



Vicente Romano

LA INTOXICACIÓN LINGÜÍSTICA

El uso perverso de la lengua

ediciones
MINCI

*Biblioteca
Vicente
Romano*

Vicente Romano

LA INTOXICACIÓN LINGÜÍSTICA

El uso perverso de la lengua

ediciones
MINCI

La intoxicación lingüística

El uso perverso de la lengua

Vicente Romano

Ediciones MinCI

Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información

Final Bulevar Panteón, Torre Ministerio
del Poder Popular para la Comunicación e Información
Parroquia Altagracia, Caracas-Venezuela.
Teléfonos (0212) 8028314-8028315
Rif: G-20003090-9

Nicolás Maduro Moros

Presidente de la República Bolivariana de Venezuela

Luis José Marciano

Ministro del Poder Popular para la Comunicación e Información

Dirección General de Publicaciones: **Ingrid Rodríguez**

Corrección: **María Ron y Daniela Pettinari**

Diseño de portada: **Rubén Calderón**

Diagramación: **Rubén Calderón**

Ilustración de portada: **Franklin Alvarez**

Depósito legal: **Ifi87120163201559**

ISBN: **978-980-227-294-5**

Prólogo

El lenguaje

Para Karl Marx y Federico Engels, los teóricos de socialismo, el lenguaje es la conciencia real, práctica, existente también para otros seres humanos, la realidad inmediata del pensamiento¹. Surgió del trabajo y para ponerse de acuerdo en él.

El lenguaje permite la comunicación social y, con ella, la realización lingüística de las relaciones sociales. La palabra es un regulador importante de los procesos psíquicos del comportamiento². El lenguaje sirve para la formulación de enunciados comunicativos. Es expresión, llamamiento y orientación (K. Bühler). Transmite una situación o una intención del comunicador, influye en el receptor y comunica algo sobre estados de cosas y relaciones. Más allá de las funciones que le atribuye K. Bühler (expresión, actuación y orientación), la palabra desempeña una doble función: como representación y como regulación.

Si bien es el trabajo el que modifica las condiciones sociales, el lenguaje es el instrumento utilizado para acelerar o frenar el cambio de esas condiciones. A través de la comunicación, del intercambio de informaciones, los seres humanos toman conciencia de sus experiencias, que contrastan con otros al expresarlas. La primera toma de conciencia se efectúa en el pronunciamiento

1. *La ideología alemana*, La Habana, 1966. p. 30.

2. Cf. Albrecht, Erhard: *Weltanschauung, Methodologie, Sprache*, Berlín, 1979, p. 53.

del mundo, como decía Paulo Freire. Así, por ejemplo, cuando las experiencias son dolorosas o insatisfactorias y se expresan, el dolor, la insatisfacción, puede pasar de la resignación a la provocación, a la exigencia de eliminar la causa del sufrimiento. La comunicación es necesaria para la verificación del conocimiento y el acuerdo en la modificación de las condiciones sociales. En este sentido, la fuerza de convicción de las palabras reside en su concordancia con la realidad. El lenguaje le da forma al mundo. La palabra es el primer ejercicio del poder (*in principium verbum erat*)³.

Pero, como es bien sabido, el lenguaje permite también frases y razonamientos contradictorios o absurdos. Consciente de su poder creador, Pablo decía a sus discípulos “sed hacedores de la palabra, y no solamente oidores, engañándoos a vosotros mismos”⁴. Aunque en esa misma epístola decía también que “la lengua es fuego, un mundo de maldad” (3, 6). Las palabras pueden emplearse también para ocultar la realidad. Ya en otro lugar decíamos que el principal instrumento de manipulación es el lenguaje⁵.

Talleyrand decía que el lenguaje está para ocultar los pensamientos del diplomático. La intoxicación lingüística tiene sus causas políticas y económicas. En la actualidad, el empleo encubridor del lenguaje no hace sino aumentar. El estado de bienestar está en crisis y cambia radicalmente su naturaleza. Con ella cambia igualmente el lenguaje político. Se requiere un verdadero tour de force lingüístico para calificar de moderación o contención el genocidio del pueblo

3. Cf. Mosca, Stefania. “La palabra sana o mata”, *La Jiribilla*, febrero, 2006. Véase también Klaus, Georg: *Die Macht des Wortes*, Berlín, 1972.

4. Epístola universal a Santiago, 1, 22.

5. Cf. Romano, Vicente: *La formación de la mentalidad sumisa*, varias ediciones.

palestino a manos del ejército sionista de Israel, o de liberación a la ocupación no menos genocida y bárbara de Iraq por el fascismo usamericano. La formulación de una noticia esencialmente mala de modo que parezca buena es lo que en política se ha llamado siempre retórica. Hoy día, cuando las malas noticias se acumulan, se hace imprescindible aplicar la fuerza embellecedora y encubridora del lenguaje político.

Pero lo cierto es lo opuesto. Si se analiza con detalle o detenimiento, el lenguaje lo revela todo. Un buen ejemplo lo proporciona el siguiente pasaje de *Alicia en el país de las maravillas*:

Cuando uso una palabra —dijo Humpty Dumpty, en un tono de voz muy superado—, ésta quiere decir lo que quiero que diga, ni más ni menos.

La pregunta es —insistió Alicia— si se puede hacer que las palabras puedan decir tantas cosas diferentes.

La pregunta —dijo Humpty Dumpty— es saber quién es el que manda... eso es todo.

Ahora bien, el empleo deliberado del lenguaje para la confusión de las conciencias y la ocultación de la realidad es lo que se suele entender por manipulación. Como hemos dicho en otra parte, en el contexto de la confusión y sumisión de las conciencias, la manipulación se entiende como comunicación de los pocos orientada al dominio de los muchos. Se manipula cuando se producen deliberadamente mensajes que no concuerdan con la realidad social.

El uso manipulador del lenguaje es tan antiguo como el dominio de unos seres humanos sobre otros. Todos los dominadores, magos, religiosos, políticos, económicos,

intelectuales, etc., utilizaron las palabras para confundir, aterrorizar, ocultar y mantener la ignorancia sobre las verdaderas relaciones de dominio y explotación.

De ahí la necesidad de desarrollar un pensamiento crítico, independiente. Este principio forma también parte de la esencia de la educación. En el lenguaje de la educación, la economía, los medios, la política, etc., predominan los términos utilizados deliberadamente para confundir, para intoxicar las mentes.

Preocupados por las dimensiones que ha adquirido el fenómeno, empiezan a publicarse trabajos que lo estudian y denuncian. Juan Maestre Alfonso denunció hace tiempo la intoxicación de la información⁶. No hace mucho que varios pensadores españoles se reunieron en el círculo de Bellas Artes de Madrid para exponer su preocupación por las trampas, mentiras y violaciones de la retórica actual del poder⁷. El columnista de este diario, Eduardo Haro Teglen, teme que ya no se pueda liberar el lenguaje de esta contaminación. “La perversión” –afirma– “se multiplica en mayor proporción que el número de palabras que circulan. Solo el poder tiene la capacidad de dar a las palabras su uso real, a condición de que dé a los hechos su valor real, y no recompense a quienes los usan para crear víctimas, cárceles, pobres”⁸. El uruguayo Eduardo Galeano también ha prestado atención a este fenómeno en su libro *El mundo patas arriba*, o el artículo “Las paradojas de la máquina”⁹.

Pero la preocupación por el empleo intoxicador del lenguaje y su estudio surgió con la industria del reclamo, tan necesario en el modo capitalista de produc-

6. Maestre Alfonso, Juan: *Medio ambiente y sociedad*, Ed. Ayuso, Madrid, 1978, cap. 7.

7. *El País*, 10 de enero de 2004.

8. *El País*, 23 de marzo de 2004.

9. *El Mundo*, 23 de abril de 2002.

ción, y la propaganda nazi en la primera mitad del siglo XX. Entre los numerosos análisis efectuados al respecto están los de Victor Kemperer, Lutz Winckler, Walter Hagemann y George Orwell¹⁰.

Por otro lado, las intervenciones recientes del imperialismo yanqui en Afganistán e Iraq, el cúmulo de mentiras propagadas por sus dirigentes y epígonos, encabezados por el Trío de las Azores (Bush, Blair y Aznar), para justificar la barbarie de sus crímenes de lesa humanidad, han dado lugar a toda una proliferación de publicaciones y análisis. Entre ellos cabe destacar los libros de Michael Parenti, Lila Rajiva y John Collins y Ross Glover¹¹.

