

*Nuestra
Bandera*

La manipulación mediática en la era digital: nuevos retos para la izquierda

A VUELTAS CON LOS CLÁSICOS

**Enrico Berlinguer
en su centenario**

REVISTA
DE DEBATE
POLÍTICO
Y TEÓRICO
N.º **258**
PRIMER TRIMESTRE
2023 ★ 8€

CULTURA

**Kulturkomm,
contracultura
revolucionaria**



Nuestra Bandera

REVISTA DE DEBATE TEÓRICO Y POLÍTICO
1937-2023



Nuestra Bandera

Nuestra Bandera, número 258
Primer trimestre de 2023

REVISTA DE DEBATE TEÓRICO Y POLÍTICO
EDITADA POR EL PARTIDO COMUNISTA DE ESPAÑA (PCE)

DIRECTORA: Marga Sanz

CONSEJO DE REDACCIÓN:

Gloria Aguilar, Jaime Aja, Francisco Erice, María Iglesias, Pedro Marset, Manuel Monleón, Javier Moreno, Paula Navascués, Eduardo Sánchez, Marga Sanz y Mauricio Valiente

CONSEJO EDITORIAL:

Gloria Aguilar, Jaime Aja, Clara Alonso, Nazanín Armanian, Joaquín Arriola, José Luis Centella, Elena Cortés, Francisco Erice, Marga Ferré, Paula Garvín, Eduardo Garzón, Belén Gopegui, Ramón Górriz, Julia Hidalgo, María Iglesias, José M. Mariscal, Pedro Marset, José Manuel Martín Medem, Manolo Monleón, Javier Moreno, Ángel Olmos, Paula Navascués, Isabel Peña Rey, Higino Polo, Sol Sánchez, Eduardo Sánchez, Enrique Santiago, Marga Sanz, Anabel Segado, Pascual Serrano, Francisco J. Sierra, Cristina Simó y Mauricio Valiente

DISEÑO Y MAQUETACIÓN: Ángel Olmos

CORRECCIÓN ORTOTIPOGRÁFICA: Vladimiro Olmos

IMPRESIÓN: Safekat

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN: C/ Olimpo, 35. 28043 Madrid
Telf. 913 004 969. Fax 913 004 744

DISTRIBUCIÓN Y SUSCRIPCIONES: PCE
distribucion@pce.es

ISSN: 1133-567X

Las opiniones contenidas en los artículos publicados en *Nuestra Bandera* lo son de sus autores o autoras y la revista no se identifica necesariamente con ellas.



Esta revista ha recibido una ayuda a la edición del Ministerio de Cultura y Deporte, para su difusión en las bibliotecas públicas del Estado, para la totalidad de los números del año.



Esta revista se publica bajo una licencia
Creative Commons
Atribución-No Comercial-Compartir Igual
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

Índice

EDITORIAL

- 5 Impulsar la batalla de ideas al imperialismo en la era digital

POLÍTICA

La manipulación mediática en la era digital: nuevos retos para la izquierda

- 15 Desinformación y lógicas mediáticas en la era del capitalismo de plataformas FRANCISCO SIERRA CABALLERO
- 29 Medios, redes y mentiras en la era del conspiracionismo IGNACIO RAMONET
- 37 La industria de la mentira como amenaza a la democracia JULIÁN MACÍAS TOVAR
- 43 *Fake news*: la producción social de la desinformación y la reproducción social de las ideologías ÁNGEL CARRASCO-CAMPOS
- 51 La desinformación más allá de los medios de comunicación DAFNE CALVO
- 59 El modelo de propaganda y la guerra en Ucrania: consensos más allá de las *fake news* JOAN PEDRO-CARAÑANA
- 69 Guerra sucia y hechos alternativos MIGUEL USABIAGA
- 77 La ultraderecha en el paraíso de las redes PASCUAL SERRANO
- 87 La ciencia ciudadana como práctica de innovación social frente a las *fake news* JOSÉ HERNÁNDEZ ASCANIO
- 97 Coordinar los medios de izquierda en Europa STERGIOS KALPAKIS

101 Dar la batalla de las ideas al imperialismo MARGA SANZ

105 La peor ley de la comunicación audiovisual
JOSÉ MANUEL MARTÍN MEDEM

111 DOCUMENTO: Plan de acción aprobado en el Primer Encuentro
Internacional de Publicaciones Teóricas de Partidos
y Movimientos de Izquierda

CULTURA

115 La batalla de las ideas no se da en el éter, sino en la práctica:
reflexiones sobre la agitación y propaganda en la lucha por
la hegemonía cultural NORA GARCÍA NIEVES

123 Un marxista en el rock *andergraun*: tesis sobre hegemonía
desde los márgenes GUILLERMO CASANOVA CORRAL

AUTOR INVITADO

129 Mujeres obreras: la literatura comprometida de Luisa Carnés
ALDO ARMENDÁRIZ

A VUELTAS CON LOS CLÁSICOS

141 Berlinguer, la persecución del consenso por el socialismo
JOSÉ LUIS MARTÍN RAMOS

LIBROS

170 *José María Ots Capdequí, el americanista de la Segunda República*,
de Mauricio Valiente Ots MIKEL HERNÁNDEZ

174 Exploradores de Sacristán ALBERTO SANTAMARÍA

178 *La matanza de Atocha y otros crímenes de Estado*, de Carlos
Portomeñe JOAQUÍN RECIO

Impulsar la batalla de ideas al imperialismo en la era digital

NB

5

La batalla de las ideas, la lucha ideológica, es un elemento básico en cualquier confrontación social, política o militar. La historia está llena de construcciones, de relatos a la medida de los intereses del poder dominante: cambian los instrumentos, los métodos y las formas, pero el fondo es que, sin hegemonía cultural, ideológica, es mucho más difícil conseguir las victorias sociales, políticas e incluso militares.

Es un clásico afirmar que en muchos centros de poder de los Estados Unidos se considera como una de las principales causas de la derrota de sus ejércitos en Vietnam la permisividad informativa que permitía que el ciudadano medio norteamericano se desayunase con noticias frescas y directas de lo que ocurría allí, desde las inmolaciones de monjes budistas contrarios a la guerra a las atrocidades que cometían sus tropas en aquel lejano país donde poco se les había perdido, como impactante era también contemplar las imágenes de decenas de ataúdes descender diariamente de los aviones de las Fuerzas Aéreas en los aeropuertos norteamericanos; aspectos, todos ellos, que venían a provocar una desmoralización de la retaguardia con una pérdida de apoyo a la participación en la guerra.

Aprendida la lección, en futuras acciones, desde los Balcanes a Ucrania, los Estados Unidos se han cuidado muy bien de implantar un férreo filtro a las comunicaciones mediáticas, de manera que se enterraba la información y aparecía la propaganda, convirtiendo cualquier noticia en un arma de guerra. Para ello, no se contentan con censurar las noticias, sino que dan un paso más y las fabrican para que la realidad con la que se abren los noticieros informativos corresponda con el relato oficial que interesa al poder, llegando a presentar cualquier confrontación política o militar como una película de buenos y malos, sin ningún matiz ni divergencia. Son relatos que distorsionan

deliberadamente la realidad primando las emociones por encima de los hechos objetivos con el fin de manipular y orientar los comportamientos sociales y políticos de la ciudadanía. Es la llamada *posverdad*, que junto con las *fake news* se han convertido, en la era digital, en armas de destrucción masiva del pensamiento alternativo en el terreno de la ideología y de las ideas y a favor de los intereses del capital.

Esta manipulación mediática en forma de *fake news* tiene una dimensión especial en América Latina y el Caribe como parte de la ofensiva que están librando los Estados Unidos para tratar de recuperar lo que consideraban su «patio trasero» y que ahora se les ha rebelado; *fake news* que se conjugan en esta región con el terrorismo judicial para tratar de acabar con todos los Gobiernos progresistas que han ganado el apoyo popular.

De esta manera, en un momento de transición en el orden internacional, donde los Estados Unidos y sus aliados de la OTAN están tratando de revertir por todos los medios a su alcance una situación de cambios geopolíticos y desarrollo de las fuerzas productivas a nivel mundial que estaba cuestionando su hegemonía en favor de un ordenamiento multipolar de características horizontales, cobra todo su sentido el recrudecimiento de la batalla de las ideas para asegurar el apoyo de una base social a su pretensión de agravar los conflictos internacionales, y avanzar así hacia una situación de Guerra Fría que le permita reagrupar fuerzas en un esquema construido a la medida de sus necesidades.

Por este motivo, hay ideas tóxicas que son inoculadas por los medios en la sociedad hasta convertirlas en lugares comunes. En torno a ellas se construye la legitimidad del discurso dominante y actúan de bloqueante de toda consideración crítica: la de «comunidad internacional» (sinónimo de UE-OTAN-USA, pero que no incluye a, por ejemplo, India; no digamos ya a China o Rusia); la del «orden internacional basado en reglas» (reglas, por supuesto, a la medida de los intereses imperiales, que nadie ha votado); el latiguillo de que «nuestra (paz, bienestar, valores, prosperidad: póngase lo que se quiera) se defiende más allá de nuestras fronteras» (con el que puede justificarse cualquier intervención militar). Estas ideas, que son repetidas constantemente en los medios, actúan como fundamento último de legitimidad, producen inmediatamente la segregación de cualquier planteamiento crítico y tienen por misión desnaturalizar cualquier discurso alternativo al dominante.

En este sentido, convencer a la mayoría social de que la paz solo se asegura con la supremacía bélica de una de las partes en el conflicto, justificando su rearme, y de que para garantizar la seguridad hay que ceder libertades colectivas e individuales, es el objetivo imperialista de todo este entramado de construcción informativa de la realidad al servicio del poder dominante.

NB

6

Con este objetivo, el imperialismo ha puesto en movimiento toda una gran maquinaria para construir una realidad virtual que sostenga un relato que justifique ante la ciudadanía su espiral belicista.

De esta manera, cuando se intensifica la batalla comunicacional, en la que el imperialismo trata de conseguir la ampliación de los apoyos a sus políticas agresivas, autoritarias, racistas y patriarcales para mantener el dominio sobre amplias zonas del planeta, este número de *Nuestra Bandera* trata de poner un granito de arena para poder disputar con éxito esta batalla comunicacional, tratando de ayudar a responder con argumentos sólidos, claros y solventes a las mentiras, manipulaciones y deformaciones de la realidad con que los medios, al servicio de los intereses dominantes, bombardean a una opinión pública cada vez más limitada en sus posibilidades de contrastar las informaciones que recibe tanto a través de esos grandes medios de comunicación tradicionales como de las grandes propietarias de las plataformas digitales.

Así, la reflexión crítica sobre la manipulación mediática viene de lejos. Por ejemplo, la escuela de Frankfurt nos alertaba de los efectos que la industrialización de la comunicación y la cultura podían tener para el pensamiento autónomo y reflexivo de la población. O la denuncia de la economía política de la comunicación sobre las consecuencias que la concentración de la propiedad o la dependencia de la publicidad comercial tenía para la representación plural y democrática de diferentes puntos de vista de cara a la opinión pública. Sin embargo, el nuevo escenario producto de la innovación tecnológica y la convergencia digital, que ha evolucionado hasta el punto de que hay más dispositivos móviles conectados a algún tipo de red de comunicación que habitantes en el planeta, supone un nuevo reto para la configuración de sociedades libres y democráticas.

No se trata de adoptar una postura autocomplaciente que se abraza al fatalismo del «no hay nada que hacer» ante la magnitud de las tendencias reaccionarias en manos de las grandes compañías del ámbito de la comunicación. Esas posturas negarían no solo la potencialidad de los sujetos, sino la propia posibilidad de la política, que opera de manera creativa y autónoma en escenarios con múltiples y contradictorias correlaciones de fuerzas. Pero sí se trata de no responder con viejas fórmulas a nuevos problemas. Si las formas de producción, distribución y consumo de la comunicación se han modificado bajo el impacto de lo digital, sobre todo a raíz de la expansión de las grandes plataformas digitales, es lógico pensar que las formas de manipulación informativa se han modificado también, haciéndose más complejas y sofisticadas.

Esto obliga a repensar nuevas agendas de trabajo en las que apuntemos al control del algoritmo y la circulación masiva de datos como elementos de soberanía popular frente a los intereses comerciales.

Todas estas consideraciones sitúan el objetivo al que modestamente queremos contribuir desde *Nuestra Bandera*: dotar de instrumentos para dar la

NB

7

batalla de las ideas en esta era digital, a todos los niveles, a las fuerzas que hoy plantamos cara al imperialismo luchando por construir una sociedad más justa, igualitaria y solidaria que avance hacia el socialismo y el comunismo.

Se inicia la sección **POLÍTICA** bajo el título «**La manipulación mediática en la era digital: nuevos retos para la izquierda**», que da título a la revista. En primer lugar contamos con el trabajo de Francisco Sierra Caballero, «Desinformación y lógicas mediáticas en la era del capitalismo de plataformas», en el que llama a la acción desde la comunidad periodística frente a las nuevas formas en la era de las *high tech*. Con un análisis de la situación, especialmente en España y Europa, Sierra analiza los cambios que están desarrollándose en la era digital.

«Medios, redes y mentiras en la era del conspiracionismo» es el artículo de Ignacio Ramonet, donde analiza el papel de las redes sociales en la era actual utilizando la guerra en Ucrania o el fenómeno Trump como ejemplos. El autor reflexiona sobre nuestra acción como individuos cuando usamos estas redes, relacionándolo con el concepto de *guerra cognitiva* y resaltando el papel emocional de las redes sociales y su uso en la difusión de ideas y hechos que no son ciertos.

En «La industria de la mentira como amenaza a la democracia» Julián Macías Tovar destaca que la mentira se ha convertido en la principal herramienta para hacer política y «periodismo» en una parte muy relevante de nuestras sociedades. Un fenómeno que se ha perfeccionado, industrializado y globalizado. En muchas ocasiones, señala, hablamos de la ultraderecha internacional, pero quizás sea más adecuado —en su opinión— hablar de espacios antidemocráticos financiados por unas élites económicas que quieren preservar a toda costa sus privilegios y en los cuales la democracia solo es respetable cuando no altera su *statu quo*.

Con su artículo «*Fake news*: la producción social de la desinformación y la reproducción social de las ideologías», Ángel Carrasco-Campos llama la atención sobre la necesidad de tener en consideración la producción social de las noticias falsas y sus condiciones de reproducción ideológica para hacer posible una praxis transformadora. Partiendo del carácter de mercancía de la noticia y también de la noticia falsa, señala que para comprender hoy el rol de estas últimas debe situarse la producción social de la desinformación en el contexto material en el que esta se genera, distribuye y consume. En su opinión, con la posverdad nos encontramos con una situación en la que los hechos influyen en menor medida que las emociones en la toma de decisiones políticas, y ello contribuye a la propagación de las noticias falsas y a la manipulación de los comportamientos humanos.

Dafne Calvo, autora de «La desinformación más allá de los medios de comunicación», defiende que la economía política de la comunicación es clave para comprender Internet y sus riesgos para las democracias. El empleo

NB

8

de la publicidad como solución a la sostenibilidad económica de los medios en Internet ha conducido a la cuantificación de la audiencia como base del negocio. Esta audiencia es explotada a través de empresas tecnológicas que desarrollan su influencia con el fin de maximizar los flujos de datos y las interacciones en sus distintas aplicaciones web. En opinión de la autora, cualquier análisis sobre la estructura de la comunicación ha de integrarse dentro de una crítica más profunda al orden capitalista que la refuerza

Joan Pedro-Carañana, en «El modelo de propaganda y la guerra en Ucrania: consensos más allá de las *fake news*», desarrolla las concepciones de Chomsky y Herman sobre el modelo de propaganda (MP), destacando la sumisión al poder de los grandes medios, lo que los lleva a definir unos límites estrechos de la opinión aceptable, solamente ampliado ante fuertes movimientos sociales críticos que se conforman como la principal fuerza de democratización de la información. Analiza el modelo de propaganda, el uso de las *fake news* y los consensos del *establishment* a lo largo de acontecimientos que marcaron el devenir del siglo pasado para pasar a examinar el modelo mediático desplegado en la guerra de Ucrania. A partir de ahí, la posibilidad de abrir el debate mediático a perspectivas críticas y responsables favorables a la paz pasa, en opinión del autor, por el desarrollo de un fuerte movimiento por la paz con justicia social, a la vez que caben reformas profundas en los sistemas mediáticos para asegurar la libertad profesional de los periodistas.

«Guerra sucia y hechos alternativos» es el trabajo de Miguel Usabiaga, en el que denuncia que, en la actualidad, la apariencia de una información diversa y completa esconde lo contrario: centros de difusión de noticias concentrados en pocas agencias que entregan una información homogénea, direccional e interesada. En su opinión, desaparecen los reporteros independientes, y los Gobiernos poderosos castigan a quien osa difundir verdades incómodas, como Julian Assange.

Pascual Serrano, en su trabajo «La ultraderecha en el paraíso de las redes», desmonta la idea de que la llegada de las nuevas tecnologías de la comunicación, especialmente Internet y las redes sociales, signifique —como algunos han dicho— la democratización sin límites de la información frente al dominio oligopólico de los grandes medios de comunicación. En opinión del autor, el nuevo modelo ha supuesto una oportunidad sin precedentes para la ultraderecha en el que difunden discursos de odio, conspiracionismos, los egos, las *fake news*, y juega con las emociones en un medio donde el aislacionismo hace más manipulables a los individuos. Plantea que la izquierda debe analizar estos elementos y desmitificarlos para poder combatir las estrategias de la extrema derecha.

«La ciencia ciudadana como práctica de innovación social frente a las *fake news*» es el trabajo de José Hernández Ascanio, donde analiza las razones del auge y proliferación de las *fake news* y el peligro de predominio

NB

9

de comunicaciones científicas de baja calidad o erróneas que sean utilizadas ideológicamente. Frente a esta posibilidad, el autor apuesta por la ciencia ciudadana como práctica socialmente innovadora que mejora la capacidad de generar conocimiento científico y aumenta la apropiación de la ciudadanía de los resultados, a la vez que los dota de mayor legitimidad. Y todo ello referido no solo a la discriminación de los diferentes grados de veracidad de la información, sino también con la producción de conocimiento veraz y riguroso.

Esta sección recoge también dos ponencias transcritas desarrolladas en la clausura del Taller Europeo sobre Comunicación y Medios, celebrado en Madrid el 26 de noviembre de 2022. Contamos con la intervención de Stergios Kalpakis (vicesecretario de comunicación y jefe de prensa de Syriza) en torno a «Coordinar los medios de izquierda en Europa», donde analiza la situación de los medios de comunicación en Grecia y presenta una serie de ideas sobre cómo podrían coordinarse medios de izquierdas en Europa para dar mayor empuje a estas ideas y a la agenda progresista, y de Marga Sanz, directora de *Nuestra Bandera*, en «Dar la batalla de las ideas al imperialismo», donde, partiendo del análisis del avance de las ideas reaccionarias en el mundo y el belicismo, la ponente esboza algunas propuestas de colaboración entre medios de izquierdas y progresistas con la finalidad de dar la batalla de las ideas al imperialismo.

«La peor ley de la comunicación audiovisual» es el trabajo de José Manuel Martín Medem, en el que analiza la reforma de la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA) que consolida la descomposición y andadura neoliberal de los medios en los últimos cuarenta años. Destaca que la LGCA entrega a los negocios privados el 75% de la televisión y el 65% de la radio, bloquea las iniciativas sociales y, lejos de instaurar una autoridad audiovisual independiente, establece la intervención del Gobierno como autoridad audiovisual a través del Ministerio de Hacienda. Tras analizarla, califica como «al borde del abismo» la situación financiera de RTVE, agravada con la desastrosa gestión de López Tornero y su equipo, señalados por la IGAE por gastos sin justificar cuando tenían la obligación de actuar con transparencia, ejemplaridad, austeridad y honradez.

La sección **DOCUMENTOS** reproduce el Plan de Acción aprobado por unanimidad en el Primer Encuentro Internacional de Publicaciones Teóricas de Partidos y Movimientos de Izquierda, que reunió a medios de más de treinta países los días 10, 11 y 12 de febrero en La Habana y en el que estuvo presente *Nuestra Bandera*. Convocado por Cuba Socialista, el Encuentro culminó con el compromiso de impulsar la batalla de ideas frente al imperialismo reflejándose una serie de principios de trabajo y medidas a impulsar por los presentes reflejados en el Plan de Acción mencionado.

La sección de **CULTURA** se hace eco de la 3.^a Edición de Comunicación y Cultura de Vallecas. Nora García Nieves, con su artículo «La batalla de las ideas no se da en el éter, sino en la práctica: reflexiones sobre la agitación y propaganda en la lucha por la hegemonía cultural», señala que dicha batalla tiene que ser llevada a la práctica, y que muchas veces nos sentimos derrotadas copiando las estrategias del poder o inmersas en una batalla solo en redes sociales. La autora se pregunta: ¿cuál es el espacio de la agitación y propaganda hoy? ¿Qué herramientas hemos usado y cuáles nos pueden ayudar a ganar los sentidos comunes?

En el marco de dichas jornadas culturales, «Un marxista en el rock *andergaun*: tesis sobre hegemonía desde los márgenes» es el título de la conversación mantenida por Nora García con el militante, músico de punk-rock, diseñador e ilustrador Guillermo Casanova sobre las posibilidades teóricas que nacen de hibridar los fundamentos y hallazgos contraculturales del rock subterráneo con las herramientas de análisis y los objetivos de un proyecto contrahegemónico marxista.

NB

11

Nuestro **AUTOR INVITADO** en este número de la revista es Aldo Armendáriz con su trabajo «Mujeres obreras: la literatura comprometida de Luisa Carnés». La obra literaria de Luisa Carnés (Madrid, 1905-México DF, 1964) ha regresado al canon literario español —del que nunca debió salir— gracias a la extraordinaria labor de recuperación de las mujeres escritoras del 27 olvidadas por la magnificencia de sus coetáneos masculinos. En opinión de Armendáriz, su gran calidad prosística, la modernidad presente en las innovaciones estéticas y el compromiso sociopolítico que vertebra sus libros antes del exilio hacen de ella una autora imprescindible para comprender la literatura social de preguerra y reflexionar sobre la condición de las mujeres obreras en una sociedad fuertemente patriarcal y estratificada. Señala su obra cumbre, *Tea Rooms. Mujeres obreras* (1934) como un testimonio verídico que goza de tremenda actualidad, en unos años donde la lectura de Luisa Carnés se ha vuelto una poderosa arma de concienciación social frente a la intransigencia y las derivas ultraconservadoras que asolan a Europa.

A VUELTAS CON LOS CLÁSICOS dedica su espacio a Enrico Berlinguer en el centenario de su nacimiento. Berlinguer completó el ciclo de los cuatro grandes dirigentes del partido comunista con más peso en Europa Occidental: Gramsci, Togliatti, Longo y él mismo. Prosiguió el empeño, iniciado por Gramsci, de construir un amplio bloque social que hiciera posible el tránsito hacia el socialismo, y defendió hasta el final la significación histórica del PCI en ese empeño. Bajo estas premisas, José Luis Martín Ramos nos presenta su trabajo, «Berlinguer: la persecución del consenso por el socialismo», con una excelente nota introductoria que contextualiza históricamente sus aportaciones y

antecede a los textos, seleccionados por el autor, más representativos del pensamiento político berlingueriano: «El compromiso histórico», «Un nuevo modelo productivo», «La alternativa democrática», «La cuestión moral», «Contra la guerra», «La amenaza nuclear» y «Partido y sociedad».

En **LIBROS** contamos en esta ocasión con tres obras: *José María Orts Capdequí. El americanista de la Segunda República*, de Mauricio Valiente Ots, con reseña de Mikel Hernández; sobre *Filosofía y metodología de las ciencias sociales (I)*, de Manuel Sacristán Luzón, por Alberto Santamaría; y *La matanza de Atocha y otros crímenes de Estado*, de Carlos A. Portomeñe Pérez, presentada por Joaquín Recio.

Para acabar, agradecer a Francisco Sierra su contribución a la conformación de la sección Política, a los diversos autores y autoras por su rica y rigurosa contribución a los contenidos de *Nuestra Bandera* y a quienes con su trabajo hacen posible que esta revista vea la luz. ★

NB



POLÍTICA

La manipulación mediática en la era digital: nuevos retos para la izquierda

Desinformación y lógicas mediáticas en la era del capitalismo de plataformas

FRANCISCO SIERRA CABALLERO *

Catedrático de Teoría de la Comunicación.

Director de la sección de Comunicación y Cultura de la FIM



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

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

* www.franciscosierracaballero.net

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



16

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

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

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



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

Economía política de la información y la verdad

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

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



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

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



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

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

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



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

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





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

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

Tecnofeudalismo

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

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



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

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

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



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

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

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



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



26

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

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

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

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

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



A modo de conclusión

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

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

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



Medios, redes y mentiras en la era del conspiracionismo

IGNACIO RAMONET

Director de *Le Monde Diplomatique en Español*.

Acaba de publicar *La era del conspiracionismo*, Clave Intelectual, Madrid, 2022

En tiempos como los actuales en los que las fuentes oficiales de información han perdido credibilidad, y cuando se otorga el mismo nivel de confianza a un meme que a un noticiero de televisión o a una agencia de noticias, no es aberrante que las teorías conspirativas encuentren mayor audiencia en el seno de categorías sociales muy impactadas por la crisis. La tecnología ayuda.

Porque mucha gente aprovecha el anonimato que ofrece Internet para defender —amparados por la seguridad de un seudónimo— posiciones alternativas, agresivas, irrespetuosas o extremistas... La mentalidad complotista, *siempre paranoica*, tiende a ver la historia bajo el prisma de la sospecha y de la denuncia. Varios ensayistas —y Umberto Eco desde la ficción— han explicado por qué nos fascinan algunas tesis disparatadas que pretenden detentar la clave absoluta para develar la «verdad verdadera» de lo que ocurre en el mundo.

Una «conspiración» se reduce más o menos, *siempre*, a la siguiente estructura: un pequeño grupo de gente muy influyente controla —*en secreto*— los hilos del poder político, de la economía, de la banca, de los medios de comunicación, de la cultura de masas y de las instituciones académicas *contra* los intereses de la gente sencilla y común... Cualquier teoría conspirativa, insisto, está basada en la creencia de que unas *fuerzas poderosas y malintencionadas* mueven, *clandestinamente*, los hilos para manipular determinados eventos, personas o coyunturas. Estos *relatos conspirativos* poseen también —*siempre*— componentes idénticos: por ejemplo, la idea de que «nada sucede por casualidad»; la convicción de que los acontecimientos tienen una *trama oculta* (todo estaría muy bien planificado...); y la certeza de que, *sin excepción*, detrás de lo que está pasando hay un individuo o un grupo que es el *causante*, el *culpable*...

El conspiracionismo se funda precisamente en la convicción de que el «relato dominante», la «historia oficial» es, en realidad, una *gran mentira* que



los medios de masas (cómplices, obviamente cómplices) difunden solo para ocultar la verdadera «historia secreta» y preservar los privilegios de una élite poderosa y de personajes encubiertos.

Teorías conspirativas las ha habido siempre. Lo nuevo es que ahora se difunden en una era en la que los ciudadanos están conectados en permanencia a las redes sociales y tienen acceso digital constante a la información. Una era en la que los *mass media* (televisión, prensa escrita, agencias de noticias y radio) ya no poseen el *monopolio de la influencia* en la opinión pública.

Internet y las redes sociales ponen a nuestro alcance millones de *narrativas alternativas* en competición con las de los grandes medios tradicionales. Aquellas personas que no se atrevían a expresar algo porque era ilegal, inmoral, estaba mal visto o era políticamente incorrecto, ahora constatan que «muchacha gente piensa como yo!»... Y se desinhiben.

De ese modo, las redes favorecen la creación de comunidades a veces con ideas de odio, racistas, machistas, supremacistas, antisemitas... Porque cada vez hay menos *puntos fijos informativos* que sirvan de referencia. Por haber abusado de manipulaciones, de ocultaciones y de mentiras, en los últimos treinta años el periodismo y su credibilidad se debilitaron y, en gran medida, se derrumbaron.

El comportamiento de los grandes medios con respecto a la reciente guerra de Ucrania, iniciada el 24 de febrero de 2022, confirmó que no son de fiar... Cuando comienza un conflicto armado arranca un relato mediático plagado de desinformaciones cuyo objetivo principal es la seducción de las almas y la captación de sentimientos para ganar los corazones y cautivar las mentes.

No se trata de informar. De ser objetivo. Ni siquiera de ser neutro. Cada bando va a tratar de imponer —a base de propaganda y toda suerte de trucos narrativos— su propia crónica de los hechos. A la vez que busca desacreditar la versión del adversario... Las mentiras que ambos bandos difundieron sobre el conflicto de Ucrania no fueron, en el fondo, muy diferentes de las que ya vimos en otras guerras. Se repitió la histeria bélica habitual en los medios, la proliferación de censuras, de *fake news*, de posverdades, de intoxicaciones, de artimañas, de manipulaciones...

La conversión de la información en propaganda es ampliamente conocida y ha sido estudiada, en particular, en los conflictos de los últimos cincuenta años. Con la guerra de Ucrania, los grandes medios de masas, en particular los principales canales de televisión, fueron de nuevo enrolados —o se enrolaron voluntariamente— como un combatiente o un militante más en la batalla...

Hay que añadir que los *laboratorios estratégicos* de las grandes potencias, en el marco de la reflexión sobre las nuevas «guerras híbridas», están también tratando de conquistar *militarmente* nuestras mentes. Un estudio de 2020 sobre una nueva forma de «guerra del conocimiento», titulado *Cognitive Warfare* ('Guerra cognitiva'), del contraalmirante francés François du Cluzel, financiado por



la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN), expone lo siguiente: «Si bien las acciones realizadas en los cinco dominios militares (terrestre, marítimo, aéreo, espacial y cibernético) se ejecutan para obtener un efecto sobre los seres humanos, el objetivo de la “guerra cognitiva” es convertir a cada persona en arma». Los seres humanos son ahora el dominio en disputa. El objetivo es *piratear el individuo* aprovechando las vulnerabilidades del cerebro humano, utilizando los recursos más sofisticados de la ingeniería social en una mezcla de guerra psicológica y guerra de la información.

«Esa guerra cognitiva no es solo una acción contra lo que pensamos», precisa François du Cluzel, «sino también una acción contra la forma en que pensamos, el modo en que procesamos la información y cómo la convertimos en conocimiento». En otras palabras, la guerra cognitiva significa la militarización de las ciencias del cerebro. Porque se trata de un ataque contra nuestro procesador individual, nuestra inteligencia. Con un objetivo: penetrar en la mente del adversario y hacer que nos obedezca. «El cerebro», enfatiza el informe, «será el campo de batalla de este siglo XXI».

Durante el conflicto de Ucrania, en Estados Unidos y en Europa, los grandes medios de masas estuvieron *combatiendo* —y no informando— en favor esencialmente de lo que podríamos llamar la posición occidental. Sin embargo, dentro de esa normalidad propagandística pudimos asistir a un fenómeno nuevo. De modo inaugural en la historia de la información de guerra, en primera línea del frente mediático, intervinieron las *redes sociales*. Hasta entonces, en tiempos bélicos, las redes no habían tenido la misma importancia.

Con la guerra de Ucrania, los ciudadanos no solo se vieron confrontados a la habitual histeria bélica colectiva y permanente de los grandes medios tradicionales, a su discurso coral uniforme (y en uniforme), sino que todo eso les llegaba, por primera vez, en sus teléfonos, en sus tabletas, en sus computadoras de bolsillo... Ya la pantalla del televisor del salón no tuvo el mismo protagonismo. Ya no solo eran los periodistas sino las amistades, los familiares, los mejores amigos quienes contribuían también, mediante sus mensajes en las redes, a amplificar la incesante narrativa coral de discurso único... Con la guerra de Ucrania emergió una nueva dimensión emocional, un nuevo frente de la batalla comunicacional y simbólica que hasta entonces no existía en tiempos de guerra.

Las redes no habían tenido protagonismo; lo tuvieron en ese conflicto por primera vez en la historia de la información. También, por vez primera, se produjo esa decisión de Google de sacar de la plataforma a medios del «adversario ruso» como RT (*Russia Today*) y *Sputnik*. Mientras Facebook e Instagram declaraban que tolerarían «mensajes de odio» contra los rusos... Y Twitter tomó la decisión de «advertir» sobre cualquier mensaje que difundiera noticias de medios afiliados a Moscú y redujo significativamente la circulación de esos contenidos, cosa que no hizo con quienes apoyaban a Ucrania y a la OTAN... Eso



no se había producido nunca hasta entonces. Se puso en evidencia la hipocresía sobre la supuesta libertad de expresión o sobre la neutralidad de las redes.

Todo eso confirmó que si el conflicto de Ucrania era una guerra *local* en el sentido de que el teatro de operaciones estaba efectivamente localizado en un territorio geográfico preciso, por lo demás era una guerra *global*, mundial, en particular por sus consecuencias digitales, comunicacionales y mediáticas. En esos frentes, Washington, como en la época del maccarthysmo y la «caza de brujas», enroló a los nuevos actores de la geopolítica internacional, o sea, a las megaempresas del universo digital: las GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft). Esas hiperempresas —cuyo valor en bolsa es superior al producto interior bruto (PIB) de muchos Estados del mundo— se retiraron de Rusia y se alistaron voluntariamente en la guerra contra Moscú.

Eso fue una novedad. Lo cual acabó por confirmar que los verdaderos medios dominantes hoy, los que imponen efectivamente el relato, son las redes sociales. Por definición, las redes no están hechas para informar, sino para emocionar. Para opinar, no para matizar. Evidentemente en las redes circulan muchos textos y documentos de calidad, testimonios, análisis, reportajes... Las redes retoman muchos excelentes documentales, videos, artículos de la prensa y de los medios existentes... Pero la manera de consumir contenidos en las redes (aunque cada una de ellas tiene su propia especificidad) no es de pasarse el tiempo leyendo o viendo la integralidad de los documentos que uno recibe. Los usuarios de las redes no buscan respuestas, sino preguntas. No desean leer. No son receptores *pasivos*, como los de la radio o de la televisión. Las redes están hechas sobre todo para *actuar*. El ciudadano o la ciudadana que usa las redes lo que quiere es *compartir* o *adherir* dando *like*. El placer del internauta, lo que le gusta, es comunicar, transmitir, reenviar, difundir... La red, en realidad, funciona como una *cadena digital*. Cada usuario se siente *eslabón*, vínculo, enlace. Con la obligación de expresarse, de opinar, de conectar, comentar, remitir, enviar, pasar, repercutir...

Lo que más circula y mayor influencia tiene en algunas redes (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok) son los *memes*, o sea, especies de gotas, de haikús, de resúmenes muy reducidos, muy sintéticos, muy *caricaturales* de un tema... Es lo que más se comparte.

Ese deseo compulsivo de *compartir*, de *difundir*, es lo que hace que las redes consigan propagar masivamente un *sentimiento general*, una *interpretación dominante*, una *opinión* sobre cualquier tema... Ese sentimiento es el que, poco a poco, consigue imponerse en todo un sector de la sociedad... Esa es una de las grandes diferencias entre las redes y los medios tradicionales.

Lo que excita a los usuarios de las redes es comportarse como *activistas digitales* con una *misión*, una *encomienda*: publicar y propagar noticias que confirman o parecen confirmar lo que ellos y sus amigos piensan. No se trata de difundir la verdad: se trata de retransmitir lo que se supone que la gente ami-



ga desea leer. En ese sentido, las falsedades son más *novedosas* que la verdad. Por ello se comparten más.

Lo cierto es que, en el nuevo ecosistema de la comunicación, la verdad ya no parece necesaria. Lo demostró también la campaña electoral victoriosa de Donald Trump en 2016. El culto de la mentira y la difusión de «propaganda gris», o sea, de noticias falsas, se convirtieron, a partir de entonces, en una práctica regular y habitual al más alto nivel. Jamás en la historia de Estados Unidos el candidato presidencial favorito de los sondeos se había trocado en la fuente principal de informaciones espurias.

Donald Trump no es el tradicional político embustero; es mucho más que eso. Se trata de un *falsario enfermizo y compulsivo*. Le gusta difundir mentiras sabiendo que lo son. Con una característica distintiva: mente sin sentido. Puede llegar a afirmar con aplomo que cosas que podemos ver con nuestros propios ojos no son ciertas. En esencia, posee lo que podríamos llamar la *verborrea de un charlatán*. O sea, como se diría vulgarmente, «mente más que un sacamuelas». Contrariamente a lo que advirtió Abraham Lincoln, Trump piensa que sí se puede engañar a todos durante algún tiempo y a algunos siempre, y que incluso se puede engañar a todos todo el tiempo. Según el verificador de hechos (*fact-checker*) del diario *The Washington Post*, durante los cuatro años de su mandato, el presidente republicano faltó a la verdad más de treinta mil quinientas veces. En sus discursos afirmó, por ejemplo, que el papa Francisco lo apoyaba. Era falso. Repitió que Barack Obama había nacido en Kenia. Otra mentira. Afirmó que millones de musulmanes habían festejado el ataque contra las Torres Gemelas. Falacia. Afirmó que la representante demócrata de Minnesota, Ilhan Omar, había expresado su apoyo al grupo terrorista Al Qaeda. Embuste. Repitió más de cien veces que, antes de su presidencia, Estados Unidos tuvo durante años un déficit comercial anual de quinientos mil millones de dólares con China. Falso. Reiteró que el ruido de los molinos de energía eólica «causa cáncer»... Absurdo. Repitió decenas de veces que Hillary Clinton era una «nueva encarnación del demonio», que había «vendido misiles y armas sofisticadas a los terroristas de Daesh», que le había «pagado millones de dólares al director del FBI para que la ayudara en su campaña» contra él y, finalmente (sobre ello hablaremos más adelante), que dirigía «una red de pornografía infantil desde una pizzería»... ¡Y el 42% de los estadounidenses le creyó!

También se apoyó en verdaderas oficinas de elaboración de bulos que le fabricaron algunas de las *fake news* que difundió. De esa manera, Trump *normalizó* la mentira, reduciendo las expectativas de veracidad. Mentía tanto que las agencias de verificación de datos no daban abasto; no conseguían seguir su ritmo, de tal modo que cada nuevo embuste del mandatario, al ser más enorme y más escandaloso, volvía el precedente más aceptable...

A partir de ahí, los «hechos objetivos» dejaron de tener la misma importancia y empezó a imponerse la *posverdad*... Ese concepto, así como los de *ver-*



dad alternativa y de *fake new* se han generalizado. Sobre todo desde que, como lo explica una politóloga, cuatro eventos electorales cambiaron para siempre, en 2016, la historia de la información:

El referéndum sobre el Brexit en junio de 2016 en el Reino Unido; el plebiscito sobre el acuerdo con las FARC en Colombia en octubre de 2016; la campaña y el definitivo éxito de Donald Trump en las elecciones presidenciales de los Estados Unidos en noviembre de 2016; y el referéndum constitucional en Italia en diciembre de 2016. Estos cuatro ejemplos paradigmáticos de cuatro eventos políticos cuyos resultados descolocaron todos los pronósticos «lógicos» y «esperables», contribuyeron notablemente a incrementar el uso de la palabra *posverdad* a partir del año 2016.

Ya en julio de ese año, Newt Gingrich, uno de los líderes del ala ultraconservadora del Partido Republicano, explicaba el impacto comunicacional de Donald Trump de la siguiente manera:

Los hechos ya no importan. Las estadísticas teóricamente pueden ser correctas, pero no es donde están los seres humanos. La gente está asustada. Los ciudadanos sienten que su Gobierno los ha abandonado. Veinticinco millones de americanos se han descolgado de la clase media... Y ese drama hay que expresarlo no solo con hechos, sino con sentimientos...

Arron Banks, el principal financiador en el Reino Unido de la exitosa y mentirosa campaña del referéndum en favor del Brexit en junio de 2016, confirmaba esta «crisis de los hechos»:

Los hechos ya no funcionan, y eso es todo. La campaña de nuestros adversarios, en favor del mantenimiento del Reino Unido en el seno de la Unión Europea, presentaba hechos, hechos, hechos y más hechos... Simplemente no funcionó. Tienes que conectar con la gente emocionalmente. Eso explica también el éxito de Trump.

Y finalmente, el 3 de abril de 2017 —una fecha que habrá que recordar en la historia de la comunicación—, el semanario estadounidense *Time* concluyó, preguntándose a plena portada, con grandes letras rojas sobre fondo negro de luto: «¿Ha muerto la verdad?» (*Is Truth Death?*), parafraseando la célebre afirmación de Nietzsche cuando, en 1883, anunció: «Dios ha muerto».

Todos estos fenómenos han creado una inmensa confusión en la opinión pública. Apaleados por el cataclismo social, y asustados por la pandemia de covid-19, muchos ciudadanos se ven además azotados por incesantes ráfagas de memes, *verdades emocionales* e *informaciones ficticias*... No encuentran certidumbres ni explicaciones claras a sus desgracias. Los memes, como ya explicamos, se difunden con una rapidez viral y pueden alcanzar una popularidad planetaria sin que ello tenga nada que ver con sus atributos de veracidad. La



posverdad supone también la relativización de lo cierto, la intrascendencia de la objetividad de los datos y la supremacía del discurso emotivo.

En Estados Unidos, una encuesta realizada por el canal CNN, publicada a finales de abril de 2021, o sea, cinco meses después de las elecciones presidenciales, demostró que, aunque la victoria de Joe Biden fue abrumadora en votos populares (obtuvo *siete millones* de sufragios más que el presidente Trump) y confortable en el colegio electoral (306 compromisarios frente a 232), casi una tercera parte de los estadounidenses, incluyendo el setenta por ciento de los republicanos, seguía afirmando que Joe Biden no había ganado de manera legítima su acceso a la presidencia.

En el nuevo universo de los memes, de las redes y de la posverdad es cada vez más difícil distinguir lo cierto de lo falso, la realidad de la ficción, lo auténtico de lo manipulado, lo seguro de lo probable, lo cómico de lo serio, lo objetivo de lo subjetivo, lo bueno de lo malo, lo verdadero de lo dudoso... Como dice Maria Ressa, periodista filipina, Premio Nobel de la Paz 2021: «Cuando los hechos son debatibles, entonces no son hechos. Sin hechos no hay verdad, y sin verdad no existe la confianza. Sin todo eso no tendremos una realidad compartida, y sin realidad compartida no podrá haber democracia». ★



Las redes favorecen la creación de comunidades a veces con ideas de odio, racistas, machistas, supremacistas, antisemitas. Porque cada vez hay menos puntos fijos informativos que sirvan de referencia. Por haber abusado de manipulaciones, de ocultaciones y de mentiras, en los últimos treinta años el periodismo y su credibilidad se debilitaron y, en gran medida, se derrumbaron.

La industria de la mentira como amenaza a la democracia

JULIÁN MACÍAS TOVAR

Director de *Pandemia Digital*

La mentira como método de comunicación no solo se ha convertido en la principal amenaza para la democracia, sino también en una industria tremendamente rentable gracias a su impunidad. Según un estudio del MIT, en 2018 las noticias falsas se difunden seis veces más rápido que las verdaderas.

Algunos de los motivos que provocan esta situación tienen que ver con la psicología humana: la verdad es aburrida, y la mentira puede ser tan entretenida y puede generar tantas emociones como pueda con el único límite de la creatividad; esto, sumado a la condición humana del sesgo de confirmación, con el cual damos más credibilidad a los prejuicios, odios o miedos que tenemos, hacen que una mentira bien elaborada pueda ser escurridiza a la racionalidad de la corteza cerebral y vaya directa a nuestro bulbo raquídeo de manera eficiente.

Las *fake news* no son algo nuevo, han existido desde hace siglos, pero señalaría dos referentes y puntos de inflexión en las últimas décadas. El primero sería Roger Ayles y la forma de gestionar exitosamente, desde el punto de vista económico, FOX News, el canal de televisión por cable con más ganancias en los Estados Unidos; su modelo de negocio se basa en el sesgo de confirmación que Roger explicaba de la siguiente manera: «La gente no quiere informarse, quiere sentirse informada», y mucho mejor si esta (des)información coincide con mis prejuicios y/o intereses. De esta manera, FOX News, en colaboración con el presidente de Estados Unidos George Bush y aliados como Toni Blair y José María Aznar, intentaron convencer al mundo con mentiras de que en Irak existían armas de destrucción masiva y así justificar la invasión militar para quedarse el petróleo que explotarían en gran parte las personas y empresas que financiaron esa campaña de desinformación.

Un par de décadas después, ya en la era digital y con la omnipresencia de las redes sociales, Cambridge Analytica sofisticó la mentira haciendo que sea



difundida de manera fraccionada en función de las características psicológicas de la persona diana, con la intención de generar emociones que aumentaran el voto para unos candidatos y la abstención de los potenciales votantes de sus rivales. Esta empresa fue fundada y dirigida por Steve Bannon, director de campaña de Donald Trump y por Robert Mercer, uno de los mayores donantes de Heritage Foundation (perteneciente a la red Atlas Network) que apoyaron a presidentes como Ronald Reagan, Bush padre e hijo y, precisamente, Donald Trump, aunque Estados Unidos no fue el único país donde actuó y demostró que la mentira era una arma muy eficaz electoralmente si se usaba con destino, ayudando a Macri a ganar tras una «campaña anti-K» en Argentina, a Bolsonaro en Brasil (con la ayuda del *lawfare* contra Lula) o a la victoria del Brexit en el Reino Unido, con calamitosas consecuencias económicas al contrario de lo prometido en su propaganda.

Al igual que en los medios de comunicación tradicionales, donde los periodistas más honestos son expulsados del *prime time* y las máximas audiencias por ser incómodos a los propietarios y fondos de inversión de estos medios que promocionan a profesionales de la manipulación y la mentira, las plataformas digitales en lugar de luchar contra la desinformación, como venden comunicativamente, la potencian de tres maneras principalmente:

En primer término, haciendo una labor muy laxa de moderación de mentiras y campañas de odio poniendo al mando a *partners* como Atlantic Council, en el caso de Facebook, para combatir la desinformación en procesos electorales, con la relevancia de que este *think tank* pertenece a la OTAN y es dirigido para Europa y América Latina por José María Aznar, quien no solo mintió con las armas de destrucción masiva en Iraq, sino que mintió a todo el mundo sobre la autoría de los atentados de Atocha, la mayor acción terrorista en suelo europeo de toda la historia. Tras estas dos acciones dejó la presidencia del Gobierno y se dedicó a dirigir FAES y el IAGD, ambas organizaciones pertenecientes a la red Atlas Network, y a formar líderes políticos en América Latina mientras cobraba un sueldo millonario de Newscorp (Fox News) como consejero tras difundir sus noticias falsas.

