

Critica de la industria político mediática

IÑAKI GIL DE SAN VICENTE - LA HAINE :: 12/02/2010

La prensa burguesa trabaja para ocultar las verdaderas causas de la crisis, culpando a razones ajenas al sistema, a la avaricia y al egoísmo, exculpando a la burguesía

El muy interesante texto de [Dax Toscano](#) que aquí prologo --*“La industria mediática, la alienación y los procesos de transformación revolucionaria en América Latina”*-- me ha facilitado y a la vez exigido volver a una problemática que nunca debemos despreciar y menos aún olvidar. Aunque el estudio del profesor Dax está centrado, lógicamente, en América Latina, su valía supera a este marco geográfico para ser perfectamente aplicable a los diversos procesos existentes ahora en el mundo. Además de otros méritos de este texto, también debemos resaltar el de su oportunidad. Vivimos en tiempos de crisis profunda del sistema capitalista a escala mundial. Las crisis sociales abren momentos de bifurcación, de optar por una salida u otra. En una sociedad supuestamente democrática que hipotéticamente se rigiera por ese utópico reformismo habermasiano de la “acción comunicativa” en el interior de la “sociedad civil”, en esta sociedad maravillosa la “libertad de palabra” y el “derecho de expresión”, así como la “educación gratuita”, etc., garantizarían que eso que llaman “ciudadanía” pudiera elegir pacífica y libremente la opción a tomar, decisión mayoritaria que sería aceptada por la minoría. Pero no existe semejante sociedad, como es bien sabido.

Malvivimos en una sociedad estructurada por la propiedad privada de las fuerzas productivas. Sobre esta base material y simbólica se sustenta la explotación de la fuerza de trabajo asalariada, la obtención de plusvalor y su transformación en plusvalía, una de cuya parte terminará, al final del todo el proceso capitalista, siendo beneficio o ganancia exclusiva en manos de la burguesía. Una característica de este proceso socioeconómico es que, tarde o temprano, entra en crisis y, cuando son muy graves y prolongadas, tensionan al máximo el choque entre las dos opciones de salida: la de los explotadores y la de los explotados. La primera tiene más recursos, medios y fuerzas para imponerse y salir victoriosa, sobre todo tiene más recursos militares y violentos, pero también económicos, legales y judiciales, y de propaganda, mediáticos, de manipulación, mentira y engaño, de alienación, en suma. La segunda solución, la de las masas explotadas, tiene muchos menos recursos, y por eso esta segunda opción ha de organizarse y formarse, unirse, aglutinar sectores sociales, pensar y debatir, e informarse por su cuenta, sin dejarse atrapar por las mentiras y medias verdades de la prensa burguesa.

En lo relacionado con la crisis, la prensa burguesa trabaja para ocultar sus verdaderas causas, culpando a razones ajenas al sistema, a la avaricia y al egoísmo “instintivo” de la especie humana, exculpando a la burguesía de sus efectos y responsabilizando a lo sumo a un sector muy reducido de ella: a los pocos especuladores desaprensivos, mientras que, conforme avanza la crisis, acusa directamente a la clase trabajadora que con sus demandas salariales “injustificadas” y sus métodos violentos amedrentan a empresarios y accionistas, a banqueros, de modo que se retiran de la vida económica. A simple vista y desde una perspectiva simplona, estas y otras mentiras tendrían que perder su efectividad conforme se

agudizase la crisis y con ella sus efectos nefastos, pero no sucede exactamente esto. Siendo cierto que el empeoramiento de las condiciones de vida y de trabajo, el empobrecimiento, la precariedad, la creciente represión contra las luchas y protestas, etc., facilitan la radicalización y la toma de conciencia, sin embargo el problema de la toma de conciencia es más complejo.

Antes de que estalle la crisis, o cuando sólo late en el fondo de la economía, la prensa ya realiza una campaña permanente, sin fin, a favor de los intereses de la clase explotadora, fortaleciendo su ideología y su concepción del mundo. Durante la “normalidad”, la prensa es uno de los instrumentos de manipulación y alienación que, con la ayuda de los demás, de la escuela, de la Iglesia, de la familia autoritaria, etc., asegura y reproduce las condiciones de explotación, la pasividad de muchos y el colaboracionismo de otros. Pero en la medida en que se deteriora la situación socioeconómica, la burguesía multiplica sus esfuerzos ideológicos con todos los recursos a su alcance, de modo que para cuando la crisis ha alcanzado una gravedad inquietante tales mecanismos actúan al máximo de su efectividad. Tener en cuenta esta dinámica ascendente es vital para entender una de las razones de la efectividad de la prensa en el retraso de la concienciación obrera y popular durante las crisis estructurales.