En Alemania, el Institut für Kommunikationsökologie viene analizando desde 1989, año de su fundación, los aspectos contaminantes del lenguaje. La “Arbeitsgemeinschaft Sprachen in der Politik e.V.”, de la Universidad de Magdeburg, se centra concretamente en el estudio del lenguaje político.

Por último, los lexicógrafos Enrique Montanillo y María Isabel Riesco publicaron en 1990 un análisis pormenorizado de las incorrecciones gramaticales de políticos y periodistas en nuestro país¹². Aspecto éste que retomó luego, aunque con menos rigor, el sociólogo áulico Amando de Miguel en su libro *La perversión del lenguaje* (Madrid, 1994, 2003).

10. Cf. Kemperer, Victor; *The Language of the Third Reich*, London – New York, 2002; Winckler, Lutz, *La función social del lenguaje fascista*, Barcelona, 1979; Hagemann, Walter: *Publizistik im Dritten reich*, Hamburgo, 1948; Orwell, George: “Politics and the English Language”, *Horizont*, abril de 1946, incluido en: *The Collected Essays, Journalism and Letters of G. Orwell*, vol. IV (1945-1950), Secker & Warburg, Londres, 1968, pp. 127-140.

11. Parenti, M.: *Más patriotas que nadie*, Hondarribia, 2004; Rajiva, L.: *The Language of Empire. Abu Ghraib and the American Media*, New York, 2005; Collins, J. y Glover, R. (eds.): *Collateral Language. A User's Guide to America's New War*, New York-London, 2002.

12. *La perversión de la lengua*, Barcelona, 1990, con introducción de Vicente Romano.

Este trabajo se inscribe en lo que los prácticos del trepe llaman despectivamente “filosoffa de la comunicación”. Ante el uso perverso que el capitalismo y sus voceros hacen de la lengua se requiere el desarrollo de un pensamiento esclarecedor, hoy reprimido y marginado. Frente a la consigna del prohibido pensar, fomento del pensamiento crítico. Frente a la producción mercantil de la comunicación, el valor de cambio y la sumisión de las conciencias, producción de valores de uso, de comunicación para la ampliación de la conciencia (Ch. Caudwell), para el dominio del entorno, la sociedad y el aumento de la calidad de vida para todos.

Para eso se requieren “expertos” de la denostada teoría. En una entrevista concedida al *New York Times* en el otoño de 1952 explicaba A. Einstein por qué no podía ser creadora en ciencia la persona carente de visión del mundo y de conciencia histórica. No basta con enseñar una especialidad, afirmaba. Así puede ser una especie de máquina aprovechable, pero no una personalidad valiosa. Lo que importa es percibir aquello a lo que vale la pena aspirar. De otro modo, con su conocimiento especializado se parece más a un perro entrenado que a una personalidad armónicamente entrenada.

El científico tiene que conocer las motivaciones de los seres humanos, aprender a conocer sus ilusiones y sus penas, adquirir una actitud correcta ante el prójimo y ante la comunidad¹³.

Estas valiosas cualidades se adquieren en el contacto personal, y no solo a través de los libros de texto y la especialización temprana. Esto es lo que constituye esencialmente la cultura.

13. Cf. Albrecht, Erhard: loc. cit., p. 9 y s.

Entre los rasgos esenciales de una educación se cuenta el desarrollo de una conciencia crítica en los jóvenes, un pensamiento que conduzca a la creación de voluntad democrática. Según esto, habría que preguntarse: a) si la creciente especialización implica el distanciamiento de los científicos (expertos) respecto de la filosofía; b) qué aportación hacen hoy los científicos al desarrollo de la imagen científica del mundo.

Cómo se entienda la relación entre cosmovisión, pensamiento y conocimiento, puede facilitar la comprensión del devenir histórico de esta relación. “Pero el pensamiento teórico” —puntualizaba Engels— “no es más que una cualidad innata de acuerdo con la disposición. Esta disposición hay que desarrollarla, educarla, y para esta educación no existe hasta ahora otro medio que el estudio de la filosofía. El pensamiento teórico de cada época, y también el de la nuestra, es un producto histórico que adopta forma y contenido muy diferente en tiempos distintos. La ciencia del pensamiento es, pues, como cualquier otra, una ciencia histórica, la ciencia del desarrollo del pensamiento humano”¹⁴.

El lenguaje, como el terrorismo, va dirigido a los civiles y genera miedo, ejerce violencia simbólica o psicológica. Produce efectos más allá del significado. Las palabras son como minúsculas dosis de veneno que pueden tragarse sin darse uno cuenta. A primera vista parecen no tener efecto y luego, al poco tiempo, se manifiesta la reacción tóxica. “El hombre es tan propenso al efecto hipnótico de los lemas como a las enfermedades contagiosas”, decía A. Köstler. El arma más letal es el lenguaje. Sin palabras no hay guerra.

14. Engels, F.: *Dialéctica de la naturaleza*, MEW, vol. 20, p. 330.

Los grandes del nazismo, como Hitler y Goebbels, procedentes del catolicismo, se ocuparon meticulosamente de la vitalidad milenaria de la Iglesia Católica. Ellos marcaron las pautas para los fundamentalistas actuales, como Bush y la camarilla que rige hoy los destinos del mundo desde las oficinas gubernamentales de Washington y los despachos de sus empresas depredadoras.



Introducción

Periodismo y lengua

I

La información es, por su propia naturaleza, selectiva. Debido a las limitaciones espaciotemporales, a los condicionamientos profesionales, ideológicos, culturales, etc., los periodistas se ven siempre obligados a seleccionar. Casi nunca disponen del tiempo, ni del espacio, ni de la autodeterminación suficientes para decir lo que a ellos les gustaría. De ahí que pueda afirmarse que el dominio poco común de la lengua, su uso consciente y competente, sea una de las cualidades fundamentales del periodista. Entre los periodistas puede haber casos de ingenuidad profesional, aunque sean raros, pero en información no hay nada inocuo.

El empleo correcto de la lengua contribuye a que la comunicación sea eficaz, a que aumente el conocimiento, es decir, a que reduzca la ignorancia, a ampliar el ámbito de la libertad humana. Por eso hay que cuidar y dominar la lengua, los medios expresivos que se aplican para la transmisión de las informaciones.

En tiempos de guerra, de incertidumbre y de angustia social como los actuales, es fácil recurrir al efectismo, a la manipulación sesgada de la emocionalidad. Sí, los profesionales de la información no pueden renunciar a su sensibilidad ante el dolor y la

explotación de los seres humanos. Sus reportajes y sus palabras reflejan su postura ante los hechos, aunque intenten ocultarlos. Pero no hay que olvidar que estos profesionales son observadores, no actores. Y, aunque la verdad tenga muchas caras y sea difícil conseguirla por entero, sí se pueden aproximar a ella.

II

Mas, como dijo ya el senador norteamericano Hiram Johnson en 1917, la verdad es la primera víctima de la guerra. El general prusiano Carl von Clausewitz se manifestó en términos algo similares cien años antes: “Una gran parte de las noticias que se reciben en la guerra son contradictorias, otra parte aún mayor son falsas, y la mayor parte son bastante inciertas...”. En suma, concluye Clausewitz, “la mayoría de las noticias son falsas, y el temor de los seres humanos refuerza la mentira y la no verdad”¹⁵.

Las palabras del senador estadounidense a principios del siglo XX y las del general alemán a principios del XIX no han perdido ninguna validez, como han demostrado la Segunda Guerra Mundial, la desmembración bélica de Yugoslavia, la Guerra del Golfo o la agresión contra Afganistán, Iraq o Líbano. Al contrario, se revalorizan más y más.

El control de la información y la difusión de noticias e imágenes se ha utilizado siempre como arma esencial para someter voluntades y conquistar conciencias. Por eso, el Pentágono no dejó ver ninguna imagen de la Guerra del Golfo, anunciada como la primera guerra televisada de la historia, ni la administración estadounidense muestra los cuerpos

15. Clausewitz, Carl von: *De la guerra*.

de las víctimas de los ataques terroristas del 11 de septiembre, ni tampoco permite hoy la difusión de ninguna noticia ni imagen de Afganistán o de Iraq que no esté controlada, es decir, manipulada, por la CIA y el Pentágono. Y, para mayor sarcasmo, esto lo hace el gobierno de un país que proclama a los cuatro vientos la libertad de expresión como uno de los pilares de su organización social.