En segundo lugar, por la modificación del algoritmo para que cada vez tengamos cámaras de eco más reducidas con las personas o perfiles que más interactuamos, casi siempre en una especie de burbuja ideológica con la que generalmente estamos de acuerdo y se retroalimenta, y cuyo método más eficaz para romperla y llegar a otras audiencias sea mentir o insultar buscando la interacción de la víctima, perteneciente a otra burbuja, para que el victimario tenga mayor repercusión fuera de la suya propia. Hay que tener en cuenta que en muchas ocasiones las campañas de desinformación son un producto de ingeniería comunicativa que tienen como objetivo ser desmentida; un ejemplo para entenderlo fue cuando, a pocos días de la votación para aprobar la constitución escrita por la asamblea constituyente en Chile, se difundieron



imágenes de figuras religiosas y el incendio de una iglesia diciendo que eran en Nicaragua por cientos de cuentas falsas en diferentes países, algo que fue desmentido, además de por diferentes perfiles o medios, por gran cantidad de *fact checkers*, entre ellos los españoles *Maldito Bulo* y *Newtral*, confirmando que se trataba de un bulo y que esas imágenes eran de Chile, asociadas a las movilizaciones que fecundaron el proceso constituyente. Por lo que algo que fue puntual y excepcional se recuerda a pocos días de las votaciones influyendo para votar por el NO.

En tercer lugar, a la implementación artificial mediante *bots* y *trollcenters* para potenciar la desinformación con el total consentimiento de las plataformas donde operan. Por poner un ejemplo, durante la semana del golpe de Estado de Bolivia en el año 2019, donde se crearon más de cien mil cuentas falsas—curiosamente las cuentas de los golpistas crecieron esa semana la misma cifra de seguidores, entre ellos Jeanine Añez, Camacho, Carlos Mesa, Tuto Quiroga y hasta Marco Pumari, que pasó de veinticuatro seguidores a más de cien mil en un par de semanas— y estas cuentas falsas recién creadas publicaron más de un millón y medio de tuits con HT como #EvoAsesino, #EvoDictador, #EvoFraude, #NoFueGolpeFueFraude. A día de hoy no solo no eliminaron esas cuentas falsas, sino que Facebook hizo un reporte sobre la empresa que creó cuentas falsas para hacer desinformación en Bolivia, Venezuela y México: la empresa era SCL Strategies, y uno de sus directivos fue elegido por Biden como principal *advisor* de la USAID para América Latina, Mark Feierstein.

Curiosamente, las narrativas en estas campañas de desinformación son de copia y pega, así como la estructura de la difusión mediante cuentas, que definiría como «matriz de opinión», donde estarían las cuentas que reciben los retuits y compartidos de las cuentas que conforman la «matriz de difusión», mayoritariamente formadas por cuentas automatizadas o falsas gestionadas por *trollcenters*. Una de las pruebas de este uso es el error masivo con el mismo fallo de ortografía en los HT lanzados que llegaron a ser tendencia gracias a decenas de miles de tuits, como ocurrió en España con #SancheVeteYa, #FechadoConBolsolnaro en Brasil, #AndrésNoMientrasOtraVez en Ecuador o #FraundeEnMesa en Perú.

Tampoco es cuestión del azar que en todas las elecciones donde el bando que lanzaba mentiras de manera sistemática inventaran campañas de desinformación con el argumento del fraude electoral: recientemente, tras la victoria de Lula en Brasil, en un solo día se publicaron más de un millón de tuits con el HT #BrazilWasStolen, acusando desde el bolsonarismo de fraude electoral acompañado de la petición de un golpe militar.

El mismo argumento se dio para promover en Bolivia el golpe de Estado y en Estados Unidos el asalto al Capitolio.

Líderes como Bolsonaro y Trump no solo llegan al poder gracias a las mentiras, sino que durante su mandato mienten de manera compulsiva. Según la



plataforma Aos Datos, Bolsonaro mintió más de cuatro mil veces en solo mil días de gobierno, más de cuatro mentiras por día; nada comparado con Donald Trump, que llegó a lanzar treinta mil mentiras en cuatro años de declaraciones públicas como presidente según el *Washington Post*... y no les pareció suficiente: también salieron del Gobierno con mentiras sobre el fraude electoral de todo su entorno que acabaron con intentos golpistas.

A nadie se le escapa que esta estrategia se repite internacionalmente casi a modo de *copy-paste*. El argumento del fraude electoral fue el motivo para dar el golpe de Estado en Bolivia, también para el asalto al capitolio, el intento o amenaza de golpe militar en Perú ante la victoria de Pedro Castillo o el más reciente asalto a las sedes de los tres poderes en Brasil, que fue alentada por Steve Bannon en el CPAC celebrado en México pocos días atrás; incluso una vez ejecutado el asalto llegó a llamarlo en sus redes «Brazilian Freedom Fighters».

Además del fraude electoral, los mantras inseparables de la red antidemocrática que usa la mentira como principal herramienta política y comunicativa en su particular «batalla cultural», como suelen llamarle, es acusar o dejar la duda de la financiación de sus organizaciones vinculadas a terceros países como Venezuela o directamente del narcotráfico, así como con el terrorismo, mientras repiten como loros la palabra «libertad» como si fueran sus únicos defensores y el resto una amenaza para ella, replicando mantras usados en los golpes militares de la operación cóndor y que vemos replicados cuando el Estado asesina a manifestantes y lanza campañas para acusarlos de terroristas. Un buen ejemplo lo podemos ver en Perú desde que Dina Boluarte sustituyó a Pedro Castillo en la presidencia, nombrando ministro de interior a un militar fujimorista.

Es necesario conocer que la industria del odio y la mentira, además de estar financiada, tiene sus espacios de reunión y *networking* internacional; detrás de estas campañas casi siempre están miembros de algunas de estas cuatro formas:

- La Carta de Madrid propuesta desde la fundación de VOX, Disenso, donde se arrojan como misión recuperar la democracia y la libertad de América Latina en manos del comunismo, financiado por el narcotráfico y a las órdenes de Cuba. Algunos de los firmantes primigenios son Bolsonaro, Milei, Kast, María Fernanda Cabal, Alejandro Chafuen (presidente de Atlas Network durante diecisiete años), Arturo Murillo, ministro de Gobierno de Jeanine Añez tras el golpe de Estado en Bolivia, condenado por blanqueo de dinero y soborno en Estados Unidos, firmante del contrato con CLS Strategies para la creación de cientos de miles de cuentas falsas que apoyaran el golpe de Estado y protector de la visita de VOX y *Okdiario* para la creación de cuentas falsas dándole acceso a información de manera ilegal. Roger Noriega, trabajador de CLS Strategies y vincula-



do al ala derecha del partido republicano, fue funcionario de la USAID y la OEA.

- La CPAC es la convención conservadora que suele realizarse desde hace muchos años en Estados Unidos, donde se encontraban el ala derecha del partido republicano, el Tea Party, el entorno de la FOX News y un gran número de fundaciones de Atlas Network. Desde hace unos años viene celebrándose en diferentes sedes de América Latina, las dos últimas Brasil y México, donde se encontraron gran parte de los firmantes de la Carta de Madrid, y el entorno más ultracatólico vinculado a El Yunque.
- Atlas Network, una organización creada por Anthony Fisher en 1981 tras las victorias de Margaret Thatcher y Ronald Reagan con las fundaciones que las apoyaron y que defendían sus políticas neoliberales siguiendo los principios de la Escuela de Chicago, de Milton Friedman, y de la escuela austriaca de acabar con todo lo público y en defensa de la *libertad*, en la actualidad alberga más de quinientas fundaciones en todo el mundo. En España destacan las fundaciones FAES de José María Aznar y Fundación Internacional para la Libertad de Vargas Llosa; también tiene una presencia importante Esperanza Aguirre desde hace décadas, y en la actualidad Ayuso y Cayetana Álvarez de Toledo (número dos de FAES antes de entrar en política partidista) son dos de sus principales referentes.
- Organizaciones ultracatólicas como El Yunque, Legionarios de Cristo, Opus Dei, Sodalicio o Evangelistas tienen diferentes organizaciones tapadera para influir en medios de comunicación, redes sociales, movimientos ciudadanos y partidos políticos para imponer una agenda conservadora especialmente en cuanto al derecho del aborto, matrimonio igualitario, derechos de la mujer, etcétera. En España, al peso del Opus Dei durante el franquismo, vigente en la actualidad, hay que sumarle la influencia de El Yunque, secta ultracatólica traída a España en los ochenta por Ruiz Mateos tras su pelea con el Opus Dei, y que recientemente se ha vinculado con VOX y con medios de comunicación como *Estado de Alarma* y *7NN*, este último propiedad de miembros de la Fundación Francisco Franco y de VOX y dirigido por miembros de El Yunque como Marcial Cuquerella y Luis Losada.

Por lo tanto hay una evidencia sobre el impacto y la impunidad de la mentira en nuestra sociedad que se convirtió en un negocio sucio y que se ampara en una impunidad insultante a la inteligencia y a la ética humana, especialmente en el ámbito de los medios de comunicación y la política, en la mayoría de los casos financiados con dinero público y con una responsabilidad social



mayor, por tanto. Por eso deberían ser los primeros en ser abordados en un posible marco regulatorio que igualara a otras profesiones, donde la mala praxis se paga con sanciones económicas o la pérdida de la capacidad profesional para ejercer: ¿por qué en el periodismo o en la política no ocurre?

El reto que nos queda por delante es intentar reducir la impunidad en este tipo de campañas de desinformación de manera industrial sin menoscabar los derechos a la libertad de expresión y de prensa, pero devolviéndonos a la ciudadanía el derecho a recibir una información veraz. Es importante separar las líneas editoriales y opiniones, incluso ideología de medios de comunicación, y la deformación o manipulación de los hechos. En muchas ocasiones se utiliza la mentira para reforzar las líneas editoriales, y esto es lo que pervierte la democracia y nuestros derechos. Quizás un marco regulatorio podría ser una solución siempre que sea un avance en derechos y no un retroceso, pero paralelamente es necesaria una pedagogía que promueva el pensamiento crítico, ya que todos podemos ser víctimas del sesgo de confirmación. También es necesario no quedarse en la acción de los *fact checkers* para decir qué es verdad o es mentira, sino también señalar los métodos, la financiación y las personas, medios y organizaciones que difunden mentiras de manera reiterativa. ★



Fake news: la producción social de la desinformación y la reproducción social de las ideologías

ÁNGEL CARRASCO-CAMPOS

Universidad de Valladolid. ULEPICC-España



Los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la construcción social de la realidad. En su texto centenario *The Public Opinion*, Walter Lippmann (2003) ya identificaba que la «adaptación de los individuos al entorno tiene lugar por medio de ficciones» (p. 24) y que esta ficción «se toma por verdadera porque urge hacerlo» (p. 28). Sin embargo, el diagnóstico de este autor sobre el papel de la persuasión y la propaganda en la manipulación de la opinión pública (pp. 258-259), aunque ofrece argumentos de interés para pensar en los límites de las democracias liberales contemporáneas en su relación con los *media*, dista mucho de lo que, desde una teoría crítica de la comunicación, debe analizarse en los procesos de *fabricación de consensos* que se desarrollan bajo el actual estado de cosas. En el marco contemporáneo de capitalismo cognitivo de alcance mundial, comprender el precario papel que desempeña la «verdad» en la producción, circulación y consumo de noticias exige una mirada desde la economía política de la comunicación que dé cuenta de sus condiciones materiales. Y la necesidad de esta perspectiva crítica resulta más urgente si se hace foco en el caso de las *fake news* o noticias falsas.

Las funciones de los profesionales del periodismo han sido sobradamente estudiadas por las ciencias de la información desde perspectivas próximas al funcionalismo. El filtro institucional que ejercen los profesionales de la información en sus redacciones es ampliamente conocido y aceptado desde las investigaciones de Kurt Lewin en los años cuarenta del siglo pasado y su posterior desarrollo en el marco de la *mass communication research*; también son igualmente reconocidas las funciones que estos profesionales desempeñan en el establecimiento de las agendas que marcarán los temas de interés para las audiencias (McCombs y Shaw, 1972) y de los encuadres noticiosos (Entman,

1993) respecto a los cuales la información será interpretada. Sin embargo, estos enfoques desde la psicología y la sociología de la comunicación, que definen en buena medida lo que hoy todavía sigue siendo parte sustancial del paradigma dominante en la investigación social en comunicación (Carrasco-Campos y Saperas, 2014), carecen de un enfoque materialista y dialéctico, capaz de señalar las contradicciones propias de todo sistema de producción capitalista. La información, también la desinformación, es un producto del carácter social del trabajo de los profesionales del periodismo; la noticia, también la noticia falsa, tiene carácter de mercancía. Como bien apuntaban Edward S. Herman y Noam Chomsky (1988), el carácter empresarial de los *media* debe ser atendido como elemento central del análisis de la producción social de la comunicación. Las conexiones de las empresas mediáticas con las élites económicas, con la industria de la publicidad y con el ejercicio del poder político deben formar parte intrínseca del análisis de los diferentes filtros que debe superar la información para llegar a las audiencias; filtros que son estructuralmente anteriores al rol institucional de *gatekeeping* que se ejerce en las redacciones periodísticas que señala el funcionalismo.



44

Los procesos de control y manipulación de las audiencias, de los consumidores de medios y cultura y de la opinión pública en general no son una novedad histórica, pues las sociedades de mercado en las democracias liberales siempre han encontrado en las industrias mediáticas un aliado para la integración y reproducción social de los sujetos. A su vez, la teoría crítica de la comunicación cuenta también con una dilatada trayectoria en el análisis de estos procesos, como contestación a la tradición funcionalista y la investigación administrada. Para este paradigma, en su empeño en comprender críticamente los procesos de alienación promovidos por los medios de comunicación, son aportaciones centrales las tesis de la primera generación de la Escuela de Frankfurt, con conceptos seminales como el de «industria cultural» (Horkheimer y Adorno, 1998) o «unidimensionalidad» (Marcuse, 1968), los análisis de Herbert I. Schiller y su identificación de los mitos político-mediáticos para la *Manipulación de cerebros* (1973), el estudio de Ariel Dorfman y Armand Mattelart sobre la literatura de masas como reproducción de la cultura hegemónica en *Para leer al Pato Donald* (1972) o los ya mencionados planteamientos sobre los filtros del modelo de propaganda de Herman y Chomsky. Sin embargo, y pese a la vigencia de estos análisis, en la era de las noticias falsas y del desarrollo de Internet se añaden componentes de sofisticación que deben ser complementarios al diagnóstico de estos clásicos fundamentales.

Las noticias falsas se presentan de múltiples formas, y no siempre desde la ingenua imagen de mentiras obscenas y fácilmente identificables. Al contrario, la diversidad de representaciones y mecanismos que se desarrollan en la elaboración de las *fake news* hacen que su relación con los hechos sea siempre un tema controvertido. La Federación Internacional de Periodistas (International

Federation of Journalists, IFJ),¹ de acuerdo con la coalición sin ánimo de lucro First Draft,² apunta hacia siete formas de desinformación que, ya sea por distorsión u omisión de los hechos, pueden favorecer la elaboración de noticias falsas. Entre ellas se incluyen las sátiras o parodias (que, aunque no tengan una intención manifiesta de causar daños, pueden llevar a confusiones), los contenidos engañosos e impostores, la suplantación de fuentes de información, la falsa contextualización de la información, las conexiones falsas entre titulares, imágenes y el contenido de las noticias y, en los casos más extremos, la manipulación del contenido o, directamente, la fabricación de contenido falso de manera premeditada. Pese a sus diversas formas de relación con la realidad, todas estas formas coinciden en que quienes crean y fomentan la difusión de estos contenidos pueden producir o producen desinformación. Sin embargo, para comprender el rol de las noticias falsas en la sociedad actual debemos situar la producción social de la desinformación en el contexto material en el que esta se genera, se distribuye y se consume.

La crisis de la profesión periodística y su modelo de negocio, como consecuencia, entre otras consideraciones, de un acelerado proceso de digitalización, mundialización y desregularización de las comunicaciones como parte de la consolidación del neoliberalismo global y la convergencia tecnológica en las últimas décadas, ha propiciado la búsqueda de nuevos modelos de negocio que sostengan la industria de la información. Este contexto es un factor crucial para comprender el desarrollo y difusión de las noticias falsas, en sus múltiples formas antes señaladas, y se basa no solo en la forma mercancía de las *fake news*, sino en dos movimientos complementarios: uno centrado en las prácticas de consumo individual de la desinformación y otro en las propias condiciones de su producción y difusión.

Por una parte, el desarrollo reciente de las *fake news* se apoya en la triple alianza entre los poderes mediático (simbólico), político y económico, sustentado en un modelo de negocio basado principalmente en la monetización de la información por la cantidad en la que esta es consumida, y no tanto por la cualidad de su contenido. El consumo de noticias a través del *click* resulta ser un modelo de negocio sencillo y atractivo para los medios digitales, y el entorno propicio para la rápida creación y propagación de las noticias falsas: a mayor número de visitas y veces que es compartida, más rentable resulta la pieza. Con este sencillo modelo, que ha servido para impulsar y sostener económicamente muchos de los portales digitales, y que cada vez es más imitado por las grandes cabeceras y grupos mediáticos tradicionales en su transformación digital, el valor de cambio de la noticia falsa, en comparación con las noticias «reales», se define, principalmente, por el acceso y difusión de su contenido por parte de las audiencias, pues

¹ https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Fake_News_-_FIP_AmLat.pdf

² <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>



la cantidad de trabajo del periodista es menor en la producción de *fake news* que la de una noticia real. Una noticia falsa no requiere de periodismo de investigación ni de consulta de fuentes especializadas, sino construir un relato atractivo, provocativo, emotivo e incluso sensacionalista para un sector de la población, aun a costa de manipular los contenidos o propiciar conscientemente equívocos y desinformación. Con ello, la creación de noticias falsas se convierte en una estrategia rentable que, a su vez, favorece las alianzas entre las empresas mediáticas que las promueven y los sectores políticos a los que benefician.

Como complemento necesario de esta producción de la noticia falsa, este modelo de negocio se sostiene igualmente en prácticas de consumo antes anunciadas; esto es, en los modos y motivaciones con los que los usuarios acceden, comparten y difunden las noticias falsas. Bajo esta segunda dimensión, el consumo individual de *fake news* se sustenta no solo en el contenido de la pieza consumida, sino también, y especialmente, en la construcción y proyección social de la identidad de quienes lo consumen y lo comparten a través de redes sociales y medios digitales, reproduciendo y exteriorizando entre sus afines sus posiciones ideológicas e identitarias. El acto de consumir, acceder y compartir esta (des)información se realiza en buena medida a modo de *selfie*, bajo la decisión de compartir públicamente aquellos contenidos que refuerzan y proyectan la identidad social y política, sin cuestionar siquiera la veracidad de aquello de se comparte. Bajo esta lógica de consumo identitario, la propagación de las *fake news* se realiza, independientemente de su verdad o falsedad, porque significa a quienes lo hacen ante sus seguidores y refuerza, de este modo, la proyección social de su identidad.

Desde el punto de vista expuesto, en este juego de producir, consumir y compartir noticias falsas hay, desde luego, una corresponsabilidad entre los sujetos que acceden y comparten la noticia y las empresas mediáticas e instituciones que la producen y difunden. Sin embargo, puesto que los beneficios que obtienen cada uno de estos actores sociales son diferentes (unos principalmente simbólico, otros principalmente económico), las responsabilidades debieran ser también diferentes. En este punto resulta paradójico que las principales instituciones y organizaciones internacionales hayan puesto especial énfasis en alentar los cuidados y atenciones sobre las prácticas discretas de consumo de noticias falsas y no tanto, o al menos en significativa menor medida, en señalar o perseguir a quienes se benefician y lucran con este modelo de negocio. Las recetas de alfabetización mediática de los consumidores de medios son usuales en organismos como la Comisión Europea³ o la Unesco⁴

³ <https://www.ecsite.eu/sites/default/files/amulti-dimensionalapproachtodisinformation-reportoftheindependenthighlevelgrouponfakenewsandonlinedisinformation.pdf>
<https://edmo.eu/edmo-at-a-glance/>

⁴ <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381840>

para incentivar un uso crítico de las fuentes de información. De una manera similar, aunque focalizadas en los trabajadores de la información, existen también iniciativas para la alfabetización mediática de los periodistas, como las de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE)⁵ o, nuevamente, de la Unesco.⁶ Sin embargo, son minoritarias, o silenciadas, las voces que apuestan por la regulación y penalización a las industrias mediáticas por prácticas de desinformación y por el uso de noticias falsas, siendo el diagnóstico habitual de las instituciones y organismos públicos señalar las dificultades de llevar a cabo tal tipo de regulaciones. Como en otros problemas contemporáneos derivadas de las contradicciones internas del capitalismo, tales como la emergencia climática, la receta neoliberal de la responsabilidad individual de los individuos (ciudadanos y periodistas en este caso) aparece como la medida más visible y efectista, quedando en un segundo plano, oculto en no pocas ocasiones, las verdaderas condiciones estructurales que propician la problemática en cuestión. Para el caso de las *fake news*, las medidas de prevención y vigilancia en raras ocasiones atienden a las condiciones materiales de la producción social de la noticia, o a las condiciones estructurales en las que se desarrolla su distribución y su consumo, dentro de la lógica de trabajo enajenado a la que están sometidos los profesionales del periodismo en la era del *clickbait*.

Un aspecto más a considerar en el breve análisis de estas páginas es el del uso de las *fake news* como táctica política. En este caso no se hará referencia solamente a los réditos electorales o partidistas que pueden obtener fuerzas políticas concretas, principalmente las de carácter reaccionario, por el uso de noticias falsas, sino a aspectos subyacentes como la polarización política o la fragmentación de la esfera pública en subjetividades con una importante carga emocional. Con este planteamiento general el fenómeno de las *fake news* conecta con otro neologismo de recorrido reciente: la posverdad. Entendida, de acuerdo con el *Oxford Dictionary*,⁷ en relación con las circunstancias en las que los hechos objetivos tienen menor influencia en la opinión pública que aquellos relativos a las emociones y creencia personales, o como «distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales» de acuerdo con el *Diccionario de la Real Academia Española*,⁸ la posverdad sitúa el problema de las noticias falsas en una esfera pública fragmentada, irracional e irreconciliable entre posiciones emotivas enfrentadas. En su definición de «posverdad», el analista David Roberts⁹ señalaba precisamente que en este fenómeno existe una inversión del

⁵ <https://fape.es/curso-online-de-alfabetizacion-mediatica-para-periodistas/>

⁶ <https://www.medianalisis.org/wp-content/uploads/2022/11/Manual-para-descargar.pdf>

⁷ <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth>

⁸ <https://dle.rae.es/posverdad>

⁹ <https://grist.org/article/2010-03-30-post-truth-politics/>



ideal político racional-ilustrado, pues la conciencia política de los consumidores de noticias falsas no surgiría de la elaboración de razonamientos a partir del análisis de los hechos, sino que esa conciencia política sería de orden anterior, de tipo «tribal»: respecto ella, los sujetos seleccionarían aquellos fragmentos de realidad (aquellas noticias, sean falsas o no) que refuercen esa posición inicial. El contexto de posverdad hace, por tanto, referencia a una esfera pública irracional, cargada de afectos y emociones, profundamente tribal-identitaria y susceptible de focalizar la atención prioritariamente en aquellos aspectos y contenidos que refuerzan las posiciones previas de los consumidores.

Con la posverdad nos encontramos con una situación en la que los hechos influyen en menor medida que las emociones en la toma de decisiones políticas, y este carácter emotivo de la posverdad contribuye, precisamente, a la propagación de las noticias falsas. Favorecidos por procesos de exposición selectiva a los medios y contenidos que, precisamente, refuerzan esa posición tribal-identitaria previa de cada sujeto, y combinando el carácter activo de las audiencias en la selección de sus medios, sus líderes de opinión y los contenidos con la influencia de los algoritmos en los motores de búsqueda y recomendaciones en redes y plataformas digitales, se propiciarían los filtros burbuja (Pariser, 2012), favoreciendo la individualización de las experiencias mediáticas, a partir de las experiencias anteriores, y las cámaras de eco, amplificando las posiciones ideológicas de partida. Como consecuencia, y en un movimiento claramente conservador, la percepción social de la realidad quedaría limitada a aquellas de posiciones análogas, fuertemente emotivas, que favorecen la reproducción social de la identidad social compartida entre afines. Así, la táctica política de las noticias falsas, que consistía inicialmente en la mera desinformación para facilitar una posición generalmente reaccionaria al estar basada en fuertes emociones como el miedo o el odio, adquiere una dimensión mucho más crítica, basada en la reificación de la posición tribal-identitaria originaria, con escaso margen de apertura hacia la disidencia.

El contexto de posverdad, favorecido por la producción y consumo de noticias falsas, propicia de este modo una fragmentación ideológica de la sociedad, lo cual no solo dificulta el discurso racional y la contrastación de las noticias con los hechos, sino que también, y especialmente, enfrenta a grupos sociales en una polarización que no corresponde necesariamente con la estructura social de clases. La fragmentación social que se desarrolla con las posiciones emotivas derivadas del consumo de noticias falsas genera debates intensos que encubren la verdadera desigualdad social que existe entre las empresas mediáticas que hacen uso de las *fake news*, los poderes políticos que se benefician de sus contenidos y los ciudadanos que las alimentan con su consumo y difusión pero padecen los efectos de la desinformación. Los temas de debate y las propias posiciones y encuadres respecto a esos temas quedan definidos por los propios filtros y mecanismos de la industria mediática dentro



de las agendas, aceptadas y aceptables como marcos generales de un consenso manufacturado, pero polarizando. De nuevo de acuerdo con Chomsky (1998) es posible afirmar que se consigue así fomentar debates acalorados dentro de un espectro de opinión limitado con el fin de mantener el *statu quo*.

Por supuesto, vaya por delante que el análisis de estas páginas no ha pretendido una justificación reduccionista de las posibilidades de cambio social bajo el actual estado de cosas sino, al contrario, llamar la atención sobre la necesidad de tener en consideración la producción social de las noticias falsas y sus condiciones de reproducción ideológica como forma de hacer posible una praxis transformadora. ★

Referencias

- CARRASCO-CAMPOS, Á. y SAPERAS, E. (2014). «Debate, confrontación y hegemonía en la disciplina de la comunicación. Nuevos tiempos para un paradigma dominante». *Redes.com*, 10, 145-158.
- CHOMSKY, N. (1998). *The Common Good*. Odonian.
- DORFMAN, A. y MATTELART, A. (1972). *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo*. Siglo XXI.
- ENTMAN, R. M. (1993). «Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm». *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- HERMAN, E. S. y CHOMSKY, N. (1988). *Manufacturing Consent: the Political Economy of the Mass Media*. Pantheon Books.
- HORKHEIMER, M. y ADORNO, T. W. (1998). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Trotta.
- LIPPMANN, W. (2003). *La opinión pública*. Cuadernos de Langre.
- MARCUSE, H. (1968). *El hombre unidimensional*. Ariel.
- MCCOMBS, M. y SHAW, D. (1972). «The Agenda-Setting Function of Mass Media». *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- PARISER, E. (2012). *The Filter Bubble. What the Internet is Hiding from You*. Penguin Books.
- SCHILLER, Herbert I. (1973). *The Mind Managers*. Beacon Press.



Con la posverdad nos encontramos con una situación en la que los hechos influyen en menor medida que las emociones en la toma de decisiones políticas, y este carácter emotivo de la posverdad contribuye, precisamente, a la propagación de las noticias falsas.

La desinformación más allá de los medios de comunicación

DAFNE CALVO

Universitat de València



1. De las noticias falsas a los desórdenes informativos

Las noticias falsas, aquellas piezas intencionalmente engañosas, escritas y distribuidas con fines políticos y económicos, han protagonizado multitud de análisis sobre la crisis de sentido de las sociedades occidentales. Sus diferentes concepciones han tratado no solo de definir el fenómeno, sino de distinguirlo de otro tipo de contenidos más o menos incluidos en el marco de la producción informativa, como pueden ser la sátira, la exageración, la opinión o la propaganda. De hecho, la publicación de contenido sin evidencia ya fue denunciada a finales del siglo XIX dentro del marco del periodismo amarillo o periodismo *freak*.

Lo que este antecedente demuestra es que la desinformación no siempre ha estado asociada a Internet, pero que sí ha surgido en momentos de alta conflictividad social. La coyuntura crítica, tal como la describe el teórico y activista Robert McChesney (2015), se da en momentos históricos caracterizados por el declive en las instituciones periodísticas, el acceso a nuevas tecnologías de la información y el malestar sociopolítico. Se trata de escenarios que pueden, al menos potencialmente, conducir a un cambio radical. Por ello resulta aún más prioritario comprender el papel de las noticias falsas para plantear la apropiación del sentido sobre el tiempo presente y, consecuentemente, orientar las posibles transformaciones sociales hacia escenarios específicos.

Al mismo tiempo, la desinformación y sus nociones relacionadas no pueden entenderse sin considerar sus estrechas conexiones con los sistemas políticos y la estructura de los medios, cuestiones que abarcan el desarrollo y expansión de Internet, pero que se sitúan más allá de este fenómeno. La profesora Claire Wardle, de hecho, propone el uso del concepto «desórdenes informativos», dado que este permite capturar un ecosistema más complejo que

la difusión de información falsa, al tener relación con todas las fases de la producción informativa y los múltiples factores que las condicionan.

En este sentido, y siguiendo de nuevo a Robert McChesney, la economía política de la comunicación resulta clave para comprender Internet y sus riesgos para las democracias. Según el autor, aunque esta perspectiva no brinda respuestas a todos los interrogantes sobre los fenómenos comunicativos —incluido el de la desinformación—, ofrece el contexto y la comprensión que necesita la formulación de dichas preguntas. En concreto, permite comprender el modo en el que el capitalismo condiciona el uso y desarrollo de Internet a través de fenómenos tales como el mercantilismo, las relaciones públicas, el márketing y la publicidad.

2. Publicidad para la economía digital



52

La publicidad ha sido, precisamente, un principio ordenador de la economía en Internet. La monetización de los proyectos digitales ha afectado hasta a las plataformas paradigma de la inteligencia colectiva y la cultura libre, como Wikipedia. En los albores del siglo XXI, la enciclopedia libre planteó la venta de anuncios en sus páginas. Fueron precisamente los activistas españoles que editaban allí quienes, mediante una oposición férrea a la gestión de la wiki como una empresa privada, posibilitaron que aún se pueda acceder a este conocimiento en *copyleft* sin un *pop-up* de Coca-Cola¹ en la entrada sobre gaseosas.

El debate sobre los modelos de negocio tampoco resultó ajeno a los medios de comunicación, que comenzaron a publicarse en Internet a partir de los años noventa y principios de los dos mil —*El Mundo* accedió en 1995 y *El País* en 1996, por ejemplo. Nacen, por tanto, en plena burbuja puntocom, cuando la disponibilidad de capital de riesgo y el optimismo respecto al comercio electrónico generó una corriente especulativa que causaría un gran impacto en el mercado, especialmente entre 2000 y 2003. Guillermo López García (2015) explica que es entonces cuando los medios de comunicación deciden experimentar con diferentes estrategias que aseguren su rentabilidad a medio y largo plazo en Internet.

Una de las soluciones a la sostenibilidad económica, como adelantábamos, ha sido la publicidad, con sus consecuencias en el ámbito de la desinformación. La metrificación del consumo informativo se sofisticó en Internet, por la rapidez y precisión del registro de la actividad de los usuarios. Los medios de comunicación conocen el número de visitantes, las páginas más consultadas y el tiempo de lectura de cada información, de modo que tratan de maxi-

¹ Nathaniel Tkacz plantea el ejemplo de Coca-Cola y explica más ampliamente esta historia en su reportaje para *Wired*: <https://www.wired.co.uk/article/wikipedia-spanish-fork>

mizar todos estos datos. Para asegurarse la circulación de su información en la red han de plantear ritmos de producción acelerados en busca de la primicia, con nefastas consecuencias para la credibilidad y precisión de las informaciones, como explica la académica Megan Le Masurier (2015).

Esta aceleración, resultado de una industrialización de los procesos productivos también en el ámbito de la comunicación, implica, por tanto, dos consecuencias relacionadas con el ámbito de la desinformación. Por un lado, el recelo hacia los medios de comunicación de masas provoca la existencia de múltiples autoridades morales y, con ello, de seudomedios de comunicación que triunfan por ofrecer un refuerzo ideológico a determinados segmentos de la población. Por otro lado, los errores derivados de la falta de contraste de las informaciones suponen asumir la existencia de errores. En inglés existe una palabra específica para ello: *misinformation*. Su aparición recurrente junto a *disinformation* muestra que, si bien no intencionados, estas inexactitudes en la producción periodística también son susceptibles de generar visiones falsas sobre el mundo social.

Existen, empero, otras estrategias que también condicionan la redacción periodística en aras de una maximización de las visitas. Se trata de prácticas como el *clickbait*, donde la propuesta de un titular sensacionalista, si no engañoso, es perfectamente consciente por parte de quien lo firma. Los ciberanzuelos difuminan la frontera entre el periodismo y la desinformación e invitan a resituar la prioridad del criterio informativo bajo otros como la viralización en redes o el posicionamiento en buscadores dentro del trabajo periodístico.

En suma, los medios de comunicación también han empleado estas lógicas de cuantificación de la audiencia para la estructuración de sus modelos de negocio en Internet. Los modelos de muros de pago y los servicios añadidos muestran esta disyuntiva entre la audiencia como un producto o un consumidor: quien se suscribe al medio deja de visualizar los anuncios.

La mercantilización de la audiencia en Internet, por tanto, se constituye como un punto de unión entre las industrias mediáticas y el fenómeno de la desinformación. El teórico crítico Dallas Smythe (1981) ya planteó que la atención de la audiencia sobre los anuncios era la piedra angular de la generación de valor económico en prensa, radio y televisión. Con la llegada de Internet este fenómeno no solo se ha reforzado, sino que los medios de comunicación se han visto pegados a las lógicas de las plataformas digitales.

3. Plataformas digitales en la estructura de Internet

Internet se ha concebido desde sus inicios como proyecto de carácter militar con una estructura descentralizada. Si bien el objetivo iniciático de este modelo era asegurar una vía de comunicación resiliente a los ataques nucleares soviéticos, esta arquitectura distribuida ha impregnado el modo en el que se



comprende el consumo informativo en Internet, a través de conceptos ampliamente reconocidos como el de autocomunicación de masas, de Manuel Castells (2009): la audiencia es más independiente, más activa y más fragmentada que en el modelo de comunicación de masas tradicional.

Ninguna visión sobre esta horizontalidad potencial de Internet, empero, habría de olvidar que también en este medio se reproducen las relaciones de poder tradicionales, donde un número pequeño de compañías controlan los flujos de información. En este caso se trata de las corporaciones tecnológicas —Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft, esencialmente—, que ocupan un papel central en la nueva estructura.

La plataformización, tal y como la plantea Anne Helmond (2015), describe la extensión de estas empresas a todos los ámbitos de la socialización en red. Las empresas tecnológicas desarrollan su influencia a través de numerosos servicios con los que consiguen congregarse a una masa crítica de usuarios en Internet a fin de maximizar los flujos de datos y las interacciones en sus distintas aplicaciones web. Los medios de comunicación no solo no pueden competir con el potencial publicitario de estas empresas, sino que pierden el control sobre la distribución de la información en pro de las redes sociales y plataformas análogas.

Las tendencias, el contenido recomendado, las redes de afinidad y los *feed* de noticias son herramientas clave del consumo informativo en línea. Nicholas Negroponte popularizó el término *Dialy Me*² para referenciar un tipo de consumo informativo basado en la personalización de la información sobre cada usuario, bien sea a través de un proceso consciente de selección de filtros u otro involuntario y relacionado con una extracción previa de información a partir de la cual, mediante procesos algorítmicos, se sugieren unos contenidos atractivos para este.

Para el sociólogo Dominique Wolton (1995), este modelo puede atentar contra la cohesión social del paradigma de comunicación de masas, especialmente desarrollado por la televisión, en tanto se diluye la agenda y el marco de los mensajes mediáticos que la audiencia recibía hasta entonces. Desaparece, por tanto, una verdad sobre la cual examinar la factualidad de las informaciones en Internet. Ello refuerza, como adelantábamos antes, una selección de informaciones con criterios ideológicos. Es decir, ante la imposibilidad de reconocer la verdad, se seleccionan aquellas informaciones que afianzan creencias y puntos de vista previos.

Precisamente, la polarización es una cuestión clave en la propuesta conceptual de desórdenes informativos planteada por la ya mencionada Claire Wardle. Burbujas informativas y cámaras del eco quedan articuladas al máximo por los nuevos mecanismos tecnológicos de seguimiento y compartición

² Cass Sunstein reflexionó en 2003 sobre la existencia de este término en su libro de 2003 *República.com: Internet, democracia y libertad*.



de información entre iguales. Los medios de comunicación tratan de beneficiarse de este sistema, de modo que plantean sus piezas para perfiles ideológicos específicos con el fin de atraer a una audiencia fiel y dispuesta a compartir sus contenidos, bien sea para apoyar su opinión o para confrontar la contraria.

Incluso si los medios de comunicación rechazaran un periodismo con mayores sesgos ideológicos, cabe insistir en que estos no se encuentran solos en el ecosistema de Internet. Son, al contrario, un actor más dentro de plataformas abiertas a la participación de la audiencia. El desarrollo de Internet, especialmente a partir de la web 2.0, ha facilitado la publicación de contenido por parte de todo tipo de usuarios, los cuales han sido testigos de una mejora de las prestaciones de los servicios digitales paralela a un descenso del precio de los dispositivos para la producción informativa.

Este desarrollo tecnológico ha de considerarse en relación con los procesos de polarización política y crisis mediática. El profesor Terry Flew (2019) plantea que son estos tres factores los que, conjuntamente, impulsan la creación de páginas web y perfiles en redes sociales que, con apariencia de medios de comunicación, se dedican al envío de noticias falsas con motivos políticos y económicos. La desinformación resulta rentable porque con su visión polarizada y emocional de la realidad se convierte en viral con facilidad. Pero, además, sirve a los objetivos políticos de determinados sujetos que deseen boicotear, generar relevancia sobre determinadas ideas y promocionar discursos concretos.



4. La instrumentalización conservadora

La desinformación ha sido reconocida como efectiva en determinados asuntos públicos, especialmente los que atañen a cuestiones de política institucional, como los procesos electorales. Su papel ha sido investigado con asiduidad en el referéndum del Brexit, en Reino Unido, o en las anteriores elecciones presidenciales de Brasil y Estados Unidos, en las que Jair Bolsonaro y Donald Trump resultaron vencedores. Estos hechos de la historia política reciente en democracia plantean, como señala la profesora Jenn Schradie (2019), que el uso instrumental de Internet no es exclusivo de las posiciones más progresistas.

Al contrario, las organizaciones políticas de tipo conservador, con los recursos económicos suficientes, cuentan con la capacidad de utilizar las redes sociales para reforzar sus discursos y visiones de modo más sofisticado y efectivo que las estrategias horizontales de los movimientos sociales. Por ello, el uso de las plataformas digitales para la acción cívica ha de relativizarse y se ha de comprender que las prácticas de la base civil son simultáneas a las de otro tipo de actores también interesados en imponer su visión concreta sobre el mundo social.

Los investigadores feministas Melissa Blais y Francis Dupuis-Déri (2012) utilizan el concepto de contramovimiento para describir aquellas corrientes

sociales donde los grupos dominantes mantienen visiones conservadoras que les permitan mantener las estructuras de poder, aquellas que legitiman y defienden sus privilegios tradicionales. Estos emiten también contradiscursos que hacen uso de la mentira con la intención de deslegitimar las reivindicaciones e imponer su propia agenda, especialmente en momentos de mayor visibilización de las protestas sociales, como puede ser el 8M en el caso del feminismo.

Por tanto, las relaciones de poder en Internet solamente pueden comprenderse desde visiones amplias sobre el uso y los repertorios de acción de los distintos actores que participan de este. Además, estas evitan conceder cierta preeminencia simbólica a las corporaciones tecnológicas en tanto sus aplicaciones sean consideradas activadores de la base civil y conductoras de cambios sociales debido a una suerte de potencial comunicativo para quienes no cuenten con centralidad en la esfera pública hegemónica. De hecho, Richard Barbrook y Andy Cameron (1996) emplean la expresión «ideología californiana» para advertir que el optimismo tecnológico tiene como trasfondo una retórica neoliberal que socava las instituciones democráticas, en tanto que considera las innovaciones instrumento suficiente para resolver distintos problemas sociales. Esta propuesta invita a reflexionar sobre la atribución de responsabilidades a las redes sociales en las estrategias desinformativas y, a la vez, a examinar críticamente las soluciones tecnológicas que se proponen para acabar con estas.

Otras propuestas encaminadas a abordar la problemática de la desinformación también han encontrado limitaciones. La verificación, cuya cercanía a los límites normativos de periodismo resulta evidente, también ha sido interpretada desde lógicas polarizantes, de modo que los lectores otorgan a las iniciativas mayor o menor credibilidad dependiendo de la posible línea editorial en la selección de los hechos que se analizan y en los resultados de dichos exámenes. En corto, la acusación de mentira puede instrumentalizarse con los mismos fines políticos con los que se emplea el engaño. Al mismo tiempo, desde el ámbito periodístico se advierte de las consecuencias en materia de libertad de expresión que podría suponer una regulación alrededor de las noticias falsas.

5. A modo de conclusión

Para recapitular, la desinformación se articula como un fenómeno multidimensional asociado a una crisis mediática y política más amplia. Los momentos de coyuntura crítica han sido recurrentes a lo largo de la historia y, en la actualidad, las sutilezas del período vienen dadas por el desarrollo y expansión de Internet. La institucionalización mediática de la polarización política, la multiplicación de las autoridades morales, la metrificación de la interacción, la tecnificación de las estrategias discursivas conservadoras o la descentralización de la distribu-



ción de noticias suponen procesos amplios que ayudan a comprender, en su conjunto, la trascendencia real de la desinformación.

En este texto defendemos que cualquier análisis sobre la estructura de la comunicación no parte desde cero, sino que ha de integrarse dentro de una crítica más profunda al orden capitalista que la refuerza. Por ello, también las soluciones a la desinformación han de plantear análisis holísticos que se sitúen más allá de un ataque concreto a las noticias falsas.

Y, en este sentido, merece la pena conocer el modo en el que la ciudadanía se organiza en contra la desinformación. Primero, porque esta se instrumentaliza en buena medida para reforzar los discursos que limitan el devenir progresista fruto de las movilizaciones civiles. Pero, además, y como bien analiza el profesor John Downing (2001), porque el uso radical de los medios ha mostrado, a nivel histórico, la capacidad de generar un público más crítico, visibilizar el carácter cultural de los movimientos sociales y plantear, a través de la función periodística, mundos alternativos que cuestionen las bases del sistema hegemónico. ★



Referencias

- BARBROOK, R. y CAMERON, A. (1996). «The Californian Ideology». *Science as Culture*, 6(1), 44-72. <https://doi.org/10.1080/09505439609526455>
- BLAIS, M. y DUPUIS-DÉRI, F. (2012). «Masculinism and the Antifeminist Counter-movement». *Social Movement Studies*, 11(1), 21-39. <https://doi.org/10.1080/14742837.2012.640532>
- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza.
- DOWNING, J. D. H. (2001). *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. Sage. <https://doi.org/10.22230/cjc.2002v27n4a1328>
- FLEW, T. (2019). «Digital Communication, the Crisis of Trust and the Post-Global». *Communication Research and Practice*, 5(1), 4-22. <https://doi.org/10.1080/22041451.2019.1561394>
- HELMOND, A. (2015). «The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready». *Social Media and Society*, 1(2). <https://doi.org/10.1177/20563051155603080>
- LE MASURIER, M. (2015). «What is Slow Journalism?». *Journalism Practice*, 9(2), 138-152. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.916471>
- LÓPEZ GARCÍA, G. (2015). *Periodismo digital: redes, audiencias y modelos de negocio*. Comunicación Social.
- MCCHESNEY, R. W. (2015). *Desconexión digital. Cómo el capitalismo está poniendo a Internet en contra de la democracia*. El Viejo Topo.
- SCHRADIE, J. (2019). *The Revolution that Wasn't: How Digital Activism Favors Conservatives*. Harvard University Press.
- SMYTHE, D. (1981). *Dependency Road: Communication, Capitalism, Consciousness and Canada*. Ablex.
- WARDLE, C. (2018). «The Need for Smarter Definitions and Practical, Timely Empirical Research on Information Disorder». *Digital Journalism*, 6(8), 951-963. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1502047>
- WOLTON, D. (1995). *Elogio del gran público. Una teoría de la televisión*. Gedisa.

El uso radical de los medios ha mostrado, a nivel histórico, la capacidad de generar un público más crítico, visibilizar el carácter cultural de los movimientos sociales y plantear, a través de la función periodística, mundos alternativos que cuestionen las bases del sistema hegemónico.

El modelo de propaganda y la guerra en Ucrania: consensos más allá de las *fake news*

JOAN PEDRO-CARAÑANA*

Universidad Complutense de Madrid

Si Pilatos expuso la dificultad de encontrar la verdad, Humpty Dumpty nos enseñó que siempre hay que preguntarse por quién manda. Indagar en cómo desde posiciones de poder se manipula el mensaje en interés propio. Eso es precisamente lo que hicieron Noam Chomsky y Edward S. Herman en su célebre modelo de propaganda (MP), presentado por primera vez en el libro de 1988 *Manufacturing Consent* (traducido al castellano como *Los guardianes de la libertad*, 1990). Una crítica estructural e institucional de las relaciones de poder que condicionan la producción social de comunicación. En la mejor tradición empírica, los autores no solo investigaron las lógicas del poder mediático, sino que corroboraron su incidencia en los contenidos informativos en una gran cantidad de conflictos y guerras, desde Camboya y Vietnam hasta América Latina. Estructuras y contenidos aparecen, así, vinculadas.