Pero todavía hay una razón más elemental que pasa desapercibida para el grueso de las izquierdas y que debemos exponer antes de seguir con el prólogo al brillante texto de Dax Toscano. La efectividad de la prensa burguesa sería nula o muy reducida si no se apoyase en dos de los sistemas alienadores más efectivos del capitalismo, dos sistemas que surgen de sus entrañas, de mismo proceso de explotación, y que a la vez lo invisibilizan y ocultan, alterando totalmente, invirtiendo y poniendo cabeza abajo la capacidad de conocimiento crítico de las personas. Nos referimos, por un lado, al fetichismo, a la cosificación y reificación, y por otro lado, a la coerción sorda, sibilina y subterránea consustancial a la dictadura del salario. Sobre el fetichismo hay que decir que es la capacidad del sistema para reducir las personas a cosas, a objetos pasivos e inconscientes, y no a sujetos activos y conscientes, mientras que, a la inversa, humaniza a las cosas, a las mercancías y a los objetos fabricados por el sistema, de modo que la gente explotada acepta la dictadura del capital porque lo ha divinizado, ha otorgado poderes sobrenaturales, místicos y religiosos al dinero, a los bancos, lo que hace que crea que el patrón es una especie de dios moderno, que le protege, le cuida y le da trabajo, cuando es justo lo opuesto, lo contrario. Simultáneamente, la efectividad de este mecanismo está reforzada por la coerción sorda, por la amenaza silenciosa, preventiva y siempre presente pero apenas nunca oficial y pública, de que si la clase explotada se resiste a su “dios-empresario” éste le condenará al paro, a la miseria, a deambular por el mundo oscuro y frío, desolado, de la pobreza y del hambre, expulsándole del paraíso de la producción, al igual que dios expulsó a Eva y a Adán del paraíso terrenal por negarse a obedecerle.

Es sobre esta base mayoritariamente irracional e inconsciente, cargada de miedos y de temores, sustentada en el idealismo y la credulidad, sobre la que se yergue la acción de la prensa burguesa, teniendo como objetivo estratégico reforzarla y fortalecerla. La prensa intensifica la producción de miedo físico y de dependencia psicológica al poder, al “dios-empresario”, al capital como fetiche mágico y caprichoso que dirige nuestras vidas pudiendo arruinarlas, a la misma o más velocidad con la que se ahonda y expande la crisis

del capital, para impedir que las clases y los pueblos explotados se desalienen, tomen conciencia crítica, superen su credulidad fetichista y religiosa, aunque no practiquen los rituales mágicos de la liturgia, y pasen a la acción revolucionaria para imponer la segunda salida a la crisis, la opción socialista. Nos encontramos ya en el suelo real, la base psicofísica material e histórica, sobre la que se levanta la estructura de explotación, opresión y dominación a la que sirve la prensa burguesa. Por tanto, frente al ocultamiento de lo real, frente a la destrucción de la consciencia para ahogarla con la inconsciencia, frente al exterminio de la razón para imponer la sinrazón y la irracionalidad, frente a todo ello, la pedagogía concienciadora socialista ha de potenciar esa racionalidad lúcida y lógica, esa consciencia crítica y autocrítica.

Pero antes de desarrollar este crucial objetivo de todo movimiento revolucionario, que Dax Toscano expone con rigor y detalle, debemos mostrar cómo la prensa burguesa riza el rizo de su esencia de clase y, con absoluta coherencia empresarial, por qué y cómo se lanza a obtener el máximo beneficio económico y político de su negocio. Desde que la explotación social y el lenguaje escrito se fusionaron, ambos han ido a la par, creando una unidad de intereses en la que el segundo, el lenguaje escrito, ha aceptado castrar y dominar su poder concienciador en beneficio del primero. Los escribas y los sacerdotes monopolizaron el lenguaje escrito, haciendo de él un sistema de legitimación del poder establecido, y reprimiendo con mayor o menor efectividad su potencial concienciador y de conocimiento crítico. Durante los modos de producción precapitalistas, este matrimonio funcionó en base al interés común por la propiedad privada y acaparamiento de riqueza para el consumo ostentoso y suntuoso, que no para la acumulación ampliada. Con el capitalismo se da un salto cualitativo ya que irrumpe la producción de mercancías y casi al instante, en la segunda mitad del siglo XV, la imprenta desata la producción en serie del libro como mercancía imprescindible para la burguesía en ascenso, pero también como rama productiva que el feudalismo en decadencia ha de vigilar y controlar, y a de usar para sus propios fines, sobre todo a partir del Concilio de Trento.

