

El asesinato de la verdad (No fue el mayordomo)

ARAM AHARONIAN :: 02/08/2017

Posverdad: véase el ejemplo de Venezuela

«La verdad es la primera víctima de la guerra», dijo Esquilo, predecesor de Sófocles y Eurípides, considerado el creador de la tragedia griega, 500 años antes de nuestra era. Lord Ponsonby es recordado por la declaración: «Cuando se declara la guerra, la verdad es la primera víctima», que hizo en su libro *Falsehood in Wartime: Propaganda Lies of the First World War (La falsedad en tiempo de guerra: Las mentiras de la propaganda de la Primera Guerra Mundial, 1928)*.

Durante la Segunda Guerra Mundial, Winston Churchill dijo que «en tiempos de guerra la verdad es tan preciosa que debería ser protegida por un guardaespaldas de las mentiras». Esas frases, verdaderas en sus tiempos y en sus contextos histórico, tal vez nunca como ahora son más verdaderas debido a los grandes avances en las comunicaciones, en esta nueva guerra, esta batalla de ideas en la que estamos insertos.

En la Primera Guerra Mundial, los corresponsales usaban palomas, telégrafos o mensajeros para difundir sus historias. Hoy, en esta guerra, se utilizan comunicaciones satelitales, inteligencia artificial y teléfonos inteligentes. Pero, mientras la tecnología ha dado saltos cuánticos, la verdad sigue siendo demasiado a menudo blanco (y rehén) de los poderes fácticos, y una víctima.

La guerra de Vietnam fue la primera que llevó al público los horrores del conflicto con gran velocidad, cuando la transmisión de imágenes a lo largo del mundo ya era más rápida. Recordamos esa foto famosa de 1972 con niños llorando y una niña desnuda mientras escapan de un ataque de napalm en Vietnam. Luego de la invasión a Irak, Afganistán, y varias otras, las víctimas carecieron de rostros para convertirse en números, en *daños colaterales*.

Uno de los objetivos del periodismo de guerra es la llamada «fatiga de la simpatía» que puede nacer fácilmente con una abundancia de malas noticias. Esa que hace más fácil para nosotros apagar la tele, cambiar de página y simplemente seguir con nuestras vidas diarias y anular la realidad en la que sufren tantas personas. En la ignorancia de lo que está sucediendo verdaderamente, y, mucho más importante, ignorando que todos tenemos el deber de buscar la verdad.

Muchas veces la “verdad” que se vislumbra a través de la televisión, los medios cibernéticos y los gráficos, no necesariamente corresponde a la realidad. Esta verdad virtual posee como característica la rapidez y el dinamismo en su construcción, pretendiendo abarcar todo el espectro social y agotándose hasta lo efímero en un abrir y cerrar de ojos, con imágenes espectaculares y lenguaje publicitario. La Verdad con mayúscula, que es simplemente lo que en la realidad aconteció, que excede a las miradas que hablan sobre ella y procuran contenerla bajo sus argumentos, está desapareciendo de los medios.

La realidad ficcional o virtual

Las noticias falsas no son algo nuevo. Preceden a Facebook, a Twitter y a los miles de sitios que cada día intentan captar la atención en un mundo de concentración informativa y crisis del periodismo. El ciudadano Kane de Orson Welles ya había mostrado en 1941 a un magnate de medios frío, en el trono de su imperio informativo, como el espejo del poder de la prensa para dirigir la opinión de un país.

La historia tuvo muchos ejemplos, siempre con buenas relaciones con la política y sobre todo el poder, para confundir la realidad en favor del más poderoso [En Venezuela los agresores se convierten mágicamente en víctimas].

Sin lugar a dudas, hacer uso del aspecto emocional es una técnica clásica para causar un corto circuito en el análisis racional, y finalmente al sentido crítico de los individuos. Por otra parte, el uso del registro emocional permite abrir la puerta de acceso al inconsciente para implantar o injertar ideas, deseos, miedos y temores, compulsiones, o inducir comportamientos. De eso se trata la llamada Guerrade Cuarta Generación.

La mayoría de la publicidad dirigida al gran público utiliza discurso, argumentos, personajes y entonación particularmente infantiles, muchas veces próximos a la debilidad, como si el espectador fuese una criatura de poca edad o deficiente mental. Cuanto más se intente buscar engañar al espectador, más se tiende a adoptar un tono infantilizante: en razón de la sugestionabilidad, ella tenderá, con cierta probabilidad, a una respuesta o reacción también desprovista de un sentido crítico como la de una persona de 12 años o menor aun.

El mundo de la posverdad

Desde 1991, al menos, se vienen construyendo de estas realidades-virtuales para el consumo de miles de millones de personas. Pero en 2016 se produjo un nuevo punto de quiebre en la historia de las noticias falsas. Tanto, que el Diccionario Oxford declaró la *posverdad* como palabra del año. Las *fake news* dejaron de ser un artilugio de los medios para conseguir más tráfico.