El objetivo estriba, naturalmente, en que tan solo se conozca una versión de los hechos, o sea, la comunicación unidireccional y unilateral, irreversible. Pero, por su definición, la comunicación contiene el elemento de la reciprocidad, de la dicción y contradicción, de compartir el conocimiento. Por eso contradice la voluntad autoritaria, la cual recurre al uso de la fuerza, de la violencia física. Reciprocidad significa franqueza, apertura para los otros. En la comunicación abierta se concreta el conocimiento y el raciocinio. La violencia, ya sea física o psicológica, lo deforma, puesto que no pregunta por lo falso y lo correcto. Los medios que se cierran obstaculizan la comunicación. No son medios de la violencia física, no son bombas, pero convierten a los seres humanos en cosas, y la política que se transmite a través de ellos está sometida a la coacción que los medios ejercen sobre los fines¹⁶.

La retórica de la guerra no solo contribuye a desacreditar al enemigo, a desorientar a la población propia y ajena. También minimiza los horrores de los bombardeos y la destrucción de vidas y haciendas. No deja de ser un sarcasmo cruel calificar a las guerras de “limpias” o de “humanitarias”, igual que

16. Cf. Pross, Harry: *Die meisten Nachrichten sind falsch. Für eine neue Kommunikationspolitik*, Stuttgart, 1971.

hablar de “bombas inteligentes”, aunque caigan en las escuelas y hospitales¹⁷.

En vez de llamar a las cosas por su nombre, esta retórica presenta la guerra con metáforas del juego. Así, cuando se compara con partidas de póquer o de ajedrez, o cuando se habla de teatro de operaciones, se excluyen las consecuencias mortales para la población. Las metáforas de la naturaleza aparecen en términos como “guerra relámpago” (término preferido de los nazis), “oleadas de bombardeos”, “tormenta del desierto”, etc. Se suscita así la impresión de que las guerras son catástrofes naturales contra las que nada se puede hacer para evitarlas. Las víctimas reales pierden su categoría de personas. Se pierden aviones o tanques, se destruyen instalaciones militares, etc., pero se omite el destino de los pilotos o de las víctimas civiles de esos ataques. Los objetos adquieren así categoría humana: se trata de armas y bombas inteligentes.

Otro de los recursos utilizados para la desorientación, o lo que es igual, para la desinformación, es el empleo de neologismos que ocultan la barbarie de las acciones bélicas. Los civiles muertos, las casas, escuelas, hospitales, fábricas, presas, campos, cosechas, etc., destruidos se presentan como “daños colaterales”. Los indicadores de distancia reducen, asimismo, la credibilidad del enemigo. Se empieza con “según fuentes...”, o “el susodicho”, y se sigue con una valoración dicotómica entre el bien y el mal, en la que los buenos “confirman”, “advierten”, mientras que los

17. Cf. Serva, Leao: *A batalha de Sarajevo*, Scritta, São Paulo, Brasil, 1994; Pörksen, Bernhard: *Die Konstruktion von Feinbildern: Zum Sprachgebrauch in neonazistischen Medien*, Wiesbaden, 2000; Schichta, Christian: “Kriegsberichterstattung zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Kriterien für einen Friedensjournalismus”, en: *Zeitschrift für Kommunikationsökologie*, 2/199, pp. 10-13.

malos “engañan”, “amenazan”. Los “buenos” tienen “gobierno”; los “malos”, “régimen”.

Se hace un uso agresivo de las analogías históricas para difamar a los representantes del enemigo. Castro, Hussein, Milosevic, etc., son como Hitler. Pero no así Mobutu, Idi Amin, Pinochet, Videla, etc. El islamismo se asocia a fundamentalismo, barbarie, locura... Pero se calla que el origen del fundamentalismo está en los Estados Unidos de América, donde en algunos de sus estados está prohibido enseñar la teoría de la evolución y mencionar el nombre de Darwin en las escuelas, donde está el Ku Klux Klan y organizaciones semejantes.

Para valorar la credibilidad de las crónicas hay que preguntarse por los criterios rectores de la información, por las fuentes, las condiciones de trabajo y de censura, hasta qué punto los periodistas son independientes a la hora de cumplir con su deber de informar, y por muchas más cosas.

La tarea radica en investigar críticamente el lado oculto de la información en el marco de las limitaciones impuestas por la heterodeterminación.

La información periodística en favor de la paz discurre por cauces preventivos, no reactivos. Se centra en los procesos creativos de la solución del conflicto, en las ventajas sociales de la paz y no en los beneficios privados de la guerra. Importa, además, reflejar de forma sensible el dolor de las víctimas y no excitar más los ánimos. De este modo, los periodistas pueden contribuir a establecer un periodismo por la paz.

III

En el uso periodístico de la lengua podría aplicarse la norma ética de tratar a los demás como quisieras que

te tratasen a ti. La traducción política de este principio reza: no tratar a los seres humanos como objetos de las medidas administrativas del poder, sino como sujetos activos.

Los puntos de vista éticos que se aplican para criticar el lenguaje de los políticos son válidos también para los periodistas¹⁸. Con motivo del II Congreso Internacional de la Lengua, celebrado en Valladolid del 16 al 19 de octubre de 2001, han vuelto a surgir algunas tímidas voces que denuncian la cocolonización del español. El papanatismo por lo usamericano lleva a veces a expresiones tan ajenas como la de la periodista que describía el desfile de las Fuerzas Armadas el 12 de octubre en Madrid como una “hermosa parada”. O el cada vez más frecuente empleo de la pasiva, que ya había caído en desuso, o la admisión por la RAE de términos como *Spanglish* (supongo que con mayúscula, que es como se escriben los gentilicios en inglés), “web”, “e-mail”, etc., existiendo términos adecuados en español. Los ejemplos podían aducirse *ad nauseam*, en especial los de los “falsos amigos”. Pero la colonización lingüística del anglosajón, pareja a la económica, no es exclusiva del español¹⁹. Como son sobradamente conocidos, los pasaremos por alto a fin de resaltar, a cambio, otras manifestaciones del uso inadecuado de la lengua por políticos y periodistas, en especial los noveles. Entre ellas cabe destacar cinco fenómenos, apuntados ya por el profesor alemán Horst Pöttker y que a

18. Cf. Fontanillo, Enrique, y Riesco, Maribel: *La teleperversión de la lengua*, Anthropos, Barcelona, 1990.

19. Cf. por ejemplo, la revista *Journalistik*, Año IV, No 1, primavera de 2001, para el abuso de los anglicismos en el periodismo alemán.

nuestro juicio, están directamente relacionados con la ética periodística²⁰.

- 1) *El uso inflacionario de los superlativos*. Es típico del empleo propagandístico de la lengua. Éticamente es inhumano, políticamente antidemocrático, por subyacer en él un estilo de pensamiento que persigue impresionar y persuadir a la audiencia con comunicación ampulosa, pero sin pretender convencer con informaciones y argumentos comprobables.
- 2) *La ocultación conceptual de la insuficiencia*. Como los periodistas tienen que prestar mucha atención a la veracidad de los enunciados, su principal tarea estriba en distinguir entre lo que saben y lo que suponen.
- 3) *El empleo de eufemismos*. En sentido estricto, el eufemismo es un sustituto biensonante de una palabra malsonante, como, por ejemplo, “enajenación mental” por locura, “campaña” por guerra. En sentido amplio, los eufemismos son tapujos, embellecedores de realidades desagradables que se quieren esconder ante la conciencia de los lectores u oyentes. Los ejemplos más sobresalientes se dan en la economía y en la bolsa, como cuando se habla de “crecimiento negativo” para indicar reducción de la producción, de las ganancias o incluso pérdidas.
- 4) *Apego a las fórmulas y frases hechas*. Cuando se repiten las mismas frases el texto se hace monótono y el interés del lector u oyente se pierde. Políticos y periodistas que utilizan con frecuencia frases rutinarias muestran poco respeto por

20. Cf. Pöttker, Horst: “Weichspüler und Schablonen. Für einen verantwortungsvollen Umgang mit der Sprache”, en: *Journalistik*, Año IV, No 1, pp. 19-20.

la capacidad intelectual, por la mayoría de edad de su público. Las frases hechas constituyen uno de los peligros del uso periodístico de la lengua, debido, sobre todo, a la presión del tiempo, relacionada, a su vez, con las condiciones de trabajo, y a la coacción de la actualidad.

- 5) *El empleo del acusativo inhumano.* Consiste en presentar a las personas no como seres humanos que actúan, sino como objetos tratados, protegidos, proporcionados, vestidos, dominados, atendidos, etc. Como si no fuesen mayores de edad, como incapacitados para pensar y actuar por sí mismos. Por eso sería mejor el uso del dativo: ser fiel a alguien, actuar ante alguien, suministrar algo a alguien, ayudar a alguien, etc.