Es cierto que la economía mercantil precapitalista ya había iniciado en Grecia, Roma, China, India, países musulmanes, medioevo europeo, etc., la conversión del lenguaje escrito en una mercancía, y que incluso se había avanzado en modelos mecánicos de impresión que sin llegar a la tecnología de la imprenta europea sí facilitaban una producción creciente de textos escritos. Pero el capitalismo, como decimos, hace de la cultura escrita una rama productiva más, que al instante adquiere un enorme poder político-cultural, como se demuestra ya definitivamente en el siglo XVII. Una rama productiva que busca independizarse de los controles medievales, que se rige por la ley del valor-trabajo y por la lógica del beneficio, lo que le lleva a la lógica de la explotación asalariada de sus trabajadores. El hecho de que la mercancía producida aparente ser estrictamente “cultural” e “ideal” y no “material”, en el sentido grosero, metafísico y no dialéctico de estos conceptos, esta falsa apariencia ha sido y es utilizada por la burguesía para negar la explotación interna a la producción cultural, para sostener que son simplemente “culturalistas”, que no hacen política y que su economía es la “economía de lo inmaterial”, la “economía de la inteligencia”, etc., dedicada a ofrecer sabiduría, historia, conocimiento, ciencia, o sea, las bases de la libre capacidad de elección.

La política y la lucha de clases presionan internamente en el desenvolvimiento de la ley del

valor-trabajo, pero en las empresas mediáticas tal interacción es más estrecha que en el resto de ramas productivas debido, por un lado, al propio contenido ideológico de la mercancía cultural y, por otro lado, al impacto positivo o negativo de los cambios sociopolíticos en la tasa media de beneficio de esta rama industrial. Conforme el capitalismo va encontrando más dificultades para su acumulación ampliada debido a la caída tendencial de la tasa media de beneficios, la burguesía reacciona multiplicando el intervencionismo estatal y con él la importancia de la política como economía concentrada, a la vez que busca nuevos negocios, mercados y consumidores. Todo ello determina que lo sociopolítico, lo cultural, lo ideológico, etc., se imbrique cada vez más con esta industria, reforzándose su contenido político-mediático. Muy significativamente, esta tendencia objetiva dio un salto con las guerras napoleónicas entre finales del siglo XVIII y comienzos del XIX, otro salto con la irrupción del imperialismo y, por no extendernos, otro que ya se ha hecho estructural y colérico, desde la segunda mitad del siglo XX. Durante este tiempo se han fusionado los intereses económicos de las empresas mediáticas, con los intereses políticos concretos de las fracciones burguesas, dentro siempre de los intereses generales de los Estados capitalistas. No podemos extendernos aquí en las contradicciones secundarias, no fundamentales, que recorren esta fusión y que desaparecen rápidamente, se esfuman como humo, cuando se trata de aplastar a las clases y naciones oprimidas.

Estos y otros cambios afectan a la misma forma de acción política, cultural e ideológica de la burguesía. Por ejemplo, en las campañas electorales los horarios televisivos determinan los horarios de los mítines y ruedas de prensa, y las exigencias de la “comunicación televisiva” determinan el lenguaje, continente y contenido de las campañas electorales. Otro tanto podemos decir sobre la política parlamentaria común, y lo mismo pero con más gravedad hay que decir sobre la producción industrializada y mercantilizada de la culturilla de masas, fabricada según las necesidades del capital, por no extendernos sobre la manipulación de la vida cotidiana de las personas, sobre la masiva presencia de las violencias reaccionarias, sexistas y racistas, sobre el catastrofismo alarmista provocado mediante las “noticias” sobre desastres, inundaciones, hambrunas, pandemias, y un imparable etcétera. Según los medios concretos y sus intereses particulares, ciertas “noticias” contienen más o menos partes de verdad o de mentira, de interpretación verificable o de falsedad incontrastable, pero siempre dentro de una manipulación mediática cada vez más perfeccionada con sofisticadas técnicas de marketing político-empresarial, del mismo modo que ciertas industrias culturales son más reaccionarias que otras dependiendo de sus intereses político-económicos. Sin embargo, todas ellas se mueven dentro de la política burguesa, dentro de la ley del valor-trabajo y dentro de la explotación social de los pueblos y de las clases trabajadoras.

El mito de la denominada “libertad de comunicación” oculta semejante realidad y hace creer a la gente que una campesina y un obrero tiene el mismo acceso a la información veraz que el terrateniente y el empresario. El mito de la comunicación oculta las insalvables distancias sociales, culturales y educativas que determinan que las clases explotadas sean manipuladas en medio de su analfabetismo funcional y relativo, o absoluto, mientras que la burguesía dispone de sus propios medios. Las naciones oprimidas sufren esta misma situación, y en su interior las mujeres padecen una triple dominación cultural y mediática: la de mujeres, la de trabajadoras y la de oprimidas nacionalmente. A escala planetaria, muy pocas transnacionales imperialistas monopolizan la producción político-mediática,

destacando las norteamericanas. Un terrorismo simbólico, cultural e “informativo”, que es la máxima expresión de la violencia simbólica consustancial al capitalismo, planificado por las grandes empresas y Estados machaca a los pueblos rebeldes, justificando las atrocidades burguesas, muchas de las cuales son silenciadas y negadas --todas las relacionadas con la guerra sucia, con el exterminio físico selectivo de las izquierdas, con práctica de contrainsurgencia, con los métodos de otras transnacionales energéticas, alimentarias, sanitarias, etc.--, y otras justificadas abiertamente o con excusas como las supuestas “intervenciones humanitarias”.