Ese año, la elección de Donald Trump como presidente de EEUU comprobó que las mentiras pueden llegar a ocupar el lugar del poder real. La ficción y la realidad virtual llegó a la Casa Blanca. Hoy, la posverdad es el arma de desorientación masiva de la opinión pública que emplean los grandes medios de comunicación y los líderes políticos [y si no véase el ejemplo de Venezuela].

La transformación de los medios de comunicación en factores de poder es acompañada con la aparición de una metodología para construir una realidad ficcional, como herramienta de manipulación y construcción de un discurso hegemónico cuyo objetivo es el control social. La comunicación de la verdad pierde su sentido ético y se transforma en mercadería, donde la espectacularización del mensaje ocupa el lugar del valor del contenido.

Los medios son utilizados hoy como un arma de combate en la nueva guerra ideológica. La información, por su explosión, por su multiplicación, por su sobreabundancia, se encuentra hoy literalmente contaminada, envenenada por toda clase de mentiras, rumores,

distorsiones y manipulaciones. Cada vez es más difícil para los ciudadanos encontrar un referente que les asegure que la información que van a consumir es una información válida, seria, segura, verídica, verdadera.

El discurso hegemónico se contrapone con un sistema democrático de gobierno. Este último requiere la aparición de una pluralidad de información que permita a la opinión pública decidir libremente. Se supone que es un derecho humano el de informar y ser informado. La esencia de la democracia no es el consenso -como quieren quienes defienden los intereses de los grupos económicos hegemónicos-, que lleva a la verdad única, al mensaje único.

Es el asesinato de la verdad, o su sustitución por una realidad-virtual, difícil de comprobar, que sirve para adocenarnos, doblegarnos. ¿Cómo combatir en esta guerra de ideas, en esta batalla cultural, donde las viejas armas, las viejas herramientas ya no son útiles, dónde las viejas consignas de reparto equitativo de las frecuencias de radio y televisión -creyendo que eso significa democratizar la comunicación- parecen no tener sentido, cuando no hemos comprendido que el tema central son los contenidos?

El mundo cambia sí, pero el tema de la comunicación, de los medios de comunicación social, sigue siendo, como en 1980 cuando el *Informe McBride*, fundamental para el futuro de nuestras democracias. El problema de hoy es la concentración oligopólica: 1.500 periódicos, 1.100 revistas, 9.000 estaciones de radio, 1.500 televisoras, 2.400 editoriales están controlados por sólo seis transnacionales. Pero ese no es el único problema.

Hoy debemos hablar de la integración vertical de proveedores de servicios de comunicación con compañías que producen contenido, la llegada directa de los contenidos a los dispositivos móviles, la transnacionalización de la comunicación y sus cortocircuitos con los medios hegemónicos locales, los temas de la vigilancia, manipulación, transparencia y gobernanza en internet, el “ruido” en las redes y el video como formato a reinar en los próximos años.

Estos son, hoy en día, juntos al largamente anunciado ocaso de la prensa gráfica y la vigencia de la guerra de cuarta generación y el terrorismo mediático, los vértices fundamentales para reflexionar sobre el tema de la democracia de la comunicación, mirando no hacia el pasado, sino hacia el futuro que nos invade.

La democracia amenazada

Más que nunca la dictadura mediática, en manos de cada vez menos “generales” de las corporaciones, busca las formas novedosas de implantar hegemónicamente imaginarios colectivos, narrativas, discursos, verdades e imágenes únicas. Es el lanzamiento global de la guerra de cuarta generación, directamente a los usuarios digitalizados de todo el mundo.

Si hace cinco décadas la lucha política, la batalla por la imposición de imaginarios, se dilucidaba en la calle, en las fábricas, en los partidos políticos y movimientos, en los parlamentos (o en la guerrilla), hoy las grandes corporaciones de transmisión preparan una ofensiva que saltean los medios tradicionales para llegar directamente, con sus propios contenidos de realidades virtuales, a los nuevos dispositivos móviles de los ciudadanos.

El hecho de que Internet esté tomando el poder en las comunicaciones de masas significa que las grandes empresas estadounidenses como Google, Facebook, YouTube, Twitter, Yahoo!, Apple, Amazon, entre otras, están dominando la información planetaria. Esas megaempresas de internet acumulan información sobre cada uno de nosotros cada vez que utilizamos la web, que ellos comercializan vendiéndola a otras empresas o a la Agencia de Seguridad Nacional de EEUU.

Una sociedad conectada es una sociedad espiada, y una espiada es una sociedad controlada, y muchas veces ni siquiera por el hombre, sino por algoritmos que el hombre ha diseñado en la creación de la inteligencia artificial.

Pero eso da para seguir hablando sobre estas realidades, del *big data*, del televisor como una pantalla más para recibir contenidos que manejarán las megaempresas de comunicaciones de acuerdo al perfil que cada uno va autodiseñándose en las redes sociales, de ...

Pressenza

https://www.lahaine.org/mm_ss_mundo.php/el-asesinato-de-la-verdad