Aunque es a la RAE a la que le corresponde limpiar, fijar y dar esplendor a la lengua y cuidar de su correcto uso, los periodistas tienen también una responsabilidad ética en esta tarea. Como el uso que hagan de ella lo perciben muchos, es de suponer que tienen una gran influencia en sus lectores y oyentes.

Todo uso de la lengua presupone la apropiación de sus normas. Pero, al mismo tiempo, implica también la producción de lengua, y, *nolens volens*, eso es lo que hacen los periodistas cuando escriben y hablan. Aunque entre sus tareas profesionales no esté el cuidado específico de la lengua, sí deben ser conscientes de su responsabilidad ante sus audiencias en lo que al uso de la lengua se refiere.

Como ya apuntamos en otra ocasión, la comprensibilidad de los textos “ocupa una posición clave en el problema de la información periodística, por ser un factor decisivo para su eficacia”. Pero no hay que “olvi-

dar que la comprensión es tanto un problema de codificación como de descodificación”²¹.

Valga este recordatorio para insistir una vez más en la necesidad de la formación científica de los comunicadores profesionales, así como de la investigación metódica del arte de la transmisión, esto es, de su uso de la lengua.



21. Cf. Romano, Vicente: *Introducción al periodismo. Información y conciencia*, Teide, Barcelona, 1984, pp. 151-152.

Primera Parte
Rasgos del discurso capitalista

1. La economía de señales

La expansión de la industria de los medios tiene por objetivo alcanzar de la forma más rápida posible, a través de los espacios más amplios posibles, al mayor número posible de gente. El gasto técnico para el mensaje individual se reduce proporcionalmente cuando el mayor número posible de receptores está conectado a la red. El telespectador cree que elige cuando aprieta el botón del televisor o cuando compra un periódico. Pero lo que elige es su conexión a un sistema heterodeterminado.

Este es el principio de la economía de señales, principio que recorre el desarrollo de los medios de comunicación desde los comienzos de la cultura hasta hoy. Esto hay que tenerlo en cuenta a la hora de analizar el desarrollo tecnológico. La técnica de los medios sigue este principio sin instrumento artificial, en la comunicación primaria o del contacto elemental humano, con instrumento en el iniciador de la comunicación, lo que se denomina medios secundarios, y con aparatos en el emisor y receptor, esto es, la comunicación de los medios terciarios. Así, los satélites de TV solo tienen sentido si se encuentra gente suficiente que compre los aparatos que se necesitan para poder recibir el mensaje difundido por satélite. De ahí que haya que hacer propaganda para que millones y miles de millones de receptores teóricos se compren los aparatos que permitan traducir a ganancia la inversión de los promotores

y explotadores de los satélites. Este es el trasfondo de todos los hermosos elogios que se hacen en la actualidad acerca del futuro de los medios: crear un público que aporte tiempo y dinero y ponerlos a disposición de los propietarios de las nuevas tecnologías. Las cuentas de la economía de señales solo salen bien si un gran número de consumidores reduce el gasto del explotador del medio para el mensaje individual.

La economía de señales se aplica cuando el mismo mensaje debe distribuirse a varios. Cuando uno se dirige a varias personas, las reúne a su alrededor. Es decir, hace que otras personas entreguen una parte de su precioso e irrecuperable biotiempos subjetivo de modo que quien las reúne no tenga que andar detrás de cada una de ellas, lo que le costaría mucho de su biotiempos al comunicador. Al hacer que otros acudan a él se ahorra gastos de transmisión del mensaje.

La reducción del gasto de señales es el origen de todas las reuniones, desde las comidas conjuntas de las familias y grupos pequeños hasta la asamblea popular o las cortes. Pero este ahorro solo se efectúa cuando los otros acuden. Todo el mundo sabe que cuando se disuelve la mesa familiar, cuando faltan los hijos, el padre o la madre, se deshace la institución de la familia. Lo mismo ocurre cuando la agrupación local de un partido ya no puede organizar ningún acto porque sus miembros se quedan en casa. Quien ha perdido el poder de convocatoria carece ya de poder, pues el comienzo de todo poder de un hombre sobre otro radica en que uno disponga del biotiempos de otros. Quien acude reconoce el motivo, esté o no esté de acuerdo con lo que se comunica, en virtud del tiempo que entrega.

Si se reflexiona sobre los medios actuales y los del futuro, cada cual deberá tener claro cuánto de su

precioso biotiempos quiere dedicarle a esos medios, o mejor dicho, a sus propietarios, y cuánto está dispuesto a pagar, pues ejercen poder sobre él.

La economía de señales es una cuestión de poder. El poder de unos seres humanos sobre otros se inicia con la incautación de biotiempos subjetivos de otros para los mensajes del comunicador. Así, el lactante tiene poder sobre la madre, los niños sobre sus padres, los maestros sobre sus alumnos, el conferenciante sobre su auditorio, el escritor y editor sobre sus lectores, el permanente chorro de la radiodifusión sobre la vida sentimental del país, el Estado sobre sus ciudadanos al obligarlos a rellenar impresos, la economía sobre los consumidores a través de los reclamos publicitarios, y así sucesivamente. No basta con buscar el poder en el adoctrinamiento a través de *textos* concretos. Subyace ya en la *distracción*, en el apartamiento de otras comunicaciones que no se pueden recibir al mismo tiempo. La percepción selecciona, pero no puede seleccionar lo que no llega a su entorno, a su medio ambiente. Esta circunstancia convierte a la distracción en una importante *táctica de información* en la competencia represora de los grandes poderes sociales.

La economía de señales y la coacción de los plazos regulan la programación de la prensa y la radiodifusión con el control de las cuotas de audiencia y el monto de las tiradas.

2. La simplificación

Hoy día, la mayor parte de la comunicación se hace a través de los llamados medios de masas, que, como el término de “comunicación de masas”, no deja de ser un eufemismo. Como es sabido, ni las masas se comunican entre sí a través de esos medios ni éstos

son de las masas, sino de unos pocos que producen masivamente para las masas.

En suma, que estos pocos tienen el poder de definir la realidad para los muchos, de decirles lo que pasa, lo que es bueno y malo, lo que hay que hacer y no hacer, cómo hacerlo, etc. Este poder de fijar el programa social de cualquier comunidad es la clave del control social. Lord Nordcliffe, dueño de uno de los consorcios más poderosos de periódicos de principios del siglo XX, lo explicaba así, sin pelos en la lengua: “Dios enseñó a los hombres la lectura para que yo pueda decirles a quién deben amar, a quién deben odiar y lo que deben pensar”.

Y lo que nos cuentan suele ser casi siempre la historia de los otros, no la nuestra. Y si estamos ocupados en vivir la historia de los demás no tenemos tiempo de preocuparnos de la vida propia. Pues si nos ocupásemos de ella y descubriéramos cómo la determinan otros, no nos quedaríamos de brazos cruzados e intentaríamos cambiarla a mejor.

Producción masiva significa producción en serie, indiferenciada, simplificación y estereotipación. Como en la producción comunicativa se trata de productos del pensamiento, de contenidos de conciencia, esta serialización e indiferenciación tiene también algo que ver con la producción del pensamiento indiferenciado, acrítico, esto es, mágico.

En la comunicación, el engaño no solo se da en el ámbito de los medios primarios, sino sobre todo en el de los medios terciarios, donde tanto uno como otro participante necesitan un aparato para poder comunicarse. La técnica de la comunicación, acelerada a través de las grandes distancias para grandes cantidades de receptores dispersos, conduce a la simplificación de los signos

en imágenes y abreviaturas lingüísticas. De este modo reducen las posibilidades de descifrarlas, al tiempo que sobrecargan con nuevas abreviaturas la percepción y exceden la capacidad de la memoria.

La mayoría adquiere su conciencia a través del trabajo. Todo el socialismo se basa en la hipótesis de que hay que hacer conscientes a los seres humanos. Tras esta ilustración tomarán el destino en sus manos, se emanciparán del poder dominante de la economía, de los propietarios de los medios de producción. Toda esta concienciación de la gran mayoría no puede llevarse a cabo en la era de la retificación global de los medios técnicos, puesto que éstos no fomentan el trabajo consciente, sino que lo reducen. Esto se efectúa de muchas maneras. Primero creando tensión. Se trata de un proceso de distracción. Segundo simplificando la realidad mediante la oferta de las mismas pautas de comportamiento, que son siempre binarias: bueno y malo, arriba y abajo, falso y correcto, etc. Estas pautas de comportamiento vienen dadas por la figura estética del televisor.

