitar y extenuar al adversario» (León Trotsky, «Guerrilla y ejército regular», en *Escritos militares*, t. I, Juan Pablos, México, 1975, p. 117).

anárquico y dispendioso. Trabajaríamos como ciegos si asumimos como verdad absoluta esa súper mentira (propagada a los cuatro vientos) sobre los «intocables» que son los monopolios de la comunicación del capitalismo. Su peor debilidad, la más grande, es la organización política de los pueblos con fortaleza crítica.

Podríamos desarrollar un inventario de fisuras y grietas del capitalismo, medidas por antigüedad, espesor, profundidad y vulnerabilidad. Podríamos evaluar con qué hacerle más daño a los medios y los modos que la burguesía emplea contra el pueblo trabajador para embrutecerlo, alienarlo y explotarlo. Podríamos recorrer las experiencias exitosas y repetirlas, perfeccionándolas. Podríamos, incluso, organizarnos con un solo plan multiplicado por miles de frentes para cercar a las matrices ideológicas burguesas con una pinza de crítica aguda, científica, popular y revolucionaria.

Hace falta la audacia, el talento, la claridad política y el sentido de clase que, por ejemplo, Hugo Chávez desarrolló con su *Aló, Presidente*: los recursos mínimos con el máximo resultado semántico y político. Hace falta la síntesis y el sentido de la historia que tuvieron las *Tesis de abril*; hace falta la poesía de Miguel Hernández, la pasión de Flores Magón; el pundonor de Rodolfo Walsh; la firmeza de John Reed. Hace falta el clima de las radiodifusoras revolucionarias de Bolivia y las certezas antimonopólicas de las leyes de medios ensayadas en la Patria Grande. Hace falta la disciplina y la entrega de los medios alternativos y comunitarios, por citar algunos ejemplos y fuentes de inspiración moral

y ética. Pero principalmente hace falta un programa revolucionario para la comunicación emancipada y emancipadora. Independencia política en la independencia semántica.

Con todas esas fuerzas y con las riquezas comunicacionales desarrolladas históricamente en la resistencia y en la vanguardia, debemos fundar un programa internacionalista de acción semiótica para revolucionar íntegramente la producción social de sentido. Derrotar todas las instituciones ideológicas de la burguesía, sus santorales eclesiásticos, académicos, empresariales y faranduleros (aunque a veces no se sepa cuál es cuál). Debemos emancipar los diccionarios, devolverles su derecho social a la libertad semántica y a la renovación dialéctica de los significados. Recuperar el derecho a producir sentido libremente con el único acuerdo necesario de ser útil a la emancipación humana y a la superación definitiva del capitalismo. A un mundo sin clases, patrones y explotación.

Una guerra de guerrillas⁵ semiótica ha de operar en los rincones más inhóspitos e inopinados, en las categorías más invisibles. Zonas aparentemente impenetrables de esa «mentalidad sumisa» que estudió Vicente Romano. Ahí donde reina una tradición, entrar a modificar el sentido en clave popular y revolucionaria. Ahí donde hacen su nido los prejuicios, romper los moldes y resemantizar los hábitos. Ahí donde las supercherías, preconceptos, dichos y refranes esclerotizan ideas con moldes moralistas, fracturar la lógica del

⁵ «Si por guerrilla se entiende un método de maniobras rápidas y ligeras, de incursiones súbitas» (*ibidem*, p. 120).

discurso para que desemboque en un imaginario transformador y revolucionario. Ahí donde las idiosincrasias sancionan vidas y reprimen cambios, detonar los contenedores y limpiar los tóxicos ideológicos que carcomen la libertad humana. Revolucionar los significados.

No permitas que los noticieros burgueses te convenzan de odiar a tu propio pueblo. Que nunca más nos impongan sus definiciones ni sus diccionarios. Cada vez que un noticiero burgués usa la palabra «polémico» para referirse a un líder social, está induciendo a que lo veas como una amenaza. No te tragues el odio oligarca como si fuese tuyo. Piensa. El 90% de las matrices ideológicas de los medios burgueses es antipolítica. Superproducciones, miniserias, noticieros para desmovilizarte. Todas las veces que un informativo use la palabra «enfrentamiento» entre luchadores sociales y policías, imiente! Es represión vil, pero maquillada. Todos los días debes defenderte de la ideología dominante: nada que te humille, que te duela, nada que te endeude, que te embrutezca. Dignidad. En boca de la derecha la palabra referéndum significa odio al pueblo. No te engañe el democratismo burgués ni su llanto de cocodrilo.