La figura de Noam Chomsky (1928) es ampliamente conocida por parte de quienes alrededor del mundo están comprometidos con la justicia social. Sus escritos y su activismo se han convertido en una referencia insoslayable para muchas generaciones que ansían comprender y transformar el mundo. Menos conocido es su colega Edward S. Herman (1925-2017), quien colaboró con Chomsky durante cincuenta años y fue el artífice principal de la teorización del modelo de propaganda. Herman fue profesor de finanzas en la Universidad de Pensilvania y aplicó sus conocimientos profundos de la economía política de la comunicación y los medios al diseño del MP. El propio Herman fue

* Joan Pedro-Carañana es profesor en el departamento de Periodismo y Nuevos Medios de la Universidad Complutense de Madrid. Doctor en Comunicación, Cambio Social y Desarrollo (UCM). Es coeditor de los libros *El modelo de propaganda y el control de los medios*, *The Propaganda Model Today* y *Communicative Justice in the Pluriverse*. Su trabajo está disponible en <https://ucm.academia.edu/JoanPedroCara%C3%B1ana>



el principal responsable de continuar con el estudio de los medios de comunicación estadounidenses, aportando una vastísima cantidad de estudios empíricos de análisis de contenido para validar la hipótesis principal del MP, el apoyo de los grandes medios a los intereses imperiales del Estado y las corporaciones.

Por estos y otros méritos que no podemos resaltar ahora, Herman fue homenajeado por la Fundación de Investigaciones Marxistas y la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULE-PICC-Sección España) tras su fallecimiento. El acto contó con la participación de Chomsky, quien recordó su valiosa amistad y colaboración con Herman y constató la validez del MP cuarenta años después. Los resultados de la discusión se recogieron en el libro *El modelo de propaganda y el control de los medios*, siguiendo un trabajo colectivo de años de reflexión y debate sobre el MP y los aportes de los autores al pensamiento crítico y a la economía política de la comunicación. Así, el trabajo de ambos autores ha logrado ir abriéndose espacio en los estudios de comunicación y medios en las universidades españolas, principalmente orientados a análisis favorables a los poderes pecuniarios y políticos o a la superficialidad, e ignorantes del pensamiento crítico.



60

1. Viejos y nuevos filtros del MP

En sus investigaciones, Herman y Chomsky encontraron casos de invenciones mediáticas flagrantes —lo que ahora se conoce como *fake news*—, pero subrayaron que el principal problema de los medios es la reproducción de los consensos de los poderes del establishment, que persiguen el fin de fabricar el consentimiento de la población. Por supuesto que hay presiones y organizaciones dedicadas a influir directamente en los periodistas y los medios, pero Herman y Chomsky enfatizaron que no es necesaria ninguna conspiración para que los medios cumplan con esta función social: la estructura mediática y su organización institucional son suficientes para explicarla. Además, como ha señalado Chomsky, la cultura general, las visiones del mundo y mentalidades de cada sociedad son fundamentales para comprender la diversidad de opinión que pueda encontrarse en los medios.

En su conceptualización original, el MP identifica cinco factores o «filtros» por los que tiene que pasar la información antes de hacerse pública. Estos filtros dejan pasar unos contenidos y obstaculizan otros, condicionando y tamizando el enfoque, los énfasis y omisiones de los medios *agenda-setting*, particularmente en situaciones de conflicto en las que las élites tienen importantes intereses económicos y políticos. Estos filtros son:

1. La estructura de propiedad de los medios
2. La dependencia respecto a los ingresos por publicidad

3. Las sinergias con las fuentes oficiales
4. Los correctivos para disciplinar a los medios y periodistas críticos o *Flak*
5. Las ideologías dominantes como mecanismo de control social

¿Qué contenidos informativos son esperables en medios que son propiedad de grandes corporaciones con estrechas relaciones con poderes políticos y económicos? La respuesta es obvia. El periodismo refleja el poder institucional y estructural de la sociedad. Como ha señalado Chomsky, decir que los medios defienden a los ricos es tan de Perogrullo como decir que se defienden a sí mismos. Pese a la evidencia, los propios medios y la mayor parte de la investigación académica siguen sin discutir este hecho insoslayable. Su sumisión al poder es precisamente la causa principal de la pérdida de credibilidad y legitimidad de los medios hegemónicos, lo que ha abonado el terreno para el auge de las *fake news* y la posverdad. En este sentido, el MP permite identificar los corsés que aherrojan la independencia periodística de los profesionales y, por tanto, señala líneas de transformación para favorecer su libertad y profesionalidad.

Los autores reconocen que no se trata de un modelo omnipotente y que, aunque las características estructurales de los medios favorecen sistemáticamente el apoyo a las élites, también permiten ciertas dosis de crítica y la apariencia de pluralidad, a diferencia de los medios de comunicación en sistemas totalitarios. No obstante, la cantidad de información crítica y transformadora es muy inferior a la que sirve para satisfacer los intereses hegemónicos. En palabras de Chomsky, «la manera inteligente de mantener a la gente pasiva y obediente es limitar estrictamente el espectro de opinión aceptable, pero permitir un debate muy vivo dentro de ese espectro». Las voces alternativas quedan relegadas y forzadas a debatir desde los marcos consensuales del sistema. No resultaría legítimo imponer una opinión monolítica como en las dictaduras; conviene alimentar el conflicto. Salirse del marco establecido es condenarse a la etiqueta peyorativa de «radical».

Según Herman y Chomsky hay dos factores clave que permiten una mayor disensión. Uno se refiere a contextos en los que se producen divergencias entre las élites, lo cual favorece que los medios den cabida a las diferentes posiciones. El otro es el desarrollo de una opinión pública informada y crítica. Cuando la sociedad no acepta las políticas hegemónicas y existen fuertes movimientos de protesta y cambio, los medios se ven obligados a atender sus demandas. Aunque la mayor parte del tiempo lo hagan crítica, parcial y sesgadamente, la movilización social se entiende como la principal fuerza de democratización de la información.

En las últimas dos décadas se ha ido conformando una escuela de pensamiento en torno al MP que no solo ha aplicado el modelo en diferentes contextos, sino que ha profundizado teóricamente en sus filtros y ha propuesto otros nuevos. Puede destacarse el filtro del sistema de propaganda en su conjunto,



con la variedad de instituciones de élite dedicadas a la persuasión, las relaciones públicas, la diplomacia pública y el *spin*. También el sistema de seguridad, que hace saltar las alarmas cuando informadores como Assange o Snowden revelan hechos inconvenientes sobre el Gobierno estadounidense. El filtro de la legalidad va cobrando relevancia a medida que los medios se implican más en procesos de *lawfare* y golpistas. Sin duda, también cabe tener en cuenta el papel de las normas profesionales y de los periodistas, tanto los propagandistas pagados como los profesionales honrados que son posibles aliados en la lucha de clases. Las características de las nuevas tecnologías, así como el impacto de las culturas nacionales y locales, son otros factores que considerar.

2. Modelo de propaganda, *fake news* y consensos del *establishment*



62

Como ejemplos paradigmáticos de *fake news* para la fabricación de *casus belli* que son coherentes con el MP pueden señalarse las falsedades esgrimidas sobre la voladura del Maine, el incidente del Golfo de Tonkin, el asesinato de bebés en una maternidad en la primera guerra del Golfo o las armas de destrucción masiva para justificar la invasión de Irak. Pero más allá de ejemplos concretos, la clave para Herman y Chomsky es que, frente a los supuestos de independencia y objetividad periodísticas, los medios están plenamente imbricados en las estructuras de poder y son pieza central en la difusión sistemática de propaganda y en las operaciones psicológicas.

Esto fue lo que los autores encontraron respecto a la guerra de Vietnam. La mitología ha difundido la idea de que la prensa adoptó una posición crítica con el Gobierno estadounidense, pero Herman y Chomsky aportan una visión más precisa. La legitimidad de la invasión nunca fue puesta en duda por la prensa. Nunca fue catalogada de crimen, ni siquiera condenada como invasión ilegítima. A medida que la guerra avanzó y se hizo más costosa para Estados Unidos, surgieron críticas tácticas que provenían de sectores del *establishment* en términos de los costes económicos y humanos... ¡para los propios Estados Unidos! El enemigo vietnamita siguió siendo deshumanizado, mal representado y subrepresentado, y la legitimidad de la invasión no se puso en tela de juicio. En concordancia con lo esperado por el MP, el espectro de opinión se pudo abrir ligeramente cuando se desarrollaron poderosos movimientos antiguerra que pudieron influir en el debate público, si bien tendieron a ser demonizados y criminalizados.

Herman y Chomsky también estudiaron la cobertura del Watergate, que ha pasado a la historia como gran ejemplo de la prensa oposicional. No cabe duda del valor de las valientes investigaciones para el *Washington Post* de Woodward y Bernstein, quienes tuvieron que hacer frente a un poderoso sistema de

flak. Lo interesante para los autores es que el caso Watergate encaja con los supuestos del MP: una parte de la élite (el Partido Republicano) estaba atacando a otra parte de la élite (el Partido Demócrata), que tiene herramientas para defenderse. El escándalo derivado de la filtración de Garganta Profunda (subdirector del FBI, una fuente de la élite) forzó al presidente Nixon a dimitir, pero no se produjo semejante tratamiento mediático cuando, en fechas similares, salió a la luz el programa encubierto e ilegal del FBI, COINTELPRO, que durante cinco administraciones se dedicó al terrorismo estatal contra organizaciones sociales como el Partido Comunista, los movimientos feminista, negro e indio-americano y colectivos ecologistas y de la *New Left*. El análisis comparativo muestra la diferencia en la información cuando las víctimas son «dignas» y cuando son «indignas». También, cuando quien perpetra el crimen son los dos sectores de la élite.

El caso de la guerra y ocupación de Irak es uno de los ejemplos más claros de seguidismo de la agenda de Washington. Liderados por el *New York Times* desde la sensibilidad del Partido Demócrata y por *Fox News* desde los republicanos, los medios no solo justificaron la invasión bajo el pretexto de la existencia de armas de destrucción masiva en Irak, sino que vincularon a Saddam Hussein a los atentados del 11S, vendieron la guerra como una aventura humanitaria y liberadora y omitieron que la invasión y posterior ocupación suponían una violación del derecho internacional. Cabe señalar que en la prensa europea hubo una mayor crítica a la posición de Washington. De nuevo, esto es lo que espera el MP, ya que una parte de la élite se oponía a la guerra y se desarrolló un fuerte movimiento de protesta contra la misma.

Si uno se fija en los grandes consensos del *establishment*, podrá observar, por ejemplo, que los medios dan amplio espacio a economistas neoliberales y algo de espacio a keynesianos, pero un espacio irrelevante a posiciones marxistas y anticapitalistas. En el mismo sentido, los medios finalmente están atendiendo al cambio climático, pero raramente lo relacionan con el sistema capitalista o con la necesidad de pensar alternativas posextractivistas no basadas en el crecimiento ilimitado, el productivismo y el consumismo. Las propuestas se limitan a soluciones individuales desde el consumo responsable, y se omite el papel central de la industria militar en la emisión de gases invernadero. Es más, los medios siguen dando espacio a negacionistas del cambio climático, a menudo sin revelar su pertenencia a instituciones y empresas que lo fomentan.

En España, algunos consensos de las élites que limitan el espectro de opinión se refieren a la mal llamada «seguridad nacional» (con los medios guardando un silencio vergonzoso en torno a Assange, Snowden o Manning), el colonialismo (con la financiación y promoción de proyectos propagandísticos sobre las bondades de la «conquista de América»), la monarquía (tras mucho tiempo, no ha habido más remedio que criticar la corrupción del actual rey emérito, pero sin cuestionar la legitimidad de la institución y apostando por



su continuidad en manos del hijo), las actividades de la banca en paraísos fiscales o el papel de grandes empresas controladas por los Pérez, Ortega o Roig (*publicity* y ausencia de crítica). En estos casos, los medios aplican lo que el historiador Mark Curtis ha llamado la creencia ciega en la benevolencia básica de Occidente, sus líderes y *modo de vida*. Pueden equivocarse a veces, pero su naturaleza es bondadosa y su poder conveniente para la sociedad.

3. El modelo de propaganda y la guerra en Ucrania

La verdad muere primero, luego vienen la guerra y los muertos. Es una verdad incuestionable que Putin ha lanzado una invasión criminal y brutal a Ucrania. Pero ahí —donde se quedan los medios— no termina toda la historia. Hay otras verdades inconvenientes que son omitidas convenientemente, aunque la guerra siga generando sufrimiento en todo el mundo y se corra el riesgo de escalada nuclear. Es fruto de la limitación del debate público al consenso de la OTAN, particularmente de Washington. Se difunde su versión oficial casi exclusivamente, con poco margen para la búsqueda de los conflictos subyacentes y su justa resolución.

No cabe duda de que Rusia ha elaborado un relato de la guerra en base a *fake news*, pero no hay que obviar que desde Occidente también se participa en la guerra comunicativa sucia. Más allá de fabricaciones narrativas, un análisis de los contenidos informativos en los medios occidentales muestra un sesgo fundamental hacia la continuación de la guerra como marco de consenso.

3.1. Antecedentes

Herman había advertido la demonización creciente de Rusia y el ambiente de rusofobia que se llevaba desplegando desde hace años en los medios estadounidenses. Esta campaña preparatoria para que la población aceptase la escalada del conflicto con Rusia podía entenderse mejor mediante la comparación. Herman contrastó el tratamiento de la invasión rusa de Crimea en la que no hubo muertos (víctimas dignas, 2014) frente a la invasión de Irak (víctimas indignas, 2003-presente), encontrando un énfasis muy diferente, tal y como espera el MP.

Herman también encontró un tratamiento informativo muy diferente cuando comparó las noticias sobre las «heroínas» de Pussy Riot contra Putin con las noticias sobre Megan Rice, religiosa católica y activista antinuclear encerrada en prisión durante dos años. En sus últimos artículos, Herman analizó la cobertura en el *New York Times* sobre Rusia entre 1917 y 2017, desarrollando una historia de *fake news*, y comparó el tratamiento de la intervención de Rusia en las elecciones presidenciales estadounidense de 2016 con el de las interven-



ciones de Estados Unidos en otros países, así como su diferente cobertura y enfoque respecto a medios propagandísticos como *Russia Today* vs. *Radio Liberty*.

3.2. Claves del tratamiento mediático de la guerra

El relato oficial explica la guerra en curso como una invasión no provocada por parte del «loco» de Putin con el propósito de conseguir más poder y construir un imperio contrario a Occidente. La virtud de esta narrativa es que, mediante el uso estratégico del énfasis, se centra en las maldades del enemigo, exagera su amenaza descartando del análisis la correlación de fuerzas, esconde eficazmente la geopolítica de la guerra, especialmente el papel de Estados Unidos y la OTAN, y no deja margen para que se discutan las posibilidades diplomáticas de negociar la paz. La insistencia en que se trata de una guerra no provocada supone un claro ejercicio orwelliano de repetir lo contrario de lo cierto. La invasión es injustificada, pero sí que ha habido provocación por parte de Estados Unidos por largo tiempo.

Las claves de la propaganda atlantista pueden sintetizarse de la siguiente manera:

Culpabilización exclusiva, demonización y patologización del enemigo

Dado que se da por supuesto que no se puede negociar con un loco —*Mad Putin*—, la patologización del enemigo funciona para diluir la responsabilidad de Estados Unidos. Al concentrarse en la maldad del villano, la anterior agresividad de la OTAN hacia Rusia queda fuera de la discusión y se justifica una mayor escalada militar. La propaganda bélica se centra en gran medida en los males del objetivo aprobado para desviar la atención de cualquier cuestionamiento del papel de Estados Unidos. Lo que se dice del otro ayuda a ocultar lo que uno ha hecho. Este uso estratégico del énfasis no deja espacio para los cambios en la política exterior estadounidense que son necesarios para favorecer un acuerdo diplomático y construir un orden mundial más justo y seguro.

Negación de la posibilidad de alcanzar soluciones diplomáticas

Según Chomsky, «este conflicto es el más peligroso y a la vez el más fácil de resolver». El fin de la guerra depende de que una de las partes gane militarmente o de que Estados Unidos y Rusia acepten negociar soluciones viables. Esa posibilidad existe, pero los medios no discuten sobre los acuerdos de Minsk que



pueden servir de marco, ni de propuestas como la de un estatus de neutralidad para Ucrania, que su propio presidente Zelenski aceptó en marzo de 2022, la reinstauración del Tratado sobre Fuerzas Nucleares de Rango Intermedio, acuerdos de seguridad compartida u otras propuestas basadas en la cooperación que podrían servir de base para para construir una paz duradera. A pesar de que la guerra se alarga y aumentan los muertos, los medios siguen sin discutir las propuestas viables orientadas a alcanzar un alto el fuego y avanzar en la transformación de las relaciones entre Rusia y Occidente. Junto al énfasis en el enemigo, invisibilizar las soluciones diplomáticas también ayuda a que Estados Unidos y la OTAN se desresponsabilicen de los actos propios y de buscar la paz. Se justifica como inevitable la continuación de la guerra.

Desresponsabilización



66

La propaganda atlantista oculta la responsabilidad de Occidente en la guerra, es decir, qué ha hecho para contribuir al conflicto y qué puede hacer para ayudar a resolverlo. Se omite el proceso histórico y presente de expansión de la OTAN que Rusia entiende como una amenaza y otras acciones como el apoyo de Washington al Maidán. Se silencia igualmente que un obstáculo fundamental a la paz es que Estados Unidos se ha opuesto sistemáticamente a negociar sobre la renuncia de Ucrania a ingresar en la OTAN y, realmente, a cualquier posibilidad real de llegar a un acuerdo. No se pone en cuestión la estrategia estadounidense de no negociación, expansión, sanciones económicas y apoyo militar y económico a Ucrania, ni tampoco el objetivo expreso de la Casa Blanca de «debilitar» a Rusia y «hacerle pagar el precio de la agresión», un objetivo que, según Anatol Lieven, es «completamente incompatible con la búsqueda de un alto el fuego e incluso de un acuerdo de paz provisional». La posibilidad de que Ucrania esté siendo tratada como «una extensión de la OTAN» no es discutida. Occidente, con el apoyo de sus medios, actúa irresponsablemente ante el riesgo de «choque militar directo» y de guerra nuclear, favoreciendo la escalada de violencia. Los líderes Occidentales no tienen responsabilidad alguna ni en la gestación de la guerra ni en su evidente falta de resolución. Como Pilatos, se lavan las manos. La estrategia de la desresponsabilización va acompañada de la creencia en la benevolencia de Occidente para edulcorar la narrativa sobre su rol en el conflicto.

El principio de benevolencia básica

La guerra ha sido enmarcada de manera maniquea como una lucha entre buenos y malos, entre libertad y autoritarismo, Occidente o el caos. Incluso las em-

presas armamentísticas que comercian con regímenes dictatoriales alrededor del planeta argumentan que venden armas a Ucrania para defender la democracia. El presidente Biden actúa de bueno y dice retóricamente que pondrá «muy, muy difícil» a Putin lanzar una invasión mientras rechaza negociar seriamente en los prolegómenos de la misma. Los europeos también somos buenos y solidarios con Ucrania porque ofrecemos armamento y ayuda económica, además de atender espectacularmente a sus refugiados y enfadarnos mucho con el malo de la historia. Occidente, concretamente Estados Unidos, no pareciera tener intereses geoestratégicos de dominio. No se le puede dar voz, por ejemplo al veterano diplomático Chas Freeman, quien ha argumentado que Washington se empeña en luchar «hasta el último ucraniano», la misma estrategia que se utilizó para Afganistán en la Guerra Fría.

Otras claves de la propaganda bélica en la guerra de Ucrania que se relacionan con las identificadas son la invisibilización de los beneficiarios y la supuesta inevitabilidad del sufrimiento económico y sus efectos mortíferos en el Sur.



4. Hacia la democracia informativa

67

Los poderes económicos y estatales seguirán empleando *fake news*, pero solamente podrán imponer su hegemonía si determinan los consensos, es decir, los marcos de las opiniones aceptables. Por tanto, son estos marcos los que hay que ampliar mediante la praxis social y comunicativa. En el contexto actual, y en consonancia con los postulados del MP, la posibilidad de abrir el debate mediático a perspectivas críticas y responsables favorables a la paz pasa ineludiblemente por el desarrollo de un fuerte movimiento por la paz con justicia social, es decir, un movimiento que conecte la necesidad de vivir en paz con la necesidad de impulsar relaciones geopolíticas más justas y una mayor igualdad y diversidad, una democracia real. Sin olvidar que un componente fundamental de la democracia es el periodismo y que cabe llevar a cabo reformas profundas en los sistemas mediáticos para asegurar la libertad profesional de los periodistas. ★

La propaganda atlantista oculta la responsabilidad de Occidente en la guerra de Ucrania, es decir, qué ha hecho para contribuir al conflicto y qué puede hacer para ayudar a resolverlo. Se omite el proceso histórico y presente de expansión de la OTAN que Rusia entiende como una amenaza y otras acciones como el apoyo de Washington al Maidán.

Guerra sucia y hechos alternativos

MIGUEL USABIAGA

Arquitecto-escritor. Director de *Herri*, revista de cultura e ideas del Partido Comunista de Euskadi

Nunca como en esta época, llamada de la información, hemos estado peor informados. Decir esto puede parecer una provocación, pero no es así. Somos avasallados, bombardeados, envueltos, cada segundo del día, por una abrumadora e incesante oleada de datos sobre la realidad que vivimos. Datos aparentemente diversos, plurales, y que, juntándolos, deberían proporcionarnos una imagen completa de los hechos. Pero, en realidad, no es eso lo que ocurre. Si averiguamos el lugar de procedencia de esa avalancha de datos, dónde se elaboran, resulta que nos encontramos con lo contrario de lo que aparentan: son homogéneos, unívocos, están fabricados en el mismo sitio y tienen una intención direccional. Son montados, o editados, como se dice extensamente ahora, en una central por una o muy pocas multinacionales, que son las que nos abastecen de todos esos datos en los que navegamos, con los que nos encontramos permanentemente en este mundo de pantallas. Es a lo que otrora los clásicos llamaron «alienación». El mismo fenómeno, aunque con el problema añadido de que actualmente somos menos conscientes de él: nos pasa por delante, pero enmascarado, y pensamos que eso no ocurre, que nadie hay detrás, que nadie nos manipula. Obnubilados por la fascinación del fetiche, que está tan cerca de aquello que dijera Marx sobre la mercancía, la mayoría no percibe este fenómeno oculto, porque piensan que lo tienen todo en su mano y que ellos construyen la información, porque son ellos, en última instancia, quienes, deslizando su dedo sobre una pantalla, eligen múltiples y distintos estados de actualidad, creyendo así que son soberanos. Fetiche, en efecto, porque no hay nada que nos gobierne de una manera tan subliminal y sea tan objeto de culto como las pantallas que llevamos a todas partes. Y este nuevo fetiche, bajo la apariencia de autodeterminación informativa, porque parece efectivamente que elegimos nosotros, hace que perdamos de vista al proveedor abstracto



e invisible de todo ese caleidoscopio de noticias que nos entrega a su antojo, según sus intereses, y que está escondido en alguna central lejana dentro de gigantescas naves llenas de redes de ordenadores.

La guerra de Ucrania está siendo un campo de pruebas para este nuevo paradigma informativo; un fenómeno que se venía gestando desde muy atrás, pero que el conflicto actual ha puesto en evidencia. Todo empezó, digámoslo así, con la invasión de Irak por los Estados Unidos. Fue en esa guerra de 2003 cuando Estados Unidos hizo formal y sin medias tintas su decisión de que ya no querían la presencia de periodistas en la primera línea del frente, contando lo que hacían sus tropas. No querían otro escarmiento como el de la guerra de Vietnam, cuya legitimidad perdieron frente a su propia opinión pública gracias a la labor independiente de muchos periodistas. En la guerra de Vietnam los ciudadanos norteamericanos recibieron una información bastante veraz y crítica sobre las brutales acciones de su ejército, sobre el uso del napalm, del agente naranja en los bosques del Vietcong, y sobre sus derrotas militares, en horas de máxima audiencia televisiva, lo que les costó perder la batalla informativa. Aprendieron la lección y decidieron que eso no volvería a ocurrir. Nuestro compatriota José Couso fue una víctima de esta nueva ideología de la información del ejército de los Estados Unidos al ser abatido, en abril de 2003, en el Hotel Palestina de la capital iraquí, ocupado por periodistas internacionales que cubrían la invasión a Irak, y que fue cañoneado por un tanque Abrams norteamericano. En su nueva doctrina militar, los Estados Unidos querían una nueva forma de relatar la guerra. Ya no iba a ser contada por los periodistas independientes que se movían junto a las tropas, que vivían con ellas y que enviaban sus crónicas y fotografías, en tiempo real, sobre las acciones. Eso se prohibía y se iba a impedir de la manera que fuese. A partir de ahora la guerra se iba a relatar a golpe de comunicado de los Estados mayores militares. Sin periodistas. O con periodistas que llegan detrás, mucho después de las acciones militares, al escenario de estas, si interesa que las vean, e incluso cuando el escenario está preparado para contar un relato escrito previamente. Se trata del mismo fenómeno que describíamos al principio sobre la alienación actual, igual que la realidad general, la no bélica, que se cuenta filtrada por las grandes agencias.

En esta llamada «era de la información» cada vez van quedando menos corresponsales independientes, tanto en la guerra como en la paz. Una de las formas de eliminar su presencia es la antedicha, la prohibición de acompañar a las tropas y relegarlos detrás en el tiempo. Otra es la de la eliminación física o asesinato, como le ocurrió a José Couso. Y otra, mucho más sutil, es la de hacer inviable su oficio, la de no contratar a reporteros en nómina de los medios periodísticos, lo que significa su desaparición por la pauperización profesional, que hace que solo algunos reporteros con madera de héroes se atrevan a jugarse la vida para contarnos la verdad, imbuidos por una suerte de misión



histórica. Los nuevos reporteros, uberizados, como se dice ahora en analogía con los repartidores autónomos que trabajan para grandes compañías de logística, tienen que ejercer como autónomos y cobrar, como ellos, un pago ínfimo por cada recado, por cada crónica que envían. Los pocos reporteros que, a pesar de las dificultades, por su nervio periodístico y su afán de verdad quieren acudir a las zonas de conflicto para contar lo que ocurre, deben hacerlo como *freelance*, pero a diferencia de los periodistas libres de antaño, que siempre existieron, ahora son tratados y pagados con verdadera humillación, cobrando cantidades ridículas por sus reportajes y en la mayoría de las ocasiones teniéndose que pagar ellos mismos los gastos de viaje y estancia. Da vergüenza escribir las cifras que les pagan mientras ponen su vida en grave riesgo en Ucrania, Palestina o cualquier otro escenario peligroso. Y podemos comprobar que en los periódicos y medios cada vez van quedando menos cronistas o reporteros de este tipo, porque con esas condiciones, sencillamente, no pueden vivir. Es otra manera de estrangular la información para que quede en pocas manos, en manos de unas cuantas agencias de noticias.

En el frente directamente punitivo sobre los informadores, al caso de Couso le siguió el atropello contra Julian Assange, que concentró la ira de la Administración estadounidense. Cuando se conocieron los documentos que Wikileaks filtró a la opinión pública y que evidenciaban los crímenes de guerra cometidos por los soldados norteamericanos en Irak, así como la falsedad de la documentación que había instalado la idea de la existencia de armas de destrucción masiva, la prensa progresista y de izquierdas, además de todos los ciudadanos de buena fe, saludaron el hecho como si hubiera sucedido una revolución democrática en el campo de la información. Por fin había una organización, Wikileaks, dirigida por Julian Assange, que filtraba los planes de los Gobiernos y sus servicios secretos para engañarnos. Aclaraba nuestras sospechas y nos hacía más libres. Fue tal el impacto en la opinión pública que nadie creyó que aquello se pudiera detener. Parecía que Wikileaks se iba a quedar con nosotros, que iba a consolidarse como un órgano vigilante de aquellas tropezadas de ejércitos, servicios secretos, de sus habituales guerras sucias, que aquí conocimos con el GAL y el escándalo de la corrupción de los gastos reservados. Y gracias a Wikileaks y a Julian Assange nos sentimos más seguros, más protegidos. Creíamos que seguiría como un faro, por mucho tiempo, mientras fuera necesario, de la misma manera que se había quedado Wikipedia, de quien imitaba su nombre. Pero este entusiasmo generalizado duró poco tiempo, justo el que emplearon los Estados Unidos para acusarle de alta traición y solicitar su extradición. Entonces toda la prensa y mucha gente aparentemente progresista miraron para otro lado, como si aquello no hubiera existido, y se desentendieron del destino de Assange. De todos aquellos que saludaron su iniciativa solo unos pocos resistieron solidarios con él, aquellos que entendieron que en su caso se estaba jugando un asunto clave sobre la libertad y el derecho a



la información, sobre el derecho a conocer la verdad por parte de la ciudadanía. Aquellos que quieren ser solo siervos, a quienes no importa el control de lo que hacen sus Gobiernos y son capaces de justificar su impunidad para que hagan lo que quieran, dieron la espalda a Assange, se desentendieron de él, no se atrevieron a desafiar a los Estados Unidos.

Y ahí sigue Julian Assange, solo, enfermo, en una prisión de alta seguridad británica, en Belmarsh, en unas condiciones de aislamiento que han merma- do su salud física y psíquica. Igual que antaño se enviaba a los presos peligrosos a penales de mala muerte en islotes incomunicados en medio del océano, donde se morían de pena y enfermedades. Igual. El Gobierno de Correa fue el único que tuvo valor para darle asilo en la embajada de Ecuador en Londres, donde se refugió para evitar ser enviado a los Estados Unidos. Vivió en un mí- nuscuro piso de la embajada ecuatoriana sin poder salir a la calle durante casi nueve años, desde agosto de 2010 a abril de 2019, cuando el nuevo Gobierno ecuatoriano de Moreno, más servil a los intereses yanquis, le retiró el asilo y lo entregó a las autoridades británicas. Suecia, que también pidió su extradición por un estrambótico asunto con pintas de ser inventado, Gran Bretaña, Ecuador, todos los países occidentales, todos los grandes medios de comuni- cación, escritos o audiovisuales, sean del signo que sean, en una especie de nueva «unión sagrada», han vuelto la cara a Assange, incapaces de enfrentarse a los poderosos Estados Unidos. Y no solo eso, sino que han sido cómplices de estos preparando ideológicamente a la opinión pública para su extradición, que se producirá cualquier día, cuando la maquinaria jurídica quizá haya roto del todo a Julian, al hombre, desamparado y desatendido en sus múltiples re- cursos jurídicos.

Assange es un ejemplo que se debe eliminar. Este ha sido el proceder clás- ico del imperialismo respecto a los países que seguían su propio camino de liberación, a revoluciones como las de Vietnam, Cuba o Chile, abortando el camino de Allende, por dar algunos ejemplos, y que ahora aplica el mismo mé- todo contra la información. Se aplasta a Assange con una crueldad inusitada, sin atender a que lo que cuenta en sus papeles de Wikileaks sea verdad, desnu- dando en ellos cómo el ejército y el poder estadounidense prepararon una gue- rra mentirosa en Irak, revelando los crímenes cometidos. Con Assange está en juego el derecho de la ciudadanía a saber qué hacen sus Gobiernos, a conocer si traspasan los límites de la democracia; está en juego la posibilidad de con- trolar a sus gobernantes, que se quiere evitar a toda costa. Es la otra cara de la manipulación. Y con Assange nos jugamos mucho. Desde su detención nadie ha osado a nada parecido; ha vuelto el orden, y los poderes secretos militares vuelven a tener «patente de corso» para actuar a su antojo, porque la opinión pública está a su merced, y se esconderán los hechos cometidos si resultaran demasiado aberrantes. A casi nadie le ha importado que fuera verdad todo lo dicho en los papeles de Wikileaks, la verdad no importa; prevalece acabar con



el ejemplo matando al mensajero, prevalece meter miedo a los periodistas por si volvieran a traspasar, incluso aquí, en el occidente libre, determinadas fronteras. El caso Assange siguió con la detención de su colaboradora e informante en Wikileaks, Chelsea Manning, que ha pasado más de siete años en prisión condenada por violar secretos, y con Edward Snowden, perseguido por similares razones.

Si comparamos la cobertura informativa de la guerra de Ucrania con otros conflictos contemporáneos comprobaremos la falta de información que tenemos y sus causas, y cómo estamos en manos del relato que quieren hacer los Gobiernos de las partes. Un fenómeno de manipulación que nunca fue tan descarado. En la Guerra Civil española tuvimos a Mijail Koltsov, a Robert Capa, a Gerda Taro, entre otros, periodistas de raza que iban con las tropas, que mandaban desde las trincheras sus crónicas con libertad plena. La pobre Gerda Taro murió arrollada por un tanque en la batalla del Jarama. En la I y II Guerra Mundial sucedió algo parecido, reporteros de la talla de Hemingway o Grossman trasladaban a los periódicos sus crónicas de lo realmente vivido, independientes de los dictados militares. Eso se acabó. En esta guerra del Este podemos ver cómo los periodistas llegan mucho más tarde a la escena, según la nueva doctrina militar que hemos descrito; llegan cuando un relato o el escenario ha sido convenientemente preparado. Y eso ocurre en ambas partes, que proceden con el mismo afán de manipular la verdad. Si los Estados Unidos inauguraron la prohibición de periodistas en primera línea durante la invasión de Irak, con el caso Couso que mencionábamos, a los que siguieron los casos Assange, Manning, Snowden, los ucranianos atesoran un sinfín de atrocidades cometidas en el martirizado Dombas, y sus vecinos polacos, fieles al dictado norteamericano, el encarcelamiento arbitrario y sin derechos de nuestro compatriota periodista Pablo González, que cubría el conflicto. Los rusos también tienen una antesa-liniestra, planeando las sospechas sobre el régimen de Putin en casos como los del envenenamiento del líder ucraniano Yushenko y en la extraña muerte del exespía Litvinenko, contaminado con plutonio radioactivo, en ambos poniendo en escena prácticas y métodos medievales usados también en los más oscuros períodos de impunidad de los servicios secretos, como para infundir más terror. O en el asesinato, acribillada a balazos, de la periodista Anna Politkovskaya, muy crítica con el régimen oligárquico de Moscú, y en el apresamiento del opositor Aleksei Navalni con unas acusaciones que no aguantan una mirada crítica. Una medida represiva a la que se suma ahora la detención, con el pretexto del conflicto de Ucrania, de cualquier opositor que ponga en cuestión al poder del Kremlin, de quienes se manifiestan en las calles contra la guerra o incluso de todos aquellos que se atrevan a llamar a la guerra por su nombre, desoyendo la consigna oficial de que se trata de lo que Putin ha llamado «operación militar especial». No se me ocurre un ejemplo más grotesco, pero tan grave, de falta a la verdad y a la libertad de información. La batalla por



el relato, que antes se ganaba con la justicia de una causa que era capaz, por esa razón, de conquistar la simpatía popular, el corazón de los intelectuales, de los artistas, como ocurrió con nuestra Guerra Civil y nuestra República, ahora se pretende ganar con la mentira.

Otro aspecto de la manipulación, y tan grave como el anterior, es el de la construcción deliberada de la falsedad, o de los «hechos alternativos», como la llaman con desfachatez, una expresión que se está utilizando para desacreditar los resultados de elecciones democráticas y para justificar el golpismo. Hemos visto su ensayo en Estados Unidos, por Trump, al no aceptar su derrota frente al demócrata Biden y orquestar en las redes sociales la idea de que había habido trampas y, sobre ellas, montar la movilización para subvertir la elección con el asalto al Congreso estadounidense. Y el caso similar y más reciente de Bolsonaro, en Brasil, usando la misma táctica, mentir diciendo que las elecciones habían sido fraudulentas, hacer circular esa mentira hasta la saciedad para montar un bulo con ello en las redes sociales y movilizar después a su gente frente a los cuarteles militares llamando a un golpe militar contra Lula. Debimos temerle cuando los revisionistas, la ultraderecha, el trumpismo, acuñaron aquel concepto seudofilosófico al que llamaron «posverdad», un concepto que se ha rebautizado con el de «hechos alternativos», como si pudieran existir varias verdades. Se trata de mentiras edulcoradas para su consumo pasivo, para facilitar su digestión y luego su extensión en las redes, que tanto facilitan la propagación de bulos en esta época en que se vive tan rápido y se tiene tan poco tiempo para contrastar la veracidad de la información. Aprovechan esta característica de los tiempos, de alta conexión pero también aislamiento, más la suma de todo aquello que hemos dicho sobre la alta concentración de los medios en pocas manos o agencias. Estamos todos conectados pero aislados, como dice el filósofo Slavoj Žižek.

Han aparecido grupos para luchar contra este fenómeno de la mentira viral, de los bulos, ONG de voluntarios para filtrar todo el caudal de información que circula por las redes y establecer cuáles son falsas. Lo que ocurre es que llegan tarde, cuando las mentiras han circulado ampliamente y ya han hecho su efecto. Y este no es retroactivo, es decir, ya se instalaron en la mente de las gentes y ahí se quedan. Quizá ni llegan a saber que fueron engañados, porque el alcance de estas ONG, en verdad, es muy limitado. Parece que asistimos a otro acto de aquellos postulados sobre la información que se atribuyen al ministro de propaganda de Hitler, Goebbels, «las mentiras, cuanto más grandes, más se creen», o a su otra expresión, tan cínica, «que hablen de nosotros aunque sea bien». Esas viejas y rancias recetas nazis parecen las máximas de un manual de propaganda de los trumpistas o ultraderechistas de hoy en día.

Niegan los hechos, instalan el veneno de la mentira entre la gente y de esa manera consiguen tenerla dispuesta para acometer cualquier intento autoritario, pues lo mismo que no importa la verdad, no importa el resultado de



unas elecciones. Esto ya lo detectó Bertolt Brecht cuando dijo: «En las graves crisis, si el pueblo no cambia de Gobierno, el Gobierno cambia de pueblo». Es lo que se esconde detrás de esa desfachatez de los «hechos alternativos» y lo que se pretende con la conquista del relato, tapar cualquier rendija por la que pudiera escapar la información libre, veraz, contrastada. ★



La batalla política por el relato, que antes se ganaba con la justicia de una causa que era capaz, por esa razón, de conquistar la simpatía popular, el corazón de los intelectuales, de los artistas, como ocurrió con nuestra Guerra Civil y nuestra República, ahora se pretende ganar con la mentira.

La ultraderecha en el paraíso de las redes

PASCUAL SERRANO*

Periodista y escritor

Durante décadas, la izquierda ha denunciado que el panorama mediático estaba dominado por un oligopolio de grandes medios al servicio de los poderes económicos y financieros. El mensaje y la información que no se ajustaba a esos intereses eran sistemáticamente marginados o manipulados. La llegada de Internet y el protagonismo de las redes sociales han traído algunos elementos para tener en cuenta: desde una supuesta democratización de la información hasta la caída del mito de la infalibilidad, la neutralidad y la objetividad de los grandes medios. Los ciudadanos ya son actores en la difusión de las informaciones que se difunden y la sensación de manipulación e intereses ocultos en los grandes medios está generalizada.

La incógnita que ahora se plantea es cómo ha afectado este cambio de paradigma a la izquierda y la difusión de sus propuestas y valores. Algunas interpretaciones consideran que hemos llegado a una situación inédita de democratización y de oportunidad de la información; sin embargo, en mi opinión, el nuevo ecosistema ha supuesto una oportunidad sin precedentes para la ultraderecha. Las empresas propietarias de las redes han mostrado ser un oligopolio igual o peor que el de los grandes grupos de comunicación; las *fake news* a través de las redes sociales han conseguido ser el combustible perfecto para la difusión de los mensajes de la ultraderecha. Las nuevas tecnologías han consolidado nuevos patrones mentales como el conspiracionismo, la posverdad, el odio o los egos, que están siendo fundamentales para el avance y las insurrecciones de los grupos más radicales de la ultraderecha.

* Pascual Serrano es periodista y escritor. Su último libro es *Prohibido dudar. Las diez semanas en que Ucrania cambió el mundo*.



Frente a la lucha de ideas hemos involucionado hacia la guerra de relatos, una guerra que la izquierda está perdiendo. Si observamos bien, está siendo precisamente la ultraderecha la que se ha apropiado del discurso de la izquierda de que los grandes medios manipulan y nos ocultan la verdad. A partir de ahí, se suben al carro del conspiracionismo y de la insurrección.

Por su parte, la izquierda está cayendo en algunas de las trampas, asumiendo los formatos superficiales, los contenidos o discursos frívolos o subiéndose a agendas informativas irrelevantes.

Brevedad y superficialidad

Vivimos tiempos en que la imagen ha ganado mucho terreno a la imaginación y no digamos ya a la escritura. Del mismo modo la emoción ha robado prestigio a la reflexión. Como señaló el sociólogo Vicente Verdú, la instantaneidad ha vencido al proceso y el suceso puro a su explicación. Y este cambio no afecta por igual a todos los mensajes ideológicos. Habrá un perfil ideológico que saldrá ganando con la brevedad, instantaneidad y superficialidad y otro tipo de mensaje ideológico que ese formato se le volverá en contra.

No hace falta pensar mucho para concluir que es el mensaje elaborado, reflexivo y argumentado, es decir, el tradicionalmente usado por la izquierda, el que sale perdiendo con los nuevos formatos.

Sobrecarga de información

El nuevo modelo informativo está suponiendo una sobrecarga informativa que agobia al ciudadano y le hace imposible jerarquizar las informaciones, separar las valiosas de las irrelevantes y las verdaderas de las falsas.

El exceso de información, con su paja inservible, su ruido distorsionador, su exceso insultante, sus mentiras impunes, sus contradicciones clamorosas, consigue que nadie sepa bien por qué suceden las cosas, quiénes son los responsables, cuál es el origen y, mucho menos, a quién escuchar en la búsqueda de soluciones y cómo afrontar las alternativas.

La única opción para la gran mayoría es agarrarse a discursos simplistas y facilones, que no entran en la complejidad de los asuntos y, menos todavía, en los elementos multifactoriales. Discursos que buscarán culpables fáciles a los que responsabilizar de los problemas.

Al mismo tiempo, en colaboración con las nuevas tecnologías se favorece el aislamiento. Un aislamiento que convierte más aún al ciudadano en carne de manipulación, de engaño, al no poder formarse social y políticamente con sus iguales en un marco social como es la fábrica, la asociación, la comunidad...



El perro de Pavlov y los medios

Una de las características que estamos observando en el comportamiento de nuestros políticos es el abuso del insulto y el exabrupto en el debate político y las declaraciones públicas. Pero, no nos confundamos, el problema no es solo el deterioro del debate político entre nuestros representantes, que lo convierten en peleas de taberna. Lo que quiero destacar es que han sido precisamente estos exabruptos e insultos, y no otras palabras, lo que merece el interés de los medios. Unos medios que ignoran el debate, los argumentos y los análisis, que se producen en horas de discusión parlamentaria pero que fueron ignorados para optar por contarnos solo y exclusivamente los insultos y así mantener la actualidad política en torno a ellos. De modo que los políticos —no todos, afortunadamente, pero sí muchos— han aprendido el sistema para poder ser protagonistas en los medios, y ahí es donde la ultraderecha ha encontrado un filón. Han descubierto el premio conductista de estímulo-respuesta que reciben de los medios a cambio de ese comportamiento. Un sistema de medios, conductista, que premia con protagonismo al que insulta y despreziona al sereno y sensato. Por eso, como el perro de Pavlov, el político de la ultraderecha segrega insultos cuando percibe micrófonos y espacio en el periódico. Y, aquí está lo grave, recibe su premio correspondiente en protagonismo mediático.



79

Las redes y la ira

Ya son muchos los especialistas que llaman la atención sobre la estrecha relación entre las redes sociales —y especialmente Twitter— y la ira. O, más bien, la explotación de la ira como gancho para conseguir usuarios y actividad en las redes. Las redes saben que los contenidos que incorporan emociones morales, y en especial la ira, generan más *likes*, más *retuits* y, por tanto, más caja. La neurocientífica estadounidense Molly Crockett, especialista en estudiar la moralidad, señala que las redes sociales son superestímulos para la indignación moral y la disparan por encima de lo que sucede en la vida real, sobre todo en Twitter. De nuevo otro terreno donde florece fácilmente el discurso agresivo y de odio de la ultraderecha.

Entre el modelo de Pavlov de los medios, la rentabilización de la ira en las redes y la instauración del imperio del bulo y la mentira en nuestros sistemas de información, hemos ido cosechando el mejor caldo de cultivo para las opciones políticas que se impulsan en el odio para lograr el éxito.

Ignacio Ramonet nos recuerda que hoy —como se pudo ver en los asaltos de la ultraderecha en Estados Unidos o en Brasil— el odio circula subterráneamente por nuestras sociedades. Y ha sido la ultraderecha la que ha hecho de él su principal herramienta de construcción política.

El poder de las redes

Es tal la vacuidad de la mayoría de lo que consumimos en las redes sociales que está llegando el momento de plantearnos si las redes sociales son un elemento de socialización o, por el contrario, de aislamiento. Ya sabemos que el 39% de los usuarios de redes pasa más tiempo socializado a través de estos canales que con otras personas cara a cara. Y en cuanto a las motivaciones que los llevan al uso de las redes y los contenidos y temáticas que les ocupan, el exhibicionismo de la intimidad, la vanidad y el egocentrismo priman por encima del interés por formarse cultural o intelectualmente.

Es ese aislamiento que generan las redes lo que convierte al individuo en más vulnerable a la manipulación y al engaño. El ciudadano de los tiempos previos a Internet y las redes se socializaba en su centro de trabajo, con sus vecinos y en diferentes eventos sociales, donde, por muy embrutecido que fuera el ambiente, se contrastaban ideas y argumentos desde todos los componentes. El modelo actual encierra a la persona sola y desarmada frente a profesionales de las redes, la comunicación, el mensaje audiovisual y todo tipo de estrategias de manipulación.



80

Campaña política que se decide en WhatsApp

En las elecciones presidenciales de 2019 en Colombia y Brasil comprobamos el éxito de la ultraderecha mediante su uso de las redes de WhatsApp para las campañas electorales. No es descabellado afirmar que sin la existencia de esa aplicación los resultados electorales hubieran sido distintos. En el caso de Brasil, el uso y abuso despiadado de la mentira a través de esta red social por parte de Jair Bolsonaro supuso un acontecimiento sin precedentes en las campañas electorales.

Obsérvese que todas las reglamentaciones que han ido aprobándose a lo largo de la historia en diferentes países para regular la propaganda electoral, sus límites, los mecanismos públicos de control y de verificación, el seguimiento de su presupuesto y origen de los fondos, se vuelve inútil en el caso de las redes sociales. Ahora el anonimato y el oscurantismo de sus finanzas garantiza poder burlar todas las medidas clásicas de control.