En este proceso se simplifica también la imaginación. A la gente se le presenta siempre lo mismo, en forma cada vez más primitiva, puesto que con arreglo a la economía de señales los propietarios tienen que hacer inversiones cada vez mayores y, en consecuencia, tienen que llegar a un número cada vez mayor de receptores para hacerlas rentables. Y solo se puede llegar a audiencias cada vez mayores excluyendo la diferenciación y volviendo a lo que todos entienden: coito, violencia, salida-entrada, ascenso-descenso, esto es, modelos muy sencillos. Con estos pares binarios se tiene así un fuerte efecto dramático, pero a costa de una gran pérdida de realidad y de posibilidades de conocimiento, pues quien selecciona, abstrae, sí, tiene

que dejar fuera más y más cosas. En consecuencia, es de temer una gran época de idiotización a través de la humanidad medialmente retificada.

Lo que cuenta en la prensa es la presentación visual de los contenidos, pues los estructura al predeterminar modalidades perceptivas, así como lo que puede interpretarse y conocerse.

Y es de suponer que siga así mientras persista la relación directa entre presentación como captación visual y la base comercial del medio. Cuanto mayor la tirada, tanto más atractiva la presentación y tanto más cortos los enunciados. La reducción se debe en todos los medios a la economía de señales.

En la radiodifusión y en la prensa, el lenguaje está sometido a la ley de la economía de señales, esto es, ganar tiempo y ahorrar espacio para llegar al mayor número posible de consumidores con el menor gasto posible para el productor. Así, pues, la ganancia de tiempo es la máxima suprema de su praxis.

En el ámbito de la prensa y de la radiodifusión hay que distinguir entre ganancia de tiempo para el productor de la comunicación y ganancia de tiempo para el consumidor de la misma. Bajo el punto de vista de la autodeterminación la ganancia del primero no es necesariamente ganancia del segundo, pues tiene que dar algo de su biotempo, en el supuesto de que esta entrega valga la pena para él. Puede traducirse muy bien en “tiempo perdido”, es decir, en tiempo que no ha compensado sus déficits cognitivos y emocionales, pero el tiempo gastado ya no vuelve.

Pero el productor está obligado a reunir a todos los consumidores posibles de su comunicación a fin de poder amortizar con la participación de los muchos el gasto técnico que ha invertido.

Los receptores quieren entretenerse, participar, comunicarse, puesto que son seres humanos y no pueden ni quieren vivir aislados. Pero cuando aprietan el botón de la radio o la televisión o toman un periódico en sus manos, tienen que aceptar la presentación lingüística e icónica en las reducciones específicas de cada medio, y abandonar su aparato perceptivo a comunicaciones heterodeterminadas, sin poder contradecirlas, como ocurre en la comunicación primaria.

3. Rasgos del discurso periodístico actual

El periodismo, la comunicación pública, traduce los sucesos y acontecimientos a los sistemas de signos específicos de los medios. El concepto de “medios” es un buen ejemplo del cambio lingüístico. Hoy se utiliza como abreviatura de medios de comunicación y en los últimos años se ha convertido en término común de la prensa y la radiodifusión, en expresiones como “medios de masas”, “crítica de medios”, “política de medios”, etc. Durante el apogeo de los intereses parapsicológicos de la década de 1920 y 1930, *médium* era una designación habitual para la persona que transmitía fenómenos ocultos. Es posible que este sentido lastre todavía la discusión cuando, por ejemplo, los políticos reprenden a los “medios” por la comunicación de fenómenos de su ámbito de poder que ellos mismos no ven o no quieren ver.

Lo que se suele llamar lenguaje medial es el uso que hacen del lenguaje los que manejan los medios, generalmente anónimos.

En la actualidad, se observa cómo los medios “públicos” adaptan su lenguaje al de los privados reduciendo los plazos de sus emisiones cognitivas en favor de

las compensaciones emocionales. La divisa reza “*small talk*”, hablar de trivialidades.

La prensa, la radio y la TV se basan en la repetición. Lo que mejor ilustra esta circunstancia es el rito del programa de TV, puesto que requiere la vista y el oído y obliga a los espectadores a adoptar la postura sentada, mientras que la radio y la prensa le permiten libertad de movimientos. Esta última porque se puede dejar y volver a coger en otro momento, y la radio porque su mensaje solo depende del oído. Desde el punto de vista de la transmisión técnica, la radio es el medio más rápido. Sus mensajes se pueden transportar prácticamente en cualquier momento y con ayuda del teléfono casi a todas partes.

Pero la coacción de los plazos también parte aquí del ritual del calendario que lo interpreta, igual que ocurre con los otros medios. Donde hay interpretación hay clero, ya sea religioso o profano. El decide lo que puede oírse, verse o leerse qué días y a qué horas. Actualmente, puede observarse cómo la TV estatal se amolda e incluso anticipa a la competencia comercial de la TV privada, soltándose la lengua y reduciendo los programas de contenido cognitivo en favor de compensaciones emocionales o trasladándolos a horas de esa audiencia.

La minuciosa coacción de los plazos educa para la fugacidad de la percepción. La brecha entre lo electrónicamente perceptible y lo que queda señalado en el papel aumenta día a día. Hay que preguntarse si es de fiar lo que ven los ojos, pues desde Aristóteles se ha venido creyendo que ver es saber. Cuando el lenguaje se reduce cada vez más hasta convertirse en un código de significados ominosos aumenta, claro está, la velocidad de la transmisión. Pero la comunicación a velocidad de relámpago de insinuaciones binarias de símbo-

los positivos y negativos no es más que un código, y no tiene ya nada que ver con el lenguaje en pugna por la expresión humana.

Los medios visuales se rigen en la cultura actual por las condiciones básicas marcadas por el rectángulo. Lo que se coloca dentro y fuera, arriba y abajo, a la derecha y a la izquierda, decide el juicio de valor de los periodistas. Entender el lenguaje de la prensa y la televisión significa comprender los plazos del rito del programa y la colocación como expresión deseada.

La economía de señales y la coacción de los plazos regulan la programación de la prensa y de la radiodifusión (radio y TV). No cabe esperar de los medios periódicos la expresión perfecta. Pero eso no significa que haya que aceptar como pasto espiritual del pueblo los sucedáneos de conceptos depurados. Si la crítica consciente de muchos grupos de acción pequeños no toma la palabra frente a los grandes comunicadores burocráticos y contradice su lenguaje, será inevitable la idiotización y el regreso a una simbología colectiva dirigida por poderes anónimos.

La presión de los plazos lleva a la *reducción*, al *estereotipo*, a la economía de señales, a la producción de “miniaturas simbólicas temporalmente consumibles” (Pross). Las nuevas técnicas, o al menos el uso que se hace de ellas, refuerzan y aumentan los estereotipos.

En el estadio de los nuevos medios, la radiodifusión se encargará de que nadie pueda aportar ya la concentración que se requiere para entender una sucesión de frases. Los receptores se educan en la fugacidad de la percepción. El hueco existente entre lo electrónicamente perceptible y lo que queda señalado en el papel aumenta de día en día. Habría que preguntarse si uno puede fiarse ya de sus ojos.

Cuando el lenguaje se reduce cada vez más hasta convertirse en un código de significados ominosos, se incrementa la rapidez de la transmisión. Pero la comunicación efectuada a la velocidad del relámpago de insinuaciones binarias de símbolos positivos y negativos no es más que un código. Ya no es ningún lenguaje en pugna por la expresión humana, tal como se ha entendido hasta hoy.

Se equivoca quien cree entender mejor el mundo mediante el periodismo de titulares. Ningún medio puede anular la reflexión, pero sí puede desplazarla y confundir con la emocionalización.

Con la mayor diversidad de ofertas audiovisuales se incrementan las comunicaciones reducidas a costa del discurso lingüístico. Los efectos psicofísicos a largo plazo están aún sin investigar. Por lo que se sabe de su estado actual, parece ser que los políticos, por ejemplo, tendrán que adaptarse cada vez más en las competiciones electorales a las imágenes que han adquirido validez mediante los estereotipos de la publicidad comercial y de la industria del entretenimiento. La formación de la conciencia y de la voluntad políticas, cada vez más complejas en virtud del aumento global de las informaciones, se reducen simultáneamente en la comunicación estereotipada que presenta los conocimientos de la realidad, la conciencia y esa voluntad política cada vez más simplificados, menos diferenciados. De ese modo tiene que aumentar necesariamente la discrepancia entre el pueblo y sus delegados, en lugar de reducirlas mediante la comunicación recíproca, dialógica, mutuamente enriquecedora. Ejemplos de reducción mágica en política y en comunicación social: cuando el análisis de la realidad política se sustituye por el

grito o por el eslogan, cuando las señas de identidad de un partido político se remiten a sus símbolos en vez de a su práctica transformadora, cuando se toma por opinión pública la opinión publicada de unos cuantos o por realidad la definición interesada que esos pocos den de ella.