La guerrilla semiótica requiere, por ejemplo, bombarderos de precisión para demoler las matrices ideológicas que obligan a los pueblos a votar en su contra. Hay que ganar la gran batalla contra la infiltración de ideología burguesa en nuestras propias casas y hasta en la cocina. Guerrilla semiótica significa audacia de la inteligencia para desmoronar los castillos ideológicos

de la clase dominante y derrotarlos con el razonamiento enamorado de la inteligencia revolucionaria y socialista. Emancipar conciencias. Una guerrilla semiótica requiere de acción emancipadora y multiplicadora en los territorios más invisibles de la conciencia. Emancipación. Cada quien debe asumir su responsabilidad y su trinchera en la guerrilla semiótica. Desmontar el diccionario del engaño con que nos han derrotado más que por la fuerza. Tarea urgente.

INVADIDOS, EXPLOTADOS Y DESINFORMADOS... PERO ENTRETENIDOS

Hay una versión cultural y *mass media* de la Organización del Tratado del Atlántico Norte, compuesta por alianzas estratégicas entre monopolios diversos bajo un plan bélico orientado —también— a la manipulación de las cabezas, emociones e imaginarios. Y salen por la tele. Se trata de implantar división y odio, conflictos religiosos, lingüísticos, exclusión y racismo en todas modalidades, es su receta añeja para explotar a los pueblos y anestesiarlos. El negocio consiste en mantener una fuerza dúctil, especializada en respuesta rápida y ubicua para destruir o criminalizar todo aquello que se le antoje. Alienación del Atlántico Norte desparramada por todo el orbe. Nos cuesta muy cara.

Si, por ejemplo, se trata de acusar a Rusia, los siete Estados miembros de la OTAN (EU, Francia, Alemania, Italia, Polonia, España y Reino Unido) tendrán a su disposición redes de TV, radio, prensa y redes sociales aceitados permanentemente para justificar, ante los ojos de su opinión pública, cualquier barbaridad en nombre de la paz o del orden internacional. Eso quieren ahora exportarlo a Latinoamérica con el control directo de los intereses mercantiles militares. Algunos están felices en Israel y en Colombia.

Los imperios en su fase actual, para impulsar una salida a los ahogos de su crisis de sobreproducción, no sólo desarrollan bases económicas. El tufo militarista que se desliza en la moral burguesa con identidad OTAN, expresa las formas imperiales de expandir el capitalismo amante de la guerra rentable contra todo el mundo. Sus jilgueros más cantarines están en la dictadura bancaria y la prensa, cargadas de petulantes dispuestos a calcinar la realidad con saliva de opinadores serviles a las propinas de la Casa Blanca. Si hacen falta nombres, tenemos muchos.

Hay consorcios mediáticos transnacionales arrodillados ante la OTAN para celebrar sus locuras militares en nuestras propias narices. Hacen pasar su ética macabra como moral diplomática necesaria para aplicarla contra los más débiles, pero disfrazándolos mediáticamente de terroristas. Estados Unidos, adueñado de la Unión Europea con su OTAN mediática, dirige el exterminio de los incómodos. Libia, Siria, Yemen, Irak, Ucrania, Cuba, Venezuela, Ecuador, Bolivia.

Los servicios de inteligencia impulsan, con sus métodos y estímulos, canales de tv, medios de todo tipo y comentaristas para adulterar los valores nacionales, alentar el consumismo, sembrar odio, inyectar miedo y criminalizar líderes sociales. Han falsificado escenas bélicas filmadas *ex profeso* para desmoralizar a los pueblos. Han linchado mediáticamente a Dios y María Santísima. Y eso no ha ocurrido sólo en zonas de conflicto europeas, está ocurriendo en todo el mundo. Televisa, Globovisión, Clarín, O'Globo, por ejemplo.

Centenares de recursos mediáticos operan en Siria como en Santiago de Chile con la misma onda castrense. Hay edificios armados —exclusivamente— que operan como arietes de la venganza burguesa contra todo lo que suene a pueblos en rebeldía. Los *hackers* provistos con equipos de visión espía penetran por doquier (estilo Obama) para operar sin cansancio con la misma lógica de la OTAN, pero disfrazados como «defensores de la libertad de expresión». Mientras, por ejemplo, suspenden con decretos, leyes y reglamentos especializados en medios de comunicación, la guerra mediática global con el método OTAN, ha puesto el mundo patas arriba. Mientras tanto crece el asesinato de periodistas (México, Honduras) y los que sobreviven lo hacen a la intemperie, sin condiciones adecuadas para la autodefensa. Quienes tienen iniciativa de informar la verdad sobre el malestar social y sus luchas están en peligro. Setenta y dos periodistas han perecido en los últimos seis meses de este año.