Hemos pasado de campañas electorales en las que los grandes medios tenían el poder de decidir qué partidos podían hacer llegar su voz a los ciudadanos y cuáles eran silenciados, pero que estaban sometidos a una cierta regulación en campaña electoral, a un formato en el que las redes sociales, con su apariencia de libres y solo bajo control de los ciudadanos, desplazan a los medios de comunicación y a los programas de los partidos políticos. El engaño está en creer que estás compartiendo noticias e información política con

tu núcleo personal más cercano cuando en realidad solo estás viviendo un torbellino de bulos creados en una factoría política para que circulen en bucle en los teléfonos móviles.

Las empresas tecnológicas se apropian de la libertad de expresión

Durante décadas entendíamos que la censura a los medios de comunicación procedía de los Gobiernos. Autorizaban unos periódicos, daban licencias a unas radios y televisiones, o prohibían otros periódicos y quitaban las licencias a otras radios y televisiones. Luego llegó el mercado, con sus accionistas, su financiación, su publicidad... Si los bancos no prestaban dinero y no te refinanciaban la deuda, los anunciantes no te apoyaban o no tenían detrás grandes empresas que invirtieran, el medio también se veía obligado a cerrar. Eso sí, ya no le llamaban censura: era el mercado, amigo.

Pero ahora ha llegado un momento en que el sistema de consumo está controlado por los distribuidores, no por los productores. Ahora son empresas tecnológicas y redes sociales las que se encargan de «distribuir» los contenidos informativos.

Cuando llegaron las redes sociales nos pareció que habíamos llegado al paraíso de la libertad de expresión. Por fin la ciudadanía recuperaba el protagonismo, podía difundir los contenidos y las informaciones que ellos decidieran, podían leer y escuchar lo que consideraran oportuno. Todo ello sin limitaciones ni censuras. Se acababa el poder de los grandes emporios de la comunicación: el sencillo ciudadano, desde su casa, difundía contenidos igual que el *Washington Post*, se decía.

Era verdad que el oligopolio se había convulsionado; los ciudadanos podían disparar los accesos a unas informaciones o condenar al olvido otras. Si actuaban con acierto, rigor o sensatez ya era otro debate.

Se había producido otro salto en el acaparamiento de poder por parte de las empresas de distribución en lugar de los productores. Es decir, redes como Facebook, Twitter o YouTube tenían más control de la información que los propios productores de contenidos. Al principio fueron neutrales, en las redes se difundía lo que los usuarios «colgaban». Pero la llave de paso la tenían esas empresas tecnológicas.

Poco a poco van sucediendo acontecimientos en los que las empresas de las redes sociales se van arrogando poderes de censura y elección de contenidos, algunas veces con el beneplácito de la ciudadanía y otras simplemente con su indiferencia.

La realidad es que ha nacido un monstruo que ha fagocitado nuestro sistema informativo, que los Estados democráticos y Gobiernos legítimos no tie-



nen ningún poder sobre él, que tiene la autoridad para decidir qué usuarios, qué discursos, qué medios pueden o no tener acceso a la libertad de expresión. Si, además, en ese ecosistema triunfan los mensajes simples, los bulos, el odio y la ira, es evidente que hemos creado el caldo de cultivo perfecto para la ultraderecha.

La influenciocracia

Hubo un tiempo que los periódicos y televisiones llamaban a expertos para que opinaran sobre los temas de actualidad; en la prensa escrita estaban los columnistas regulares que intentaban no dárselas de superexpertos y brillaban más por su pluma y gracejo que por sus conocimientos de todo; en los medios audiovisuales la cosa iba derrapando y llegaron los tertulianos, superhombres con capacidad para saber de todo, pero al menos (algunos) con cierto nivel cultural. Mientras tanto, en el mundo paralelo de Internet aparecían los *bloggers*, una cosa un poco onanista de gentes que contaban con regularidad sus opiniones sobre lo divino y lo humano. Y ahora hemos llegado al caos con los *influencers*.

Cantantes o actrices pontificando sobre vacunas, veinteañeros que no aprobaron la ESO dando lecciones de feminismo sin haber leído un libro, *tiktokers* atiborrados de Monster entrevistados en programas de televisión de máxima audiencia para opinar sobre geopolítica, nancys con media hora de edición en Photoshop explicando en Instagram dietas de adelgazamiento, poligoneros macarras iluminándonos sobre inversiones en criptomonedas y *gamers* rajando de Hacienda porque les fastidia pagar impuestos.

Sus seguidores se cuentan por millones; sus ingresos, más millonarios todavía. Y, por lo general, el número de seguidores e ingresos es inversamente proporcional a su formación, número de neuronas y cumplimiento de sus obligaciones fiscales.

El carácter pernicioso de la mayoría de los *influencers* ocupa un amplio espectro temático, desde el científico al financiero; pero el ámbito más preocupante y más influyente de los *influencers* está siendo el ideológico. Salvo excepciones, el panorama ideológico es el de un Tea Party ultraderechista embistiendo contra el feminismo, los sindicatos, los gastos sociales y cualquier político que les suene a izquierda. Sus mantras son las odas al neoliberalismo y el individualismo económico. En realidad no es que hayan leído a Milton Friedman o Friedrich Hayek, nunca leyeron nada, simplemente han encontrado un filón de ganar dinero como *youtubers* o *gamers*, piensan entonces que el sistema económico neoliberal es estupendo porque ellos se han hecho ricos y que maldita la gracia pagar impuestos.

Ha podido intentar abrirse camino algún *youtuber* o *influencer* de izquierda, pero su presencia ha sido testimonial: el panorama está copado por jóvenes



ultraderechistas que más parecen predicadores de la Fox. Estamos, por tanto, en un nuevo campo de juego ganado por la ultraderecha.

El balance es que unas redes sociales nos están dejando un mundo intoxicado por los bulos, crispado por el odio y estupidizado por los *influencers*.

Sembrar el individualismo y los egos

Para demasiada gente, y más entre los jóvenes, redes como Instagram, Facebook o Tiktok son el escaparte en el que exponen su vida a la aprobación de los demás. Esta gente se siente presionada para crearse una identidad pública y expansiva tal y como la tienen los famosos que ven en los medios de comunicación. Esa exposición, como ya dijo Zygmunt Bauman, sería su equivalente a la revista *iHola!*, templo referente de culto a la celebridad. Necesitados de autoestima, y a modo de revista de celebridades para pobres, el formato de las redes se convierte en la plaza pública donde se te saluda, se te sonríe o se te aplaude como antes sucedía en una discoteca, una plaza del pueblo o un paseo por el bulevar del centro de una ciudad. Un «me gusta» ha pasado de ser un gesto de simpatía de alguien hacia ti —o a tu mensaje concreto en la red— a un signo de integración social y, posteriormente, una obsesión para muchos jóvenes necesitados desesperadamente de reconocimiento en un mundo, el virtual, en el que se sienten más desenvueltos que en el real.

Puede parecer un problema meramente psicológico o social, pero centrarse y obsesionarse con tu protagonismo personal, en un mundo que gira en torno a una autoestima basada en el impacto estético de tus redes sociales, supone situarte en una determinada ideología: la de desentenderse de lo colectivo y lo social y solo centrarte en tu individualismo. Es imposible que esa juventud, carne de egos y *likes*, pueda plantearse una lucha organizada, constante y de presencia física en torno a un objetivo colectivo.

Conspiracionismo y ultraderecha

Pensábamos que en esta era de la información y libre circulación de las noticias íbamos a estar mejor informados, pero la realidad es que tenemos a la gente discutiendo si la nieve es plástico, si las vacunas de la covid llevan un chip y si los demócratas estadounidenses son una secta de pedófilos. Y es que más información no es estar mejor informados. Si la información no se filtra ni por instituciones valiosas ni por buenos profesionales ni por un mínimo nivel cultural de la ciudadanía, el resultado es una sociedad tan desinformada y a merced de cualquier superchería como en el peor momento de la Edad Media.



Las conspiranoias actuales de las que se nutre la ultraderecha poseen también otra pata muy eficaz, los nuevos movimientos religiosos evangélicos y sus predicadores. No hay más que comprobar su utilidad para la llegada a la presidencia de otro demente que reniega de la ciencia como es Bolsonaro en Brasil y el modo en que reaccionaron sus seguidores cuando perdió las elecciones.

En España, Vox asumió el discurso negacionista sobre la pandemia de covid y todo lo relacionado en torno a las conspiraciones de «élites globalistas», Soros, «nuevo orden mundial»...

Las emociones

Veamos otro ámbito que ha servido de caldo de cultivo para la ultraderecha. En los últimos años el lenguaje ha ido abandonando la racionalidad para enfocarse más en la emoción. Eso supone que se pierde interés en los hechos y en los argumentos racionales para dedicarse más a las emociones y los sentimientos.

Es la conclusión de un estudio de científicos de la Universidad de Investigación de Wageningen (WUR) y la Universidad de Indiana publicado en la revista *Proceedings of the National Academy of Sciences* bajo el título «The rise and fall of rationality in language» ('Auge y caída de la racionalidad en el lenguaje'). El uso de palabras relacionadas con la racionalidad fue en aumento desde 1850, pero comenzó un declive acelerado alrededor de 1980.

Los científicos creen que en esta evolución (o involución) podría estar el precedente de estos tiempos en los que parece que la veracidad en el discurso público está en desuso y la posverdad lo domina. Según los expertos, durante los últimos cuarenta años el interés público ha experimentado un cambio acelerado de lo colectivo a lo individual y de la racionalidad a la emoción.

El estudio llega a la conclusión de esta evolución en el lenguaje tras analizar informáticamente el vocabulario utilizado en millones de libros. Los investigadores encontraron que las palabras asociadas con el razonamiento, como «determinar» y «conclusión», aumentaron sistemáticamente desde 1850, mientras que las palabras relacionadas con la experiencia humana, como «sentir» y «creer», disminuyeron. Pero este patrón se revirtió en los últimos cuarenta años, en paralelo con un cambio de un enfoque colectivista a uno individualista, como se refleja en la proporción de pronombres singulares a plurales como «yo»/«nosotros».

Comprobaron que la tendencia, además de producirse en los libros, de ficción y no ficción, afectaba a los periódicos e incluso a las palabras más buscadas en Google a partir de 2007.

Los autores reconocen que no es fácil definir el motivo del cambio de tendencia a partir de 1980. Pero hemos de tener en cuenta que fue a partir del fin de esa década cuando comenzó a introducirse Internet en nuestras vidas.



También se aprecia que la tendencia al uso de palabras relacionadas con el sentimiento y la intuición se incrementa alrededor de 2007. Precisamente el año del auge de las redes sociales fue cuando disminuyó la frecuencia de las palabras relacionadas con los hechos mientras aumentaba el lenguaje cargado de emociones.

Los autores del estudio hablan de un impacto de las redes sociales en las emociones, los intereses y las visiones del mundo. Por ejemplo, las redes podrían haber generado el efecto negativo de distorsionar tu percepción de bienestar y sentir que tus amigos tienen más éxito, más amigos y son más felices.

Por otro lado, muchos políticos de todo el mundo han ido abandonando el discurso racional y el pensamiento analítico y han decidido dirigirse a los votantes con mensajes simples y elementales que solo transmiten seguridad y emoción.

No es solo la simplificación, algo inevitable en los formatos audiovisuales, sino la existencia de un discurso dirigido a lo emocional y no a la propuesta política o programática. Cada vez existen más sectores sociales en los que el sentimiento y la emotividad superan a la razón.

Es evidente que puede haber intereses desde un poder político para fomentar esa emotividad y sentimiento. Sin duda porque es la forma más barata de un Gobierno para sembrar apoyos sin necesidad de destinar recursos. Y eso no es exclusivo de la derecha. Dedicarse a apoyar el orgullo, la visibilidad, la autoestima, el sentimiento y la emoción del colectivo en el que te incluyas es más barato que destinar recursos para atender las necesidades específicas de esos colectivos.

Sale más económico y da más juego político una campaña llamada «Orgullo loco» para los enfermos mentales o llamar a la cojera «diversidad funcional» (algo que también se podría aplicar al campeón de cien metros lisos, ya que su superioridad también es una diversidad funcional) que aumentarles la pensión o la asistencia a esos colectivos. Es más rentable políticamente aplaudir sentimientos que garantizar comida, educación y salud. Por tanto, hay que hacer bandera de las emociones y sentimientos, y no del derecho a la alimentación o al trabajo digno.

Creo que con esta enumeración podemos estar señalando todo un cúmulo de elementos que están sumando a favor del discurso, los valores y el proselitismo de la ultraderecha. No es fácil ahora establecer los cortafuegos, los anticuerpos, las actuaciones destinadas a enfrentarlo, pero creo que poder detectar estos elementos, desmitificarlos en lo de fascinantes que puedan tener para la izquierda, es un primer paso, imprescindible, para combatir. ★



Más información no es estar mejor informados. Si la información no se filtra ni por instituciones valiosas ni por buenos profesionales ni por un mínimo nivel cultural de la ciudadanía, el resultado es una sociedad tan desinformada y a merced de cualquier supercheria como en el peor momento de la Edad Media.

La ciencia ciudadana como práctica de innovación social frente a las *fake news*

JOSÉ HERNÁNDEZ ASCANIO

Profesor de la Universidad de Córdoba

Contexto de partida para comprender el fenómeno de las *fake news*

La dinámica de relación entre la ciudadanía y el ámbito de la información-comunicación ha variado notablemente y con mucha rapidez e intensidad en un breve período de tiempo. El cambio más significativo ha sido que la ciudadanía ha pasado de ser un sujeto pasivo-consumidor de información a posicionarse de forma activa-productora-predadora en la creación y difusión de contenidos (Blanco *et al.*, 2019). Esta profunda transformación tiene su primera explicación en la universalización del acceso a una gran diversidad de recursos que permiten la gestión integral de estas dinámicas. Nos estamos refiriendo a la potencialidad que exhiben las redes sociales para generar contenidos, ponerlos en circulación y poder consumirlos de una manera rápida y eficaz.

Pese a que el fenómeno de las *fake news* o noticias falsas ha pasado a convertirse en un elemento definidor de la dinámica social actual hasta tal punto que parece reflejar que estamos instalados en un paradigma de posverdad (Blanco *et al.*, 2019), lo realmente cierto es que no existe un consenso a la hora de conceptualizar dicho fenómeno. Allcott, H. y Gentzkow, M. (2017) plantean que las verdaderas «noticias falsas» son aquellas que podrían definirse «como un titular o historia deliberadamente falsa que se escribe y se publica en un sitio web diseñado para parecerse a un sitio de noticias real y se transmite a través de las redes sociales» (Gelfert, 2018). Una especial característica de este tipo de noticias es su capacidad de difusión, lo que se asemeja a un «comportamiento viral» (Carrera, 2018). Si bien es cierto que las noticias falsas, sea cual sea su naturaleza, tienen una mayor capacidad de difusión que las consideradas como veraces, son las de carácter político las que demuestran un mayor alcance (CE, 2018).



El contexto de oportunidad que han generado los nuevos recursos digitales en cuanto al acceso y la comunicación de información ha tenido como impacto que los dispositivos que tradicionalmente cumplían una función informativa se han visto relegados por otras fuentes de información más dinámicas y que además tienden a adaptarse a los gustos y preferencias cada vez más individualizadas en una cada vez mayor segmentación (Carrera, 2018).

Esto tiene como consecuencia inesperada que las redes sociales tienden a generar espacios de retroalimentación de la información o «cámaras de eco» que actúan a modo de «burbujas digitales» intensificando los efectos perversos de las *fake news* de una forma exponencial (CE, 2018; Elías, 2018). En parte, esta dinámica se debe a que el criterio de confianza se establece al participar de una misma red o comunidad virtual cohesionada a partir de valores o ideologías comunes, en clara línea a las dinámicas que se generan en torno al denominado «sesgo de confirmación», haciéndose cada vez más impermeables a la capacidad de penetración de noticias o informaciones que provengan de fuera de la comunidad o que contradigan los valores hegemónicos de la misma (CE, 2018; Elías, 2018).

Una cuestión especialmente relevante es cómo la aparición y consolidación de las redes sociales como medios preferenciales de información por parte de un sector de la población cada vez más amplio ha afectado a este fenómeno. Lejos de lo que pudiera parecer, la capacidad viral de las noticias no está tan directamente relacionada con la acción de los denominados «bots» (perfiles sociales programados), quienes difunden por igual noticias falsas o veraces, sino por los seres humanos, que sí ejercen una acción consciente de filtro de las informaciones y noticias que comparten (CE, 2018; Elías, 2018).

Sea cual sea el tipo de *fake new* al que nos enfrentemos, todas comparten una naturaleza, contenidos y objetivos que las hacen perniciosas a nivel potencial y práctico, ya que imposibilitan que los sujetos puedan emitir juicios críticos de carácter racional y objetivo ajustados a la realidad, lo que tiene como primera consecuencia que las decisiones que toman y las acciones que se formulan parten de un claro sesgo. Además, en la medida en la que tienden a autojustificarse mediante la descalificación de las posturas contrarias, es imposible establecer dinámicas de contrastación y diálogo, generando una clara fractura social.

El sustrato fundamental de cualquier *fake new* es su capacidad para generar desinformación (Marcos *et al.*, 2017; Pauner, 2018; Rodrigo-Alsina y Cerqueira, 2019), de una forma intencional o no (Emerich, 2015; Fraguas de Pablo, 1985), mediante la omisión o la manipulación de la información, así como mediante un aumento en la dificultad de acceder a la información completa y veraz de un hecho. Esta dinámica viene acompañada de una construcción formal de la información que la hace mimetizarse con otras informaciones que sí son veraces, además de vincularse afectivamente con el consumidor de dicha información



(Rodrigo-Alsina y Cerqueira, 2019; Burgueño, 2018). A esto habría que añadir el poder legitimador de determinadas fuentes, como podría ser una autoridad política o una autoridad vinculada con la ciencia.

No obstante, no podemos perder de vista que las *fake news* no pueden ser entendidas si no son puestas en relación con sus potenciales consumidores. Es decir, las *fake news* no permean en todos los grupos sociales por igual ni con la misma facilidad. Podríamos decir que cada *fake news* tiene un target preferencial de destinatarios en base a la propia naturaleza del grupo, su orientación, su exposición o su vulnerabilidad a determinados temas (Torreblanca y Romero, 2019).

Un tipo particular de *fake news* que ha tomado relevancia desde la pandemia han sido las *fake news* en ciencia y las «*fake science*» o «montajes hacia el interior de la propia comunidad científica». El contexto de incertidumbre generada en la crisis global de la pandemia ha incentivado que los usuarios de Internet buscaran información sobre temáticas para las que las ciencias tradicionales aún no habían tenido la capacidad de desarrollar un conocimiento consolidado. La necesidad de información y la ausencia de conocimiento contrastado tuvo como consecuencia la generación de un contexto de oportunidad para el desarrollo de una «infodemia» o epidemia de información caracterizada especialmente por fundamentarse en datos no contrastados, informaciones poco creíbles o directamente cuestionables desde los estándares de calidad científica vigentes en este momento.

El hecho de que la comunidad científica y el ámbito del conocimiento se haya caracterizado por ser hermética y poco accesible para la ciudadanía en su conjunto (hasta hace relativamente poco tiempo la divulgación científica era una cuestión a la que se dedicaba apenas información) ha contribuido a que en un momento de necesidad informativa, determinados focos localizados en las redes sociales se hayan posicionado de forma ventajosa a la hora de proveer de información, y de que incluso se percibiese a la comunidad científica como «colaboracionista» en un proceso de manipulación informativa desde determinadas corrientes «conspiracionistas» (Del Socorro *et al.*, 2006).

En la base de muchas de estas corrientes hay una cuestión de fondo que no es nada desdeñable. Si partimos de la premisa de que la transferencia de conocimiento entre el ámbito académico y la sociedad está vinculado de forma inherente a una dinámica de gestión del conocimiento (Marulanda *et al.*, 2019) con una clara finalidad de aprovechamiento de ese conocimiento desde una forma práctica, ¿hasta qué punto podemos estar totalmente seguros que ese proceso de transferencia no se encuentra mediado por intereses particulares ya sea de la propia academia, de los entes que lo financian o las élites de poder predominantes en cada contexto social y cultural? Tal y como planteaba el filósofo Jean Lyotard (1991), «¿dónde reside la legitimidad de estas narrativas y conocimientos?».



En este panorama no ha ayudado nada el hecho de que las dinámicas de producción científica y de comunicación de la comunicación estén cada vez más expuestas a intereses mercantilistas (López-Borrull, 2019a y b) bastante alejados de las necesidades sociales. La necesidad de publicar a toda costa como criterio de excelencia en la comunidad científica ha encontrado su recibo en la emergencia de canales de comunicación que no siempre responden a criterios de calidad y excelencia (véase como ejemplo las denominadas «revistas depredadoras»). Es innegable que el contexto de hipercompetencia, la perversión del sistema de financiamiento al que está sujeta la investigación y la exposición a un modelo de gestión de la investigación en términos de negocio afectan de forma muy negativa el desempeño científico (Marc y Siddhartha, 2017), hasta tal punto que los principales problemas con los que nos encontramos es el bajo impacto en la difusión y transferencia de resultados así como el alarmante aumento de publicaciones cuyas conclusiones se pueden considerar erróneas o cuestionables (Higginson y Munafò, 2016).

Todo esto, unido a la potencialidad comunicativa de las redes sociales, crea una tormenta perfecta en la que predomine el flujo de comunicaciones científicas de baja calidad o abiertamente erróneas que sean susceptibles de ser instrumentalizadas ideológicamente (Arellano, 2020; Marc y Siddhartha, 2017).

La ciencia ciudadana como práctica socialmente innovadora

En este contexto de incertidumbre se hace imprescindible buscar cómo mejorar la credibilidad y el apoyo ciudadano hacia la ciencia a la misma vez que se puedan generar dinámicas de sostenibilidad para la misma (Scheufele, 2014; Weingart, 1998). Esta necesidad se puede ver cubierta de forma suficiente mediante el recurso de lo que se han venido a denominar «prácticas de innovación social» aplicadas a este ámbito.

La innovación social no es un fenómeno nuevo, aunque ha ido ganando relevancia en el último cuarto de siglo en ámbitos tan diferentes como el político, el tejido social o el ámbito económico más identificado con la responsabilidad social de la economía. En el sustrato de cualquier enfoque sobre innovación social es posible identificar la necesidad de explorar nuevos mecanismos de resolución de problemas y coberturas de necesidades sociales que partan de la propia ciudadanía, que les dote de autoridad y legitimidad en la toma de decisiones y en la gestión de procesos y que tengan un impacto social positivo y perdurable. Como se puede ver claramente, se trata de un cambio de paradigma en el que no solo importa el resultado, sino que presta atención a los mecanismos mediante los cuales se logra, haciendo una opción clara por un modelo



caracterizado por el conocimiento situado, la corresponsabilidad y la mejora de la gobernanza.

En sentido amplio, se puede definir la innovación social como

toda producción cultural que surge de un proceso estructurado promovido por un ecosistema de innovación social, que da cobertura de una manera valorable a un acontecimiento social definido bajo el paradigma de los derechos humanos y que además de atender de manera sostenible a la demanda o necesidad que lo origina genera cambios sistémicos significativos [Hernández-Ascanio *et al.*, s. f.].

De esta definición se puede inferir que cualquier innovación social tiene un componente estructural (está inserto y parte del entramado sociocultural de la población afectada), relacional (se genera en un contexto de interrelación ecosistémica entre actores dentro de un sistema dado), finalista (busca resolver un problema o cubrir una demanda social) y ético (busca compensar las relaciones sociales que tienen como resultado situaciones de desigualdad). Como se puede observar claramente, todos los componentes responden de una forma oportuna, neutralizándolas, a las diferentes dimensiones que estructuran la dinámica en la que se generan las *fake news*, por lo que puede ser considerado como un enfoque adecuado para abordar este fenómeno.

En los últimos años hemos asistido a la emergencia de un nuevo enfoque de hacer y comunicar la ciencia que bien puede ser categorizado como una práctica de innovación social. Nos referimos a lo que se ha venido a denominar como «ciencia ciudadana», que, si bien tiene su origen en un interés por democratizar la ciencia y hacerla más accesible, puede tener una clara aplicabilidad en el ámbito de las *fake news* en el ámbito científico o en las *fake science*.

La ciencia ciudadana puede definirse como

una manera de producir nuevo conocimiento científico a través de un proyecto estructurado de investigación colectiva, participativa y abierta, impulsado por distintos tipos de actores, quienes no necesariamente se desempeñan dentro de los ámbitos académicos [Bonney *et al.*, 2007].

La aplicación de este enfoque puede hacerse desde diferentes alcances (local o global) y en diferentes ámbitos (ciencia básica o aplicada).

En este enfoque nos podemos encontrar con diferentes roles y grados de participación de la ciudadanía que van desde la identificación del foco de investigación, la recolección y análisis de datos hasta la participación en todas las fases del proceso de investigación en igualdad de condiciones que el cuerpo académico (Bonney *et al.*, 2007).

La ciencia ciudadana tiene como primer beneficio el que mejora la capacidad de generar conocimiento científico desde una lógica en la que se reducen las brechas entre el mundo académico y la sociedad. Al basarse en un enfoque de democratización del proceso de generación de conocimiento aumenta la apro-



piación de la ciudadanía con respecto a los resultados, a la misma vez que los dota de mayor legitimidad. En última instancia, este aumento de legitimidad se traduce en una adopción más fácil de los resultados y en una menor resistencia por parte de la ciudadanía a aceptar conclusiones que puedan estar inicialmente más alejadas de su espectro ideológico (Bonney *et al.*, 2014).

La ciencia ciudadana permite a su vez reivindicar el conocimiento situado de los sujetos, revalorizándolo, lo que contribuye a redistribuir la capacidad de los diferentes actores sociales en términos de poder. Asimismo, aumenta el compromiso social de la ciudadanía con la temática y con sus soluciones, lo que a su vez va acompañado de un proceso de empoderamiento social en términos de conocimientos, habilidades y actitudes con respecto a las diferentes problemáticas, lo que se traduce en una mayor impermeabilidad de la ciudadanía ante informaciones no veraces, el desarrollo de una mayor actitud crítica ante la información que se consume así como en una gestión más responsable del conocimiento que se comunica (Gortázar *et al.*, 2020).



Prácticas socialmente innovadoras de ciencia ciudadana frente a las *fake news*

En términos generales, la ciencia ciudadana aplicada como mecanismo de respuesta al fenómeno de las *fake news* en el mundo científico puede desarrollarse en varias direcciones, que no son excluyentes.

En primer lugar, si las redes sociales son el espacio natural en el que se desarrolla el fenómeno de las *fake news*, disponer de un «ejército» de sujetos conectados con el compromiso de escrutar la red con el objetivo de localizar y neutralizar estas noticias funciona como el mejor cortafuegos disponible, tanto en términos de eficacia como de sostenibilidad. A esto hay que añadir que cuando los datos brutos de una investigación se encuentran disponibles en la red se ven sometidos a una mayor posibilidad de triangulación de sus resultados, lo que redundará en una mayor veracidad de los mismos.

Una segunda dirección tiene que ver con la que comunica divulgación científica y empoderamiento ciudadano. Que los resultados de los procesos científicos sean más aprehensibles por parte de la ciudadanía permite un mayor empoderamiento de esta, lo que se traduce en última instancia en sujetos más autónomos y con mayor capacidad de discriminar en un entorno caracterizado por la inmediatez, la rapidez y la saturación en términos informativos.

En tercer lugar, la ciencia ciudadana tiene la capacidad de facilitar la transformación de determinadas disciplinas tales como el periodismo, generando sinergias claras en la contención de fenómenos como el de las *fake news*. Un claro ejemplo de esto es la emergencia y consolidación en un período de tiempo muy corto del denominado «periodismo de datos» y «periodismo cientí-

fico» (Fernández-García, 2017). Por último, la ciencia ciudadana supone una transformación radical e incremental del paradigma científico vigente en los doscientos últimos años tanto en términos epistemológicos como metodológicos (Graíño, 2014).

Algunas de las ideas anteriormente expuestas se pueden ver ejemplificadas en las siguientes prácticas más comunes:

- a) Técnicas de verificación de datos o *fact-checking*. En la actualidad son de las estrategias que mayor crecimiento y consolidación han experimentado en las sociedades occidentales (Cytrimblum, 2017; Stencel, 2016). Este tipo de recurso se ha utilizado especialmente con el objetivo de verificar y contrastar informaciones de carácter político (Nyhan y Reifler, 2010), aunque también se ha aplicado sobre noticias o informaciones con una gran expansión en redes sociales, como puedan ser algunas noticias de carácter científico.

En un contexto de sobresaturación informacional, se ha convertido en el recurso más utilizado por la comunidad periodística para validar las informaciones de las que se hacen eco (Amorós, 2018).

El último censo actualizado sobre la materia por la organización especializada Duke Reporter's Lab pone de manifiesto que actualmente se encuentran en activo alrededor de 349 organizaciones y sitios especializados en la verificación de datos (Duke Reporter's Lab, 2022). Estas iniciativas tienen una amplia representación internacional (Adair y Thakore, 2015). Para el caso del Estado español, algunos de los ejemplos más significativos son *El Objetivo*, *EFE Verifica*, *Maldita.es*, *Poletika*, *Newtral*, *AFP Factual España* y *Verificat*.

- b) Observatorios de *fake news*. Los observatorios actúan a modo de «cazadores» de este tipo de noticias y los podemos encontrar desde los que funcionan como portal de denuncia, tipo FakeNurses, a los que aplican la inteligencia artificial y el aprendizaje automático, tales como Misinformation Widget.
- c) Metodologías de análisis y verificación de informaciones con soporte experto tales como la aplicación NewsGuard.
- d) Dispositivos, aplicaciones y programas para la verificación de datos y análisis de contenido. Un ejemplo es InVID, que se trata de un *plugin* de código abierto y gratuito que permite verificar la fuente de videos e imágenes que se comparten en redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube.



Conclusiones

Una primera afirmación que podemos llevar a cabo es que el aumento de las *fake news* está íntimamente relacionado con una creciente crisis de confianza en los medios de comunicación y de información que habían sido hegemónicos hasta el momento. Esta crisis de confianza pone de manifiesto a su vez una paradoja subyacente: nos referimos a la tensión constante de la ciudadanía de poder acceder a información que cubra sus necesidades y expectativas a la misma vez que la participación de la ciudadanía, muchas veces acrítica, acelera una producción, circulación y consumo de informaciones de veracidad cuestionable que degenera en un escenario de desinformación generalizada (ya sea de una forma intencional o como resultado de una dinámica aleatoria). Junto con esto, la dinámica de consumo de la información aumenta la fractura social, haciendo cada vez más impermeables a unas facciones con respecto a otras en un símil de espacios estancos, en los que las noticias no tienen solo una función informativa, sino también ideológica y de reproducción social.

En la dinámica subyacente al flujo de *fake news* podemos encontrar múltiples motivaciones, pero en el caso de las aplicadas al ámbito científico no podemos utilizar una única de referencia, sino que debemos entenderlas desde un nodo en el que se entrecruzan necesidades sociales, dinámicas disciplinares y elementos contextuales. Este no es un fenómeno nuevo, en la medida en la que es posible identificar a lo largo de la historia de la ciencia una creciente desconexión de la sociedad que ha servido de caldo de cultivo para la proliferación del fenómeno emergente de las *fake news* en ciencia y de las *fake sciences*.

Pese a la aparente resignación que debiera prevalecer ante este escenario, es posible vislumbrar posibilidades de acción que permitan una reivindicación de la ciudadanía como conocimiento crítico y experto no solo en lo que tiene que ver en la discriminación de los diferentes grados de veracidad de la información, sino también con la producción de conocimiento veraz y riguroso.

Finalmente, la intervención sobre *fake news* en el ámbito de la ciencia y la tecnología basada en un enfoque de ciencia ciudadana proponen una nueva oportunidad: generar espacios de conocimiento de carácter convergente, un aumento de la legitimidad y el reconocimiento social de los resultados derivados de estas prácticas que puede traducirse en una mayor y mejor adhesión a los resultados del conocimiento adquirido. ★



Bibliografía

- ADAIR, B. y THAKORE, I. (2015). «Factchecking Census Finds Continued Growth Around the World». *Duke Reporter's Lab*. Recuperado de: <https://reporterslab.org/fact-checking-censusfinds-growth-around-world/>
- ALLCOTT, H. y GENTZKOW, M. (2017). «Social Media and Fake News in the 2016 Election». *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2): 211-36.
- AMORÓS, M. (2018). *Fake News. La verdad de las noticias falsas*. Plataforma Editorial.
- ARELLANO, P. (2020). «Altmetrics: presente y futuro de la evaluación científica». Disponible en: <https://infoxicados.cl/altmetrics-presente-y-futuro-de-la-evaluacion-cientifica/>
- BLANCO, I.; GARCIA, C. y TEJEDOR, S. (2019). «El impacto de las fake news en la investigación en ciencias sociales. Revisión bibliográfica sistematizada». *Historia y Comunicación Social*, vol. 24, n.º 2, pp. 449-469.
- BONNEY, R.; COOPER, C. B.; DICKINSON, J.; KELLING, S.; PHILLIPS, T.; ROSENBERG, K. V. y SHIRK, J. (2009). «Citizen Science: a Developing Tool for Expanding Science Knowledge and Scientific Literacy». Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/232687546_Citizen_Science_A_Developing_Tool_for_Expanding_Science_Knowledge_and_Scientific_Literacy
- BONNEY, R.; SHIRK, J. L.; PHILLIPS, T. B.; WIGGINS, A.; BALLARD, H. L.; MILLER-RUSHING, A. J. y PARRISH, J. K. (2014). «Next Steps for Citizen Science». Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/261186507_Next_Steps_for_Citizen_Science
- BURGUEÑO, J. (2018). «Fake news, un fenómeno nuevo con siglos de historia». *Telos*. Disponible en: <https://telos.fundaciontelefonica.com/fake-news-fenomeno-nuevo-siglos-historia/>
- CARRERA, P. (2018). «Estratagemas de la posverdad». *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 73, pp. 1469-1481.
- COMISIÓN EUROPEA (2018). *Resultados finales del Eurobarómetro sobre noticias falsas y desinformación en línea*. Disponible en: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-results-eurobarometer-fake-news-and-onlinedisinformation>
- CYTRYNBUM, A. (2007). *Periodismo social: una nueva disciplina*. Buenos Aires, La Crujía.
- DEL SOCORRO, M.; MEJÍAS, J. y SCHMAL, R. (2006). «Un acercamiento al concepto de la transferencia de tecnología en las universidades y sus diferentes manifestaciones». *Panorama Socioeconómico*, vol. 24, n.º 32, pp. 70-81.
- DUKE REPORTER'S LAB (2022). «Fact-Checking». *Duke Reporter's Lab*. <https://reporterslab.org/fact-checking/>
- ELÍAS, C. (2018). «Fake news, poder y periodismo en la era de la posverdad y "hechos alternativos"», *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*. Disponible en: <https://institucionales.us.es/ambitos/fakenews-poder-y-periodismo-en-la-era-de-la-posverdad-y-hechos-alternativos/>
- FERNÁNDEZ-GARCÍA, N. (2017). «Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática». *Revista Fakepolítica*, n.º 269, pp. 66-77.
- FRAGUAS DE PABLO, M. (1985). *Teoría de la desinformación (Misinformation Theory)*. Madrid: Alhambra.
- GELFERT, A. (2018). «Fake News: A Definition». *Informal Logic*, vol. 38, n.º 1, pp. 84-117. DOI: <https://doi.org/10.22329/il.v38i1.5068>
- GORTÁZAR, C.; DE LA FUENTE, J. y GARDE, J. (2020). «Cómo distinguir entre buena ciencia, mala ciencia y pseudociencia». *The Conversation*. Disponible en: <https://theconversation.com/como-distinguir-entre-buena-cienciamala-ciencia-y-pseudociencia-120776>
- GRAIÑO, S. (2014). «La evolución de los argumentos justificadores de la divulgación y el periodismo científico». *Prisma Social*, n.º 12, pp. 232-297.





- HERNÁNDEZ-ASCANIO, J.; AJA-VALLE, J.; MEDINA-VIRUEL, M. J. y RUEDA-LÓPEZ, R. (s. f.). «Hacia una (nueva) fundamentación teórico-metodológica de la innovación social» (documento de trabajo).
- HIGGINSON, A. y MUNAFÒ, M. (2016). «Los incentivos actuales para los científicos conducen a estudios de poca potencia con conclusiones erróneas». *Plos Biology*. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pbio.2000995>
- LÓPEZ-BORULL, A. (2019a). «Fake science: el tsunami de la desinformación llega a la ciencia». *Comein*. Disponible en: <http://comein.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero86/articles/Fake-science-tsunami-desinformacion-ciencia.html>
- LÓPEZ-BORULL, A. (2019b). «De las “fake news” a la “fake science”: la desinformación llega a la ciencia». Disponible en: <https://innovadores.larazon.es/es/de-las-fake-news-a-la-fake-science-la-desinformacion-llega-a-la-ciencia/>
- LYOTARD, J. (1991). *La condición postmoderna. Informe sobre el saber*. Buenos Aires, R.E.I.
- MARC, E. y SIDDHARTHA, R. (2017). «Investigación académica en el siglo XXI: mantenimiento de la integridad científica en un clima de incentivos perversos e hipercompetencia». *Ciencias de la Ingeniería Ambiental*, vol. 34, n.º 1, pp. 51-61. DOI: <https://doi.org/10.1089/ees.2016.0223>
- MARCOS, J.; SÁNCHEZ, J. y OLIVERA, M. (2017). «La enorme mentira y la gran verdad de la información en tiempos de la postverdad». *Scire*, vol. 23, n.º 2, pp. 13-23.
- MARULANDA, C.; VALENCIA, F. y MARÍN, P. (2019). «Principales obstáculos para la transferencia de conocimiento en los centros e institutos de investigación del Triángulo del Café en Colombia». *Información Tecnológica*, vol. 30, n.º 3, pp. 39-46. DOI: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000300039>
- NYHAN, B. y REIFLER, J. (2010). «When Corrections Fail: The Persistence of Political Misperceptions». *Political Behavior*, 32(2), 303-330. <https://doi.org/10.1007/s11109-010-9112-2>
- PAUNER, C. (2018). «Noticias falsas y libertad de expresión e información: el control de los contenidos informativos en la red». *Teoría y Realidad Constitucional*, n.º 41, pp. 297-318.
- RODRIGO-ALSINA, M. y CERQUEIRA, L. (2019). «Periodismo, ética y posverdad». *Cuadernos. Info*, n.º 44, pp. 225-239.
- SCHEUFELE, D. (2014). «Science Communication as Political Communication». *PNAS*, vol. 111, n.º 4, pp. 13585-13592.
- STENCEL, M. (2018, 16 de febrero). «Global Fact-Checking up 50% in Past Year». *Duke Reporter's Lab*. <https://reporterslab.org/global-fact-checking-up-50-percent/>
- TORREBLANCA, R. y ROMERO, A. (2019). *Populismo y fake news*. Fundación Juan March. Disponible en: <https://www.march.es/actos/101647/>
- WEINGART, P. (1998). «Science and the Media», *Res Policy*, vol. 27, n.º 8, pp. 869-879.

Por una alianza de medios de izquierda en Europa

Coordinar los medios de izquierda en Europa

STERGIOS KALPAKIS

Vicesecretario de Comunicación de Syriza

Intervención de Stergios Kalpakis en el Taller Europeo de Comunicación y Medios celebrado en Madrid el 26 de noviembre de 2022.



97

Queridos camaradas:
Querría comenzar agradeciendo la invitación al seminario y la oportunidad de debatir y expresar algunos pensamientos.

Estoy contento de estar en Madrid. Es mi primera visita a esta importante ciudad. Quiero agradeceros toda la información y ayuda que me habéis proporcionado con el viaje y la estancia. No es ningún secreto que, desde que en junio Natasa [Theodorakopoulou] sugirió mi visita y hablamos con Javier [Moreno], estaba deseando que llegase este momento. Así que aquí estamos.

En septiembre de 2020 empecé a trabajar en la oficina de prensa de Syriza, en Atenas, como jefe de prensa del partido. Me encargo de la comunicación diaria pública del partido, del lanzamiento de noticias a la prensa, comunicados, resúmenes y de la elaboración de argumentarios frente a la derecha y al Gobierno de Mitsotakis. He participado en cientos de debates de televisión y radio representando a Syriza. Por lo tanto, en estos dos años he ganado experiencia y conocimiento de los medios griegos y quiero compartir con vosotras lo que he aprendido este tiempo.

Por lo que, para comenzar, me gustaría trasladaros mi experiencia en los medios y la forma en la que Syriza se ha presentado ante ellos. Esto es importante, dado que Syriza fue el partido que gobernó Grecia durante cuatro años y medio, es el principal partido de la oposición —recibió el 32% de los votos en las elecciones de 2019— y aspira a ganar las elecciones de 2023. Deseo, por tanto, compartir con vosotras algunas ideas sobre la posibilidad de coordinar los medios de

izquierda en Europa. Pero voy a empezar con el título de un artículo que publica hoy el *New York Times*: «¿Cuál es el estado de la libertad de prensa en la cuna de la democracia?». La falta de pluralismo es escandalosa en los medios en Grecia.

El principal problema en Grecia es la falta de pluralidad en los medios

La situación en Grecia empeoró durante los primeros cinco años de la crisis financiera. Durante el Gobierno de Syriza hubo un comportamiento agresivo e injusto de los medios contra Alexis Tsipras, muchas veces con noticias falsas, como nunca antes había enfrentado un Gobierno en Grecia. Además, lo que ha estado ocurriendo en los medios de comunicación en los últimos tres años y medio, desde que Mitsotakis fue elegido primer ministro, no ocurría desde la caída del régimen militar en 1974.

Mencionaré dos pares de números: 39-60 y 32-19. La primera pareja es el porcentaje de votos de Nueva Democracia en las elecciones de 2019 (39%) y su tiempo en pantalla (60%). La segunda pareja es el porcentaje de votos de Syriza en las elecciones de 2019 (32%) y su tiempo en televisión (19%). Estos son datos del Consejo Nacional Audiovisual de Grecia para 2021. En el caso de los partidos pequeños de la oposición la situación es incluso peor.

El ejemplo más típico tiene que ver con el escándalo de escuchas telefónicas, ahora conocido en Europa y el mundo. En mi opinión es el escándalo político más grande de la historia de Grecia desde la caída del régimen militar y quizás uno de los escándalos de escuchas más grandes a nivel mundial.

Bajo la dirección de la oficina del primer ministro, el Servicio Nacional de Inteligencia usó un software ilegal para espiar a la oposición, periodistas, empresarios e incluso ministros del Gobierno. Estas escuchas tenían el fin de controlar toda la información política, periodística y económica para realizar chantajes, pero también para controlar el flujo del dinero.

Desde abril [de 2022], cuando el primer aspecto del escándalo fue conocido, la mayoría de los medios intentaron ocultarlo. Los medios salieron en apoyo del Gobierno eximiendo de responsabilidad a Mitsotakis y diciendo que las encuestas reflejaban que el escándalo no preocupaba a los votantes, por lo que al no tratarse de un problema democrático, no se ganaría votos con ello.

Pero, por otro lado, tenemos excesiva visibilidad y apoyo al Gobierno de Mitsotakis, y una visibilidad pequeña o inexistente de la oposición y ataque contra su credibilidad, mientras que —al mismo tiempo— se silencian causas que puedan tener un coste político para el Gobierno.

Esta actitud de los medios no es casual. Mitsotakis permitió a los canales de televisión no pagar impuestos que sí tenían que hacerlo durante el Gobierno de Syriza. Permitted a los canales tener menos empleados que los que la ley



de Syriza obligaba. Además, dio a los medios más de cuarenta millones de euros durante la pandemia que fueron otorgados con criterios políticos.

Podría hablar horas sobre lo que hemos experimentados los últimos años en Grecia. Sobre cómo a veces sientes que estás jugando con las cartas marcadas. Pero no lo haré porque creo que incluso en este ambiente Syriza podrá ganar las elecciones de 2023 y tener un Gobierno de izquierdas otra vez. Cuando una mayoría de gente experimenta la injusticia, no hay medio que pueda ocultar la realidad que uno vive individualmente o convencerle de que su vida es mejor de la que realmente vive, y si estás centrado en cómo dar soluciones a los problemas diarios de la gente, de la clase obrera, el resultado será bueno. Si estás cerca de la gente, cerca de los trabajadores, en las calles, en las huelgas, nadie puede bloquear tu comunicación con la gente. Nadie los va a poder convencer de que la vida es mejor ahora de lo que lo era antes, y la izquierda lo que tiene que hacer es presentar soluciones, presentar soluciones a los problemas que vive la gente en el día a día. Lo que tenemos que hacer es estar cerca de ellos, tenemos que estar con ellos en la calle, tenemos que estar con ellos en las huelgas, tenemos que estar ahí porque nadie va a poder bloquear la comunicación con la gente si estamos con ellos. En la pandemia fue muy difícil; es verdad que no, no conseguimos esa comunicación, pero ahora sí estamos con ellos en la calle.

En los últimos veinte días en Atenas ha habido dos acontecimientos importantes. Por un lado, la gran huelga general, una huelga nacional, y por otro lado la gran manifestación conmemorando la revuelta de los estudiantes de la Universidad Politécnica de Atenas de 1973 contra el régimen militar en Grecia, y fue una de las razones por las que este cayó y volvió la democracia. El día de la conmemoración de la gran manifestación de la Politécnica hubo una manifestación inmensa con miles de personas en la calle. Y el mensaje que se lanzó fue muy claro: las políticas neoliberales y conservadoras deben acabar, necesitamos un cambio político.

En este entorno, Syriza está peleando para que ganen las ideas de la izquierda y la agenda progresista

En este contexto, los medios de izquierda en Grecia están intentando alcanzar una audiencia mayor y destacar asuntos como la pobreza debida a la inflación, el escándalo de las escuchas, incidentes de violencia policial contra manifestantes y periodistas, los derechos de la comunidad LGTBI+, la agenda feminista, el fin de la guerra en Ucrania y la petición de paz por una resolución pacífica de la guerra de Ucrania.

Cada país en Europa tiene sus particularidades, pero al mismo tiempo hay puntos comunes que permiten una coordinación de los medios de izquierdas que podría ser muy útil.



En este sentido os voy a dar algunas ideas con respecto a esa coordinación de los medios de izquierdas, que creo que son realistas y que pueden dar buenos resultados.

- Los medios de izquierda en Europa pueden establecer una columna que albergue artículos, opinión o reportajes de otros medios de izquierda en temas que conciernen a toda Europa o sobre eventos importantes en un país que se desee destacar.

Un ejemplo podría ser la inflación. Compartir experiencias de acuerdo con los precios en cada país, las medidas tomadas por cada Gobierno y las soluciones que se proponen desde la izquierda podría ayudar a una imagen más completa de la situación.