En el ámbito de la prensa, la hiperabundancia de publicaciones de entretenimiento y distracción (prensa del corazón, por ejemplo), frente a la escasez de diarios políticos (prensa de partido), no ha conducido a la ampliación del espectro de opiniones, sino más bien al aumento de los estereotipos sociales creados por unos cuantos productores dueños del mercado. La televisión, por su parte, no es una visión a distancia, en el sentido de unos prismáticos o de un telescopio, que refuerce la percepción de la realidad. Los medios audiovisuales y las nuevas tecnologías han facilitado enormemente el control y el acceso de unos pocos a millones de personas. La supuesta democracia aportada por esta técnica se reduce al consumo millonario de técnica. Pues son estos millones los que mediante el gasto financiero empleado en la adquisición de los aparatos y el gasto de biotiempos dedicado al consumo de emisiones socialmente ritualizadas permiten la reducción del gasto de señales para la minoría de productores de comunicación.

En el lenguaje, la metáfora, como imagen lingüística, reduce el discurso. La imagen lingüística puede facilitar la comprensión, pero no contribuye en nada a la explicación, ya que la expresión gráfica introduce otro modo de representación. Se “ve” lo que quiere decir “la nave del Estado”, pero esta imagen no dice nada acerca del Estado, sino que transporta al oyente a una representación (gráfica) del Estado.

Otro tanto ocurre con “la aldea global”, “el medio es el mensaje” y demás metáforas, más o menos recurrentes, de M. McLuhan. La reducción disminuye todavía más el gasto de señales. Expresarse con brevedad significa dejarse cosas fuera, descontextualizar la información. Pero esto no significa que esas cosas, relaciones, contradicciones, etc., no existan, sino que son desplazadas. Al mismo tiempo, cuando se comunica algo, ese algo adquiere un significado y una relevancia que no son los que tiene de por sí, sino el que se le dé. Como se sabe, toda información es selectiva e interesada.

Acuciado por la necesidad de hallar la expresión adecuada, el lenguaje recurre a la imagen. Al presentar lingüísticamente una imagen, la metáfora reduce momentáneamente el simbolismo discursivo del lenguaje a la “presentación integral simultánea” (S. Langer) que caracteriza la imagen. Disminuye el gasto de la búsqueda de la expresión. La metáfora ahorra energía al reducir las explicaciones a una imagen lingüística. De este modo ahorra también tiempo de emisión y papel, portadores materiales de la expresión. La metáfora es una expresión de la economía de señales. Esto explica su omnipresencia en la prensa y en la radiodifusión.

Puede decirse entonces que cuanto más corta y estereotipada sea la comunicación, tanto mayor será la violencia simbólica y el poder mágico de los medios, y tanto menor el significado que puede utilizar para sí mismo el sujeto receptor.

4. El pensamiento mágico

La producción industrial de comunicación se efectúa con arreglo a las normas de la *técnica*, otro de los rasgos distintivos de la magia. Como en el resto de las industrias, se produce en serie, de forma estandarizada. El

lenguaje periodístico, los manuales de estilo, formatos, informativos de radio y televisión, seriales, etc., confirman esta producción estereotipada y uniforme.

La comunicación estandarizada borra la distancia crítica del consumidor con su entorno, obstaculiza la reflexión necesaria para su conocimiento y dominio. De ahí que refuerce el poder de los pocos al ocultar las contradicciones y conflictos, al suprimir la diferencia entre imaginación y percepción, deseo y satisfacción, imagen y cosa. La sociedad productora y consumidora de comunicaciones simplificadas y estandarizadas es una sociedad de necesidades insatisfechas. Semejante sociedad se revela como presa fácil de los intereses autoritarios de los pequeños grupos productores.

El argumento racional de la simplificación técnica se basa en la superioridad distribuidora de los pocos, manifiesta en el hecho de que son los muchos los que vienen a los pocos.

La mediación efectuada por los “medios de masas” es, por tanto, unificadora e indiferenciada.

Para vivir y actuar el hombre necesita ordenar sus conocimientos en un marco general de referencia que les dé sentido. Tanto en la sociedad primitiva como en la industrializada, el hombre debe prefigurar su mundo y construir su modelo de universo. Si se dispone de un modelo racional, el conocimiento se obtendrá mediante diferenciación y sistematización. Pero si se carece de él, como ocurre con el pensamiento mágico, se reafirma la imagen homogénea del universo en donde hombres y estados de cosas interactúan sin saber por qué, sin conocer sus relaciones. Las diferenciaciones establecidas por el pensamiento racional recaen así en la indiferenciación primitiva, en el conocimiento infantil.

En la era de la técnica y de la especialización, el *pensamiento indiferenciado*, mágico, es una forma de integrar los “vacíos” y carencias afectivas de la vida cotidiana, creados por la fragmentación del conocimiento y de las relaciones sociales. Apoyándose en el principio de que la técnica y la ciencia son omnipotentes, surge la creencia de que se puede saber a través de los medios, de que se puede conocer el mundo mediante el consumo asiduo de comunicaciones mediadas y mediatizadas.

Ahora bien, cuanto más numerosas son las informaciones que recibe el sujeto individual, cuanto más complejas devienen las redes de la mediación social, tanto más probable será que ese sujeto esté sobrecargado como “recipiente” y colocado en la imposibilidad de reducir esas informaciones a su experiencia personal. O de dirigir el pensamiento hacia sí mismo, distanciamiento que establecería la premisa de la diferenciación. Donde la reflexión es imposible, el mundo recibido debe considerarse como “la realidad”. La autenticidad de la percepción difusa con el medio técnico hace que la imagen televisiva o el texto de prensa sea la cosa misma. Lo “esencial” es haberlo oído, visto o leído en la radio, la TV o el periódico.

Se prometen informaciones y conocimientos. Pero, salvo la previsión del tiempo, útil para la excursión dominguera, lo que se transmite raras veces es reducible a la *práctica directa* de la vida. La fe en la información se diluye en muchas noticias que se olvidan al cabo de un par de horas y con las que el receptor no sabe qué hacer porque no está en condiciones de comprender su origen, su alcance ni su significado. Cuanto mayor es la fe en la información, más dogmático es el retorno al mito. Los déficits racionales se satisfacen emocional-

mente. La fuerza bruta se rebela entonces contra los símbolos de la magia ineficaz: universidad, representantes políticos, grandes almacenes, etc. El culto a la información se puede traducir fácilmente en culto al poder y a la fuerza.

Por último, la fe en la información ha producido la impresión inexacta de que la prensa, la radio, la TV o el cine sean medios de información o de comunicación. Si se miden por su volumen de producción, los medios sirven sobre todo a la publicidad comercial y al entretenimiento. La prensa del corazón es mucho más numerosa que la de información, la radio es por encima de todo un instrumento musical y la TV un largometraje transmitido en casa. Como se sabe, el vídeo se compra para ver todavía más películas y más televisión. Se utilizan primordialmente, no para reducir la ignorancia, sino para cubrir temporal y ficticiamente los déficits emocionales con la distracción, para matar el tiempo, por decirlo con una expresión muy española.

La conciencia indiferenciada responde a la vida sentimental estereotipada. El pensamiento indiferenciado crea una conciencia conformista. Pero esto significa dejar en manos ajenas la solución de los problemas propios, con lo que pueden manipularlos fácilmente en interés suyo. Ahí radica el peligro de entregar las riendas de los asuntos personales en manos de especialistas o del nuevo clero académico. Autodeterminación significa, sobre todo, liberarse de las angustias.

La reproducción de la vida en datos e informaciones no basta. El hombre pequeño, perdido en la masa, quizás pueda interesarse por los datos en que se puede descomponer su mundo. Pero siempre buscará una imagen con la que pueda recomponerlo y le sirva para identificarse con su entorno y superar sus carencias

afectivas. Por eso la imagen sustituye a la información, el pensamiento indiviso a la reflexión y el mito que rodea el poder al pensamiento crítico.

Donde impera el mito, el culto ocupa el centro de la atención, desde el culto de la personalidad hasta el culto sentado de la TV. El pensamiento mágico es el antídoto de la inteligencia, cuya acción disgregante podría destruir tal vez la cohesión social con su espíritu crítico. La concepción de la realidad como el peor enemigo del hombre y, por consiguiente, la explotación de la “ilusión redentora” se ha convertido desde hace tiempo en la máxima de la industria del entretenimiento. El sentimiento se ha convertido en mercancía rentable.