Las izquierdas revolucionarias, para ir concluyendo con el prólogo al necesario texto de Dax Toscano, no deben reincidir en el error de creer que la “comunicación”, tal cual la define la burguesía, puede ser usada por ella para concienciar políticamente a las clases explotadas. Las izquierdas deben practicar la comunicación crítica, o mejor dicho, la concienciación, en vez de seguir en la trampa de la “comunicación” burguesa que se caracteriza, primero, por defender la dictadura de la propiedad privada lo que le permite censurar y amputar, tergiversar, etc., cualquier mensaje de izquierdas que recurra a sus medios; segundo, por expandir diferentes subideologías parciales, modas intelectuales fugaces y escapismos pasotas múltiples, cuando no pura reaccionariedad; tercero, por descontextualizar la poca y muy dosificada “ración de verdad” que emite, siempre envuelta por la manipulación que limita su efecto concienciador; cuarto, por anular el tiempo de reflexión y debate constructivo, o reducirlo al mínimo en sus muy controlados programas de “debate televisivo”, a la vez que se somete al público pasivo y atontado a fugaces estallidos de “noticias” inconexas, sensacionalistas, emotivas e irracionales en su gran mayoría; y quinto, por mantener el fetichismo y la alienación arriba vistas.

Los reformismos siempre han aceptado como “neutral” el sistema de “comunicación” burgués, y ésta ha sido una de las causas de su impotencia para mantener controladas las ansias de revanchismo y de imponer sus políticas conservadoras, de dureza y de mayor explotación social de esta clase. Las izquierdas tienen que desarrollar sus propios sistemas de concienciación revolucionaria y de comunicación crítica. No puede usar contra su enemigo de clase siempre y como único recurso las mismas armas de que quien le oprime y domina. Más temprano que tarde ha de crear sus exclusivos medios de concienciación revolucionaria que deben regirse de forma antagónica pero a una escala cualitativamente superior, diferente en todo, a los burgueses. Y la pedagogía del ejemplo práctico, de la coherencia transparente, de la sinceridad crítica y constructiva, de la verdad y de la rectitud, ha de regirla de principio a fin, buscando la aglutinación e integración de sectores menos concienciados, y, en la medida de lo posible, remarcando más lo que une que lo que separa:

Primero: una pedagogía basada en la comunidad, en lo común y lo colectivo, lo horizontal, abierto y consejista, soviético, que muestre lo inhumano en todos los sentidos de la propiedad privada de las fuerzas productivas, de las grandes fábricas y bancos, de las extensas tierras, de lo vertical, cerrado y burocrático, etc. Segundo, una pedagogía que no anule las diferencias enriquecedoras y las aportaciones de la creatividad individual, sino que las potencie desde una perspectiva opuesta al egoísta individualismo burgués y que, por tanto, no quede encadenada a las modas de consumo ideológico individualista que lanza la industria burguesa al mercado de la alienación de masas. Tercero, una pedagogía que

contextualice, enmarque y explique históricamente las causas y el devenir de los problemas sociales, de la explotación, de las luchas en su pasado y su presente, enseñando una realidad ausente en la “comunicación” burguesa pero sin la cual no se comprende nada de lo que sucede en el presente y de lo que puede suceder en el futuro. Cuarto, una pedagogía que busque el debate colectivo, la reflexión abierta y amplia basada en el contraste riguroso de las interpretaciones de los hechos históricos, que no admite el secretismo burocrático-estatal ni empresarial, que rechace el secreto de Estado y que imponga la transparencia de y en la vida socioeconómica. Y quinto, una pedagogía que acabe con la pasiva y miedosa obediencia fetichista al poder caprichoso de dios-dinero facilitando la (re)construcción de la independencia creativa humana dentro de la colectividad social que le encuadra, de modo que el libre desarrollo de cada cual sea el requisito para el libre desarrollo de toda la comunidad.

Una explicación más detallada y enriquecedora que las breves reseñas torpemente expuestas aquí, las encontrarán las lectoras y lectores en el valioso texto de Dax Toscano titulado *“La industria mediática, la alienación y los procesos de transformación revolucionaria en América Latina”*.

La Haine

<https://eh.lahaine.org/critica-de-la-industria-politico-mediati>