Otra idea podría ser las escuchas. En mi opinión el escándalo de las escuchas en Grecia no concierne solo a Grecia: nos involucra a toda Europa, ya que en este caso valores básicos como el Estado de derecho, la propia democracia o la aplicación de la justicia se han visto afectados y esto es algo que afecta a toda Europa

- También, los medios podrían promover o hablar de las acciones del Grupo de la Izquierda en el parlamento europeo.

Por ejemplo, el periódico griego *AVGI*, cada quince días, en el suplemento de los domingos, tiene un especial en el que se insertan las acciones de los miembros de Syriza en el Parlamento Europeo.

Lo mismo en la página *Left.gr*; también la emisora de radio To Kokkino 105.5 tiene un bloque titulado «Noticias desde Bruselas». Todo esto puede ser organizado para que se haga de una manera más efectiva.

- Además, creo que sería bueno organizar una reunión anual de los medios de izquierda europeos en la que pudieran encontrarse editores, periodistas y reporteros. Y esa reunión debería hacerse cada año en una ciudad distinta. Podríamos incluso aprovecharnos del Foro Europeo y hacerlo en ese marco, porque, como ya se están reuniendo cada año en una ciudad distinta, sería esta una oportunidad de compartir ideas y problemas comunes. Ver cómo coordinarnos.

Creo que con solidaridad y organización podemos hacer algo bueno.
Gracias por vuestro tiempo. ★



Por una alianza de medios de izquierda en Europa

Dar la batalla de las ideas al imperialismo

MARGA SANZ

Directora de *Mundo Obrero* y *Nuestra Bandera*

Intervención de Marga Sanz en el Taller Europeo de Comunicación y Medios celebrado en Madrid el 26 de noviembre de 2022.



101

Vivimos tiempos de confusión y desorientación en el campo de la izquierda alternativa, revolucionaria, marxista; saltan las alarmas cuando se producen derrotas electorales o cuando se comprueba el avance de las fuerzas políticas de una extrema derecha que parecía haber sido arrinconada por la historia. Sin embargo, algunas veces parece olvidarse que esas derrotas electorales son la consecuencia de derrotas ideológicas previas, son la consecuencia de que los valores del capitalismo consiguen la hegemonía y marcan la configuración de los ideales que mueven a millones de seres humanos, marcando las pautas de comportamiento y los objetivos que plantean las sociedades.

Estas fuerzas del capital han tenido siempre claro esa necesidad de conseguir la hegemonía ideológica para asegurar su dominio de la sociedad, han dedicado tiempo y recursos para dotarse de un cuerpo ideológico con el que tratan de imponer un pensamiento único que sostenga su modelo de sociedad capitalista, insolidaria, autoritaria, patriarcal, consumista. Tienen todo un aparato ideológico al servicio de estos objetivos: fundaciones, revistas de pensamiento, medios de comunicación, etcétera.

Sin embargo la izquierda lleva, llevamos, años minusvalorando la lucha ideológica y entrando tímidamente en las nuevas formas de comunicación donde trasladar la propuesta política y la lucha de ideas. Resulta paradójico cuando se trata de una izquierda que siempre había dado gran importancia a esta lucha; la izquierda que había configurado un cuerpo ideológico con el que había conseguido disputar la hegemonía del pensamiento al capital durante gran

parte del siglo XIX y XX. De esta manera había conseguido que las fuerzas de la burguesía llegaran a avergonzarse de su propio nombre —siendo burgués o capitalista un insulto. Una izquierda que, como el Partido Comunista de España, se planteó en plena Guerra Civil fundar una revista de pensamiento como *Nuestra Bandera*, afianzar *Mundo Obrero* como diario, volcarse en revistas como *El Mono Azul* o potenciar *La Barraca*, que llevó la cultura a las trincheras. El PCE entendía que la guerra no se ganaba solo desde la lucha militar, sino que se ganaba también desde la lucha política e ideológica.

Necesitamos imperiosamente que nuestra propuesta llegue a todos los rincones de la sociedad

Necesitamos imperiosamente que la propuesta agite las conciencias, organice la respuesta a los valores y las políticas del capital. Y lo necesitamos con urgencia por la gravedad del momento político que vivimos: la recomposición de la derecha, el auge de los valores más reaccionarios y su personificación en una extrema derecha envalentonada y sin complejos en exhibir su anticomunismo desde el odio, el insulto y la descalificación.

Una realidad que tiene su raíz y se alimenta en la estrategia belicista del imperialismo norteamericano, que es la respuesta a su fracaso en el objetivo de imponer un orden internacional de carácter unipolar, que supusiera la muerte de las ideologías y el fin de la historia. Una realidad que plantea como objetivo inmediato la confrontación, utilizando todos los medios a su alcance con los Estados que se niegan a supeditar su política a los mandatos de los Estados Unidos, de manera especial a los que considera sus enemigos sistémicos, Rusia y China, y a quienes impiden que América Latina vuelva a ser su *patio trasero*.

Desde esta perspectiva, hoy, el imperialismo se han planteado que la mejor estrategia para conseguir sus objetivos es llevar al mundo a una situación de Guerra Fría que le permita reagrupar fuerzas y dividir a la comunidad internacional en bloques de Estados cerrados, desconectados entre sí y enfrentados económica, política y militarmente. De esta forma poder asumir Estados Unidos, nuevamente, la responsabilidad de reagrupar y liderar a lo que cínicamente denominan «mundo libre», que no es otra cosa que los Estados imperialistas que han dominado el mundo, con métodos coloniales, durante siglos.

En este intento de que esta cínica división que plantea el imperialismo sea asumida por amplias capas de la población y sirva de autojustificación para saltarse en sus actuaciones la legislación internacional es donde se sitúa la primera batalla: entre *Estados democráticos* y *Estados autoritarios*, y es ahí donde tenemos que librar la primera batalla ideológica. No se puede permitir la manipulación que supone que quienes explotan, marginan, llevan la destrucción y la guerra a todos los rincones del planeta para saquear sus recursos natura-



les se autoproclamen como *democráticos*, mientras son situadas como *dictaduras autoritarias* los Gobiernos que defienden el derecho de los pueblos a decidir libremente cómo organizan su sistema social y económico.

Algunas ideas para disputar la hegemonía al capitalismo en su actual fase imperialista

Es imprescindible que nos dotemos de instrumentos que nos permitan dar la batalla en el terreno de las ideas desmontando con argumentos sólidos cada una de sus mentiras y manipulaciones; hacerlo, además, desde el convencimiento de que tener la razón es importante, pero sirve de poco si no somos capaces de que nuestro mensaje llegue de forma directa y clara a todos los rincones de nuestra sociedad, sobre todo a aquellos sectores que por estar menos politizados son más proclives a ser manipulados por la poderosa maquinaria ideológica del imperialismo y del fascismo.

Es fundamental en Europa, a la que Estados Unidos asigna un papel subordinado en el bloque imperialista, castigando nuestra economía, involucrando a la Unión Europea en la guerra de Ucrania y haciendo avanzar la pobreza y el deterioro de nuestra vida y nuestro medio. Muy especialmente impactan sus medidas en la clase trabajadora, las mujeres, la juventud y las personas migrantes, dentro de sus objetivos escondidos tras la guerra de Ucrania por hacerse con el control del mercado energético y amparando una especulación sin límites que hace la vida cada vez más insoportable a las capas populares, convirtiéndolas en pasto de los movimientos fascistas.

Igual que abordamos la unidad de la izquierda social y política como un instrumento de nuestra estrategia de conformar un bloque social alternativo al poder del gran capital, la izquierda necesita un gran acuerdo para articular la lucha política e ideológica que traslade de forma coordinada los principales ejes de nuestra alternativa a la sociedad para disputar la hegemonía al capital. Por eso, articular el encuentro entre periódicos y medios de la izquierda, su colaboración permanente, es fundamental. En Europa es fundamental.

Para ello, debemos preguntarnos: ¿cómo podríamos ser capaces de disputar la hegemonía política, social e ideológica al capitalismo en su actual fase imperialista, tanto en el fondo argumental como en los medios? Y me atrevería a avanzar algunas ideas:

- Una, profundizar la idea de que **el desarrollo de la sociedad humana debe tomar la mejora del bienestar social y el desarrollo integral de los seres humanos como su punto de partida y meta final, que no es exclusivo de Europa, sino del mundo.** Hay que defender que todos los países y naciones del mundo deben disfrutar en pie de igualdad las oportunidades y



derechos al desarrollo, por lo que es necesario impulsar el desarrollo inclusivo y de beneficio universal para que no se quede ningún país atrás.

- Otra, **potenciar un movimiento por la paz que tenga la más amplia y plural composición con capacidad para dar respuesta a la ofensiva militarista que está planteando el imperialismo.** Nos corresponde, para ello, desmontar los argumentos que defienden que una sociedad es más segura en la medida en que esté más armada, y conseguir ganar el máximo apoyo social en la defensa de un modelo de seguridad global que alcance todos los ámbitos de la vida desde planteamientos solidarios, desmilitarizados, para poder dedicar el máximo de recursos a implantar medidas económicas, sanitarias, sociales para el logro de una salida de la crisis en favor de la mayoría social.
-  → Establecer una **colaboración de periódicos de izquierdas y progresistas**, impulsando encuentros que permitan establecer una línea estratégica de comunicación (mensajes, campañas unificadas...).
- Empezar por crear **una base de datos** entre los medios de izquierda que permita el intercambio de información y documentación y nos facilite el trabajo y su difusión. Porque si bien es verdad que el imperialismo nos supera en medios y recursos, también es verdad que a veces nosotros no sacamos el suficiente provecho de los que tenemos.

En ese camino estamos empezando a trabajar.
Gracias por la atención. ★

La peor ley de la comunicación audiovisual

JOSÉ MANUEL MARTÍN MEDEM*

Representante de Unidas Podemos en el Consejo de Administración de RTVE

La Ley General de la Comunicación Audiovisual de 2010 fue un desastre, y ahora su reforma neoliberal es peor. Entrega la autoridad audiovisual al Ministerio de Asuntos Económicos, jibariza el servicio público, bloquea las iniciativas sociales, no reconoce el derecho de acceso y consagra el poder de los negocios audiovisuales. ¿Confirma la abstención en la votación parlamentaria sobre la reforma que Unidas Podemos no tiene una coherente política de comunicación?

La reforma de la Ley General de la Comunicación Audiovisual, aprobada el año pasado en el Parlamento con los votos del PSOE y la abstención de Unidas Podemos y del Partido Popular, jibariza el servicio público, consagra el poder de los negocios audiovisuales, confina en el ámbito local a las iniciativas sociales, no incluye el reconocimiento del derecho de acceso¹ y establece

* Fue director de *Mundo Obrero* y forma parte de la Junta Ejecutiva de la Federación de Sindicatos de Periodistas. Autor del libro *La agonía de TVE*, publicado por El Viejo Topo.

¹ El **derecho de acceso** se establece en el artículo 20 de la Constitución: «La ley garantizará el acceso de los grupos sociales y políticos significativos a los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público». El artículo 28 de la Ley de 2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal y el artículo 27 del mandato marco parlamentario de 2008 concretan lo que RTVE no está haciendo: «El derecho de acceso se aplicará en RTVE de manera global, mediante la participación de los grupos sociales y políticos significativos como fuentes y portadores de información y opinión en el conjunto de la programación, y de manera directa, mediante espacios específicos, conforme a lo establecido en la legislación general audiovisual. RTVE garantizará la disponibilidad de los medios técnicos y humanos para



al Ministerio de Asuntos Económicos como la autoridad audiovisual que aplica y puede modificar la ley.

Es la peor ley de la comunicación audiovisual desde que en 1980 la UCD y el PSOE pactaron el Estatuto de la Radio y la Televisión con el acuerdo de que el partido que gobernase controlaría RTVE.

En la elaboración de la reforma se han impuesto los neoliberales del PSOE, y el PP ha disimulado con su abstención lo mucho que le gusta la nueva LGCA, que pone a su disposición las herramientas para facilitar la impunidad de sus aliados de los negocios audiovisuales, bloquear las iniciativas sociales y aumentar la privatización del servicio público.

En Unidas Podemos se argumenta que la abstención sobre la reforma de la LGCA es el resultado de las complicadas negociaciones para contar con el voto del PSOE en la aprobación de otras leyes muy importantes. Pero me parece que no ha habido ni el mínimo debate para comprobar si ese voto es en realidad la consecuencia de que en Unidas Podemos no tengamos una auténtica **política de comunicación**.



106

Se impone el mercado contra la democracia

La LGCA ignora ahora la definición de la Ley de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal y del mandato marco para RTVE,² que consideran a la comunicación audiovisual como un servicio público esencial para la democracia, y la convierte en un servicio de interés económico general. Se impone el mercado contra la democracia.

La reforma de la LGCA oculta una contradicción fundamental sobre el pluralismo en la información. Anuncia como principio general de la comuni-

la realización de los espacios del derecho de acceso». Y la Ley de 2009 de Financiación de RTVE obliga (lo que tampoco se está haciendo) a «dedicar al menos doce horas semanales en horario no residual entre sus distintos canales de la radio y de la televisión a emitir programas y presencia en los servicios interactivos para el acceso de los grupos políticos, sindicales y sociales».

² El **mandato marco** es lo que el Parlamento decide sobre lo que debe hacer RTVE. Según el artículo 54 de la reforma de la LGCA, el mandato marco establece para un período de ocho años los objetivos generales de la función del servicio público de RTVE, el modelo de gestión, las líneas estratégicas de la producción y la programación, la política de los servicios digitales y las obligaciones financieras. Los objetivos generales deben incluir el fomento de los principios y valores constitucionales, la actuación independiente respecto de los Gobiernos, la veracidad y la neutralidad informativa. Los Gobiernos y RTVE suscribirán un **contrato programa** cada cuatro años que concretará y desarrollará estratégica y organizativamente los objetivos establecidos en el mandato marco y el presupuesto de RTVE. El actual mandato marco, aprobado en 2008, está caducado y pendiente de su renovación en el Parlamento. Los sucesivos Gobiernos no han cumplido con su obligación de negociar el contrato programa para RTVE.

cación audiovisual que «se promoverá la pluralidad a través del fomento de la existencia de un conjunto de **medios, tanto públicos como de titularidad privada y comunitarios**, que reflejen el pluralismo ideológico y político». Pero en sus artículos 67, 49 y 81 convierte el supuesto reparto equitativo entre los tres sectores (servicio público, iniciativas sociales y negocios audiovisuales) en una convivencia muy desigual. Según el artículo 67, solo se adjudicará a RTVE un máximo del 25% del espacio radioeléctrico para el servicio de televisión de ámbito estatal y del 35% para el servicio radiofónico. Y en los artículos 49 y 81 se impone que el servicio de comunicación audiovisual televisivo y radiofónico comunitario se realizará solo en el ámbito local o inferior. Si **las iniciativas sociales**, mal llamadas comunitarias,³ quedan **confinadas en lo local** y RTVE solo puede ocupar el **25% en la televisión** y el **35% en la radio**, el resultado es que se regala a los **negocios audiovisuales** el **75% de la televisión** y el **65% de la radio** en todo el ámbito estatal.

A las limitaciones para RTVE se añade la posibilidad de privatizar el servicio público audiovisual en las comunidades autónomas porque el artículo 72 de la reforma de la LGCA asume el modelo del Partido Popular: «Los órganos competentes de las comunidades autónomas podrán acordar la transformación de la gestión directa del servicio en gestión indirecta».



³ Artículo 2 de la reforma de la LGCA: «El **servicio de comunicación audiovisual televisivo o radiofónico comunitario** debe ofrecer contenidos de proximidad destinados a dar respuesta a las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de las comunidades y de los grupos sociales a los que da cobertura, basándose en criterios abiertos, claros y transparentes de acceso respecto a la emisión, la producción y la gestión, **asegurando la máxima participación ciudadana y el pluralismo**».

Artículo 49 de la reforma de la LGCA: «El servicio de comunicación audiovisual televisivo comunitario requerirá licencia concedida por la autoridad audiovisual autonómica en el marco de la planificación del espectro radioeléctrico realizada por el Estado con la obligación de reservar el dominio público radioeléctrico necesario para la prestación de estos servicios». Cuando las iniciativas sociales reclaman las licencias necesarias, los Gobiernos de las comunidades autónomas responden que no pueden concederlas porque el Estado no ha realizado la obligatoria planificación del espectro radioeléctrico. Esta situación se mantiene desde la aprobación en 2010 de la primera versión de la LGCA.

Ni siquiera se garantiza la continuidad de los medios locales que han resistido en sus emisiones. Según la disposición transitoria tercera, «los servicios de comunicación audiovisual televisivos y radiofónicos comunitarios que acrediten su funcionamiento ininterrumpido durante los últimos cinco años, sin haber causado problemas de interferencias, y pretendan continuar su actividad, podrán solicitar, en el plazo de seis meses desde la entrada en vigor de esta ley, la concesión del correspondiente título habilitante a la autoridad audiovisual autonómica». Como en el artículo 49, la concesión de las licencias permanecerá bloqueada mientras el Estado no cumpla con su obligación de planificar el reparto del espectro radioeléctrico.

No hay una autoridad audiovisual independiente

La gran reclamación sobre la LGCA desde la aprobación de su primera versión en 2010 es el establecimiento de una **autoridad audiovisual independiente** que conceda las licencias y vigile y pueda sancionar el comportamiento del servicio público, las iniciativas sociales y los negocios audiovisuales. El denominado **Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA)** fue una iniciativa del Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero que no se atrevió a desarrollar, eliminado de la ley por el Gobierno de Mariano Rajoy. Ahora los neoliberales del PSOE han abandonado el proyecto de Zapatero y lo han convertido en todo lo contrario: **la intervención del Gobierno como autoridad audiovisual**.

Es lo peor de la reforma de la LGCA. Según el artículo 153, «el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital es la autoridad audiovisual de ámbito estatal con las competencias de **proponer, elaborar y modificar las normas en materia audiovisual que se consideren necesarias**».

Esta legalizada intervención del Gobierno, a través del Ministerio de Asuntos Económicos, va en contra de lo que dice el artículo 5 de la Ley de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal: «RTVE gozará de autonomía en su gestión y actuará con independencia funcional del Gobierno y de la Administración General del Estado». ¿Cómo se puede mantener la autonomía y la independencia frente a los Gobiernos si el Ministerio de Asuntos Económicos puede hacer lo que quiera con RTVE? ⁴

Los neoliberales del PSOE le han regalado al PP la guillotina perfecta para que, si llega a gobernar en complicidad con Vox, pueda actuar —con esta nueva *legalidad*— contra RTVE y contra cualquier otro ámbito de la comunicación audiovisual que quiera cambiar, como hizo con Telemadrid el Gobierno de Isabel Díaz Ayuso.

⁴ El primer paso en la nueva capacidad de intervención gubernamental se produjo al incluir en la reforma de la LGCA la modificación de la Ley de Financiación de RTVE, que mantiene la incertidumbre en la corporación al no contar con un presupuesto suficiente y estable que permita la planificación a mediano y largo plazo. El incumplimiento de la legislación vigente sobre su financiación durante los últimos doce años (sobre todo por el Gobierno del PP) ha reducido en casi cuatro mil millones de euros los presupuestos que a RTVE le correspondían.

La nueva competencia del Ministerio de Asuntos Económicos como autoridad audiovisual se añade a lo que establece el artículo 22: «El otorgamiento de las licencias para el servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito estatal corresponde al Consejo de Ministros». Con este poder, los Gobiernos pueden conceder las licencias para los negocios audiovisuales a cambio de apoyo político, sobre todo en las campañas electorales.



RTVE al borde del abismo

La reforma de la LGCA convierte en autoridad audiovisual al Ministerio de Asuntos Económicos (la fortaleza del sector neoliberal del PSOE en el Gobierno de coalición), entrega a los negocios el 75% de la televisión, bloquea las iniciativas sociales y deja a RTVE al borde del abismo. Es el resultado de los **cuarenta años de descomposición política, económica y cultural de la comunicación audiovisual** bajo el bipartidismo que comenzó con el *felipismo*, continuó durante la *aznaridad*, se transformó con Zapatero, empeoró con Rajoy, se enquistó con la administradora única de Sánchez y ahora desemboca en su consolidación con la hegemonía legislativa del sector neoliberal del PSOE en el Gobierno de coalición.

La UCD y el PSOE acordaron en 1980, con el Estatuto de la Radio y la Televisión, que el Gobierno controlaría RTVE. González impuso la gubernamentalización de RTVE pagada con deuda pública. En vez de utilizar los Presupuestos Generales del Estado, como establecía la ley, obligó a RTVE a hipotecarse con la deuda garantizada por el Reino de España. No era una deuda de RTVE, sino una deuda del Estado con RTVE. Aznar prolongó el mismo procedimiento hasta que se acumuló un endeudamiento de siete mil millones de euros. Zapatero aplicó entonces su plan de estabilización que asumió la gigantesca deuda del Estado con RTVE, redujo la plantilla en un 40%, le regaló a Antena 3 y Tele 5 los seiscientos millones de euros anuales de la publicidad de TVE y dejó a RTVE con un sistema de financiación insuficiente e inestable. Rajoy lo empeoró todo, congelando el mandato marco parlamentario e impidiendo la negociación del obligatorio contrato programa que debería asegurarle a RTVE la financiación necesaria y un imprescindible plan estratégico. Sánchez consiguió mediante una trampa parlamentaria el aplazamiento durante casi tres años de la democratización de RTVE con su autoritaria administradora única. Y ahora la reforma de la LGCA y el bloqueo parlamentario de la renovación del mandato marco dejan a **RTVE al borde del abismo**, después del fracaso del arrogante presidencialismo de José Manuel Pérez Tornero. La derecha mediática ocultó las razones fundamentales de su dimisión como agradecimiento por sus complicidades con el PP. Enfrentado con el Consejo de Administración —cuyas competencias no respetaba—, con los consejos de informativos, con la plantilla e incluso con algunos de sus propios directivos, provocó un caos en la gestión de RTVE, dedicándose a operaciones de imagen para su propio beneficio sin resolver los graves problemas estructurales de la corporación. Su incapacidad para la gestión dejó una herencia de incertidumbres en cuestiones tan importantes como la organización de RTVE y su proyección internacional, la reforma de los informativos, la programación empantanada por la invasión de las productoras externas, la renovación tecnológica y el futuro de la financiación.



Los neoliberales del PSOE mantienen en RTVE para este año el mismo presupuesto que en 2022, pero, al no compensar la inflación, en realidad lo reducen entre cincuenta y ochenta millones de euros. El Parlamento no cumple con su obligación de renovar el caducado mandato marco y los Gobiernos no han negociado el contrato programa que garantice la estabilidad financiera de RTVE. El Ministerio de Asuntos Económicos se convierte en la autoridad audiovisual. Y en el Consejo de Administración de RTVE la mayoría se armaba sumando los tres votos del PP con los del consejero del PNV y un disidente del PSOE, bloqueando la posibilidad de que la nueva presidenta pueda remendar los descosidos provocados por el dimitido.

Ni dimisiones ni destituciones



110

Los cinco consejeros antes mencionados (que suman la mayoría absoluta necesaria para cualquier decisión del Consejo de Administración) se negaron en la reunión del 19 de enero a aplicar la declaración institucional del 8 de marzo de 2022, en la que, como condición para recibir fondos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, el Consejo se comprometía a **aplicar una política de tolerancia cero contra cualquier práctica que se aleje de un comportamiento ético en el uso de los fondos públicos**. La auditoría de 2021 de la Intervención General de la Administración del Estado (IGAE) denunció los gastos no justificados (el 70% en comidas) del equipo directivo del presidente dimitido porque no se especifica el motivo por el que se producen ni el cargo ni la organización de la persona con la que se reúnen o porque en los motivos, la finalidad y el contenido de la reunión no se justifica la necesidad de incurrir en dicho gasto o no redundan en beneficio o utilidad para RTVE. La auditoría de la IGAE considera que es una utilización de los recursos de RTVE para un uso particular, violando el mandato de buena gestión y austeridad en el servicio público. Los miembros de la alta dirección señalados en la auditoría por sus gastos sin justificar tenían la obligación de actuar con transparencia, ejemplaridad, austeridad y honradez. Lo lógico es que dimitieran o fueran destituidos por el Consejo de Administración que, según la Ley de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal, tiene la responsabilidad de nombrar y cesar a la alta dirección. Lo impidieron los votos del PP en alianza con el consejero del PNV y el disidente del PSOE. ★

Plan de acción aprobado en el Primer Encuentro Internacional de Publicaciones Teóricas de Partidos y Movimientos de Izquierda

Los días 10, 11 y 12 de febrero se realizó en la Habana el Primer Encuentro Internacional de Publicaciones Teóricas de Partidos Y Movimientos de Izquierda, que reunió a medios de más de treinta países. El encuentro culminó con el compromiso de impulsar la batalla de ideas frente al imperialismo y suscribió por unanimidad un Plan de Acción que por su importancia reproducimos a continuación.



Intelectuales revolucionarios y representantes de la mayoría de publicaciones teóricas de izquierda, reunidos en la emblemática Casa de las Américas, en el primer encuentro internacional convocado por la revista *Cuba Socialista*, órgano teórico y político del Partido Comunista de Cuba, los días 10, 11 y 12 de febrero de 2023, en el contexto de la 31 FERIA Internacional del Libro de La Habana, ante la ofensiva ideológica mediática, política, económica y militar del imperialismo estadounidense y sus aliados, acuerdan un plan de acción sobre las siguientes bases:

- En tanto las ciencias de la sociedad tienen como finalidad primera no el conocimiento abstracto, sino la transformación de lo existente, declaramos nuestro compromiso con los oprimidos y explotados de la tierra, y nuestra militancia por la justicia social en todas sus manifestaciones. No trabajamos para acrecentar nuestros currículos académicos, sino para participar en el debate por un mundo mejor posible y necesario.

- Abogamos por la unidad en la diversidad en los más amplios sectores de la izquierda revolucionaria en cuatro frentes básicos: el anticapitalismo, el antiimperialismo, el antifascismo y la justicia social. Trabajamos por la implementación de un nuevo orden internacional de paz, democracia, justicia social y desarrollo sostenible.
- Defendemos el medio ambiente de la insaciable depredación del capital, porque una importante especie biológica está en riesgo de desaparecer por la rápida y progresiva liquidación de sus condiciones naturales de vida: el hombre, como advirtiera el líder histórico de la Revolución cubana Fidel Castro Ruz en la Cumbre de la Tierra celebrada en 1992 en Río de Janeiro.
- Rechazamos la implementación de medidas coercitivas unilaterales, especialmente los bloqueos, que persiguen doblegar a los pueblos y someterlos a los designios del imperialismo, en particular aquellas que se ejercen contra los procesos revolucionarios de Cuba, Venezuela y Nicaragua, y otros Gobiernos progresistas de América Latina y el Caribe. Repudiamos cualquier acto de fuerza contra procesos revolucionarios o progresistas del mundo.
- Nos manifestamos a favor de la paz y el diálogo. Abogamos, en específico, por una solución seria, constructiva y realista de la guerra en Europa, por medios pacíficos, mediante el diálogo y la negociación.



112

Acordamos:

- 1 Crear un grupo de editores que se articule con la Red en Defensa de la Humanidad y que enlace nuestras voluntades en causas de amplio consenso.
- 2 Mantener de forma permanente la denuncia del carácter genocida y violatorio del derecho internacional del bloqueo económico, comercial y financiero recrudescido por los Estados Unidos contra el pueblo de Cuba. Apoyar y difundir la realización en Bruselas de un Tribunal Internacional contra el Bloqueo en el último trimestre de 2023.
- 3 Respalidar este año y en adelante, cada 21 de febrero, el Día del Libro Rojo —aniversario del *Manifiesto comunista* (en 2023 se conmemoran 174 años de su publicación)— con lecturas simultáneas y públicas en diferentes ciudades del mundo de libros emblemáticos de autores revolucionarios.

- 4 Apoyar el próximo 21 de septiembre la realización en nuestros países de una gran movilización por la paz.
- 5 Denunciar y combatir el neocolonialismo cultural, que el imperialismo teje de forma sutil en nuestras mentes para poder dominarnos, y el vaciamiento y la manipulación de los símbolos revolucionarios. Defender la memoria histórica que nos otorga identidad y nos une frente al enemigo común. Rescatar, estudiar y difundir la obra de los próceres y mártires por la independencia y la justicia social de los pueblos del Sur.
- 6 Intercambiar textos y concertar ediciones simultáneas consagradas a temas actuales y coediciones de libros de interés mutuo; identificar capacidades de impresión que permitan incrementar la circulación de nuestras publicaciones.
- 7 Crear una biblioteca digital con lo mejor del pensamiento de izquierda, utilizar las plataformas digitales existentes y otras que puedan ser creadas para su difusión popular, principalmente dirigidas a los jóvenes.
- 8 Concertar estrategias comunicacionales comunes, implementar programas de investigación sobre los desafíos de la izquierda ante la guerra mediática del imperialismo e impartir cursos de formación relacionados con estos temas.
- 9 Identificar y compartir fuentes de financiamiento alternativas para la sostenibilidad de los proyectos editoriales contrahegemónicos y conformar un fondo internacional para la comunicación de nuestros pueblos.
- 10 Convocar a los próximos Encuentros Internacionales de Publicaciones de la Izquierda en Caracas, en noviembre de 2023, y en La Habana, en febrero de 2024, en rechazo a la Doctrina Monroe, a doscientos años de su enunciación y en homenaje al 65 aniversario del triunfo de la Revolución cubana.



Dado en La Habana, a los 11 días del mes de febrero de 2023.



Kulturkomm

LA BATALLA CULTURAL SE GANA **CREANDO**

CHARLAS La Batalla de las ideas en el S.XXI
Javier Moreno (PM)
Patricia Castro (PCP)
Nora García (PCE/MI)

TALLER La Orquesta Roja autoedición

CHARLAS Lucha por la hegemonía: EXPERIENCIAS, RESISTENCIAS Y AVANCES
Adrián Bago (cómica)
Un Mundo Feliz (diseño)
Sergio Gregori (medios)
Guillermo Casanova (música)
Alicia de la Llave García (colectivo Contracorriente)

HABRA COMIDA POPULAR

TALLER Pega tu Rabia pegatinas

CONCIERTOS A LAS 21:00 EN C.S. ENTREVÍAS (LA TACITA DE PLATA)
El Gobierno Orden Jónico
PINCHADA INFRARROJA

JORNADA CULTURAL CHARLAS por la mañana
TALLERES por la tarde
CONCIERTOS por la noche

20 22

S 19 NOV **EL ESPACIO** 100
C/ SIERRA CARBONERA 32

IZQUIERDA europea

Diseño: Sergio Casanova, Corral

El pasado 19 de noviembre tuvo lugar Kulturkomm 2022, una jornada de contracultura con charlas, talleres y conciertos organizada por la III Internacional del Rock'n'Roll en Puente de Vallekas. Este grupo de camaradas organizadas en torno a la música y la cultura revolucionaria decidieron crear la primera Kulturkomm en 2018

como un espacio de encuentro, debate, reflexión y creación colectiva. Aquí compartimos dos de las intervenciones que tuvieron lugar en los debates de noviembre. Gracias al apoyo de la FIM, las mesas de debate estarán disponibles en su canal de YouTube.

¡Nos vemos en Kulturkomm 2023!

La batalla de las ideas no se da en el éter, sino en la práctica: reflexiones sobre la agitación y propaganda en la lucha por la hegemonía cultural

NORA GARCÍA NIEVES

Miembro de la III Internacional del Rock'n'Roll.

Responsable de África en el Área de Internacional del PCE

La batalla de las ideas tiene que ser llevada a la práctica y muchas veces nos sentimos derrotadas, copiando las estrategias del poder o inmersas en una batalla solo en redes sociales. ¿Cuál es el espacio de la agitación y propaganda hoy? ¿Qué herramientas hemos usado y cuáles nos pueden ayudar a ganar los sentidos comunes?

«Batalla de ideas no significa solo principios, teoría, conocimientos, cultura, argumentos, réplica y contrarréplica, destruir mentiras y sembrar verdades; significa hechos y realizaciones concretas». Esta frase de Fidel articula una primera reflexión importante: la división entre la batalla de las ideas y las batallas materiales.

Somos hijas e hijos de la tesis del empleado del Departamento de Estado de los Estados Unidos Francis Fukuyama y su axioma del «fin de la historia», que quiso situar al marxismo como un anacronismo. A Marx lo convirtieron en un abuelo entrañable que escribió cosas bonitas pero irrealizables. Y en nuestro día a día vemos cómo los argumentos sobre que «nuestras ideas no valen» y «el socialismo no funciona» siguen cimentando muchas de nuestras discusiones de bar con amigas. Incluso ante la realidad y evidencia de que proyectos alternativos siguen existiendo.

¿O es que Cuba, China o Venezuela no existen? Independientemente de los juicios que hacemos desde la Europa colonial, la realidad es que siguen existiendo pueblos que se levantan todos los días intentando construir otro camino, que es además suyo. Incluso ante esta evidencia, sigue prevaleciendo la idea de que no es posible un nuevo camino, un camino distinto. El presente será eterno. Las series de Netflix se llenan con distopías y apocalipsis antes



que de utopías y revoluciones. El eterno presente se desmembra, se fragmenta, sin contexto, en el vacío, para atomizarnos y terminar con una brújula sin norte que dice que es lo mismo mandar bombas que mandar médicos, que es lo mismo ser antifascista que fascista o antirracista que racista. Porque la única libertad es individual y se ejerce comprando cosas.

Por lo tanto, a Marx lo intentaron convertir en el Papá Noel de Coca-Cola y a Gramsci en un señor inteligente adorado y malinterpretado para una izquierda confundida. Pero a Lenin no lo pudieron domesticar. Mientras algunas tesis de Marx son vistas incluso con buenos ojos entre economistas tertulianos, Lenin sigue siendo el demonio para todos quienes promulgan el amor al capital.

Por eso es necesario hacer hincapié en algunas reflexiones que nos pueden aportar caminos que devienen de ese momento histórico, de ese proceso con Lenin a la cabeza: la Revolución rusa, que demostró en el siglo xx que la clase trabajadora puede gobernar y que los ricos son innecesarios. Eso es, en esencia, muy importante en esta batalla de las ideas, porque pone de manifiesto que se ha hecho antes, que es posible y que, por tanto, lo podemos volver a hacer. Explica además que nosotras y nosotros somos agentes de cambio y que la historia es muy importante, por eso le dedican tanto tiempo a distorsionarla, desinformar, borrarla y enterrarla para que nadie la vuelva a encontrar.

De nuevo con Fidel y el fin de la historia. En el 99 Cuba sufrió un revés especialmente atroz con el colapso de la Unión Soviética, un gran socio económico y comercial, y entró en el llamado «período especial». En un momento de urgencia material extrema, ¿qué dijo Fidel ante el hambre y un bloqueo feroz y aparentemente definitivo?

La batalla ideológica ha entrado en su punto más álgido; pero esa batalla no hay que ganarla solamente en teorías, no hay que ganarla solamente con convicción filosófica; hay que ganarla con realidades, hay que ganarla con hechos, hay que ganarla en la práctica, hay que ganarla día a día, hora a hora, minuto a minuto, en cada frente de nuestro trabajo, en cada tarea de cada día, superando nuestras deficiencias, superando nuestros métodos, haciendo cada vez más eficaz y más creador el esfuerzo revolucionario.

Castro citó al héroe nacional cubano José Martí recordando «que la trinchera de ideas es tan importante como las trincheras de piedras, que las luchas dentro de las diversas instituciones culturales e intelectuales son tan importantes como las luchas en las calles». Desde aquí partiremos.

¿Qué es el agitprop?

De manera sintética podemos definir «agitación y propaganda» como la relación entre la forma y el fondo del mensaje en la comunicación de masas. Entre



la información y los sentimientos. Esta relación, por tanto, nos ayuda a entender desde la vida cotidiana nuestro anclaje en el mundo que vivimos, y nos incita a movilizarnos para transformar nuestra realidad. Por lo tanto, esa es su función, como afirmaba Lunacharski, Comisario del Pueblo para la Educación tras la Revolución de Octubre: las artes podrían dotar a la revolución de un lenguaje. Esa es la tarea fundamental de la agitación y la propaganda: dotar a nuestro proyecto de un idioma común.

Para profundizar en este idioma, definamos las dos palabras que componen «agitación y propaganda»:

—La palabra «propaganda» se remonta a la iglesia católica. Era el nombre de la congregación de cardenales, De Propaganda Fide (establecida en 1622). Esta Sagrada Congregación para la Propagación de la Fe nace con el objetivo de incidir en los sentires de la gente y ha sido la responsable de propagar la religión católica.

—La raíz «agit» tiene muchas acepciones y usos diferentes, pero es significativa su aplicación en la guerra. En la Inglaterra de la Guerra Civil, a mediados del siglo XVII, se utilizaba la palabra «agitador» para referirse a los delegados de los soldados del ejército parlamentario, por lo que define al acto y agente de propagar un mensaje.

Pero la combinación de las dos, agitación y propaganda o el vocablo «agitprop», tiene origen en la Rusia revolucionaria. En ese momento el término agitprop no tenía connotaciones negativas, sino más bien lo contrario. Utilizar todos los medios a nuestro alcance para conseguir un objetivo mayor: la construcción de un futuro de hombres y mujeres libres. El escenario era muy distinto y no existía la actual discusión sobre propaganda y populismo, por lo que aquí abordaremos el agitprop desde su raíz. Esta concepción original fue la que hizo cambiar de rumbo a importantes artistas, como Rodchenko, que saltó del arte a la comunicación y el diseño. Se convirtió en un llamado a crear comunidades artísticas al servicio de las necesidades sociales.

Varvara Stepánova, artista fundamental para el desarrollo del arte constructivista, escribió: «Una pintura, transformada en experimento y datos científicos, da la fórmula para la producción de una nueva forma de vida». Las y los artistas usaron sus habilidades e imaginación para la arquitectura, el espacio urbano, la ropa, los gráficos y el activismo social. «El futuro es nuestro único objetivo», proclamaron. La propia Stepanova anunció en 1921 también su paso de la pintura de caballete a la «creatividad utilitaria».

Stepanova escribió un artículo para la revista *LEF* llamado «El traje de hoy es ropa de trabajo». Se abrió un campo de actividad infinito para los constructivistas: por primera vez en la historia se diseñó vestuario unisex para maqui-



nistas, bomberas, pilotos o deportistas. Esa práctica política que decía Fidel, en la vida diaria, con la gente, para la gente, que construye futuro desde el día a día. ¿El valor es igualdad entre hombres y mujeres? ¿Esa es nuestra construcción de futuro? Pues a partir de hoy se vestirán igual.

Podemos decir entonces que la agitación y la propaganda son el conjunto de todas estas actividades que pueden describirse como actuaciones públicas para despertar la conciencia, así como promover la adhesión y la combatividad de la población. La revolución rusa, por tanto, coincide con la aparición de un arte cívico cuyo objeto era el de legitimar las ideas de la revolución. Destinado a un público de masas, buscaba incitar una reacción activa y la participación de la ciudadanía en el proceso revolucionario.

¿Cuál es el espacio del agitprop?

a) La historia

118

Tenemos una historia. La clase trabajadora tenemos una historia. Y nosotras y nosotros como clase trabajadora en el arte, tenemos una historia. Muchas y muchos venimos del diseño o la ilustración, sabemos que se están dando debates sobre el diseño y su función social, y se mira, por ejemplo, a Victor Papanek; lo cual está muy bien, pero nosotras deberíamos incorporar, también, a Popova y Stepánova. Porque ellas fueron lo que Gramsci llamó «nuevo intelectual». Ellas escribieron cosas muy interesantes, educaron a mucha gente, crearon con otros y otras y produjeron para y con la clase trabajadora. No miremos como ejemplo a los intelectuales que no tienen obligaciones con el mundo: recordemos la tercera tesis sobre Feuerbach de Marx, que es a menudo ignorada: es esencial educar a quien educa. ¿Cómo educar a quien educa, a los intelectuales? Mediante la «práctica revolucionaria».

Recuperemos nuestro hilo rojo y miremos al sur global para aprender. Miremos a Cuba, miremos al arte y la cultura de los movimientos de liberación nacional, miremos al agitprop latinoamericano en las luchas contra la Operación Cóndor. No como nostalgia, sino como memoria, memoria viva de que las cosas se pueden hacer, porque se han hecho. ¿Ahora estamos aquí en un momento revolucionario? ¿Todo va bien? No. ¿Entonces qué hacemos? ¿Qué han hecho nuestros intelectuales en los momentos de derrota? Estudiar, estudiar la historia para impulsar la creatividad y mejorar nuestros análisis y estrategias. Rosa Luxemburgo, Frantz Fanon, Marx, Fidel... ¿Qué hizo Gramsci cuando le encerraron porque había ganado en ese momento el fascismo? Estudiar, estudiar en la cárcel, analizar qué pasó y qué se puede hacer. Analizar la historia para seguir luchando, luchando para seguir construyendo.

Miremos a la historia, aprendamos y hagámoslo mejor.

b) Elementos organizativos

En los procesos revolucionarios siempre hay hombres y mujeres organizados en torno a la comunicación, las artes, la cultura y el agitprop. Y esa gente no suelen ser individuos aislados de los movimientos, sino que han estado integrados en ellos, pensando y produciendo. Carteles, periódicos, obras de teatro y música siempre han estado en nuestro ecosistema revolucionario. Pero no vale con llamar por teléfono a un amigo músico para un festival que estamos organizando: debemos desarrollar dentro de nuestras organizaciones y plataformas espacios de trabajo, de praxis, pero también de debate, de formación y de conexión con el mundo de la cultura. La cultura no como un elemento externo, capitalista y de las llamadas «industrias culturales», sino como una cultura popular, imbricada en las realidades sociales, autoorganizada, que permea las diferentes aristas de la cultura.

Para hacernos una idea: «Agitación y Propaganda» era un departamento tanto del Comité Central como de los comités regionales del Partido Comunista de la Unión Soviética. Luego sería renombrado «Departamento Ideológico».

Emory Douglas fue el ministro de cultura del partido de los Black Panthers y el ejemplo más conocido de artista revolucionario de ese momento, que, a través de las imágenes en posters, *flyers* y carteles consiguieron dar una difusión y una estética propia al movimiento, y que hoy en día siguen siendo iconos internacionales. Por ejemplo, el sindicato de manteros tiene camisetas con esa pantera.

Por lo tanto hay una relación clara entre las formas organizativas y la comunicación política, que tenemos que reflexionar y desarrollar desde las bases militantes, procesos colectivos en nuestras organizaciones y con otras.

c) La agitación y propaganda es un marco diverso

Muchas veces cuando hablamos de agitprop se nos vienen a la cabeza algunos de nuestros pósteres favoritos de la OSPAAAL: los Black Panthers, mayo del 68 o los carteles de la Revolución china.

Por ello nos puede sorprender, por ejemplo, la inclusión del deporte, dada su poca consideración como fenómeno social en los países de la Europa Occidental. Sin embargo, en Rusia el Partido Comunista afirmó, en 1925, que no debían considerarlo solo en términos de educación física, sino más bien como medio de educar a las masas, por la manera en que facilitaba el desarrollo de la voluntad, el ingenio y el trabajo en equipo. Además de esto, representaba una oportunidad para integrar a la mayoría de los trabajadores en las organizaciones del Partido, lo que subraya su idoneidad como medio de agitación. Es decir, cualquier actividad que articule trabajo en equipo, promueva el desarrollo de la voluntad y la confianza, incorpore debates e impulse desarrollos creati-



vos es una propuesta interesante para organizarnos y estructurar la lucha en la batalla de las ideas. Además tenemos varias claves para fomentar una clase trabajadora organizada: organizarse en torno a fenómenos sociales, la importancia de la educación o la transmisión de valores.

Este ejemplo sobre el deporte expresa que realmente no es el formato gráfico el que define el agitprop. Es un marco activador de conciencia que desde la vida cotidiana se pone en diálogo con la clase trabajadora. Es nuestra correa de transmisión de ideas y debates, impulsando los conflictos, alimentando la organización de la clase trabajadora y difundiendo valores emancipadores. Y eso tiene muchísimas posibilidades.

d) Herramientas y lugares



120

Seguimos con la Revolución de Octubre y la historia. Tradicionalmente se explica que la escuela de diseño que se construyó en los valores del «hombre nuevo» fue la Bauhaus, y cuando se enseña el constructivismo, el suprematismo, etcétera, no se suele explicar cuál fue el contexto de las vanguardias artísticas rusas, pareciendo que hubieran surgido en el vacío. Por lo que, hablando de herramientas y lugares, me gustaría destacar dos cosas:

—La escuela Vjutemás fue fundada en 1920 por el propio Lenin un año después de que Gropius hiciera su famoso manifiesto fundacional de la Bauhaus, donde se hablaba de la construcción de un nuevo hombre para un nuevo mundo. Se creó esta escuela con el objetivo también de utilizar el arte y la arquitectura para crear «el hombre y la mujer nuevos» desde los postulados socialistas. Esta escuela produjo una renovación revolucionaria de la relación entre el arte y la sociedad. Las clases de metalurgia estaban al lado de las de escultura, los talleres de madera estaban al lado de los de pintura. Un espacio para organizar la revolución desde el arte utilitario, cuya propia estructura representa el marco político e ideológico de 1917. Además, tenía algo muy interesante para reflexionar hoy. La escuela de Moscú formaba al alumnado en agitprop. Su objetivo era educar al alumnado para la «construcción del futuro».

Contaba con profesores como Vasily Kandinsky, El Lissitzky, Liubov Popova, Vladimir Tatlin, Rodchenko y Stepánova. Fue la cuna de las vanguardias artísticas (estas que surgieron del vacío): el constructivismo, el racionalismo y el suprematismo, cuya influencia es internacional y llega hasta nuestros días.

—Otro ejemplo destacable son los *agitpunkty*: estos puntos de encuentro contaban con bibliotecas, aulas, cantinas y salas de teatro y cine. Combi-

naban su actividad permanente con la de los trenes y barcos de agitprop, que acudían allí donde la acción política se consideraba más urgente y necesaria. Estos transportes constaban también de bibliotecas y librerías, además de pequeñas imprentas para producir pasquines y pequeñas publicaciones. Tenían una decoración exterior llamativa que incitaba a la gente a ir hasta allí cuando llegaban a las poblaciones pequeñas.