De ahí que, como la conciencia es el resultado de la acción y la experiencia, haya que crear otras condiciones sociales de vida y de trabajo que permitan al hombre enriquecerse con experiencias personales y no permitir ninguna “explotación de sus almas” por poderes ajenos.

5. El modo indicativo e imperativo

El modo del discurso escueto es el indicativo e imperativo. Es la palabra que, como decía Marcuse, “induce a actuar, comprar y aceptar”. Y todo esto se transmite con un estilo conciso, con una sintaxis comprimida y condensada que impide el desarrollo del verdadero significado. No admite contradicciones ni matices. La definición cerrada de los conceptos pervierte de tal modo el discurso que puede llegar al resultado de que en nombre de la libertad de expresión se bombardeen periódicos y emisoras de radio y televisión, o a la guerra se la denomine paz y a las víctimas “daños colaterales”. La criminal guerra contra Yugoslavia,

Afganistán, Iraq, Líbano, puede servir de ejemplo de esta perversión del lenguaje. Dentro de esta lógica de la razón pervertida, los negocios de la guerra y sus inconvenientes para todos, los intereses particulares de quienes se enriquecen con la destrucción y la muerte se identifican con las ventajas de la paz y los intereses generales del bien común.

Las proposiciones de este lenguaje indiferenciado, mágico, son intimidadoras y glorificadoras al mismo tiempo. Son las formas de órdenes sugestivas, más evocativas que demostrativas. Se trata del discurso hipnótico del reclamo publicitario, o de la brutalidad imperativa del “orden y mando”, si el caso lo requiere. Es el lenguaje unidimensional que persigue la formación del hombre unidimensional.

El uso tan frecuente de abreviaturas (OTAN, ONU, UE, etc.) obstaculiza el planteamiento de preguntas no deseadas. Así, OTAN no sugiere lo mismo que Organización del Tratado del Atlántico Norte. En este caso habría que preguntarse qué hacen en ella países que, como Turquía, Grecia o Italia, nada tienen que ver con el Atlántico Norte, o que estas tropas se hallen ahora defendiendo los intereses de los grandes consorcios petroleros usamericanos en Asia Central.

El discurso cerrado presenta la realidad en términos dicotómicos de buenos y malos. No demuestra ni explica, solo persigue el control reduciendo las formas y los símbolos de la reflexión, la abstracción, la contradicción y la dialéctica de la compleja realidad social a imágenes simplificadoras. Y, aunque la gente no crea este lenguaje o no le importe, actúa, sin embargo, de acuerdo con él, sigue sus indicaciones.

Mientras los medios emplean cada vez más el indicativo en la vida pública, en la vida la gente se pregunta

diariamente qué pasaría si... Esto tiene que ver con el imperativo de la expresión corta y con la brevedad de la transmisión técnica. La información televisiva refuerza esta tendencia. Una imagen muestra lo que presenta. El lenguaje tiene que explicar el significado plural de las cosas, la relatividad de los conceptos. Pero, por razones de tiempo y espacio, no permite ningún subjuntivo ni condicional, ninguna subordinación. La mirada fugaz a los pequeños signos se compensa con ilusiones que se pueden obtener de Internet desde la tranquilidad del propio cubil. Pero esto no proporciona ninguna certeza. Si se quiere esta, hay que comprobarla por sí mismo, en la interacción con la realidad y con los demás seres humanos, en el diálogo enriquecedor.

6. Pérdida del diálogo y del discurso

La “sociedad de medios”, como se denomina a veces el estadio actual de la evolución medial, esto es, la era de la comunicación electrónica, no hace sino poner de manifiesto la necesidad de la comunicación primaria, la comunicación del contacto elemental humano. Son frecuentes las quejas de la pérdida del trato con los demás, de la conversación pausada, del debate y la argumentación dialogada. Si en la TV los problemas se solucionan en media hora con un par de puñetazos o disparos, en la realidad nunca es así. Aquí, toda respuesta suscita nuevas preguntas. Así ocurre también en la ciencia. Esta no está solo para dar respuestas, sino para plantear nuevas preguntas. Y eso es lo que pasa en el trato elemental humano, en la comunicación cara a cara.

La comunicación unidireccional, no reversible, carece de verdadero interlocutor. Y sin nadie enfrente no hay ningún objeto ni, sobre todo, ninguna presencia. La

comunicación de masas es una pérdida de presencia. En el diálogo, en la relación interhumana, la presencia es lo decisivo. Cuando alguien no está presente, no se tiene. Todo el mundo conoce la diferencia entre la presencia virtual de una persona en contraste con la intensidad de su presencia real.

En la conversación con el otro, en el diálogo enriquecedor es donde puede verificarse el conocimiento y de dónde puede surgir la solidaridad. Y esto no interesa precisamente al poder de los gobernantes, que quieren dirigir la confrontación con unidades lo más cerradas posible.

En comunicación, la tensión surge de la posibilidad de contraponer al tema comunicado un contratema, a la dicción una contradicción, a la imagen la contraimagen. Pero si los medios electrónicos difunden al unísono el mismo tema, resulta que el contratema, la contradicción y la contra-imagen tienen que articularse en otra parte. En vez de diálogo, se tiene monólogo.

En la era de la televisión, próxima a su fin, la aparente privacidad y autodeterminación de la recepción ha excluido en gran medida las componentes dialógicas de comunicación y respuesta. Las nuevas tecnologías permiten, en cambio, el diálogo virtual a través de Internet. La técnica no permite el diálogo porque el medio refina el principio asambleario porque condena a los participantes a ser mirones mudos. Contemplan el aparato como un mueble de su pertenencia, mientras que los comunicadores, los productores, conciben a los consumidores como meras magnitudes estadísticas.

Para aproximarse a una sociedad de hombres y mujeres libres, sociedad que jamás ha existido en la historia, hay que incrementar la participación de la mayoría en el producto de su trabajo y reducir la de la

minoría. Pero lo que ocurre es precisamente lo contrario. Bienestar significa disponer de cosas, dominio es disponer de las personas, y, en el caso de los medios, de su biotiempo. Con el biotiempo de los consumidores succionan la fuerza de trabajo gratuita de la percepción. Esto forma parte de la economía de señales. La fuerza de trabajo de los telespectadores se succiona por la vía del entretenimiento y a las diez de la mañana siguiente se intercambian por dólares o euros las cuotas de audiencia.

La comunicación es cada vez más mediatizada y menos dialógica (P. Freire), lo que equivale a perder humanidad. El vacío dialógico de esta “sociedad de la comunicación” tiene su contrapartida ilusoria en el éxito de las sectas y de las tertulias de Internet.

En el diálogo normal se lee en la cara del otro lo que no se oye. El verdadero diálogo resulta hoy demasiado exigente para muchos. En la sociedad donde cada vez se dialoga menos, el diálogo genuino resulta cada vez más difícil. El umbral dialógico se eleva mientras que el de la excitación se baja, puesto que la posibilidad de entenderse dialógicamente es menor y, en consecuencia, emergen con mayor claridad las emociones. La sociedad de la imagen se queda sin discurso.

7. Aspectos epistemológicos

La búsqueda del concepto continuará, y se hará bien en considerar el lenguaje, incluso en la revolución electrónica, como “proceso ininterrumpido de creación de expresión espiritual” (G. Humboldt).

La búsqueda de la verdad depende del uso lingüístico condicional, de la reflexión y cognoscibilidad del sujeto y predicado. De eso se nutre el discurso crítico y la claridad entre pregunta y respuesta. La claridad del

lenguaje hace que el pensamiento esté más abierto a la valoración relativizadora. Esto no es bueno para los poderosos. Así que hay que eliminar las frases en condicional, suprimir el subjuntivo, el predicado se escurre en una substantivación y aparece en lugar del sujeto: no debe averiguarse quién actúa. Los sujetos responsables desaparecen en las instituciones que representan. Pero lo que manifiestan es un *uso lingüístico absoluto*: a partir de cierto nivel ya no se opina, sino que se afirma y declara, igual que la oferta se convierte en ley de la “economía” en el lenguaje publicitario, y además, con apariencia de objetividad.