¿Exageramos? Un botón de muestra. En enero de 1955, en el Palacio de Chaillot de París, se reunió el Comité de Cultura e Información Pública de la OTAN, y crearon el Festival de la Canción Eurovisión. Así de claro. Además de diseñar una agenda de ideas para desarrollar «relaciones culturales» entre las naciones que luego serían sometidas al negocio de la guerra. Para eso era indispensable una alianza entre dueños de televisoras europeas. Crearon su mapa tecnológico estratégico y su plataforma disfrazada de entretenimiento. El primer festival debía realizarse en abril de 1956.

La OTAN se armó con un escuadrón de comunicación a gran escala. Millones de personas en todo el mundo uniformaron su mirada y sus sentimientos en una sola bandera del espectáculo invisibilizador de las invasiones y sus campos de la muerte. Aplausos a rabiar, farándula a discreción, premios con *glamour* y revistas del corazón. Todo a la vista en los más de 23, 000 documentos desclasificados.

La OTAN, cultural y mediática, teje el tapete debajo del cual esconde a los muertos que fabrica. La desinformación tiene historia, como en Somalia y Ruanda, sin haber tenido, éstas y todas, una intervención ética seria. Hasta que apareció en 1980 el *Informe MacBride*, que fue congelado inmediatamente. Hoy seguimos padeciendo, entre muchos otros, el ataque mediático llamado CNN, copartícipe del espectacular linchamiento de Sadam Husein con sus inexistentes armas de destrucción masiva con *gran rating*.

El método OTAN para desfigurar la opinión pública no es invencible. Lo han demostrado Fidel Castro, Hugo Chávez y los pueblos que se mantienen en lucha. También Andrés Manuel López Obrador. En ellos radica una miríada de fortalezas, aunque la OTAN lleve a cabo operaciones difíciles de interceptar y contrarrestar. Sus grupos de operaciones mediáticas o psicológicas con *big data* son los «medios». Eso debe entenderse y los pueblos están llamados a la emancipación cultural y comunicacional a corto plazo, desde las bases, ganando la guerra semiótica, la disputa por la opinión pública y la nueva cultura y comunicación revolucionaria que nos urge.

Fernando Buen Abad Domínguez

Mexicano de nacimiento (Ciudad de México, 1956), especialista en filosofía de la imagen, filosofía de la comunicación, crítica de la cultura, estética y semiótica. Es director de cine egresado de New York University, licenciado en Ciencias de la Comunicación, máster en Filosofía Política y doctor en Filosofía. Miembro de la Asociación Mundial de Estudios Semióticos. Miembro de la Red de Intelectuales y Artistas en Defensa de la Humanidad, así como de diversas organizaciones artísticas y de investigación.

Desarrolló actividades de investigación y docencia universitaria en México, Argentina, Venezuela, Cuba, Bolivia, Ecuador y Estados Unidos, entre otros países. Colaborador de *Rebelión* y otras revistas digitales. Colaborador de opinión del diario *La Jornada*, de México. Autor de varios libros sobre filosofía de la comunicación, filosofía de la imagen, filosofía y producción creativa, crítica de la cultura, así como de numerosos artículos publicados en México y otros países. Entre ellos, podemos citar *Filosofía de la comunicación* (2001), *Filosofía de la imagen* (2003), *Imagen, filosofía y creación* (2004), *Filosofía de la responsabilidad socialista en comunicación* (2012), *Filosofía del humor y de la risa* (2013), *Filosofía de la imagen* (edición venezolana), *Filosofía de la comunicación* (tercera edición, en Venezuela, 2014). Ha dirigido diversos proyectos de investigación y tesis doctorales en su país y en el exterior. Ponente en múltiples congresos internacionales.

Rector-fundador de la Universidad de la Filosofía. Vicerrector Internacional de la Universidad Internacional de las Comunicaciones (UICOM). Ha impartido cursos de posgrado y conferencias en varias universidades latinoamericanas, así como obtenido distinciones diversas por su labor intelectual. Ha sido jefe del Departamento de Programas Culturales en el canal de televisión del Instituto Politécnico Nacional (XEIPN), en Ciudad de México.

Profesor de la Universidad Nacional de Avellaneda y de la Universidad Nacional de Lanús, en Argentina. Actualmente dirige el Instituto de Cultura y Comunicación y el Centro Universitario para la Información Sean MacBride de la Universidad Nacional de Lanús.

Todos los derechos reservados.
Prohibida su venta.