Ahora bien, esta exposición histórica, ¿qué nos dice de las herramientas para la batalla de ideas?:

- La importancia de incorporar el enfoque y las estrategias de la educación popular, ya el propio nombre «La Escuela de las artes y la técnica» es intencional e incluía el agitprop dentro de la enseñanza artística.
- Los espacios donde se generan ideas son los mismos que donde se produce cultura. Debemos renunciar a la división de tareas militantes: pensar o producir. Es una relación dialéctica, creadora y transformadora.
- Organizar puntos de encuentro físicos estables y también móviles. Usar el espacio público no solo para visibilizar pósteres, camisetas o murales, sino también actuar en el espacio público para producir cultura e incitar a la gente a participar.



121

e) Sujetos y alianzas

Para terminar: no podemos seguir esperando a Lenin. Debemos crearlo. Debemos formar cuadros políticos, debemos abordar la batalla de las ideas y crear, experimentar, probar, evaluar y hacer otra cosa distinta y mejor, de manera colectiva. Estudiemos juntas y juntos, miremos a la historia, abordemos una nueva intelectualidad en la que todas y todos podamos ser artistas, escritores, diseñadoras, poetas, periodistas; construyamos un arte fuera del mercado, que emerja de las necesidades de los movimientos y de los análisis de nuestra vida cotidiana.

Como Boris Arvatov, artista constructivista y autor del gran libro *Arte y producción*, dijo una vez,

se trata de una utopía, pero tenemos que expresarla [...] Es verdad que la situación es trágica [...] pero no sin salida. Es la situación de una persona en una orilla que necesita cruzar a la orilla opuesta. Lo que tiene que hacer es empezar a poner los cimientos para construir un puente.

Construyamos esos puentes, juntas y juntos. ★

Kulturkomm



Un marxista en el rock *underground*: tesis sobre hegemonía desde los márgenes

GUILLERMO CASANOVA CORRAL

Diseñador e ilustrador. Militante del Núcleo Puente de Vallekas

En el marco de Kulturkomm, jornadas culturales sobre construcción de hegemonía, el militante, músico de punk rock, diseñador e ilustrador Guillermo Casanova conversa con Nora García sobre las posibilidades teóricas que nacen de hibridar los fundamentos y hallazgos contraculturales del rock subterráneo con las herramientas de análisis y los objetivos de un proyecto contrahegemónico marxista.



123

Nora García: Hay ejemplos en la historia de cómo la música *underground* construye hegemonía. El rap con las letras de Tupac, el punk, o la escena estadounidense de los noventa son ejemplos de cómo se puede llegar al *mainstream* con mensajes e idearios alternativos. ¿Cómo han sido esos procesos y qué claves comparten? ¿Debe ser esa nuestra estrategia, llegar a los Grammy? ¿O hay otros caminos para la construcción de hegemonía?

Guillermo Casanova: Empezaría por decir que no creo que en los ejemplos que propones (que riman con otros tantos en los sesenta) la situación fuese que «las propuestas rupturistas consiguieron llegar a los Grammy». Creo que es al revés: los Grammy colonizaron esos ejemplos. Y lo hicieron porque no tuvieron más remedio: la hegemonía se había construido antes mediante procesos colectivos muy complejos.

En ambos casos (los sesenta y los noventa) la cultura de la clase media occidental vivía el espejismo de su propio apogeo, y un público joven, blanco, aburrido de la complacencia de sus padres, estaba apeteente para consumir la forma más lúdica de subversión social, que es la música crítica. Es una gene-

ralización un poco grosera, ya que no es lo mismo ser hombre que mujer, ser blanco que negro, etcétera. Y creo que si el mercado entiende esos ejemplos como mercancía viable, se debe a un proceso previo, a un humor social en el que sí que se construye hegemonía en torno a contradicciones claras, meridianamente percibidas por las clases operarias: en los sesenta americanos fue el apartheid o el Vietnam, o en Europa el fin de un ciclo iniciado tras la reconstrucción posterior a la II Guerra Mundial... y en los noventa, se acababa la Guerra Fría y lo que quedaba era un futuro bastante desolador de precariedad, ecocidio, depredación de recursos y consumo.

Evidentemente, en cuanto el mercado se apropia de una propuesta popular, la reproduce mediante una forma social de relaciones completamente distinta, transformándola de manera fundamental. Donde antes hay un grupo de gente apasionada deseando tocar en una fiesta en su barrio o ciudad, vecinas haciendo intercambios cuyo producto es el disfrute compartido y cuyo valor de cambio es la palabra dada, sirviéndose de articulaciones y reinterpretaciones populares de lenguajes, produciendo expresiones casi terapéuticas de males sociales; con el mercado hay *focus groups*, jefes de producto, AyRs, distribuidoras, contratos editoriales, rendiciones de cuentas, proveedores, salarios, comisiones, producto, valor, mercancía... una forma de relación social en torno a la música radicalmente distinta que la dota de un sentido muy diferente: la creación y acumulación de valor. Hay un momento de victoria en el que el enemigo no tiene más remedio que asumirme (los feminismos lo han conseguido recientemente), pero ojo: es solo un momento.

El mercado, interpretando tu propuesta en su forma de relación social, la absorbe y asimila a su propia construcción de sentido: de expresión de rebeldía deviene en «caso de éxito». Así se puede entender que de bandas como Wipers, Husker Du o RATM se degenerase en productos como Creed, Nickelback o Limp Bizkit. Propuestas que van sobradas de oficio, ganchos o riffs pegadizos a las que les falta credibilidad, verdad, algo que se percibe fácilmente. Claro que arrimo el ascua a mi sardina, porque soy comunista: en mi opinión, un elemento central que dota de credibilidad a las propuestas más importantes de la cultura popular es su pertenencia al «abajo» de la sociedad. Algo que el mercado siempre intenta falsear: los comedores de muchos centros comerciales tienen farolas decorativas, balcones de mentira, fuentes ornamentales, para parecerse a una plaza de pueblo.

Si hay un camino para construir hegemonía, estoy seguro de que se articula desde abajo y de forma colectiva, que no responde a un contenido o a un formato concretos, y que su principal valor es que se articula y se percibe como propio y como cierto. Como me falta imaginación para verlo, no me cabe duda de que creando con otras, apoyándome en otras, generando más interacciones en torno a ese pivote de dinamización social que es la cultura, seremos capaces de discernir los caminos del futuro para crear mundos simbólicos propios,



críticos, disruptivos y transformadores que sean la antesala del mundo material que existe después del capitalismo.

NG: Los movimientos populares siempre han desarrollado expresiones culturales propias, formas de cultura popular que eran peligrosas para el sistema. Recordemos por ejemplo el asesinato brutal de Víctor Jara. Hay quienes dicen que ya no haría falta matar a Víctor Jara, porque el pueblo no tiene voz propia. ¿Quiénes son las voces de esa cultura popular ahora? ¿Cuál es el espacio para llegar al pueblo? ¿Qué mecanismos son necesarios para romper la barrera de Sony o Universal?

GC: Son las nuestras, o las de gente como nosotras.

Tenemos que crear, tenemos que proponer, nuestra propuesta cultural no puede ser exclusivamente con respecto a las propuestas del mercado. No vale simplemente con criticar los contenidos del proyecto cultural del capital y pedirle que haga productos mejores o más justos. No vale simplemente con fiscalizar a quien dice cosas que no nos gustan, a quien escribe tramas chungas con el fin de intervenir el mercado, generar tendencias con la esperanza de que el mercado cambie a nuestro favor. No me entendáis mal: la crítica de contenidos populares me parece una táctica potentísima y hay que darle su justo valor. Pero del mismo modo que la emancipación no nos la va a dar nadie, los recursos simbólicos, creativos o narrativos para imaginar la emancipación no nos los va a dar Marvel incluyendo a determinadas minorías o al proletariado en sus fantasías de poder, ni La Chocita del Loro vetando a Jorge Cremades.

Parte el corazón ver a gente joven aprendiendo que la emancipación es para los listos y despiertos y que solo sucede en clave individual y se consigue mediante el éxito. El éxito es una mentira, es la zanahoria al final del palo, y no tiene que ver con el talento ni con crear. Tenemos que crear, y tenemos que hacerlo sin el miedo al fracaso que nos inculca la ideología burguesa: el culto al éxito es una forma de disciplinamiento de nuestra creatividad. Es el veneno del enemigo, lo tenemos internalizado y nos silencia a la hora de crear. Para empezar, fracasar forma parte de crear, de los procesos creativos en general. La creatividad es un proceso de aprendizaje que no cesa, y el ser humano solo aprende equivocándose. La dialéctica éxito/fracaso limita lenguajes, temas y propuestas. Tengamos en cuenta que nuestras victorias como clase siempre tienen que ver con encontrar, confrontar y desbordar los límites.

De hecho, es natural fracasar en términos de mercado, porque el mercado no puede contenernos ni satisfacernos: fracasar forma parte del camino para doblegar y superar el mercado. Está claro que somos mucho más de lo que el mercado nos supone, y que lo que nos ofrece no es, ni mucho menos, suficiente para nuestra hambre de hacer y conocer. Contemos otras cosas que parece que nadie quiere oír, y que por eso no las cuenta nadie: es un miedo que hay



que superar. Paguémosle con su misma moneda y reapropiémonos de los lenguajes que nos roba para hacerlo. Tengamos siempre claro que lo que emancipa de hacer arte es el proceso de creación y no los laureles. La batalla contra el vacío para volcar lo que somos, articularlo con un lenguaje que sofisticamos al usarlo, triangulando experiencias y referencias, buscando ese equilibrio entre emoción y razón que conlleva substanciar una obra... todo ello es lo que nos hace reflexionar, conocer, plantear y desatar nudos, llegar a términos que serán nuevos puntos de partida para nosotras y los demás. Es mi opinión que en un mundo socialista el arte o la creatividad no serían trabajos, sino ocupaciones emancipadoras con las que dar sentido y valor a todo ese tiempo libre que queremos conquistarle al capital. En ese mundo que tenemos que ayudarnos a imaginar, que tu propuesta guste o no guste en términos de posicionamiento en un mercado dejaría de ser una preocupación o una coartada para la mediocridad.

Tenemos que saber quién es el enemigo, identificarlo... pero sin ser curas o monjas. Tenemos que formar parte del mundo que queremos cambiar. Tenemos que saber identificar cuándo una propuesta viene marcada, determinada, por las necesidades productivas, porque ahí siempre habrá una mentira: esa creación no tiene por objeto expresar la condición humana, sino producir y acumular valor. Hay que saber, al mismo tiempo, encontrar la diversión y la humanidad en lo producido por la máquina, que al fin y al cabo la operamos nosotras y se alimenta de nuestro talento. Lo que quiero decir es que tenemos que mantener un equilibrio entre reconocer y criticar la relación social que determina el proyecto cultural del enemigo y sus dispositivos, y no limitar nuestra capacidad de disfrute y aprendizaje de lenguajes y técnicas que, aunque el mercado las apropie y determine, siguen siendo nuestras.

Lo que creemos, al margen de lenguajes, estilos, canales de distribución y demás, tiene que ser nuestro, y tiene que ser verdad. Es decir, tenemos que ejercer la libertad, hacer lo que nos dé la gana, divertirnos haciéndolo, y que se note que lo hacemos. La peña de la industria NO se divierte, os lo aseguro. Porque nuestro mayor valor es que somos lo mismo que el público, que antes que nada disfrutamos de lo lúdico y lo rico del arte, que nos pasan las mismas cosas que a los veinte que han comprado la entrada, que lo que sea que contamos lo conocen y, cuando ofrecemos un punto de vista, una referencia para triangular el mundo, vamos a articular eso que conocemos juntos, público y artistas. Y eso es hacer magia.

Nuestra fuerza es colectiva: tenemos que, en la medida de lo posible, obviar la competición mercantil (ojo, porque creo que sí hay que dejar sitio para una cierta competitividad artística, sana y adulta) como método de producción de canales para nuestras creaciones. En el *andergraun* terminamos reproduciendo lógicas de mercado, que maquillamos con discursos morales. Hay que encontrar en la construcción de redes propias el instrumento de distribución y de generación de relaciones sociales en torno a nuestra creatividad com-



partida. Y para esto hay grados: vale, si no da el músculo más que para hacer en tu ciudad una trinchera de gente a la que le mola la cumbia punk y se viste de cumbia punk, y odian que se mercantilice la cumbia punk y quieren que la cumbia punk se mantenga auténtica y autogestionada, pues tendrá que valer con eso; autoayuda colectiva para soportar todo esto. Está bien. Pero no podemos caer en la autocomplacencia por saber crear un espacio de resistencia y que aguante el chaparrón: la revolución no es eso. Tenemos que saber que la fuerza colectiva da para mucho, muchísimo más: podemos construir tejidos entre territorios, entre disciplinas, entre ciudades y hasta internacionales, podemos organizar el músculo creativo y enfocarlo a proyectos más ambiciosos, aportar creatividad a multitud de frentes de forma que lo cultural refuerce lo político o lo económico, construir proyectos más ambiciosos y complejos que ayuden a imaginar el mundo que queremos crear después de este, y que así allanen el camino: ¿por qué no? Los ejemplos existen, y no tenemos por qué conformarnos solo con resistir.

Podemos pasar a la ofensiva. ★



Tenemos que saber
identificar cuándo una
propuesta viene marcada,
determinada, por las
necesidades productivas,
porque ahí siempre habrá
una mentira: esa creación
no tiene por objeto
expresar la condición
humana, sino producir y
acumular valor.

Mujeres obreras: la literatura comprometida de Luisa Carnés

ALDO ARMENDÁRIZ*

Noche y día. Verano e invierno. Norte y sur. Ricos y pobres. Siempre dos polos.

Tea Rooms. Mujeres obreras, 1934



129

La obra literaria de Luisa Carnés (Madrid, 1905-México D. F., 1964) ha regresado al canon literario español —del que nunca debió salir— gracias a la extraordinaria labor de recuperación de las mujeres escritoras del 27 olvidadas por la magnanimidad de sus coetáneos masculinos. Su gran calidad prosística, la modernidad presente en las innovaciones estéticas y el compromiso sociopolítico que vertebra sus libros antes del exilio hacen de ella una autora imprescindible para comprender la literatura social de preguerra y reflexionar sobre la condición de las mujeres obreras en una sociedad fuertemente patriarcal y estratificada. Su obra cumbre, *Tea Rooms. Mujeres obreras* (1934), es un testimonio verídico que goza de tremenda actualidad, en unos años donde la lectura de Luisa Carnés se ha vuelto un poderoso arma de concienciación social frente a la intransigencia y las derivas ultraconservadoras que asolan Europa.

* Aldo Armendáriz es licenciado en Filología Hispánica por la Universidad Complutense de Madrid y estudiante del máster en Formación de Profesorado de Educación Secundaria y Bachillerato en la Universidad Autónoma de Madrid. Paralelamente, cursa el grado en Ciencia Política y de la Administración en la Universidad Nacional a Distancia y se ha especializado en la literatura social de preguerra y en la crítica literaria marxista. También ha colaborado activamente en el proyecto INNOVA, «Humanidades ambientales en las aulas universitarias: una propuesta transversal e interfacultativa», de la UCM.

Autodidactismo e influencias literarias

Luisa Carnés nace en el seno de una familia obrera de corte católico en el barrio madrileño de Las Letras y comienza a trabajar precozmente en un taller de sombrerería a los once años. Desempeñará otros trabajos para poder sostener la economía familiar, como dependienta en un salón de té —experiencia vital que construye su afamada *Tea Rooms*— o mecanógrafa en la Compañía Iberoamericana de Publicaciones, donde trabajaría desde 1928 hasta su quiebra en 1931, y que le permitió entrar en contacto con el mundo editorial y literario de una España que pretendía modernizarse de cara al extranjero. Tal y como declara la propia Carnés en una entrevista recogida por uno de los máximos conocedores de su obra, el profesor Antonio Plaza,¹ uno de sus primeros acercamientos a la literatura fue gracias a los folletones y novelas económicas de autores realistas rusos como Dostoyevski, Tolstói o Gorki. Este influjo va más allá de lo meramente anecdótico y se puede vislumbrar en las formas estéticas y expresivas empleadas en sus tres primeras obras.



130

En 1926 ve publicado en *La Voz*, suplemento del diario *El Sol*, su primer relato corto titulado «Mar adentro», que ya dejaba entrever su fecundo autodidactismo y los matices autobiográficos que componen la mayoría de su obra narrativa. Precisamente, Carnés colaborará asiduamente con revistas de la época como *Estampa*, *La Esfera* o *La Voz*, y su trabajo periodístico tratará de retratar a partir de breves reportajes la vida cotidiana de las clases populares de Madrid.² Compaginando sus colaboraciones periodísticas con el trabajo manufacturero en el taller, Carnés, al igual que otras autoras reconocidas como Carmen de Burgos, Margarita Nelken o Elena Fortún, entendió que la vía más plausible para iniciarse y promocionar su literatura sería su labor documental en las revistas. Es más, su concepto de literatura antes del exilio tiene que ver con la denuncia social más que con el embellecimiento ornamental, adoptando las formas breves y concisas del periodismo dentro de los márgenes literarios que le permitían experimentar y ampliar los horizontes temáticos.

La irrupción de Luisa Carnés como una de las jóvenes narradoras españolas más prometedoras se produce con su primera obra publicada, *Peregrinos del cal-*

¹ Antonio Plaza Plaza es uno de los responsables directos en la recuperación de la obra literaria de Luisa Carnés y autor de la edición de *Tea Rooms. Mujeres obreras* (2016), del sello asturiano Hojadelata, como también de sus dos colecciones de cuentos completos —*Rojo y gris* (2018) y *Donde brotó el laurel* (2018)—, de la Editorial Renacimiento.

² La investigadora Natalia Calviño Tur destaca que «su compromiso feminista y su ideología política encuentran su mayor relevancia en el marco de su labor periodística». Entre sus reportajes más reconocidos en la revista *Estampa* encontramos «Una mujer busca trabajo» (VII, 330, 1934), donde recorre distintos establecimientos de la capital en busca de un contrato: «Es difícil encontrar. Buscar, no. La necesidad hace audaces» y la «sin trabajo» —en este caso la autora de la presente información— tiene «experiencia auténtica de estas cosas».

vario (1928), que consta de tres novelas cortas y fue reeditada un año después por la propia Compañía Iberoamericana de Publicaciones. La consolidación de Luisa Carnés como escritora se produjo en 1930 con la publicación de *Natacha*, una segunda novela que ya considera a la mujer de clase trabajadora a través de su protagonista, una adolescente que comienza a trabajar un taller, al igual que lo había hecho su autora. La novela que la apuntalará en el canon literario de la época será *Tea Rooms. Mujeres obreras* (1934), publicada tras haber vivido un breve período de tiempo fuera de Madrid por las escasas oportunidades laborales en el ámbito periodístico. Esta «novela reportaje» — así lo indica el subtítulo — denuncia la desigualdad social y de género que sufren las dependientas de un salón de té cercano a la Puerta del Sol, abordando temas candentes del momento como el divorcio, el aborto, la maternidad o la falta de educación reglada de las obreras, todo ello haciendo uso de un lenguaje directo y sin histrionismos; una novela hecha por y para las clases más bajas.

Las investigaciones del período convergen en señalar a Carnés como una «nueva romántica», recogiendo el término acuñado por José Díaz Fernández en su ensayo *El nuevo Romanticismo* (1930) sobre el que se agrupan otros escritores como Ramón J. Sender, Ángel Samblancat o Rosa Arciniega. Los autores de esta nómina se caracterizaban por su fuerte compromiso sociopolítico — Carnés comienza a militar en el PCE en 1934 —, la creación de novelas sociales con protagonistas ideologizados, la agresión a las formas académicas normativas y la búsqueda de «síntesis, dinamismo y renovación metafórica» en sus líneas. Su fin no era trasladar una doctrina revolucionaria al uso, sino que pretendían enjuiciar el avance mecanicista del mundo que sumía al proletariado en una alienación constante, adoptando así una actitud propositiva que recogía las teorías marxistas materializadas en la primera etapa de la Unión Soviética.

Las intenciones revolucionarias de los narradores sociales como Carnés siempre deben fijarse según sus designios literarios y periodísticos, por lo que



Me dieron las uñas de una casa en la que podía encontrar trabajo...

UNA MUJER BUSCA TRABAJO

Portada de uno de los numerosos artículos de Luisa Carnés (revista *Estampa*, VII, 330, 1934).



su trabajo emancipador y concienciador se aproxima a lo aventurado por Bertolt Brecht acerca de la obra de arte del artista comprometido. El dramaturgo alemán percibía como insoslayable la unión entre la conciencia de clase y la creación artística, una manera de vincular la experiencia social con una población que necesita hacer de esa realidad una revolución en materia y espíritu, ya que «la profundidad de una idea solo se puede medir por la profundidad del estrato social al que afecta» (1973: 184).

No obstante, la narrativa carnesiana mantiene una singularidad que la hace sumamente diferente al resto: la incorporación de la perspectiva de género junto a una fuerte denuncia social de la denostada situación del proletariado. Es este tratamiento sin parangón de la condición social de la mujer en los años treinta y la querrela implícita de sus pésimas condiciones laborales lo que nos lleva a seguir la tesis de Iliana Olmedo (Olmedo, 2014) y reivindicar la escritura de Carnés como una de las precursoras de la novela social feminista en España. Con esta acepción podemos dar cuenta de la profunda innovación que supone cuestionar el rol emancipador que la modernidad aparentaba otorgar a la mujer, oxigenando en *Tea Rooms* una sentida tematización de la clase obrera a través de un discurso enunciado desde la subalternidad de la mujer trabajadora.



«Diez horas, cansancio, tres pesetas»: *Tea Rooms*, relato de la clase obrera

Tea Rooms ofrece por momentos una diacronía argumental en la que se congrega toda la problemática social en torno a la lucha de clases, el motor organizador de la historia que habría convergido en el acaparamiento burgués de los medios de producción y la estratificación de la sociedad según las relaciones productivas. El retrato que realiza Carnés de la clase obrera es el retrato de alguien que habla en primera persona —poniendo su voz en la protagonista, Matilde— porque conoce personalmente los sinsabores de pertenecer al lado contendiente de la sociedad, separados siempre en dos polos opuestos enfrentados porque la existencia de uno se basa en la explotación sistémica del otro:

Parece en esos momentos, después de haber sorbido la primera gota clandestina y devorado la primera migaja, que algo nace, que algo adquiere concreción. [...] Se recuerda una súbitamente de aquella tarde que se atrevió a penetrar en el retrete de «ellos», cuando «la niña» acababa de salir. ¡Uf! Recuerda una que volvió al taller con una mano en la nariz (¡qué asco!) y que las oficiales se rieron: «La mierda de los ricos huele que apesta». La línea divisoria aparece en toda su magnitud [*Tea Rooms. Mujeres obreras*, 1934, 42].

Antonia, Paca, Marta, Laurita, Trini, Felisa y Esperanza, las trabajadoras del salón de té, y Teresa, la encargada del establecimiento, definen a la per-



Adaptación teatral de *Tea Rooms* a cargo de Laia Ripoll en el teatro Fernán Gómez (foto de MarcosGpunto, 2022).



fección la fuerza productiva proletaria bajo un papel colectivo común, el de las obreras. El beneficiario ulterior de su trabajo es el dueño del local, quien es premeditadamente desdibujado por Carnés bajo el apelativo de «el Ogro». Como observábamos antes, la figura del burgués es trazada peyorativamente como un antagonista que coarta las aspiraciones vitales de sus empleadas. Es una narración sugestiva que se vuelve progresivamente combatiente conforme Matilde va adquiriendo conciencia de clase y, a su vez, intenta convencer a sus compañeras de que la unión proletaria entre hombres y mujeres es la única forma de concretar el cambio social.

El relato carnesiano tiene una visión sesgada de la realidad y necesariamente maniquea en el retrato del «enemigo», pues como afirma Lukács en su *Teoría de la novela*, «la intención ética es sensible al corazón mismo de la estructuración de cada detalle» (1966: 69). Es más, la lucha de clases es beligerante en sí misma, por lo que la autora está haciendo uso del realismo literario para potenciar el cuadro jerarquizado de la sociedad que pretende reprobar. El fin último será exhibir la degradación a la que puede llegar el sistema, diseñando un universo subjetivo que identifique las experiencias personales de Carnés como comunes a todo el proletariado, porque lo que se plantea es la internacionalización del movimiento obrero. Por tanto, lo que pretende es contraponer el mundo contingente en su enfrentamiento con la realidad de las trabajadoras. Para ello, yuxtapone continuamente la causa —el sistema capitalista— y

la consecuencia —la desigualdad de género y clase— a través de una narración inmediata que también nos advierte de la volatilidad de las relaciones de producción.

Tea Rooms también es la lexicalización de la pobreza —sin romanticismos vacuos—, el rechazo de la metáfora que pueda disuadir al lector del contenido ideológico y un uso del simbolismo para cristalizar las diferencias sociales. Por ejemplo, en una de las primeras escenas, los zapatos de las aspirantes al puesto de secretaria muestran la distancia entre aquellas que, como Matilde, necesitan el trabajo para sobrevivir, y las «mujeres modernas» acomodadas que lo solicitan bajo la utopía de lograr la tan ansiada emancipación femenina.

Si bien comentábamos que no hay excesivo retoricismo, una de las novedades estéticas de Carnés es poner los recursos literarios al servicio de la disrupción. Esto significa que no necesita engalanar la forma para hacer resaltar el fondo, porque las condiciones materiales de las obreras ya sobresalen argumentalmente de manera autónoma. El modo en que viven y trabajan se muestra tal y como es; hacinadas y mercantilizadas, con zapatos informes y miembros entumecidos por el frío. Pero siempre preferirán el invierno antes que el estío, porque en verano su vida pasa más lenta.

Para la muchacha pobre el cambio de estación supone la adición de un problema a la suma de dramáticos problemas que integran su vida. Cada primavera requiere una renovación proporcional del indumento. La mujer rica desea el estío, que le permite cultivar su fina desnudez. La pobre lo teme [*Tea Rooms. Mujeres obreras*, 1934, 12].

Los estudios de Terry Eagleton (2013) y Julio Rodríguez Puértolas (2008) comprenden la literatura como un reflejo reacondicionado de la realidad social que depende, en gran parte, de las relaciones de producción existentes en un momento dado. Así pues, observamos que *Tea Rooms* acomoda la superestructura coercitiva del esquema narrativo realista, proporcionando al personaje colectivo la facultad dialéctica para desarmar sin tapujos la organización socioeconómica. Lo novedoso es que el personaje colectivo está formado exclusivamente por mujeres, aunque esto no significa que no se plantee la solidaridad obrera desde una praxis común, independientemente del género. Para Carnés, la unión proletaria entre obreros y obreras es una exigencia trascendental ante el devenir de la historia, pero admite que existe una mayor alienación en las mujeres porque su vilipendiada condición social a razón de género absorbe su sensibilización como oprimidas.

El foco se va intercalando alternativamente entre el argumento transversal de la obra y las propuestas políticas que la autora deja entrever de manera más o menos directa. Son recurrentes las alusiones al modelo soviético, que para entonces permeaba la mayoría de los idearios marxistas, proyectando en él un espacio soñado que nos evoca el carácter idealista implícito en la revo-



lución. Las transformaciones sociales que esboza Carnés —reducción de la jornada laboral, mejora de las condiciones socio-sanitaria, internacionalismo y libertad de asociacionismo obrero— aparecen gradualmente a través del personaje *alter ego*, Matilde.

Es perfilada con potestad discursiva y va construyéndose una identidad obrera inalienada, una identidad propia que no surge desde percepciones customizadas por el patriarcado economicista; más bien, nace a partir de comprender su condición de clase obrera. Matilde es, en definitiva, la reivindicación de un modelo de mujer que existía, pero que no se quería admitir socialmente, una desviación de la norma común que vive por y para la rebeldía. Carnés no quiere tematizar a la mujer moderna validada por las generaciones literarias anteriores; ya no hablamos de meros arquetipos literarios, sino de sujetos activos con amplia capacidad volitiva. Ya no hablamos de la mujer del obrero, sino de la mujer obrera.

Hacia una nueva identidad femenina

La identidad femenina en la Edad de Plata estaba encaminándose hacia nuevas vertientes que englobasen a un mayor número de mujeres, y no solamente a los moldes canónicos del ángel del hogar y la *femme fatale*. Su incorporación al mundo laboral no llevó consigo una redistribución de los roles de género impuestos preceptivamente, ya que las mujeres seguían teniendo que legitimar su coyuntura individual en base a la búsqueda del matrimonio, el cuidado de la familia y la práctica religiosa. El primer tercio del siglo xx es un marco para la invención y desarrollo de un nuevo modelo de mujer surgido, en gran medida, por la labor literaria y social de las autoras del 98, esta es, la mujer moderna. Escritoras como Carmen de Burgos, Caterina Albert (bajo el pseudónimo de Víctor Català) o María de la O Lejárraga son algunas de las plumas que comenzaron a objetualizar problemáticas raramente tratadas por la tradición anterior como la violencia de género, la emancipación femenina a través del trabajo o el cuestionamiento de la autoridad masculina.

La entrada de nuevos sujetos literarios femeninos que se contraponían frontalmente a la manera en que se había tematizado a la mujer hasta entonces —siempre desde una mirada masculina paternalista— fragmentó el discurso hegemónico y abrió la puerta a las escritoras nacidas a partir de 1885. Autoras como Margarita Nelken emprendieron un camino intelectual con matices progresistas que podemos reconocer como un feminismo embrionario³ que

³ Hasta la segunda década del siglo xx el término «feminismo» había sido un término usualmente reprobado debido a su visión reduccionista y conservadora de la mujer española. La corriente feminista más reaccionaria de la Edad de Plata se caracterizó por su propósito de



acabará por concretarse en la lucha por el sufragio femenino conseguido con la llegada de la II República. Luisa Carnés se distancia de la mayoría de las autoras de su generación porque procede de un origen humilde, carece de estudios básicos y no tiene mayor fuente creativa que su propia experiencia vital.

Adoptando terminología de la crítica literaria feminista de finales del siglo xx, podemos trazar una bifurcación en el tratamiento narrativo de los caracteres carnesianos en *Tea Rooms*: por un lado, los personajes paradigmáticos que reproducen las convenciones sociales asociadas históricamente al concepto de mujer, es decir, todas las trabajadoras salvo Matilde y, en ciertas ocasiones, Trini, son tematizadas como objetos literarios sin suficiencia autónoma, manteniendo una conformidad por antonomasia sistémica y apareciendo siempre subordinadas a las funciones que les fueron asignadas desde el nacimiento. En cambio, Matilde personaliza los anhelos de todo el proletariado femenino internacional: es el nuevo modelo de mujer que sí engloba al grueso de la población proletaria.

Carnés sintetiza en los personajes arquetípicos una identidad femenina recelosa de disputar el capital hegemónico masculino, pero no por indiferencia o escepticismo, sino porque su conducta está claramente alterada por su posición de subalternidad en el armazón social. Es el rechazo de la mujer moderna porque este es un molde que no incluye, por ejemplo, a las trabajadoras del salón de té y que relaciona la emancipación femenina con el trabajo, cuando la realidad es que la jornada laboral intensifica su sometimiento. Otros factores criticados en la novela y que alimentan la despersonalización de las mujeres son el matrimonio impostado, la obligación de formar una familia, la prostitución y la influencia negativa de la Iglesia. Todas estas circunstancias sociales peyorativas conforman el argumento por el que discurren los personajes de *Tea Rooms*. Cada una de ellas muestra un paradigma identitario nocivo para mejorar sus posibilidades aspiracionales, pero gracias a Matilde se acaba creando un espacio de confluencia y comunicación entre todas. La sororidad es, por tanto, otro de los activos más valiosos que fagocitan el discurso masculino preponderante dentro de la obra, un elemento que Carnés trata de salvaguardar ante todo y ante todos.

Si la timorata Paca encarna todos los preceptos represivos postulados por la doctrina católica, la jovial Laurita representa a la mujer moderna de aparente clase media. La primera se abstrae por completo de la colectividad del salón y en ella se deposita toda la crítica contra la institución religiosa, mientras que la joven establece el amor neoplatónico como el motor de sus acciones. Carnés se muestra contundente contra estas dos tradiciones antagónicas porque

— unificar a la mujer en torno a un patriotismo transversal, con el objetivo de constituir una nueva identidad femenina nacional, incorporándola así a un discurso político tradicionalmente masculino y situando sus nuevos intereses a largo plazo en consonancia con los del hombre.



ambas edifican su vida en torno a una moralidad artificiosa, sufriendo una despersonalización que limita su emancipación. Además, tanto la Iglesia como el amante de Laurita conceptualizan e invaden su autonomía, cosifican con alevosía su cuerpo y espíritu; esto es lo que defenderá años después Judith Butler (2012): concebimos la materialidad del cuerpo femenino como un constructo sociohistórico fundamentado en las disposiciones masculinas. El cuerpo se volverá para todas ellas una entidad impropia de la que el hombre y el capital son usufructuarios, custodio también del concepto de virilidad.

Es el enemigo que a veces hace demagogia de ocasión: «El patrono y el obrero son un solo cuerpo». (No tiene en cuenta que lo que él come no le nutre al complemento de su cuerpo —el jornalero—). [...] Una vez advierte que en sus sienes hay pelos blancos, que sus miembros enmohecen. «Tú ya no me sirves». Y a otra cosa. Ahí se queda el pobre cuerpo, con su vejez sobre la espalda. «Ya no me sirves». Ya no es «su» cuerpo [*Tea Rooms*, 1934, 80].

El fatídico aborto clandestino de Laurita condensa el expolio consciente de la naturaleza de la mujer por parte del varón. Su interrupción del embarazo en un establecimiento con pésimas condiciones higiénicas y con una varilla de paraguas es pautada por su amante, quien manipula su inocencia y legisla sobre su cuerpo. Este desenlace también pone de manifiesto la hipocresía de las clases medias, preocupadas por mantener una supuesta honra tras conocer el suceso. La sociedad es igualmente culpable porque sabe de primera mano lo que hacen las mujeres en las clínicas clandestinas, lo desapruaban moralmente, pero si ocurre en su seno familiar son los primeros que envían a sus primogénitas al extranjero para abortar. El «suicidio inconsciente» vuelve a ser un problema inherente a la clase a la que se pertenece. La capacidad económica determina la vida y la muerte.

El trabajo femenino había posibilitado un paulatino acercamiento de la mujer hacia la vida social, pero tenía que seguir supeditando su actividad laboral a la búsqueda de un «marido probable» que la absolviese de la jornada en la fábrica para conducirla irremediabilmente a la extenuante jornada doméstica. El matrimonio no era más que la legitimación social y jurídica de la mujer, una obligación ineludible para ellas y una opción probable para ellos. Carnés lo define como la «tragedia del hogar», un modo de explotación doméstica que recreará a pequeña escala las relaciones productivas existentes en la industria. Ahora bien, la mercantilización de la mujer en el ámbito familiar no se justifica desde la lógica capitalista del rendimiento económico, sino que son los roles de género los causantes de esta subordinación.

Precisamente por eso Matilde rechaza a su pretendiente, porque la mujer obrera sabe que no necesita la figura de un hombre para ratificar su identidad. La identidad femenina que traza Carnés emana agencia discursiva y operativa, huye del matrimonio forzoso que se basa en automatismos prefijados, recha-



zando cualquier ley paternal que pueda aislarla de la lucha proletaria. Destruye los mitos de la modernidad relativos a la emancipación de la mujer a través del trabajo y no comprende que el matrimonio o el convento sean instituciones liberadoras. La soberanía individual de la mujer será el primer paso para que la contienda colectiva de la clase trabajadora pueda llegar a materializar un cambio real en el orden natural de las cosas.

Una de las reclamaciones más importantes de la mayoría de las autoras del primer tercio del siglo xx fue la prohibición de la prostitución, que seguía siendo una de las tres alternativas vitales —además del matrimonio y el convento— consignadas para las mujeres. La llegada al Ministerio de Sanidad de la anarquista Federica Montseny en 1936, quien también había dedicado varios textos literarios a esta problemática,⁴ abrió la puerta a una posible derogación, pero no llegó a implementarse una abolición total.

Luisa Carnés evidencia esta dicotomía existencial a la que estaban abocadas las mujeres de clase trabajadora en la piel de Marta, la empleada más joven y con la peor situación familiar. Tras ser despedida del salón de té, no tiene otra opción plausible más que la de vender su sexualidad, convirtiéndose en la querida de un ingeniero alemán que la mantendrá social y económicamente. No es una decisión independiente en un marco de libertad sexual, sino una iniciativa condicionada adquisitiva y carnalmente por la resignificación del cuerpo de la mujer. Ahora su fuerza productiva no está en manos del patrono, pero sigue siendo propiedad material e inmaterial de un hombre.

Existía un consentimiento institucional de la prostitución e, incluso, una reglamentación legislativa que la regulaba hasta 1935. Recuperando una de las obras clave de la teoría feminista, *Calibán y la bruja* de Silvia Federici (2010), el asentamiento social de esta práctica tan perjudicial e irrazonable se sitúa en el período de acumulación capitalista. La concentración de capital y trabajo transformó el cuerpo humano en un mecanismo productivo, se expropiaron las tierras, los medios y la autonomía del individuo. Las relaciones de poder estructurales y la división de género provocaron que las mujeres fuesen tratadas como un «bien común»; su mercantilización provenía tanto del burgués como del hombre proletario. Marta sabe que vive esclavizada sexualmente, que algún día su amante cambiará su cuerpo como el patrón cambia de trabajador. Carnés considera que la vida no es tener que elegir entre tres caminos parcialmente diferentes, pero siempre dañinos para la mujer: cree que la educación y la cultura democratizarán el movimiento obrero, una trinchera que debe ser

⁴ Federica Montseny retrata en su relato breve «Amor en venta» (1934) este motivo: Laura, una joven madre con su pareja en la cárcel, llega a un prostíbulo de la mano de la veterana Úrsula. Ambas compartirán profesión y empezarán a criar al niño juntas, formando un nuevo modelo de familia totalmente disruptiva. La denuncia social es muy explícita y el texto se construye en base a la deconstrucción de esa doble moral que permite la comercialización de sus cuerpos.



colectiva y apresurarse a condenar rotundamente cualquier atisbo de discriminación de género. «“Esto”, no. Ni “lo de Marta”. Ni tampoco la inconsciencia de Laurita. Hay que destruir toda esta carroña. Destruir. Para edificar. Edificar sobre cimientos de cultura. Y de fraternidad» (*Tea Rooms*, 1934, 107).

La importancia de la memoria

Recuperar la obra de Luisa Carnés era una deuda histórica que tenía el canon literario con la sociedad española y que ha sido posible gracias a la sobresaliente labor de investigadores como Antonio Plaza. La reciente inclusión de *Tea Rooms* en el currículo de Bachillerato responde a la necesidad de pluralizar y feminizar la nómina de escritores que estudian las generaciones venideras. Su censura surgió de una dictadura que exterminaba la disidencia humana e intelectual, porque no hay nada más disidente que una mujer obrera que escribe, denuncia y convence. La filología, la cultura y la educación tienen un reto primordial en estos momentos: incorporar convenientemente los estudios de género y de clase a toda la historiografía sociopolítica y literaria. Solamente así conseguiremos que se haga justicia —poética y ecuánime— con todas las autoras comprometidas silenciadas y apartadas de nuestra memoria colectiva por el hecho de ser mujer.

La problemática social expuesta no es propiedad exclusiva de *Tea Rooms*, sino que se trata de un conflicto prolongado en el tiempo que ha determinado una manera de concebir el arte, de entender los límites del mundo y la voluntad de querer cambiarlos. Es el compromiso lo que hace de la lucha disidente un acto plausible y del progreso social una realidad tangible. Narradores como Luisa Carnés evidencian que la pluma puede convertirse en un arma incendiaria contra lo normativo, contra lo socialmente impuesto; estar sistemáticamente en contra es un modo de entender la vida, una posición vital determinada por la clase y el género. Carnés ilustra las contradicciones de la modernidad burguesa y formula el deseo de crear un sistema socioeconómico que goza de mayor legitimidad que el capitalista. Sus proposiciones revolucionarias de transformación siguen siendo hoy en día tan realizables como razonables, tan ansiadas como inevitables.

Antes creíamos que la mujer solo servía para zurcir calcetines al marido y para rezar. Ahora sabemos que los lloros y los rezos no sirven para nada. Las lágrimas nos levantan dolor de cabeza y la religión nos embrutece, nos hace supersticiosas e ignorantes. Antes no había más que dos caminos para la mujer: el del matrimonio o el de la prostitución; ahora ante la mujer se abre un nuevo camino, más ancho, más noble: ese camino nuevo de que os hablo, dentro del hambre y del caos actuales, es la lucha consciente por la emancipación proletaria mundial [*Tea Rooms*, 1934, 105]. ★



Bibliografía

- BUTLER, J. (2012): *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del «sexo»*.
- CARNÉS CABALLERO, L. (ed.) (2019): *Tea Rooms. Mujeres obreras*. Xixón: Hojadelata.
- DÍAZ FERNÁNDEZ, J. (1930): *El nuevo romanticismo*. Madrid: Zeus [en línea]. Biblioteca Digital de Castilla y León.
- EAGLETON, T. (ed.) (2013): *Marxismo y crítica literaria*. Buenos Aires: Paidós.
- ENA BORDONADA, Á. (2021): «La invención de la mujer moderna en la Edad de Plata». En D. Romero (coord.): *Feminismo/s*, 37. Dossier monográfico: *La mujer moderna en la Edad de Plata (1868-1936): disidencias, invenciones y utopías*, 25-52.
- FEDERICI, S. (ed.) (2010): *Calibán y la bruja*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- LUKÁCS, G. (ed.) (1966): *Teoría de la novela*. Buenos Aires: Siglo Veinte.
- OLMEDO, I. (2014): *Itinerarios de exilio: la obra narrativa de Luisa Carnés*. España: Renacimiento (Biblioteca del Exilio, 17).
- PLAZA, A. (2016): «Epílogo». Carnés, Luisa. *Tea Rooms. Mujeres obreras*. Xixón: Hojadelata: 207-250.
- RODRÍGUEZ PUÉRTOLAS, J. (2008): «La crítica literaria marxista». En *Revista de Crítica Literaria Marxista*, 1: 26-63.
- ZAVALA, I. M. (coord.) (2000): *Breve historia feminista de la literatura española*. España: Anthropos.



Berlinguer, la persecución del consenso por el socialismo

JOSÉ LUIS MARTÍN RAMOS

Catedrático emérito de Historia Contemporánea
de la Universidad de Barcelona

Nota introductoria

Nacido en Cerdeña, Berlinguer se integró en el movimiento comunista a los veintiún años, en 1943, formándose como militante en la resistencia antifascista.¹ Al acabar la guerra fue elegido miembro del Comité Central y en 1948 del Comité Ejecutivo en representación de las Juventudes Comunistas; en 1960 fue elegido miembro de pleno derecho del Ejecutivo y del Secretariado entre 1962 y 1964. Ante la enfermedad de Luigi Longo, secretario general del PCI, asumió buena parte de sus funciones desde febrero de 1969 como vicesecretario general. Encabezó la delegación italiana en la Conferencia Mundial de Partidos Comunistas de junio de 1969; en ella, en respuesta a los acontecimientos de Checoslovaquia en 1968, rechazó la imposición de un modelo único de acceso y desarrollo del socialismo y recuperó la propuesta última de Togliatti contra la instauración de un solo partido y un solo Estado dirigente en el movimiento comunista.² En marzo de 1972 fue elegido secretario general del PCI, a tiempo para ser testigo político del derrocamiento del Gobierno de Unidad Popular en Chile, encabezado por Salvador Allende, el 11 de septiembre de 1973. La reacción de Berlinguer fue inmediata. El 28 de septiembre inició la publicación de una serie de tres artículos en la revista semanal del Partido,

¹ Giuseppe Fiori (2004): *Vita di Enrico Berlinguer*. Edizione Laterza, Roma. Chiara Valentini (2014): *Enrico Berlinguer*. Giaggiacomo Feltrinelli, Milán.

² Aldo Agosti (2003): *Togliatti. Un uomo di frontiera*. UTET, Turín. El llamado «testamento» de Togliatti es su «Memorándum sobre las cuestiones del movimiento obrero internacional y sobre su unidad», Yalta, 1964, publicado en castellano en Palmiro Togliatti, *Escritos políticos*, Ediciones Era, México D. F., 1971.





Rinascita, en los que propuso una nueva línea de alianzas para seguir avanzando en la lucha por el socialismo; una línea que tenía sus antecedentes en la de la amplia unidad antifascista y democrática impulsada por Togliatti a partir de 1944. A mediados de octubre de 1973, Berlinguer, en el tercero de sus artículos, formuló y argumentó la propuesta, que él mismo denominó «compromiso histórico», de un acuerdo de fondo entre el mundo católico y la izquierda en la perspectiva del avance de la democracia y la articulación de un amplio consenso en la perspectiva de una transformación socialista.

La cuestión católica empezó a tener respuestas organizativas y políticas en el PCI tras la común participación en las luchas de la resistencia contra la ocupación alemana y el fascismo, en los primeros años de la posguerra. En 1946 Togliatti impulsó una reforma de los estatutos del Partido por la que se establecía la afiliación al PCI «independientemente de la raza, las creencias y las convicciones religiosas». Se empezaba a reconfigurar de manera efectiva el Partido como laico y democrático o, como Berlinguer expresaría años después, «como tal no teísta, no ateo y no antiteísta». Años más tarde, en 1954, de nuevo Togliatti hizo un llamamiento al mundo católico para compartir la lucha contra el peligro del holocausto nuclear, abierto por la Guerra Fría. A pesar de la derechización del partido de la Democracia Cristiana, Togliatti mantuvo hasta su muerte la llamada a los comunistas de no caer en el reduccionismo y el sectarismo ante el mundo católico; en su discurso de Bérgamo, en 1963, señaló la centralidad de la cuestión de las relaciones entre el mundo comunista y el católico y la necesidad de resolverla de manera positiva. Berlinguer retomó la cuestión en el XIII Congreso del Partido, cuando en su informe sostuvo que «en un país como Italia, una nueva perspectiva solo puede llevarse a cabo con la colaboración entre las tres grandes corrientes populares: comunista, socialista, católica».³ La suya es toda una lección de análisis abierto, no sectario, de la sociedad y el carácter indispensable de la política de alianzas en la consecución del consenso para el avance hacia el socialismo.

El XIV congreso del PCI, en marzo de 1974, aprobó la línea del compromiso histórico. La nueva propuesta tuvo una primera prueba de fuego en el referéndum del 12 de mayo de 1974 para la anulación de la ley del divorcio de 1970, impulsado por Fanfani —secretario político de la Democracia Cristiana y principal representante de la posición anticomunista—, el neofascista Almirante y el Vaticano. Berlinguer rechazó entrar en una «guerra de religión» y apeló al voto ciudadano, por encima de todas las confesiones. La moción Fanfani-Almirante fue derrotada por el 59% de votos en contra, desestabilizando a Fanfani y su empeño en la política de marginación del PCI. La puntilla a uno y a otra la dieron las elecciones municipales de junio de 1975, en las que el PCI

³ Citado por Vittorio Gioello, «Nella crisi degli anni Settanta. I nodi della segreteria Berlinguer», en Alexander Höbel, Marco Albeltaro (eds.): *Novant'anni dopo Livorno*. Editori Riuniti, Roma, 2014.

sumó el 33% de los votos y quedó tan solo a un 1,8% de distancia de la DC. Fanfani tuvo que abandonar la secretaría política de la DC en la que se impuso una línea crítica, en la que sobresalió Aldo Moro, que contempló el fin del aislamiento político de los comunistas en un contexto marcado por la ofensiva terrorista de la extrema derecha —la «estrategia de la tensión»— la amenaza, cierta, de golpe de Estado, y el terrorismo sectario de la ultraizquierda, en particular de las Brigadas Rojas. La línea de la unidad democrática, rebautizada como «solidaridad democrática» empezó a abrirse paso.

Berlinguer añadió a la propuesta general de unidad democrática dos iniciativas: una, la aceptación de la OTAN, y la otra, la defensa de un nuevo modelo productivo como eje de un futuro programa común de gobierno. La primera pretendía evitar que esa pertenencia se erigiera en el obstáculo para el levantamiento del veto político al PCI, establecido en 1947, y se concretó en el Comité Central del PCI a comienzos de 1975, cuando Berlinguer sostuvo que, dado el equilibrio estratégico-militar de los dos bloques, no era realista plantear la retirada unilateral de Italia. Fue una iniciativa no solo no correspondida, sino combatida por el Gobierno norteamericano; Kissinger consideró a Berlinguer más peligroso que Cunhal. A pesar de que Berlinguer, en un momento de abierta confrontación con el PCUS, amplió la concesión verbal hacia la OTAN afirmando en una entrevista que prefería mantener a Italia dentro de dicha alianza, la respuesta norteamericana siguió siendo la del veto; en enero de 1978, Jimmy Carter confirmó que Estados Unidos no aceptaría la entrada del PCI en el Gobierno italiano. Fue una iniciativa malograda, por errónea. Como erróneo fue también su rechazo a la entrada del ejército soviético en Afganistán, en diciembre de 1979, que Berlinguer asimiló a la de las tropas del Pacto de Varsovia en Checoslovaquia en 1968; nada tenía que ver una cosa con la otra, y la dirección comunista italiana fue víctima de su desconocimiento real de la situación afgana.

La segunda iniciativa, por el contrario, aunque tampoco consiguió que se hiciera realidad, constituyó una de las principales aportaciones a la política comunista, destinada a ser más apreciada en nuestro presente que en el suyo. Fue la propuesta de la «austeridad», presentada por primera vez en la reunión del Comité Central de octubre de 1976 y en público en enero de 1977, en el discurso de clausura de la conferencia de intelectuales, convocada para debatir la propuesta. El contexto era la crisis económica, que puso fin al espejismo desarrollista y consumista de los Treinta Gloriosos, y el título de la propuesta respondía al propósito de dar una alternativa a la política de austeridad capitalista, que en sectores del propio PCI —Amendola— se asumía como un mal necesario, sin más. Berlinguer defendió que había que cerrar aquella etapa histórica del desarrollismo y del consumismo; había que adoptar un nuevo modelo productivo basado en las necesidades reales y las posibilidades de satisfacerlas, sin la lógica del consumo artificial y el despilfarro inherente al capitalismo. Se





imponía el cambio total de rumbo del productivismo, no como un mero «apretarse el cinturón» coyuntural, que recaería en las clases trabajadoras y populares, sino como cambio estructural de modelo productivo. En su propuesta de austeridad, Berlinguer incluía además la implementación de valores socialistas en el comportamiento social y la gestión política, asumibles por quienes no compartieran la ideología socialista o comunista, que anticipaban la transición cultural, en el más amplio sentido, hacia el socialismo. No era posible entender ese cambio sin la introducción de elementos socialistas. Dijo desde el principio, en el debate del Comité Central de octubre, que no cabía recuperación duradera si no había renovación. Esa renovación había de ser el núcleo del programa del compromiso histórico, no circunscrito a una coalición de partidos, sino que tenía un contenido trascendental de cambio de época. La propuesta de Berlinguer, reducida de manera falsaria a la imagen de «apretarse el cinturón» por sus antagonistas, no fue comprendida en aquel momento por buena parte de la izquierda: por sectores del PCI, por los socialistas de Craxi —que bajo un verbalismo de izquierda seguían oponiéndose al pleno acceso del PCI a todas las instituciones—, también por los sindicatos de la CGIL. Cuarenta y cinco años después sus palabras siguen siendo de actualidad.

No hubo ocasión entonces de llevar a cabo el proyecto de renovación del modelo productivo ni de defensa del sistema democrático con más democracia. El primer paso considerado entonces por Berlinguer, la entrada del PCI en el Gobierno, volviendo a la situación de 1945-1947, pareció aproximarse con las elecciones generales de junio de 1976: el Partido obtuvo el 34,4% de los votos y la DC, aunque mejoró su posición con respecto a las municipales y obtuvo el 38,7%, dejó de estar en condiciones de formar gobiernos centristas. Como reflejo de ese avance Pietro Ingrao fue elegido presidente de la Cámara de Diputados. A finales de 1977 la dirección del PCI anunció a Aldo Moro, entonces presidente de la DC, su solicitud formal de ingreso en el Gobierno de la República. Aldo Moro asumió la responsabilidad de plantearlo a la dirección de la DC y, en cualquier caso, defender la conveniencia de la política de solidaridad nacional. El proceso resultó complicado por la oposición irreductible de la derecha de la DC y las tortuosas maniobras de Andreotti. En marzo de 1978 Moro consiguió que la DC aprobara la formación de un nuevo Gobierno de solidaridad nacional que incluyera al PCI en la mayoría, pero no en el ejecutivo. El PCI lo aceptó a condición de que formaran parte en dicho ejecutivo personalidades independientes y no los que estuvieran en contra de la línea de solidaridad democrática. Andreotti hizo de las suyas y formó el 15 de marzo un Gobierno sin independientes y con miembros de la derecha democristiana hostiles al acuerdo. Todo cambió al día siguiente, en el que el nuevo Gobierno había de tener la ratificación de la cámara, cuando Aldo Moro fue secuestrado por las Brigadas Rojas. El 9 de mayo Moro fue asesinado por sus secuestradores. El PCI en aquel momento de crisis dio su voto en favor del Gobierno Andreotti; la línea

de la solidaridad nacional parecía confirmada en la tragedia, pero no pasó de ser una confirmación formal, sin que se produjera ningún cambio en la gestión gubernamental en la línea de la renovación. Aquel mismo año Zacagnini, secretario político de la DC, manifestó en Estados Unidos que tan pronto como fuera posible la DC rompería con el PCI.

Berlinguer reaccionó defendiendo la identidad revolucionaria del Partido y el sentido de fondo de su propuesta en el ámbito de las alianzas, situándolo en su fondo fundamental, el de las alianzas sociales. En su discurso en la fiesta de *L'Unità*, en septiembre de 1978, marcará la distinción no ya con los democristianos, sino con los socialistas: la socialdemocracia siempre se ha movido dentro de la lógica del capitalismo, el objetivo de los comunistas es salir de esa lógica. Acto seguido, la dirección del PCI acordará abandonar la mayoría parlamentaria y volver a la oposición. Tocaré al XV congreso del PCI, en marzo de 1979, presentar el balance: la exclusión del PCI del Gobierno, que habría sido culminación política de la solidaridad nacional, ha sido impuesta por la DC, la política de unidad democrática sigue siendo vigente. A lo largo de 1979 insistirá en defender el sentido de fondo del compromiso histórico, reconociendo error no en la línea, sino «en la forma de presentarlo y vivirlo»; la autocrítica estará en la subestimación del peso del anticomunismo en la DC, también en la presentación excesivamente institucional de la línea unitaria. La crítica de las masas se reflejará en el retroceso electoral en las generales de junio de 1979, en las que el PCI pierde 1,5 millón de votos y cuatro puntos porcentuales. Berlinguer recogerá esas críticas a lo largo de 1980, oponiéndose al acuerdo firmado en julio entre los sindicatos y el Gobierno del democristiano Cossiga, por el que se estableció la deducción de un 0,5% del salario de los trabajadores para constituir un denominado «fondo de solidaridad», y apoyó abiertamente las movilizaciones obreras en su contra, en particular la ocupación de la factoría de la FIAT en Milán, en septiembre, a cuya puerta acudió como muestra simbólica de ello.

Con el retroceso electoral y el paso dado hacia la oposición todavía en proceso de digestión, tras el terremoto de la región de Irpina, el 23 de noviembre de 1980, con el escándalo por las dificultades encontradas en las labores de rescate, Enrico Berlinguer sacudió al Partido y a la sociedad italiana presentando el 27 de noviembre a la dirección del PCI un documento en el que apuntaba una nueva iniciativa estratégica, sustentada en la denuncia de la corrupción del sistema de partidos italiano que actuaba no al servicio del Estado, sino sirviéndose de él para sus intereses particulares. Berlinguer dejó en suspenso cualquier relación de gobierno con la Democracia Cristiana, clave de bóveda de ese sistema, y animaba al PCI a convertirse en el impulsor de una renovación profunda de la política italiana para que fuese política y no mercadeo de intereses. La consigna central era que «la cuestión moral es hoy la cuestión política más importante»; resolverla no podría estar en manos de un





Gobierno articulado en torno a la DC, como desde el principio de la República, sino un Gobierno de alternativa democrática cuyo pivote habría de ser el PCI. Los hechos que siguieron le cargaron de razón de manera espectacular, cuando el 17 de julio de 1981 se encontró en una casa de Licio Gelli la lista de los miembros de la logia secreta de la P2: en ella había ministros en activo, exministros, la cúspide de los servicios secretos, dirigentes de partidos, periodistas, editores... gente de todos los partidos italianos, a excepción del PCI y de los pequeños grupos de Lucio Magri y Marco Pannella (Pajetta apostilló: la única manera de no votar a la P2 es votar al PCI). En ese momento Scalfari, fundador y director del diario *La Repubblica*, ofreció a Berlinguer, con el que mantenía amistad, la publicación de una entrevista en el diario, que se convirtió en un hito periodístico y político. La alternativa democrática fue el protagonista del último congreso del PCI en el que participó Berlinguer, el XVI, en marzo de 1983. Al propio tiempo se ocupó de defender la legitimidad del PCI, su naturaleza de enmienda a la totalidad del sistema, de partido diferente; la absoluta necesidad de su pervivencia, en sí y como partido de la sociedad, ni disimulando y menos ocultando su origen y tradición ni reduciéndose —como ya algunos le pedían— a un aparato electoral. Lo hizo de manera particular en dos artículos en *Rinascita*, en diciembre de 1981 y diciembre de 1982: «La renovación de la política y la renovación del PCI» y «Partido y sociedad en la realidad de los ochenta». Todo ello sin dejarse arrastrar a ningún giro de desaliento ni de abandono del camino emprendido. A pesar de que el resultado de las elecciones generales de junio de 1983 no fuera el deseado y mantuvieran al Partido sin recuperar los 12,6 millones de votantes, su máximo histórico, de 1976. Los más de 11 millones obtenidos lo mantenían como segundo partido de Italia, con un apoyo que no había que desperdiciar, sino hacer crecer para poder imponer de manera efectiva la alternativa democrática. La exasperación que le produce la deformación de su propuesta del compromiso histórico le llevó a dejar de mencionar la fórmula, aunque no a abandonar su sustancia; la cuestión que puso por delante, la consigna que identifica toda una línea, fue la de la alternativa democrática acompañada por la intensificación de la lucha por la paz en un mundo que está caminando a paso firme hacia una nueva Guerra Fría con el despliegue por parte de los Estados Unidos de los nuevos misiles de largo alcance. Su respuesta ante esta última amenaza es la postulación de la desescalada total hasta el abandono absoluto del arma nuclear. En ese curso, que será inesperadamente el último, defiende las conquistas materiales de la clase obrera italiana —en este caso avanzada del movimiento obrero todo—, la escala móvil de los salarios derogada por el Gobierno Craxi, y reconoce en declaración pública, el verano de 1983, que la gran novedad en Italia es el nacimiento del movimiento femenino de masas. No podrá seguir adelante, no por falta de convicción y de pasión política, sino por el inesperado ictus, al pie del cañón en un mitin en Padua el 7 de mayo de 1984, que producirá su muerte.

SELECCIÓN DE TEXTOS

El compromiso histórico

1. «Imperialismo y coexistencia a la luz de los acontecimientos chilenos».

Publicado en *Rinascita* el 28 de septiembre de 1973

Algunos se han preguntado cómo es posible que unas intervenciones tan brutales como la llevada a cabo en Chile por las fuerzas del imperialismo y la reacción sigan ocurriendo en una fase de la vida internacional en la que están dando pasos cada vez más rápidos en el camino de la distensión y coexistencia pacífica en las relaciones entre Estados con regímenes sociales diferentes. Pero, ¿quién ha defendido nunca que la distensión y la coexistencia internacionales significan la llegada de una era de tranquilidad, el fin de la lucha de clases en el plano interno e internacional, contrarrevoluciones y revoluciones?

La política de distensión, en la perspectiva de la coexistencia pacífica es, ante todo, la forma de garantizar un objetivo primordial de interés vital para toda la humanidad y cada pueblo: evitar la catástrofe de la guerra atómica y termónuclear, asegurar la paz mundial, afirmar el principio de la negociación como único medio para resolver las disputas entre Estados. Además, la distensión y la coexistencia, en tanto que implican la reducción progresiva de todos los armamentos y las múltiples formas y la creciente cooperación económica, científica y cultural, tanto en el plano bilateral como el multilateral, son una de las formas de abordar los esfuerzos combinados, los grandes problemas del mundo contemporáneo como la mejora de las zonas deprimidas, la contaminación, la lucha contra la indigencia y las enfermedades sociales, etcétera.

La distensión y la coexistencia no implican en sí mismas, automáticamente y en poco tiempo, la superación de la división del mundo en bloques y zonas de influencia, y por lo tanto no impiden a Estados Unidos la posibilidad de interferir de diversas maneras, incluso las más descaradas, en las zonas y países que les gustaría adquirir para siempre dentro de la esfera de su dominio directo o indirecto.

La división del mundo en diferentes bloques y áreas es un hecho que preexiste a la política de distensión y coexistencia, ya que es el resultado de todo el curso del progreso histórico mundial, desde la Revolución de Octubre a la Segunda Guerra Mundial y los acontecimientos de signo diferente, de estas últimas décadas, que han determinado la actual dislocación de los equilibrios internacionales y nacionales. Tampoco debemos olvidar la influencia negativa en la vida internacional de esas divisiones entre los países socialistas que tienen su punto más alto en las diferencias entre la China Popular y la Unión Soviética.



[...]

En particular, siempre hemos dado la debida importancia a lo largo de nuestra trayectoria al hecho fundamental de que Italia pertenece al bloque político-militar dominado por Estados Unidos, y el inevitable condicionamiento que se produce. Pero la conciencia de este hecho objetivo ciertamente no nos llevó a la inercia y la parálisis. Reaccionamos y reaccionaremos con nuestra propia iniciativa y lucha. Hemos rechazado todos los intentos de aplastarnos o aislarnos. Nuestra fuerza y nuestra influencia entre las masas populares y en la vida nacional han crecido realmente. Este camino puede y debe seguirse. Así que, en primer lugar, es necesario cambiar las relaciones de poder internas hasta el punto de desalentar y hacer inútil cualquier intento de los grupos reaccionarios nacionales e internacionales de subvertir el marco democrático y constitucional para golpear los logros de nuestro pueblo, para romper su unidad y detener su avance hacia la transformación de la sociedad.

Al mismo tiempo, también hay que desarrollar nuestra lucha e iniciativa en el ámbito de las relaciones internacionales, tanto aportando nuestra contribución a todas las batallas en Europa, y en todas las partes del mundo pueden llevar a debilitar las fuerzas del imperialismo, la reacción y el fascismo, como instando a una política exterior italiana que afirme, junto con la voluntad del nuestro país a vivir en paz y amistad con todos los demás países, el derecho del pueblo italiano para construir su propio futuro en plena libertad.

Hoy se pueden dar pasos decisivos en esta dirección, porque las necesidades y las propuestas que hacemos se inscriben en un marco europeo caracterizado por un progreso significativo en la distensión y porque se encuentran con aspiraciones e iniciativas similares manifestadas en otros países de Europa occidental. A partir de esto trazamos una línea que se centra en la propuesta de trabajar por un acuerdo de paz en el Mediterráneo y por una Europa Occidental autónoma, pacífica y democrática. Trabajar para este objetivo no es colocar a dicha Europa, y en ella a Italia, en una posición de hostilidad hacia la Unión Soviética y los demás países socialistas o hacia los Estados Unidos. Los que lo hicieran estarían proponiendo algo absurdo, poco realista y, en última instancia, antitética a la lógica de una política de la distensión y el desarrollo democrático para nuestro país y todos los demás países de Europa.

2. «Vía democrática y violencia reaccionaria».

Publicado en *Rinascita* el 5 de octubre de 1973

Tras la liberación, una vez recuperadas las libertades democráticas, Italia se encontró en la condición de un país ocupado por los ejércitos de las potencias capitalistas (Estados Unidos, Gran Bretaña). Esto no podía realmente ser subestimado, al igual que más tarde y todavía no se puede subestimar el hecho



—que ya hemos mencionado—, y que fue constituido por la posición de Italia en un determinado bloque político-militar. Cuando, como en Grecia en 1945, esta condición internacional no fue considerada en todas sus implicaciones, el movimiento obrero y comunista se lanzó a la aventura, sufrió una trágica derrota y fue expulsado a la situación de clandestinidad de la que acababa de salir.

Pero este no fue el único factor que determinó nuestra elección de estrategia y táctica. El significado más profundo del punto de inflexión radica en la necesidad y en la voluntad del Partido Comunista de aceptar toda la historia italiana y, por tanto, también con todas las fuerzas históricas (de inspiración socialista, católica y otras inspiraciones democráticas) que estaban presentes en la escena del país y que lucharon junto a nosotros por la democracia, por independencia del país y por su unidad. La novedad radica en que en el transcurso de la guerra de liberación se creó una unidad que incluía todas esas fuerzas. Era una unidad que se extendía desde el proletariado a los campesinos, a amplios estratos de la pequeña burguesía, a grupos de clase media progresista, una gran parte del movimiento de masas católico y también a formaciones y cuadros de las fuerzas armadas.

«Hemos estado a la cabeza de los promotores, organizadores y líderes de esta unidad que tenía su propio programa de renovación de toda la vida del país, un programa que no solo fue formulado en textos escritos, parcialmente, sino que estaba orientado a establecer un régimen de democracia política avanzada, reformas profundas de todo el sistema económico y social y el advenimiento al frente de la sociedad de un nuevo bloque de fuerzas progresivas. Nuestra política era luchar de manera abierta y coherente para esa solución, que implicaba un desarrollo democrático y la renovación social orientada en la dirección del socialismo. No es, por tanto, que hayamos tenido que elegir entre la vía de una insurrección ligada a la perspectiva de la derrota y una vía de evolución tranquila, sin asperezas ni riesgos. El camino que se abrió frente a nosotros era uno solo, dictado por las circunstancias objetivas, las victorias conseguidas por la lucha y por la unidad y los programas que surgieron en esa lucha. Se trataba de liderar y empujar hacia adelante, esforzándose por superar y romper todo obstáculo y resistencia; un verdadero movimiento de masas que salió victorioso de las pruebas de una guerra civil. Esta fue la tarea más revolucionaria y concentramos nuestras fuerzas para cumplirlo». Así se expresó Togliatti en esa síntesis magistral de nuestra política con la que abrió el informe presentado al X Congreso del Partido. Somos muy conscientes de que la política de romper la unidad de las fuerzas populares y antifascistas, perseguida por grupos conservadores y reaccionarios internos e internacionales en la Democracia Cristiana, una política que el país ha pagado cara, interrumpió el proceso de renovación iniciado por la Resistencia. Sin embargo, no pudo cestrarlo. Un tejido unitario amplio y robusto ha resistido en el país y en la conciencia a todos los intentos de hacerle daño, y este tejido, en los últimos años,



ha comenzado a desarrollarse de nuevo en lo social y político, en nuevas formas, ciertamente, pero que tienen como protagonistas a las mismas fuerzas históricas que se habían unido en la Resistencia.

Nuestra tarea esencial —y es una tarea que se puede cumplir— es, por tanto, la de extender el tejido unitario, la de reunir en torno a un programa de lucha por la rehabilitación y la renovación democrática de toda la sociedad y el Estado a la gran mayoría del pueblo, y hacerlo corresponde a este programa y a este mayoritario conjunto de fuerzas políticas capaces de realizarlo. Solo esta línea y ninguna otra puede aislar y derrotar a los grupos conservadores y reaccionarios, puede dar a la democracia solidez y fuerza invencible, puede hacer avanzar la transformación de la sociedad. Al mismo tiempo, solo siguiendo este camino se pueden crear las condiciones para construir una sociedad y un Estado socialista que garantice el pleno ejercicio y desarrollo de todas las libertades.

[...]

Estas experiencias de la clase obrera, del pueblo italiano y de nuestro partido confirman el carácter algo abstracto de esas tesis que tienden a reducirse esquemáticamente al dilema entre la vía pacífica y la no pacífica la elección de la estrategia de lucha para el avance hacia el socialismo. Los acontecimientos sociales y políticos que se han desarrollado durante tantos años en Italia son y han sido pacíficos, en el sentido de que no han conducido a una guerra civil. Pero los acontecimientos no han sido ciertamente suaves e incruentos: han estado marcados por luchas muy duras, por crisis y enfrentamientos agudos, por rupturas o riesgos de ruptura más o menos profunda. Elegir una vía democrática no significa, por lo tanto, adormecerse en la ilusión de una evolución plana y sin sacudidas de la sociedad del capitalismo al socialismo.

También nos ha parecido siempre erróneo definir la vía democrática simplemente como una vía parlamentaria. No nos afecta el cretinismo parlamentario, mientras alguno sufre de cretinismo antiparlamentario. Consideramos que el Parlamento es una institución esencial de la vida política italiana, y no solo hoy, sino también durante la transición al socialismo y en el curso de su construcción. Esto es lo más cierto, porque el renacimiento y la renovación de la institución parlamentaria es, en Italia, un logro que se debe principalmente a la lucha de la clase obrera y de las masas trabajadoras. Por lo tanto, el Parlamento no puede ser concebido y utilizado, como fue el caso en la época de Lenin y como puede ser el caso en otros países, solo como un foro para denunciar los males del capitalismo y los gobiernos burgueses y para la propaganda del socialismo. En Italia, también es, y sobre todo, un lugar en el que los representantes del movimiento obrero desarrollan y concretan su propia iniciativa, en el ámbito político y legislativo, tratando de influir en la dirección de la política nacional y afirmar su función de liderazgo. Pero el Parlamento solo puede cumplir su labor si, como dijo Togliatti, se convierte cada vez más en un «espejo del país» y si la iniciativa parlamentaria de los partidos del movimiento



obrero está ligada a las luchas de las masas, al crecimiento del poder democrático en la sociedad y la afirmación de los principios democráticos y constitucionales en todos los sectores y órganos de la vida estatal.

3. «La propuesta de compromiso histórico».

Publicado en *Rinascita* el 12 de octubre de 1973

Hemos visto que el camino democrático no es ni recto ni sin dolor. En general, la trayectoria del movimiento obrero, sean cuales sean las formas de lucha, nunca ha sido ni puede ser un ascenso ininterrumpido. Siempre hay altibajos, fases de avance seguidas de fases en las que la tarea es consolidar lo conseguido, y también fases en las que debemos saber hacer una retirada para evitar la derrota, reunir fuerzas y preparar las condiciones para reanudar el camino hacia adelante. Esto es válido tanto cuando el movimiento obrero lucha en la oposición como cuando toma el poder o entra en el Gobierno...

Lenin escribió: «Hay que entender —y la clase revolucionaria aprende a entender desde su propia amarga experiencia— que no se puede ganar sin aprender la ciencia de la ofensiva y la ciencia de la retirada». El propio Lenin, que fue sin duda el líder revolucionario más audaz en la ciencia de la ofensiva, fue también el más audaz al ser capaz de captar rápidamente los momentos de consolidación y retroceso, y en utilizar estos momentos para tomarse un tiempo, para reorganizar las fuerzas y reanudar el avance. Dos ejemplos reveladores de esta genial capacidad de Lenin fueron el compromiso con el imperialismo alemán consagrado en la paz de Brest-Litovsk y el compromiso con las fuerzas capitalistas internas que caracterizó la orientación que llevó el nombre de NEP (Nueva Política Económica).

[...]

El objetivo de una fuerza revolucionaria, que es transformar datos concretos de una determinada realidad histórica y social, no se puede lograr sobre la base del puro voluntarismo y los impulsos espontáneos de clase de los sectores más combativos de las masas trabajadoras, sino moviéndose siempre desde la visión de lo posible, combinando combatividad y resolución con prudencia y capacidad de maniobra. El punto de partida de la estrategia y la táctica del movimiento revolucionario es la identificación exacta del estado de las correlaciones de fuerza existentes en un momento dado y, en general, la comprensión de todo el marco de la situación internacional general y la interna en todos sus aspectos, sin aislar nunca unilateralmente este o aquel elemento.

La vía democrática al socialismo es una transformación progresiva —que en Italia puede realizarse en el marco de la Constitución antifascista— de toda la estructura económica y social, los valores y las ideas rectoras de la nación, el sistema de poder y el bloque de fuerzas sociales en el que se expresa. Lo que sí



es cierto es que la transformación general por la vía democrática que queremos llevar a cabo en Italia necesita, en todas sus fases, de la fuerza y del consenso.

La fuerza debe expresarse en la vigilancia incesante, la combatividad de las masas trabajadoras, en su determinación de rechazar rápidamente —ya sea en el Gobierno o en la oposición— las maniobras, los intentos y ataques a las libertades, los derechos democráticos y la legalidad constitucional. Conscientes de esta necesidad ineludible, siempre hemos puesto en guardia a las masas trabajadoras y populares, y seguiremos haciéndolo, contra cualquier forma de ilusión o ingenuidad, contra cualquier subestimación de las intenciones agresivas de las fuerzas de la derecha.

[...]

La profunda transformación de la sociedad por vías democráticas necesita del «consenso» en un sentido muy preciso; en Italia solo puede producirse como una revolución de la gran mayoría de la población, y solo con esta condición: «el consenso y la fuerza» se complementan y pueden convertirse en una realidad invencible.

Esa relación entre fuerza y consenso también es necesaria sean cual sean las formas de lucha adoptadas, incluso si son las más avanzadas hasta las que hacen uso de la violencia. Nuestro movimiento de liberación nacional, que fue un movimiento armado, fue capaz de resistir y ganar porque se basó en la unidad de todas las fuerzas populares y democráticas y porque fue capaz de ganar el apoyo y el consentimiento de la gran mayoría de la población. Por otra parte, incluso en la orilla opuesta, se vio que los movimientos antidemocráticos y el propio fascismo no pueden establecer y ganar únicamente mediante el uso de la violencia reaccionaria, sino que tienen necesidad de una base de masas más o menos amplia, especialmente en países con una estructura económica y social compleja y articulada. Y es incluso obvio recordar que, en general, la dominación de la burguesía no se basa solo en los instrumentos (desde los más brutales hasta los más refinados) de coerción y represión, sino que también se apoya en una base de consenso más o menos manipulado, sobre un determinado sistema de alianzas sociales y políticas. Por eso, la cuestión de las alianzas es el problema decisivo de toda revolución y toda política revolucionaria, por lo que es la también decisiva para la afirmación de la vía democrática.

[...]

Por lo tanto, la estrategia de las reformas solo puede afirmarse y avanzar si se apoya en una estrategia de alianzas. De hecho, hemos hecho hincapié en que, en la relación entre las reformas y las alianzas, estas son la condición decisiva, porque si se estrechan las alianzas de la clase obrera y se amplía la base de los grupos dominantes, tarde o temprano la propia realización de las reformas fracasa y toda la situación política retrocede hasta dar un vuelco completo.

Por supuesto, la política de alianzas tiene su punto de partida en la búsqueda de la convergencia entre los intereses económicos inmediatos y la pers-



pectiva de la clase obrera y las de otros grupos y fuerzas sociales. Sin embargo, esta búsqueda no debe concebirse ni aplicarse de forma esquemática o estática. Es decir, hay que exigir y perseguir objetivos que ofrezcan concretamente a esos estratos de población y esas fuerzas y grupos sociales una certeza de perspectivas que garanticen nuevas formas, y posiblemente mejorar su nivel de existencia y su papel en la sociedad, aunque en un desarrollo económico diferente y en un orden social más justo y moderno.

Para ello, también es necesario trabajar para determinar una evolución en la propia mentalidad de esas clases y fuerzas sociales, en el sentido de ampliar a toda la población una visión cada vez menos individualista o de defensa corporativa y cada vez más social de los intereses de los individuos y de la colectividad.

Por tanto, no nos limitamos a buscar y establecer la convergencia con figuras sociales y categorías económicas ya definidas, sino que tendemos a conquistar y englobar en un complejo abanico de alianzas todos los grupos de población, fuerzas sociales no clasificables como clases, que son precisamente las mujeres, los jóvenes y las jóvenes, las masas populares del Mezzogiorno, las fuerzas de la cultura o los movimientos de opinión. Y proponemos objetivos no solo económicos y sociales, sino de desarrollo civil, de progreso democrático, de afirmación de la dignidad de la persona, de expansión de las múltiples libertades del hombre. Así es como nos proponemos y hacemos el trabajo concreto para construir y preparar los cimientos, las condiciones y garantías de lo que se quiere llamar «modelo nuevo del socialismo».

Una gran cuestión que nos compromete políticamente, y que debe comprometer cada vez más a los marxistas más teóricos y a los estudiosos más avanzados en Italia y los países de Occidente, es cómo hacer que un programa de profundas transformaciones sociales —que necesariamente provoca reacciones de todo tipo de los grupos reaccionarios— no se lleve a cabo de tal manera que empuje hacia una posición de hostilidad por parte de vastos estratos de las clases medias, sino que reciba, en todas sus fases, el consentimiento de la gran mayoría de la población. Esto, evidentemente, implica una cuidadosa elección de las prioridades y el momento de las transformaciones sociales y, en consecuencia, implica esforzarse no solo por evitar un colapso de la economía, sino más bien asegurar, incluso en la transición crítica hacia nuevos acuerdos sociales, la eficiencia del proceso económico.

[...]

Si es cierto que se puede realizar una política de renovación democrática solo si cuenta con el apoyo de la gran mayoría de la población, se sigue la necesidad no solo de una política de amplias alianzas sociales, sino también de un determinado sistema de relaciones políticas, de modo que favorezca una convergencia y colaboración entre todas las fuerzas democráticas hasta que se forme una alianza política entre ellas.



Por el contrario, el enfrentamiento y choque frontal entre partidos que tienen una base en el pueblo y por los cuales se sienten representadas importantes masas de población llevan a una ruptura, a una verdadera división del país en dos, lo que sería perjudicial para la democracia y abrumaría los fundamentos mismos de la supervivencia del Estado democrático.

[...]

Obviamente, la unidad, la fuerza política y electoral de la izquierda, y la comprensión cada vez más sólida entre sus diversas y autónomas expresiones, son la condición indispensable para mantener una presión creciente en el país en favor del cambio y para su determinación. Sería, empero, completamente ilusorio pensar que aunque los partidos y fuerzas de izquierdas consiguieran el 51% de los votos y de la representación parlamentaria (que marcaría, en sí mismo, un importante paso adelante en la correlación de fuerzas entre los partidos en Italia), eso garantizaría la supervivencia y el trabajo de un Gobierno que era la expresión de este 51%.

Por ello no hablamos de una «alternativa de izquierdas», sino de una «alternativa democrática», es decir, de la perspectiva política de una colaboración y comprensión de las fuerzas populares de inspiración comunista y socialista con las fuerzas populares de inspiración católica, así como con formaciones de otra orientación democrática.

Nuestra obstinación en proponer esa perspectiva es objeto de controversia y críticas de diversos sectores, pero la verdad es que ninguno de nuestros críticos y objetores ha podido y sabido señalar otra perspectiva válida, capaz de sacar a Italia de la crisis en la que la ha metido la política de división de las fuerzas democráticas y populares, para dar solución a los inmensos y lacerantes problemas económicos, sociales y civiles abiertos y de garantizar el futuro democrático de nuestra República.

4. «El leninismo y la “legitimación democrática” del PCI».
Entrevista de Eugenio Scalfari en el diario *La Repubblica*,
2 de agosto de 1978

Eugenio Scalfari: Honorable Enrico Berlinguer, ¿qué es para ustedes, los comunistas italianos, el leninismo?

Enrico Berlinguer: No es fácil resumirlo en una entrevista. Yo diría que es el legado que nos ha dejado un gran revolucionario ruso y europeo a lo largo de treinta años de lucha política e ideológica, que llevó a cabo como intelectual y líder del Partido, como periodista y pensador marxista, como luchador y organizador, como hombre de gobierno y líder internacional. No se pueden considerar y fijar, separados unos de otros, ni las diversas facetas de la personalidad



de Lenin ni los diferentes momentos, los aspectos individuales y los desarrollos posteriores de su elaboración teórica y su conducta práctica. El suyo es un patrimonio muy rico y complejo, del cual nos sentimos continuadores, pero también críticos e intérpretes, evaluando las circunstancias históricas en las que se expresaron y tuvieron lugar su pensamiento y su acción.

[...]

ES: Pero en resumen, ¿es usted leninista o no? No es una curiosidad, es un problema con el que tienes que afrontar hoy.

EB: ¿Está seguro? ¿Está usted bastante seguro de que hoy, 1978, después de lo que sucedió y sucede en Italia, en Europa, en el mundo, el problema con que debemos enfrentar nosotros, los comunistas italianos, es precisamente responder a la pregunta de si somos leninistas o no? Y no digo usted, sino todos aquellos que hacen esta pregunta ¿realmente conocen a Lenin y al leninismo, saben de qué se trata realmente cuando hablan de ello? Permítanme dudar. Sin embargo, a mí me parece totalmente viva y válida la lección que nos dio Lenin elaborando una verdadera teoría revolucionaria, es decir, yendo más allá de la «ortodoxia» del evolucionismo reformista, exaltando el momento subjetivo de la iniciativa autónoma del Partido, luchando contra el positivismo, el materialismo vulgar, la expectativa mesiánica, los vicios propios de la socialdemocracia, y en su lugar abrir un camino a las fuerzas proletarias de la renovación y la liberación que lucharon en Rusia y en todo el mundo. Vale la pena la lección del Lenin que rompió la dominación y la unidad mundial del sistema capitalista, imperialista y colonialista, del Lenin luchador en todos los rincones de Europa por la paz y contra la guerra, del Lenin que descubrió el carácter decisivo de la alianza del proletariado industrial con los campesinos pobres, y que, todavía unos meses antes de octubre de 1917, «en esa situación enconada, no excluyó la posibilidad de un desarrollo pacífico de la revolución socialista y la continuación del pluralismo partidario» (estas son las palabras de Togliatti en 1956); del Lenin que concibió el socialismo como la sociedad que debía realizar la plenitud completa de la democracia.

[...]

Y en cuanto al centralismo democrático, pongamos fin a las distorsiones de conveniencia. De todos modos, acabemos con su identificación con las degeneraciones del «centralismo orgánico» y del «centralismo burocrático» que sufrió posteriormente, pero que no tuvieron nada que ver con el centralismo democrático tal como fue concebido e implementado por Lenin: es decir, no como unanimismo preventivo, sino como método para asegurar, al final, la unidad indispensable en la orientación y el trabajo concreto del Partido: es decir, después de que se hubiesen expresado libre y democráticamente las posibles posiciones diferentes, que la mayoría se convertiría con razón en



la posición de todo el Partido. El centralismo democrático no fue ni debe ser concebido, por lo tanto, como norma asfixiante de la libertad de opinión dentro del Partido, sino como norma que garantiza, agotado el debate democrático interno, la condición elemental por la cual un partido es capaz de operar eficazmente, es decir, de manera unida, disciplinadamente. Y ten en cuenta que una cosa es aplicar correctamente este centralismo democrático en un partido de cuadros, que era el partido bolchevique, y otra cosa es su aplicación en un partido de masas, como el nuestro, en el cual es estructuralmente más amplia la dimensión y articulación democráticas, y donde cada militante no solo puede expresar sus pensamientos, sino que puede pedir que, en las instancias estatutarias, sobre una de sus propuestas votemos y decidamos democráticamente, es decir, por mayoría.

[...]



ES: Honorable Berlinguer, ¿puede explicar por fin el compromiso histórico con unas pocas palabras claras?

156

EB: He aquí. Estamos seguros de que Italia es un país que necesita grandes transformaciones sociales, económicas y políticas: una profunda renovación de las estructuras de la moral pública, de la organización social. Es imposible iniciar y llevar a cabo estas transformaciones sin acuerdo de las grandes fuerzas sociales (obreros, burguesía productiva, campesinos, masas juventud, mujeres) y políticas (comunistas, socialistas, católicos, laicos). Esta corresponsabilidad histórica no obliga necesariamente a todos a participar en la mayoría y el Gobierno. Son posibles de vez en cuando fórmulas políticas, coaliciones de gobierno y diferentes mayorías, siempre que permanezcan esa responsabilidad común, esa solidaridad nacional, ese esfuerzo de comprensión mutua, y siempre que, sobre todo, permanezca el compromiso común para transformar el país. Este es el compromiso histórico. Y por esta razón afirmo que aquellos que están en contra del compromiso histórico a veces esconden, más o menos conscientemente, un prejuicio anticomunista y el deseo de que el proceso de transformación no tenga lugar, o no es tan profundo y radical como creemos que es necesario.

Un nuevo modelo productivo

1. «Austeridad. Una oportunidad para transformar Italia. Conclusiones a la conferencia de intelectuales».

Roma, 15 de enero de 1977

La austeridad no es hoy un mero instrumento de política económica que deba utilizarse para superar una dificultad temporal y cíclica, a fin de permitir la recuperación y restauración de los viejos mecanismos económicos y sociales. Así es como la austeridad es concebida y presentada por los grupos dominantes y las fuerzas políticas conservadoras. Pero ese no es el caso para nosotros. Para nosotros, la austeridad es el medio para ir a las raíces y sentar las bases para superar un sistema que ha entrado en una crisis estructural y fundamental, no cíclica, de ese sistema cuyos rasgos distintivos son el desperdicio y el despilfarro, la exaltación del particularismo y el individualismo más desenfrenado, del consumismo más insensato. Austeridad significa rigor, eficiencia, seriedad, y significa justicia; es decir, todo lo contrario de todo lo que hemos conocido y pagado hasta ahora, y que nos ha llevado a la gravísima crisis cuyos fracasos se han ido acumulando durante años y que hoy se manifiesta en Italia en todo su dramático alcance.

[...]

La austeridad es para los comunistas una lucha efectiva contra lo existente, contra el curso espontáneo de las cosas, y es, al mismo tiempo, una premisa, una condición material para iniciar el cambio. Concebida de esta manera, la austeridad se convierte en un arma de lucha moderna y actualizada tanto contra los defensores del orden económico y social existente como contra aquellos que la consideran como el único sistema posible de una sociedad destinada orgánicamente a permanecer atrasada, subdesarrollada y, además, cada vez más desequilibrada, cada vez más llena de injusticias, contradicciones, desigualdades.

Lejos de ser, por lo tanto, una concesión a los intereses de los grupos dominantes o a las necesidades de supervivencia del capitalismo, la austeridad puede ser una opción que tenga un contenido de clase avanzado y concreto; puede, y debe ser, una de las formas en las que el movimiento obrero se convierte en portador de un modo diferente de vida social, a través de la cual lucha por afirmar, en las condiciones actuales, sus antiguos y siempre válidos ideales de liberación.

Y, de hecho, creo que en las condiciones actuales es impensable luchar real y eficazmente por una sociedad superior sin alejarse de la necesidad indispensable de la austeridad. Ahora bien, la austeridad, dependiendo del contenido que tenga y de las fuerzas que gobiernen su implementación, puede ser utilizada como instrumento de depresión económica, represión política, per-



petuación de injusticias sociales o como una oportunidad para un nuevo desarrollo económico y social, para una rehabilitación rigurosa del Estado, para una transformación profunda de la estructura de la sociedad, para la defensa y expansión de la democracia: en una palabra, como medio de justicia y liberación del hombre y de todas sus energías hoy mortificadas, dispersas, desperdiciadas.

[...]

Por ello, una política de austeridad, rigor y guerra contra el despilfarro se ha convertido en una necesidad irrefutable por parte de todos y es, al mismo tiempo, la palanca sobre la cual presionar para avanzar en la batalla para transformar la sociedad en sus estructuras y sus ideas básicas.

Una política de austeridad no es una política tendencial de nivelación a la pobreza, ni debe llevarse a cabo con el objetivo de asegurar la simple supervivencia de un sistema económico y social que ha entrado en crisis. Una política de austeridad, por otro lado, debe tener como objetivo —y por eso puede, debe ser asumida por el movimiento obrero— establecer la justicia, la eficiencia, el orden y, añadiría, una nueva moralidad.

Concebida de esta manera, una política de austeridad, incluso si implica (por necesidad, por su propia naturaleza) ciertas renunciaciones y ciertos sacrificios, adquiere al mismo tiempo un significado renovador y se convierte, en efecto, en un acto liberador para las grandes masas, sujeto a la vieja sujeción y a la marginación intolerable; crea una nueva solidaridad y, por lo tanto, puede obtener un consenso creciente, se convierte en un amplio movimiento democrático, al servicio de un trabajo de transformación social.

[...]

Cuando fijamos la meta de una planificación del desarrollo que tiene como meta la elevación del hombre en su esencia humana y social, no como un mero individuo opuesto a sus semejantes; cuando nos fijamos el objetivo de superar patrones de consumo y comportamiento inspirados en un individualismo exasperado; cuando establecemos el objetivo de ir más allá de la satisfacción de necesidades materiales inducidas artificialmente, e incluso más allá de la satisfacción en las formas irracionales, costosas, alienantes y, además, socialmente discriminatorias actuales, de necesidades que, sin embargo, son esenciales; cuando fijamos el objetivo de la plena igualdad y la liberación efectiva de la mujer, que es hoy uno de los mayores problemas de la vida nacional, y no solo de ella; cuando fijamos el objetivo de la participación obrera y ciudadana en el control de las empresas, la economía y el Estado; cuando fijamos el objetivo de la solidaridad y la cooperación internacionales, que conducen a una redistribución de la riqueza a escala mundial; cuando nos fijamos objetivos de este tipo, ¿qué otra cosa hacemos sino proponer formas de vida y relaciones entre hombres y entre Estados que sean más solidarias, más sociales, más humanas y, por lo tanto, que salgan del marco y la lógica del capitalismo?



La alternativa democrática, la cuestión moral

1. Entrevista de Alfredo Reichlin a Berlinguer en *L'Unitá*, 7 de diciembre de 1980

Alfredo Reichlin: Comenzamos con la pregunta que todo el mundo se hace: ¿es este un punto de inflexión?

Enrico Berlinguer: Las disputas nominalistas no me atraen, porque llevan la discusión a un terreno abstracto. Si nos fijamos en el fondo, la novedad está ahí y es significativa, como veremos dentro de un momento. Sin embargo, esto no supone una inversión de nuestra estrategia. Hoy, más que nunca, partimos de la idea de que para hacer frente a una crisis tan grave y peligrosa, para defender la democracia italiana —y hacerlo de la única manera posible, es decir, renovándola—, es necesario que las grandes fuerzas populares (desde la nuestra hasta las socialistas y católicas) no se desgaren, no se desintegren, sino que encuentren objetivos comunes.

Lo que significa, concretamente, que no se distancian de la vida política, sino que participan en ella en primera persona, con su identidad histórica, con sus valores originales, con sus organizaciones políticas y sociales. Hasta aquí el fundamentalismo y el hegemonismo comunista. La unidad siempre ha sido y sigue siendo nuestra bandera, pero no puede reducirse a acuerdos en la cumbre que no siempre son posibles o adecuados. Lo importante es que en cada caso se mantenga un tejido unitario. La unidad es fuerte y se mantiene, más allá de los vaivenes de los acontecimientos políticos, más allá incluso de los enconados enfrentamientos entre partidos y más allá de las posiciones parlamentarias y gubernamentales, si surge de esta libre competencia entre fuerzas diferentes en el terreno de los grandes problemas nacionales, en esencia, de fuertes experiencias políticas colectivas vividas por las masas en grandes batallas por la libertad y la renovación. Solo así el pueblo se convierte en nación y se reconoce en las instituciones, ya que él mismo participa en la definición de los objetivos nacionales.

AR: Siento interrumpir, pero un discurso así nos lleva directamente a la otra cuestión tan debatida: el «compromiso histórico».

EB: Todos estos enterradores de «compromiso histórico» me hacen sonreír un poco. ¿Por qué ha fracasado? Fracasó por la caricatura que hicieron de ella al presentarla como una pura fórmula de gobierno; peor aún, como un acuerdo de poder entre nosotros y la DC. Hemos dicho cien veces que no era eso, sino la búsqueda de una convergencia entre los distintos componentes de la historia italiana, de la sociedad nacional, incluso, por tanto, entre las distintas



clases, tal que hiciera posible una profunda transformación democrática (un segundo 1945, se ha dicho) respetando el pluralismo y la Constitución republicana. ¿Qué quieren nuestros críticos? Una de dos: o bien quieren impedir esta misma transformación —sabiendo muy bien que alguna forma de compromiso histórico es la única palanca posible de la misma— incluso al precio de un choque lacerante, o bien esperan que el PCI renuncie a trabajar por una sociedad socialista basada en la democracia, pluralista, ya sea volviendo a la idea del choque de clases y de la dictadura del proletariado, ya sea abrazando la concepción socialdemócrata. Se sentirán decepcionados. Nuestra estrategia sigue siendo válida en sus fundamentos esenciales.

[...]

¿Cuáles? En un momento en que la DC está dando pruebas evidentes de su incapacidad para dotar al país de un mínimo de liderazgo político y moral, cuando su crisis, abierta desde hace tiempo, degenera en corrupción, en fenómenos de desconexión, hasta llegar a verdaderas guerras de bandas, ya no basta con pedir la caída del prejuicio anticomunista. Llegados a este punto, somos nosotros, junto con la parte sana del país, quienes no podemos dejar de plantear una cuestión prejudicial: la cuestión moral, que no concierne solo a los individuos ni puede entenderse como una exigencia de ilegalización de un partido que tiene profundas raíces en la sociedad, en el pueblo, en tantas partes sanas del país y en el aparato del Estado, pero que conlleva —eso sí— la liquidación de su sistema de poder.

AR: Pero ¿es correcto empezar por la cuestión moral?

EB: La cuestión moral existe desde hace mucho tiempo, pero ahora se ha convertido en la cuestión política primordial y esencial porque de su solución dependen la recuperación de la confianza en las instituciones, la gobernabilidad efectiva del país y el mantenimiento del régimen democrático. Es un hecho, es una dura realidad que si queremos evitar que Italia se deslice hacia una condición de país de segundo o tercer orden, hay que pedir al pueblo grandes esfuerzos y grandes sacrificios. ¿Tiene la DC autoridad para hacerlo? En pocas palabras, este es el problema político italiano actual.

AR: ¿Significa esto que para el PCI toda la DC está perdida para la causa de la moralización y la nueva gobernabilidad?

EB: [...] Es un problema que debe abordarse muy seriamente y sin simplificaciones demagógicas. La crisis de la DC o, si se prefiere, su declive, es real. Pero es la crisis de un partido que no solo gobernó durante treinta años, sino que se confundió en gran medida con el Estado. Así que existe un claro riesgo de que esta crisis traiga consigo traumas, implique a sectores del Estado y del apar-



to y cree situaciones peligrosas. Pero estos riesgos no pueden afrontarse agachando la cabeza y sufriendo la continuidad de su sistema de poder. La gente perdería cualquier punto de referencia alternativo, se perdería cualquier posibilidad de cambio en el terreno democrático. Es necesario luchar duramente contra el sistema de poder de la DC, pero la lucha debe llevarse a cabo de tal manera que no empuje a toda la DC hacia la derecha, que no humille a sus mejores fuerzas, sino que abra nuevas posibilidades, un nuevo terreno para una iniciativa de renovación interna. Dijimos en el documento del Ejecutivo que la DC no es capaz de liderar un Gobierno de rehabilitación moral y reconstrucción de la eficiencia del Estado. Esto no significa que cerremos los ojos ante el hecho de que todavía existen fuerzas dentro de la DC que son conscientes, en mayor o menor medida, del grave problema al que se enfrenta el país y que buscan, sin conseguirlo por el momento, una salida al colapso de la centralidad de la DC. Creo que si estas fuerzas no consiguen cambiar profundamente la dirección y la práctica de su partido, y si realmente creen en la necesidad de su renovación, deberían tener interés en permitir un cambio de Gobierno. Algunos de ellos lo reconocieron cuando dijeron que esta cura de limpieza y renovación se haría mejor si la DC se mantuviera fuera del Gobierno.



2. «¿Qué es la cuestión moral?».

Entrevista de Eugenio Scalfari en el diario *La Repubblica*,
28 de julio de 1981

[...]

Enrico Berlinguer: Política se hacía en el cuarenta y cinco, en el cuarenta y ocho y de nuevo en los cincuenta y desde el final de los años sesenta. Grandes debates, grandes choques de ideas y, por supuesto, también de intereses de cuerpos colectivos, pero iluminados por perspectivas claras, aunque diferentes, y por el propósito de asegurar el bien común. ¡Qué pasión había entonces, cuánto entusiasmo, cuánta santa ira! Sobre todo, estaba el esfuerzo por entender la realidad del país y para interpretarla. Y entre los oponentes nos estimábamos unos a otros. De Gasperi estimaba a Togliatti y Nenni y, más allá de las amargas polémicas, fue correspondido.

Eugenio Scalfari: ¿Ya no es así hoy?

EB: Yo diría que no: los partidos han degenerado y este es el origen de los males de Italia.

ES: ¿Se acabó la pasión? ¿Ha caído la estima mutua?



EB: Para nosotros, los comunistas, la pasión no ha terminado. Pero ¿qué pasa con los demás? No quiero emitir juicios y poner el pie en casa de otros, pero los hechos están ahí y están a la vista de todos. Los partidos de hoy son sobre todo máquinas de poder y de clientela: conocimiento pobre o mistificado de la vida y los problemas de la sociedad, de la gente; ideas, ideales, programas escasos y vagos; sentimientos y pasión civil, cero. Se manejan intereses, los más dispares, los más contradictorios, a veces incluso torcidos, sin embargo sin ninguna relación con las exigencias y las necesidades humanas emergentes, o distorsionándolas, sin perseguir el bien común. Su propia estructura organizativa se ha adaptado a este modelo, ya no son organizadores del pueblo, formación que promueve la madurez civil y la iniciativa: son más bien federaciones de corrientes, de *camarille*, cada una con un «jefe» y un «subjefe». El mapa geopolítico de los partidos se compone de nombres y lugares. Para la DC: Bisaglia en Veneto, Gava en Campania, Lattanzio en Puglia, Andreotti en Lazio, De Mita en Avellino, Gaspari en Abruzzo, Forlani en las Marcas y así sucesivamente. Pero para los socialistas es más o menos lo mismo, y para los socialdemócratas, peor...

[...]

ES: Sí, así es; precisamente pienso en esa vuestra proclamada diferencia. A veces hablan como si fueran marcianos o misioneros en tierra de infieles, y la gente desconfía. ¿Querría explicarme claramente en qué consiste vuestra diferencia? ¿Hay algo que temer?

EB: Algunos, sí, tienen razones para temernos, y usted sabe bien a quién me refiero. Para darle una respuesta clara a su pregunta, enumeraré por puntos muy simples en qué consiste en qué somos diferentes, así espero que no haya más margen al malentendido. Así que, primero, queremos que los partidos dejen de ocupar el Estado. Los partidos deben, como dice nuestra Constitución, contribuir a la formación de la voluntad política de la nación, y eso no se puede hacer ocupando partes cada vez más grandes del Estado, cada vez más numerosos centros de poder en todos los ámbitos, sino interpretando las grandes corrientes de opinión, organizando las aspiraciones del pueblo, controlando democráticamente el trabajo de las instituciones. Dije que los partidos han degenerado, algunos más y algunos menos, de esa función constitucional que les es propia, produciendo así daños muy graves al Estado y a ellos mismos. Pues bien, el Partido Comunista Italiano no los ha seguido en esa degeneración. He aquí la primera razón de nuestra diferencia. ¿Le parece que debe infundir tanto miedo a los italianos?

[...]

Nosotros los comunistas pensamos que el tipo de desarrollo económico y social capitalista es la causa de graves distorsiones, de inmensos costes y desigualdades sociales, de enormes despilfarros de riqueza. No queremos seguir

los modelos de socialismo que se han realizado hasta ahora: rechazamos una planificación rígida y centralizada de la economía, pensamos que el mercado puede mantener una función esencial, que la iniciativa individual es insustituible, que la empresa privada tiene su propio espacio y conserva un papel importante. Pero estamos convencidos de que todas estas realidades, dentro de las formas capitalistas —y sobre todo, hoy, bajo el manto de plomo del sistema que gira en torno a la DC— ya no funcionan, por lo que se puede y se debe discutir cómo superar el capitalismo como mecanismo, como sistema, desde el momento en que, hoy en día, está creando masas crecientes de desempleados, parados, marginados, explotados. Aquí está, en el fondo, la causa no solo de la crisis actual económica, sino de fenómenos de barbarie, de propagación de drogas, del rechazo al trabajo, desconfianza, aburrimiento, desesperación. ¿Es un crimen tener estas ideas?

ES: No encuentro grandes diferencias respecto a lo que puede pensar un convencido socialdemócrata europeo. Pero a usted le parece una ofensa que le comparen con un socialdemócrata.



163

EB: Bueno, hay una diferencia sustancial. La socialdemocracia (estoy hablando de aquella que es seria, por supuesto) siempre ha estado muy preocupada por los obreros, los trabajadores sindicalmente organizados y poco o nada de los marginados, del lumpenproletariado, las mujeres. De hecho, ahora que se han agotado los antiguos márgenes de desarrollo capitalista que permitieron una política socialdemócrata, ahora que los problemas que mencioné antes han estallado en todo el Occidente capitalista, hay signos de crisis también en la socialdemocracia alemana y el laborismo inglés, precisamente porque los partidos socialdemócratas se enfrentan a realidades hasta ahora desconocidas o ignoradas por ellos.

Nosotros hemos puesto en el centro de nuestra política no solo los intereses de la clase obrera propiamente dicha y de las masas trabajadoras en general, sino también los de los estratos marginados de la sociedad, empezando por las mujeres, los jóvenes, los ancianos. Para resolver estos problemas no son suficientes más reformismo y asistencialismo: se necesita una renovación profunda de dirección y estructura del sistema. Esta es la tendencia objetiva y esta es nuestra política, nuestro compromiso. Después de todo, la socialdemocracia sueca también se mueve en esta línea, y casi la mitad de la socialdemocracia alemana (especialmente las mujeres y los jóvenes) también es ahora de la misma opinión. Mitterrand ganó con un programa con ciertos aspectos similares.
[...]

ES: Usted ha dicho varias veces que la cuestión moral está hoy en el corazón de la cuestión italiana. ¿Por qué?

EB: La cuestión moral no termina con el hecho de que, puesto que hay ladrones, corruptos, sobornadores en altos niveles de la política y la administración, hay que encontrarlos, denunciarlos y encarcelarlos. Para nosotros los comunistas la cuestión moral, en la Italia de hoy, forma un todo con la ocupación del Estado por los partidos de gobierno y sus corrientes, con la guerra de facciones, con la concepción de la política y métodos de gobierno de todos ellos, que ha de ser simplemente abandonado y superado. Por eso digo que la cuestión moral está en el corazón del problema italiano. Es por eso por lo que otros partidos pueden demostrar ser fuerzas de renovación sería solo si atacan por completo la cuestión moral yendo a sus causas políticas.

[...]

ES: Más tarde, hace unos meses, lanzó la línea de la alternativa democrática. Permítame recordarle, señor secretario, que usted y el grupo dirigente de su partido se oponían tenazmente a cualquier discurso alternativo hasta que, de repente, se ha «convertido». ¿Por qué?



164

EB: Tal vez haya habido un cierto retraso. Pero recuerdo que desde hace algún tiempo definimos el objetivo de la alternativa como una alternativa democrática para distinguirlo de la de una estricta alternativa de izquierda, para la cual no existen todavía las condiciones. Puedo añadir que también consideramos la posibilidad de que la DC realmente pudiera renovarse y modificarse, cambiar los métodos y la política, decidir estar a la altura de los problemas reales del país. No tengo ninguna dificultad en decir que nos equivocamos en este punto, o mejor que los medios utilizados no lograron el propósito. Cuando nos dimos cuenta, pusimos a la DC de espaldas a la pared, es decir, dijimos que tal DC era incapaz de dirigir el trabajo de rehabilitación y renovación que es necesaria, y que se hiciera a un lado. La alternativa democrática es para nosotros un instrumento que también puede servir para renovar los partidos, incluida la DC.

ES: El PCI, a principios de 1977, lanzó la línea de «austeridad». No creo que su llamamiento haya sido bien recibido por la clase obrera, por los trabajadores, por los propios militantes del Partido. ¿Tal vez, cuando recordó que su relación con las masas se había debilitado, pensaba en el fracaso de su campaña de austeridad y en ciertas medidas impopulares que apoyó?

EB: Argumentamos que el consumismo individual exasperado no produce solo disipación de la riqueza y distorsiones productivas, sino también insatisfacción, desconcierto, infelicidad y que, sin embargo, la situación económica de los países industrializados —frente al empeoramiento de la brecha, dentro de ellos, entre las zonas desarrolladas y atrasadas, y frente al despertar y avanzar de los antiguos pueblos y países excoloniales y de su independencia— ya no permi-

tía garantizar un desarrollo económico y social preservando la «civilización del consumo», con todos los fracasos, incluyendo morales, que son intrínsecos a ella. La propagación de drogas, por ejemplo, entre los jóvenes es uno de los signos más graves de todo eso y nadie se hace realmente cargo. Quiero aprovechar la oportunidad de esta entrevista para anunciar que nuestro partido ha decidido hacer de la cuestión de la lucha contra las drogas uno de los puntos esenciales de su compromiso político y organizativo.

Pero estábamos hablando de austeridad. Fuimos los únicos en hacer hincapié en la necesidad de luchar contra el despilfarro, aumentar el ahorro, contener el consumo privado superfluo, frenar la dinámica perversa del gasto público, promover nuevos recursos y nuevas fuentes de trabajo. Dijimos que los trabajadores también deberían contribuir con su parte al esfuerzo para enderezar la economía, pero que el conjunto de sacrificios tenía que ser hecho aplicando un principio de estricta equidad y que debería haber tenido el objetivo de iniciar un tipo diferente de desarrollo y diferentes formas de vida (más ahorrativas, pero también más humanas). Esta fue nuestra manera de plantear el problema de la austeridad y la lucha simultánea contra la inflación y la recesión, es decir, desempleo. Especificamos y desarrollamos estas posiciones en nuestro XV Congreso en marzo de 1979; no fuimos escuchados. Ni el PCI ni el movimiento sindical encontraron el interlocutor político que recogiera y utilizara ese mensaje...



Contra la guerra, la amenaza nuclear

1. «Hacia el 2000: Orwell, el ordenador y el futuro de la democracia». Entrevista a cargo de Ferdinando Adornato, en el diario *l'Unità*, 18 de diciembre de 1983

Ferdinando Adornato: Al principio dijiste que no ves el escenario catastrófico del futuro por causa de la electrónica, sino de la guerra. Te haré una pregunta que habrás recibido cientos de veces: ¿realmente crees en la posibilidad de una guerra nuclear global?

Enrico Berlinguer: Sí, creo que es realmente posible. No hay ley histórica que pueda decir: es imposible. Por mucho que la mente se detenga, absolutamente horrorizada, ante la eventualidad del fin de la civilización humana, esta no es una razón suficiente para detener la posibilidad de guerra. Y yo diría que, en los últimos tiempos, el peligro se ha vuelto más real. De hecho, mientras que en un momento dado el llamado «equilibrio del terror» funcionó como disuasión, hoy comienza a no ser así. El riesgo ha empeorado especialmente debido a la creciente incontrollabilidad de los procesos económicos y políticos mundiales. Al mismo tiempo ha habido un nuevo salto en calidad y sofisticación



tecnológica de las armas. Se han gastado ríos de tinta, por académicos y estrategas, para describir esas innovaciones: cuando hay herramientas con las que puedes golpear al adversario en pocos minutos eso puede dar lugar a la tentación de lanzar el primer ataque. O puede hacer surgir el miedo a recibirlo y por tanto, como reacción, la tentación de lanzarlo primero. Y luego está la posibilidad, ahora verificada, del error, que muchos científicos han demostrado repetidamente que es real. Errores, por ejemplo, en los sistemas de avistamiento: leí que en Estados Unidos ha habido varios de estos errores, que todos se corrigieron después de unos minutos. Y es concebible que lo mismo sucedió en la Unión Soviética. En estos tiempos, con nuevos misiles y con otras armas, todavía pueden reducirse, pero puede llegar el día en que el error ya no se pueda corregir a tiempo. Y es que los misiles, una vez lanzados, no se pueden detener. Pero es más: siento que hoy se empieza a hablar de «guerra nuclear limitada» o «guerra nuclear victoriosa». Ya es una señal muy seria que estemos hablando en esos términos, que estemos hablando de creer que puedes salir victorioso de una confrontación nuclear. Y también que alguien piense que pueda salir ileso. Esa es una concepción muy peligrosa. Recuerdo una película de los años sesenta, *La última playa*,⁴ de Stanley Kramer. Se desarrollaba en Australia, una Australia que era la única tierra que se había salvado de un conflicto nuclear. Luego, al final, todos se vieron obligados a tragar una pastilla para suicidarse y evitar el sufrimiento atroz causado por la radiación nuclear que, lentamente, se acercó incluso a esa última playa en esa última tierra del mundo. Ya a lo largo de los años sesenta se sabía que un conflicto nuclear no daba tregua a nadie. Figurémonos si no hemos de tener esa conciencia viva hoy.

FA: He aquí que la utopía vuelve a tener poco espacio, presionada por la angustia de la catástrofe...

EB: No, hoy estamos luchando por objetivos que también podemos llamar «limitados», es decir, para detener la nueva escalada de armamentos. Pero digamos que necesitamos llegar a etapas más avanzadas: la congelación, la reducción progresiva hasta la prohibición completa de las armas nucleares, de las biológicas, químicas... ¿El desarme total puede considerarse una «utopía»? Yo digo que no. Técnicamente, hoy en día es posible controlar el desarme, mientras que en el pasado no era así. Yo digo que se convertirá en una necesidad no solo para sobrevivir, sino también para resolver problemas de la humanidad, empezando por los del desarrollo. Por supuesto hoy el mundo parece ir en otra dirección, pero creo que esta, que ha sido una utopía típica del movimiento socialista, es ahora muy actual.

⁴ En España se proyectó con el título de *La hora final*, el mismo que se dio a la novela de Nevil Shute sobre la que se basó la película de Kramer rodada en 1959.

Partido y sociedad

1. «Partido y sociedad en la realidad de los años ochenta».

Publicado en *Rinascita* el 6 de diciembre de 1982

[...] Hay que dejar claro de entrada que no se trata de la supuesta renovación a la que nos instan demasiados de nuestros críticos o mentores. Según ellos, en efecto, la renovación del PCI solo se produciría realmente en presencia de la siguiente novedad: nuestro partido debería dejar de ser comunista, debería dejar de ser diferente, debería —como les gusta decir hoy— «homologarse» a los demás partidos, es decir, debería hacerse «más democrático», «más occidental», «más europeo», pero en el sentido de convertirse, en última instancia, en una formación política como tantas otras, inserta en el sistema actual e inclinada, a lo sumo, a ajustes parciales y sectoriales dentro de él. En definitiva, para todos ellos solo daríamos la verdadera prueba de nuestra capacidad de renovarnos si renunciaríamos a seguir siendo un partido que, por su carácter, por el estilo de su vida interna, por su conducta, por sus ideales, aún no es asimilable a los métodos de lucha política, de gobierno, de gestión de los asuntos públicos, a las costumbres internas, a las formas de ejercer (y abusar) del poder que caracterizan a los actuales partidos italianos no comunistas y anticomunistas.

Absurdamente, seríamos los auténticos renovadores de nuestro partido y del actual sistema de partidos si fuéramos los comunistas los que acabáramos con la «cuestión comunista» y, por tanto, con la fuerza política fundamental que, precisamente por su peculiaridad y diversidad, mantiene dos necesidades vitales para nuestra República: la necesidad de liquidar el actual sistema de poder, construido a lo largo de treinta y cinco años por partidos no comunistas o anticomunistas con la DC a la cabeza, y la necesidad de luchar y llamar a la lucha para liquidar ese sistema y a todas las fuerzas trabajadoras, populares y democráticas, dentro y fuera de los partidos: lo que significa entonces llevar a cabo una acción unitaria para restaurar y renovar los propios partidos y sus relaciones con el Estado, con la sociedad y dar lugar a una alternativa democrática al actual sistema de poder centrado en la DC.

[...]

En 1944, Togliatti percibió la necesidad y esbozó los rasgos básicos de un Partido Comunista Italiano que ya no era solo una vanguardia de cuadros (y mucho menos una secta de meros propagandistas), sino un nuevo partido de masas. Inherentes y conectados a este objetivo y a esta tarea, que a un juicio superficial podrían haber parecido simplemente un cambio en la estructura organizativa del Partido, estaban una estrategia política democrática y un método de trabajo y de lucha democrática dirigidos a afirmar la función de dirección nacional de la clase obrera, una visión más amplia de sus alianzas y una



concepción más elevada y completa del bloque histórico gramsciano que debía formarse y aplicarse para transformar la sociedad italiana en la dirección del socialismo.

[...]

Pero las fuerzas y ámbitos sociales hacia los que dirigimos nuestra acción e iniciativa en aquel momento, y cuyos problemas y aspiraciones interpretamos y en la medida de lo posible resolvimos, fueron las fuerzas de cambio inherentes a la sociedad de la época, de aquella situación concreta que existía hace casi cuarenta años. Hoy, las masas excluidas y desprotegidas que aspiran al cambio, o que en todo caso lo necesitan, así como los problemas que hay que conocer, abordar y resolver, han cambiado en gran medida; y cuanto más extenso es el terreno, más amplio a la vez que complejo es el horizonte de la política y de la acción política de un partido como el nuestro, es decir, de un partido de masas organizado que quiere transformar la sociedad.

Aquí alguien interviene para decirnos (y parece que no faltan en nuestras filas quienes lo apoyan) que entre los cambios que se produjeron entre los años cuarenta y los ochenta hay uno del que debemos extraer ciertas consecuencias en cuanto al carácter del partido. Se señala que, a menudo, la proporción tan baja que existe en determinadas ciudades y zonas entre la afiliación al partido y sus votantes no tiene consecuencias negativas en el número de votos que nos llegan. En consecuencia, se argumenta, «desde el punto de vista electoral es irrelevante tener muchos o pocos afiliados; al final, importa más hacer opinión, llamar la atención, estar presente en los medios de comunicación, etcétera». Si —se dice— consiguiéramos hacer del PCI un gran partido de opinión que tocara los sentimientos, las conciencias y los intereses de la gente a través de la comunicación de masas, no solo no perderíamos votos, sino que incluso los aumentaríamos. Por lo tanto, concluye, «tener 1,7 millones de afiliados o tener la mitad de ese número movería poco o nada a la hora de lograr el máximo peso electoral».

En realidad se pueden citar muchas cifras, por ejemplo, que demuestran que muchos afiliados también aportan más votos. Pero, y este es el punto decisivo, si siguiéramos este razonamiento, acabaríamos convirtiéndonos no en un gran partido de masas moderno, sino en un partido electoral, en un partido «a la americana», es decir, un partido que solo pensaría en conseguir votos, que devaluaría el trabajo en contacto directo con el pueblo para ayudarle a pensar, a organizarse y a luchar, que vaciaría de todo contenido la milicia política, que solo pensaría en tener más diputados, más senadores, más concejales, más ediles, más puestos de poder. Y, por cierto, si nos convirtiéramos en esto tampoco tendría sentido la descentralización que estamos llevando a cabo, es decir, el esfuerzo organizativo y político que estamos haciendo para extender la presencia organizada capilar y la iniciativa constante de nuestras secciones, nuestras zonas, nuestras federaciones.



Pero ¿seguiría siendo el Partido Comunista Italiano un partido «renovado» de este modo? ¿No son el electoralismo y la caza del poder los vicios de los otros partidos a los que querrían que nos conformáramos? Ganar más votos es ciertamente indispensable; prestar más atención y lograr una mayor presencia de los nuestros en la prensa, en la radio, en la televisión, en todos los medios de comunicación de masas, es correcto; ser más capaces de expresar una opinión sobre cada problema grande y pequeño, es importante. Pero ¿no es aún más importante ser muchos comunistas? Creo que sí. Al contrario, es el momento de tener más afiliados y al mismo tiempo de formar militantes, más conscientes y activos, es decir, de tener más camaradas comprometidos con un trabajo preciso, con tareas bien definidas, con una carga política, humana e ideal armada con la que se pueda ir y saber estar entre las masas, con sus problemas, sus aspiraciones, sus enfados, sus luchas; más camaradas en puestos de responsabilidad y dirección pública y privada, bien preparados, bien orientados, fieles al mandato recibido. ★



Una extensa y documentada biografía
a cargo de Mauricio Valiente Ots:
*José María Ots Capdequí,
el americanista de
la Segunda República*

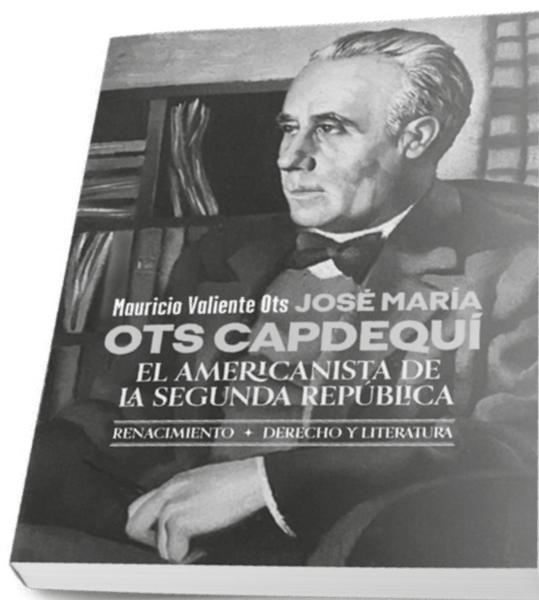
MIKEL HERNÁNDEZ

Licenciado en Filosofía



170

José María Ots Capdequí. El americanista de la Segunda República
Mauricio Valiente Ots



La editorial Renacimiento acaba de publicar, el pasado mes de diciembre (2022) la biografía de José María Ots Capdequí, un voluminoso texto que

Editorial Renacimiento. Sevilla, 2022.

24,0 × 17,0 cm. 640 páginas.

ISBN: 9788419231956

da a conocer al **más influyente historiador de América de la Segunda República**, referente del antifascismo durante la Guerra Civil y del exilio español en Colombia, uno de los destinos más desconocidos de la diáspora de la intelectualidad republicana.

Nacido en Valencia en la última década del XIX, el clima social en el que transcurren los primeros años de Ots Capdequí, nos dice, son aquellos en los que confluyen, por un lado, las tendencias sociales más avanzadas de la época en la ciudad del Turia, el llamado «blasquismo», un republicanismo específico referenciado en el escritor Blasco Ibáñez, y, por otro, su entorno parental más próximo, familia

de profesionales liberales, «acomodada, progresista, que valoraba mucho la formación cultural».

Trasladado a la capital de España para sus estudios de Derecho, iniciará el despertar de su vida intelectual en el marco del Ateneo madrileño, teniendo sus referentes intelectuales en la Institución Libre de Enseñanza (ILE), de la que siempre lamentará no haber podido seguir las clases de Francisco Giner de los Ríos.

José María Ots siempre mostró una inclinación favorable a la ILE y la **Junta de Ampliación de Estudios**, en cuyo **Centro de Estudios Históricos** (CHE) estuvo becado, instituciones impugnadas por los sectores católicos más integristas del ámbito de la docencia y la investigación, lo que da idea de las posiciones intelectuales más avanzadas en las que se situaba el biografiado.

Los estudios de doctorado en la Universidad Central madrileña suscitarán su interés por la historia jurídica de América y el derecho privado indiano, en especial el matrimonial, plasmado en la tesis que bajo el título *Los derechos de la mujer casada en la legislación de Indias* prenderán la llama de una **vocación americanista** que nunca le abandonará.

Tras iniciarse profesionalmente en el ejercicio de la abogacía y como profesor auxiliar en la Universidad de Valencia, pasará posteriormente a la actividad académica como Catedrático de Historia General del Derecho Español en Barcelona, Sevilla y Oviedo, ciudad esta última donde entabló estrecha amistad con el también

catedrático de Derecho Leopoldo García-Alas, nombrado posteriormente rector de su universidad con la llegada de la República en 1931 y fusilado por los franquistas en febrero de 1937.

Su labor investigadora y el desempeño de diversas responsabilidades institucionales y académicas relacionadas con los estudios históricos americanos contribuyeron a fraguar su contribución a un **americanismo de nuevo cuño, enfrentado a los conceptos de «hispanidad» y «Día de la Raza»** que la dictadura de Primo de Rivera había consagrado. Un americanismo que propugnaba una España abierta al mundo «que mirara su pasado con respeto pero no con adulación acrítica» y que por eso mismo entroncaba tan bien con el discurso de **Azaña**, a cuyo partido, Acción Republicana, Ots estuvo vinculado de compromiso político con el proyecto de un nuevo país.

La creación en Sevilla en 1931 del **Centro de Estudios de Historia de América** (CEHA) por parte del primer Gobierno de la Segunda República, con un ambicioso proyecto para el americanismo, institución para la que Ots fue nombrado director técnico, le permitió contribuir desde su especialidad al momento histórico excepcional de cambio, que pasaba también por una «actuación cultural seria para las relaciones de pueblos y Estados de ambas orillas del Atlántico» que sustituyera necesariamente a las «vacías expansiones retóricas del viejo hispanoamericanismo».

La cuestión de la **leyenda negra de la colonización española** será un te-





ma recurrente a lo largo de la obra de José María Ots Capdequí, polémica esta que, como señala Mauricio Valiente Ots, autor de la biografía, «la reacción chovinista en España ha recuperado de manera sorprendente en la actualidad». Para José María Ots no era una cuestión que debiera preocupar a los historiadores españoles de la América colonial. Se mostraba partidario de «dejar atrás el apasionamiento y orientar la investigación por un recto sentido histórico, abandonando inútiles propósitos vindicatorios y viejos desahogos retóricos».

Para José María Ots una cosa era combatir la manipulación política de la historia y otra quedarse al margen de los combates políticos. **Su rechazo al golpe de Estado de 1936 fue inequívoco**, y pese a haber mantenido una posición profesional y política moderada dentro del republicanismo, el levantamiento popular para frenar el golpe y el curso de la guerra le hicieron evolucionar hacia —como destaca el autor de la biografía— «lo que puede definirse como un patriotismo revolucionario [...] sin romper con la tradicional identificación liberal (en el sentido amplio de la época, que no coincide con el partidista de hoy en día)». De ahí la asunción de responsabilidades en **la sección de Universidades del Ministerio de Instrucción Pública** dirigido por el ministro del PCE **Jesús Hernández, Wenceslao Roces y Josep Renau** o el liderazgo de **la Alianza de Intelectuales en Defensa de la Cultura o la Asociación de Amigos de la Unión**

Soviética de Valencia. Más «como un imperativo ético, como reacción necesaria ante una agresión sin precedentes», como una coincidencia con el PCE en la estrategia a seguir y la política de unidad que este hegemonizaba, que como una identificación plena desde una pertenencia a una cultura política y extracción de clase diferenciadas «que ningún voluntarismo podía hacer desaparecer». De ahí que nunca abandonase su adhesión al liberalismo como seña de identidad y a su militancia en Izquierda Republicana.

Para el autor de la biografía, el biografiado respondía a un arquetipo, al del despliegue de «una evolución ideológica generalizada entre los intelectuales republicanos, con un **patriotismo revolucionario**, que en el contexto de la guerra intentaba destacar todo lo popular para la construcción de una identidad colectiva», a tono con la posición del PCE sobre el carácter **nacional-revolucionario de la guerra**, en defensa de la independencia frente al agresor fascista, «que colocaba al pueblo como la parte más sana de la nación frente a las minorías privilegiadas que siempre se habían opuesto a los avances históricos».

Hacia mediados de 1938, a José María Ots se le encargará desempeñar una misión oficial en América que le llevará a México, Colombia, Cuba y Estados Unidos, profundizando las alianzas en pro de la causa republicana, viaje del que, en un acto de coherencia y valentía, volvió, al contrario que otros intelectuales a los que Azaña reprocharía haber puesto

precipitadamente tierra de por medio. Marcharía exiliado a Colombia al final de la guerra y tendría su inserción en las universidades colombianas poniendo en marcha «nuevos métodos de enseñanza e investigación, de acuerdo con los avances experimentados en España».

En 1953 regresó del exilio, y pese a que el «éxito de su magisterio y publicaciones en América no impidió que fuera relegado a su vuelta a España y condenado a un nuevo exilio interior».

Mauricio Valiente Ots, autor de la biografía de José María Ots Capdequí, nos ofrece un voluminoso trabajo extensamente documentado y completamente referenciado, una obra que trasciende la vida de una personalidad dedicada a la historia del derecho para conducirnos también a la exposición de un amplio panorama

de la vida intelectual en la primera mitad del siglo xx.

Señala Mauricio que durante sus responsabilidades al frente de las políticas de memoria democrática en el Ayuntamiento de Madrid entre los años 2015 y 2019 tuvo que asistir a diversas polémicas públicas que provocaban una distorsión del pasado por intereses partidistas. «Frente a la esterilidad y pobreza de la vaga idea de una tercera España —dice— su puesta víctima de los extremismos de ambos lados, sustento de una suelta equidistancia nada inocente desde el punto de vista político, biografías como la de José María Ots, como la de tantas otras por hacer, ofrecen una multiplicidad de matices que no pueden opacar una visión tan empobrecedora de la necesaria interpretación histórica». ★



Exploradores de Sacristán

ALBERTO SANTAMARÍA

Profesor de Historia y Teoría del Arte
de la Universidad de Salamanca



174

Filosofía y Metodología de las Ciencias Sociales (I)

Manuel Sacristán Luzón

Edición de Salvador López Arnal y José Sarrión Andaluz.

Editorial Montesinos. Barcelona, 2022. 15,3 × 23,5 cm. 530 páginas.

ISBN: 9788419200310



A veces un libro no es un libro. Suena raro, pero sucede. Ahora bien, esto suele ocurrir en el terreno de la literatura experimental o en las zonas limítrofes del arte conceptual. Pienso en las maravillas de Ulises Carrión, por ejemplo. Pero no. No me refiero a eso, por supuesto. Nadie situaría a Manuel Sacristán en la estela formal del arte experimental, pero si existiera en un mundo posible algo parecido a eso en la filosofía o en la sociología, tal vez este trabajo, *Filosofía y metodología de las ciencias sociales*, estaría ocupando un lugar interesante, al menos en nuestra tradición filo-

sófica. De todos modos, más allá del juego o de la ironía, no reniego del punto de partida: este no es un libro aunque lo parezca, aunque tenga páginas impresas y desprenda ese típico aroma denso y rugoso que poseen los libros nuevos. Ese es el primer punto. No estamos ante un libro. A pesar de que esté catalogado como tal o esté en las librerías. Opto más bien por entender estas páginas como *artefacto*. Manuel Sacristán no pensó este conjunto de ideas como libro, sino como piezas de un puzle imposible. Sacristán tenía este puzle en su cabeza, posiblemente, y Salvador López Arnal y José Sarrión han realizado una labor importante y fascinante por acercarnos esas piezas. Y así nos han regalado este *artefacto*. *Filosofía y metodología de las ciencias sociales* es el primer volumen de lo que Sacristán dibujó sobre el problema del método y sus fronteras, sobre el presente y la política de la ciencia, sobre las formas en las que la educación no puede separarse de la sociedad, que no forman dos esferas diferentes y excluyentes, sino un mismo cuerpo, etcétera. Es pues un *artefacto* que nos permite penetrar en el corazón de un pensador que se mueve como pocos en terrenos diversos y que desde una *sensibilidad racional* (sí, sensibilidad racional) es capaz de entender los diferentes planos del conocimiento como piezas conectadas, como elementos que es posible disponer sobre la realidad sin caer en realismos ingenuos o materialismos débiles. Por eso es tan importante la idea de política de la ciencia.

Pero nos quedamos cortos si vemos este libro solo como un *artefacto*. Un *artefacto* puede hacernos pensar en algo muerto que solo adquiere vida ocasionalmente. Por eso este *artefacto* es también un *mapa*. Es un mapa, y, lo más fascinante, es un mapa de un territorio que no existe. Un mapa tejido por Sacristán durante muchos años, donde militancia y filosofía (esto solo ya daría para un libro por hacer) se conectan generando un sonido particular, una melodía propia. Sacristán gustó de jugar con los márgenes, lo que no quiere decir con lo marginal. Decidió habitar un espacio entre las exigencias de la militancia política bajo la dictadura y el compromiso con la filosofía. No era fácil generar un espacio así y, quizá, desde la perspectiva histórica, perdió la filosofía. Sin embargo, hoy en día podemos jugar a reconstruir ese espacio gracias a trabajos como este.

El primer volumen de *Filosofía y metodología de las ciencias sociales* es un mapa en cuanto que la filosofía misma lo es. Lukács, a quien Sacristán tradujo en múltiples ocasiones, entendía la filosofía en *Teoría de la novela* como mapa. Allí señalaba Lukács que, dado que no vivimos en armonía con el mundo, tal y como descubre la filosofía, esta trata de encontrar el modo, es decir, el método para recomponer equilibrios y acercarnos a la mayor experiencia posible de coherencia con el mundo. Un filósofo no es más, entonces, que un hacedor de mapas. Ahora bien, en este caso el concepto de *mapa* es no tanto una metáfora como un principio constitutivo. En la mayo-





ría de los casos no hallamos en estas páginas textos cerrados o dados por definitivos por Sacristán; incluso hay páginas que contienen listados (que en algunos casos recuerdan a fórmulas literarias experimentales a lo Péricles o Borges) de proyectos o de supuestos a desarrollar oralmente en conferencias. Es un mapa de un lugar que no existe o de un espacio por construir. Incluso, con perdón de los sacristanistas, diré que tiene algo de «Elige tu propia aventura», aquellos cuentos de los años ochenta donde llegado determinado momento podías elegir por dónde seguir la historia. Lo fascinante de este mapa es que no hay un solo Sacristán, sino una pluralidad de lecturas posibles, de opciones. Quiero decir, en definitiva, que es un mapa abierto que puede permitir al investigador sacristanista ahondar en temas tal vez no desarrollados anteriormente, al tiempo que posee la virtud, como es mi caso, de permitirnos *usar* a Sacristán y llevarlo a espacios en los que tal vez Sacristán no tenía interés o le quedaban lejos.

Pero vayamos al contenido.

Este mapa se divide en tres partes, como tres continentes conectados entre sí: a) Teoría general del método y textos complementarios, b) Materiales de metodología de las ciencias sociales y de filosofía y política de la ciencia y c) Materiales de la metodología de las ciencias sociales. El primer bloque es el más extenso; abarca textos dispersos y varios proyectos escritos entre 1954 y 1974. Es un espacio completamente heterodoxo y, por ello, enriquecedor. Ahí encon-

tramos desde un texto presentación de su tesis doctoral hasta el programa de la asignatura Teoría General del Método. Es la parte más extensa del libro, e incluye asimismo algo que quizá pase desapercibido, pero que resulta revelador: la punzante ironía (en ocasiones hiriente) de Sacristán. Hallamos en esta parte, por ejemplo, la descripción de Althusser y su grupo etiquetados bajo la expresión «ignorante retórica». Es solo un ejemplo, pero nos permite comprender las diversas intensidades retóricas de Sacristán. En cualquier caso, vaya por delante el aviso: nada de esta sección tiene desperdicio. Aquí está incluida la formidable conferencia impartida en 1962 en la UB titulada «Formalismo y ciencias humanas», donde aparece una interesante crítica a la *ilusión ideológica conservadora* que ansía una cierta visión de pureza por la que los conceptos de las ciencias sociales han de ser objetivos y operativos en el sentido de las ciencias de la naturaleza. En esta sección hay un racimo de proyectos, de tentativas que necesitan todavía tiempo para coagularse, pero que conforman el pensamiento de Sacristán desde dentro. Es francamente fabuloso ver cómo Sacristán se mueve y crece en diversos terrenos y cómo, de un modo casi autodidacta en ocasiones, se inventa una posición filosófica que no existía en España. Podemos seguirle dramáticamente el rastro, observarle buscando un espacio dentro del pastoso y miasmático suelo intelectual de la España franquista al mismo tiempo que le vemos mostrando su

disidencia respecto a dicho espacio. Solo por eso casi vale la pena rescatar todos estos inéditos.

La segunda sección del libro se compone de materiales escritos entre 1976 y 1977. Se trata de programas de asignaturas, pero destacan, desde mi humilde punto de vista, el trabajo sobre la «crisis de la Universidad», así como el texto sobre la necesaria «política de la ciencia». En el caso de la «crisis de la Universidad» lo que hallamos es un listado de ideas, puntos en un mapa, de lo que fue una conferencia sobre la cuestión universitaria. Este bosquejo de ideas nos invita repensar por qué no tenemos hoy en día un debate real y profundo sobre la Universidad. No me refiero a un debate acerca de *qué es* la Universidad, ni *cómo* desarrollar un mejor o peor programa, o cómo gestionar los recursos, sino una pregunta más básica y dolorosa: *¿para qué* queremos como sociedad *la Universidad*? Nos da cierto pavor enfrentarnos a ello, pero es una cuestión ineludible. Si algún día tenemos este debate, Sacristán ha de ser una referencia. En el caso de «política de la ciencia», es un texto deslumbrante que nos trae al presente un debate importante, y aquí dialoga con Javier Mosterín o con Agustín García Calvo, entre otros.

El apartado que cierra el libro recoge fundamentalmente la atenta

lectura que realizó Sacristán de la obra de Thomas Kuhn *La estructura de las revoluciones científicas*. Ahí vemos al Sacristán lector, pegado al texto, desglosando, dialogando, desesperándose con Kuhn. Uno se siente en esta parte como un *figgón* que por una rendija observa a Sacristán, lápiz en mano, debatiéndose dentro del libro con una obra importante y desconcertante al mismo tiempo. En esta sección se incluye otro mapa fascinante: el guion para una conferencia acerca de la noción de ciencia, un listado borgeano que abarca desde Heráclito hasta las tecnologías duras y blandas, pasando por Goethe o Feyrabend. En fin, una delicia.

No quisiera cerrar esta breve (y necesariamente incompleta) reseña sin hacer mención de un elemento sumamente importante. Todo mapa, todo artefacto tiene sentido si alguien sabe y conoce tanto las particularidades de cada pieza como su sentido global. En este caso, los hechiceros capaces de invocar a Sacristán, Salvador López Arnal y José Sarrión, han acompañado casi cada palabra de Sacristán con unas precisas, magníficas, documentadas y bien montadas notas que sirven para orientar al explorador que se adentra en este territorio. Porque esta obra, se me había olvidado mencionarlo, no pide lectores, exige exploradores. ★



La matanza de Atocha y otros crímenes de Estado, de Carlos Portomeñe



JOAQUÍN RECIO

178

La Matanza de Atocha y otros crímenes de Estado. Anatomía de la Transición
Carlos A. Portomeñe Pérez

Atrapasueños Editorial. Sevilla, 2022.

754 páginas.

ISBN: 9788412605501



«Este libro contribuye a la necesidad de justicia, verdad y reparación acerca de los episodios de terrorismo ultraderechista, oficial y extraoficial, que se sucedieron a finales del franquismo y en los primeros pasos hacia la de-

mocracia: la masacre de los abogados de Atocha, o lo que se conoce como la semana negra de enero de 1977, que comenzó el 23 de enero con la muerte de Arturo Ruíz García, por un miembro de los Guerrilleros de Cristo Rey, continuando, al día siguiente, en la manifestación de repulsa por la muerte de dicho estudiante, donde moría María Luz Nájera Julián por el impacto de un bote de humo proveniente de las fuerzas antidisturbios. Ese mismo día, dos personas asaltaban un despacho de abogados laboralistas situados en la calle Atocha número 55, saldándose con cinco muertos y cuatro heridos. Sin embargo, estos son solo algunos de los acontecimientos

que hemos podido conocer, por eso la contribución social del presente libro tiene un valor inestimable, porque si fundamental es el conocimiento de la historia, aún más elemental es mantener vivo el recuerdo de quienes la conformaron». Así dice la Asociación Andaluza de Víctimas de la Transición en su prólogo.

Un libro que recoge en sus 774 páginas biografías de víctimas y verdugos, entrelazadas no solo por la dictadura del terror de la ultraderecha, sino también por esas instituciones que se supone que han nacido para generar seguridad en el mundo, llámese Estado o CIA. Una perspectiva nueva sobre la transición que arro-

ja luz sobre el hilo negro que une a la ultraderecha internacional y el franquismo.

El autor, Carlos Portomeñe, nacido en Lugo en 1968, estudió Ciencias Políticas y es escultor y artesano. Perteneció al Comité Central del PCE desde 2002, fue secretario general del Partido Comunista de Galicia (2002-2014) y miembro del Consejo Político Federal de Izquierda Unida (2001-2021). También ejerció como portavoz municipal de IU en el Concello de Lugo (2015-2019). Columnista y colaborador habitual de *Mundo Obrero*, es activista e investigador de la memoria democrática y participa activamente del movimiento por la paz. ★



La cultura pasa por aquí

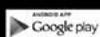


arce

ASOCIACIÓN
DE REVISTAS
CULTURALES
DE ESPAÑA

C/ Orfila, 3 - 2º Izquierda. 28010 Madrid | Tel.: 91 308 60 66 | Fax: 91 310 55 07 | E-mail: info@arce.es | www.arce.es

www.revistasculturales.com | www.quioscocultural.com



App «ARCE» disponible para iPhone/iPad y dispositivos Android

nuestra historia

Revista de Historia de la FIM

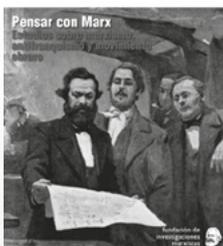
Todos los números de **Nuestra Historia** están disponibles en revistanuestrahistoria.com

nuestra historia
Revista de Historia de la FIM



núm. 1 | 2016

nuestra historia
Revista de Historia de la FIM



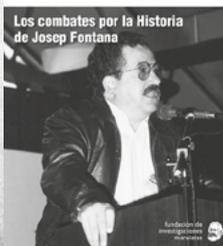
núm. 6 | 2018

nuestra historia
Revista de Historia de la FIM



núm. 2 | 2016

nuestra historia
Revista de Historia de la FIM



núm. 7 | 2019

nuestra historia
Revista de Historia de la FIM



núm. 3 | 2017

nuestra historia
Revista de Historia de la FIM



núm. 8 | 2019

nuestra historia
Revista de Historia de la FIM



núm. 4 | 2017

nuestra historia
Revista de Historia de la FIM



núm. 9 | 2020

nuestra historia
Revista de Historia de la FIM



núm. 5 | 2018

nuestra historia
Revista de Historia de la FIM



núm. 10 | 2020

fundación de
investigaciones
marxistas



transform!
europe



Francisco Sierra Caballero ★ Ignacio Ramonet ★ Julián Macías Tovar ★ Ángel Carrasco-Campos ★ Dafne Calvo ★ Joan Pedro-Carañana ★ Miguel Usabiaga ★ Pascual Serrano ★ José Hernández Ascanio ★ Stergios Kalpakis ★ Marga Sanz ★ José Manuel Martín Medem ★ Nora García Nieves ★ Guillermo Casanova Corral ★ Aldo Armendáriz ★ José Luis Martín Ramos ★ Mikel Hernández ★ Alberto Santamaría ★ Joaquín Recio

ISSN 1133-567X



9 771133 567005