Por otro lado, la precisión informativa está íntimamente relacionada con su fiabilidad y con el reflejo objetivamente verdadero de los hechos y de su entorno. Surgen así, sobre todo cuando se trata de información escrita, problemas de equilibrio entre concisión del lenguaje, exposición lógica y densidad de información. Es decir, se pide que las informaciones no sean contradictorias y que el texto o espacio dedicado al tratamiento de una información sea proporcionado a la importancia de esta.

Desde la “brevedad lacónica” que vincula la orden con la economía de señales, la expulsión del pensamiento fuera del lenguaje le ha venido siempre bien a los gobernantes. Todos los imperios llegan hasta donde lo hacen sus medios de comunicación. En la era en que las redes electrónicas cubren toda la superficie de la Tierra, el poder de los explotadores de los medios aumenta de modo correspondiente.

8. Perspectivas

Todo el mundo sabe que las comunicaciones breves y fugaces deben percibirse rápidamente, pero que solo

se pueden reconocer paulatinamente pidiendo más información y haciendo preguntas. El público al que le está permitido oír y ver pero que no puede leer ve limitada su emancipación. Lo que se tiene en negro sobre blanco y se puede llevar tranquilamente a casa solo es el principio de la comunicación. Proclamar lo leído, publicarlo, es el segundo paso, sin el que el primero carece de sentido. Es la palabra la que hace vivir las letras muertas. La emancipación no se demuestra apretando un botón de la radio o la televisión, ni cambiando de canal cada dos por tres, sino única y exclusivamente tomando la palabra y pronunciando el mundo como es (P. Freire).

El reduccionismo actual del discurso periodístico conduce a la despoltización de la sociedad, efectuada a través del reclamo consumista, lo que equivale a la debilitación del estado. Este se reduce entonces a acciones simbólicas.

Este mecanismo apunta a un orden económico que ya no pretende satisfacer necesidades, sino crearlas. Los mensajes de los medios de masas, acoplados a la industria de la sugestión del reclamo comercial, despiertan en los receptores falsas expectativas. Deben buscar la salvación donde no puede estar: en el consumo de los milagrosos mundos de los medios. Como afirma Pross, tal vez la explotación de la tierra, de los tesoros de la naturaleza, haya llegado tan lejos que la industria tenga que recurrir ahora a la explotación del alma de los hombres y mujeres. Los esfuerzos se dirigen ahora no tanto a explotar de la fuerza de trabajo como a estimularla fisiológica y psicológicamente para crear las necesidades que hacen girar esta rueda de la denominada “sociedad libre de mercado” o sea, del capitalismo.

Cierto, el público solo puede alcanzarse a través de los medios. La “sociedad global” carece de actitud, como tampoco es seguro que los “medios” o “la prensa” estén en condiciones de adoptar una postura. En la actualidad, como el público debe aceptar los nuevos medios electrónicos a fin de sufragar el gasto enorme de los inventores y propietarios, apelar a los legisladores es tan fútil como apelar a la responsabilidad de periodistas y editores.

Habría que partir, más bien, desde abajo. Se podría intentar:

- 1) Crear público con medios alternativos que no funcionen con criterios comerciales, y denunciar los intereses de la industria medial.
- 2) Realizar un trabajo de ilustración en las escuelas, establecer el estudio de los medios como asignatura.
- 3) Fomentar la competencia comunicativa. No basta con ser un receptor “crítico”. Hay que ser consciente del papel que uno juega en el proceso de la comunicación de masas y de las posibilidades que tiene para articular, expresar y satisfacer las múltiples y variadas necesidades.

La reflexión sobre el futuro del periodismo no debe olvidar su origen ni sus características profesionales: los periodistas investigan, producen y publican bajo las condiciones materiales existentes. Las nuevas tecnologías aumentan la fascinación por lo lúdico cuando se dominan las viejas artes de la investigación, la formulación y la publicación. Uno no se las puede arreglar sin alfabeto, sin el dominio de la configuración artesanal y sin la fantasía propia.

Descubrir las contradicciones, analizarlas y comentarlas sigue siendo el gran cometido. La receta consiste

en mantener la debida distancia ante los temas y el compromiso con el público, esto es, con el pueblo.

Si la capacidad diferenciadora de los grandes medios y de la comunicación institucional, académica, no puede o no quiere plantearse preguntas en el sentido ilustrador aquí expuesto, la inteligencia humana tiene que utilizar otros medios para hacerlas. La magnitud decisiva es siempre la sociedad polifacética de la población, el mundo multicolor de los movimientos populares, de los lectores y no lectores, negros y rojos, hombres y mujeres, etc.

Si la comunicación organizada de los grandes medios periódicos y de las instituciones no indagan los conflictos ni se los cuestionan, éstos estallarán de una manera o de otra. Los medios de comunicación son útiles mientras verbalicen los conflictos latentes antes de que empiecen a volar las piedras y la fuerza bruta desplace a la dialéctica de pregunta y respuesta.

Plantear ahora preguntas incómodas, provocadoras, significa hallar las respuestas de mañana. Omitirlas equivale a no cumplir debidamente la profesión de comunicador o de formador de comunicadores.



- Me kreeríais si os dijese ke a mí **las guerras** lo úniko ke me producen son **dólares de kabeza?**

Segunda Parte
La información

1. Concepto

En los vestíbulos de las grandes estaciones, en los aeropuertos, en las plazas y centros urbanos, es fácil encontrar la palabra *información* o el ícono **i**. Colocada en letras bien visibles señala el mostrador o la oficina donde se puede averiguar toda clase de cosas que en ese momento tienen importancia práctica: horarios de trenes y autobuses, direcciones y planos urbanos, hoteles, programas de actividades culturales, etc.

Cuando se enciende el televisor o la radio, se abre una página del periódico, oímos o leemos las noticias sobre los últimos acontecimientos nacionales e internacionales. Como no los hemos vivido personalmente, hay que creerse, de momento, lo que cuentan. Casi siempre estas noticias van acompañadas de un comentario, una valoración, esto es, una opinión. Todo esto se denomina igualmente *información*. Por eso se dice que el cometido de los periodistas es informar.

Cuando una autoridad política nacional llega a un pueblo, firma en el libro de visitas ilustres del Ayuntamiento, es saludada por las autoridades locales, por representantes de los gremios, inaugura la última obra pública, etc. Esa autoridad dice que quiere conocer la situación económica del lugar, dónde le aprieta el zapato a la gente y cosas por el estilo. En estos casos se dice también que esa autoridad se *informa*, es decir, se pone al corriente de las cuestiones prácticas que pueden ser significativas para el desempeño de su función pública.

Lo mismo podría decirse de la información policial, judicial, bancaria, etc.

En estos casos el vocablo *información* tiene un significado corriente, actual, para quien lo oye. Información es, pues, una comunicación actual y práctica sobre cosas cuyo conocimiento es relevante, útil.

Pero hoy día se difunde otro concepto de información. Desde hace unos decenios también hablan de *información* físicos, fisiólogos, matemáticos y técnicos. Aunque la persona no iniciada carece de una idea clara de su significado. Solo sabe que tiene algo que ver con la transmisión de noticias en sentido técnico, con el teléfono, la radiodifusión o, recientemente, con el mundo de los ordenadores personales.

Pero este concepto de información se deriva del significado corriente. Solo que a los científicos y técnicos les gusta definir arbitrariamente palabras para su uso específico. Parece como si el término fuese producto de esta época marcada por la técnica y el negocio lucrativo.

Ahora bien, si consultamos un diccionario de latín clásico, nos llevaremos una gran sorpresa. Los antiguos romanos conocían bien el sustantivo *informatio*. Derivado del verbo *informare*, la palabra se compone de *in* y *forma*, y significa formar, dar forma a algo. Así que *información* significa ni más ni menos que formación, configuración.

Este es su sentido literal. En sentido figurado significa *educación*, esto es, formación como proceso de enseñanza, de explicación y aclaración, y como *resultado* (formación adquirida).

Este es el sentido cotidiano más frecuente de *información* si tenemos en cuenta que *comunicado* y *noticia* tienen un significado próximo a exposición, explicación.

Información significa así, para sorpresa nuestra, algo como educación, término que solemos colocar en el otro extremo de la escala de valores.

El significado clásico de *informatio* como formación, configuración, se mantuvo en la filosofía medieval, en la escolástica, como *terminus technicus*: proveer de una forma a la materia. Este significado desapareció junto con la escolástica.

El significado de *formación* mediante instrucción se destacó en el humanismo y el Renacimiento. *Informador* era el maestro. Una noción que se mantuvo hasta el siglo XIX.

Lo que ha quedado hasta hoy es el significado de *información* como exposición, comunicado, noticia. Y así ha permanecido para todos hasta que la técnica de la información ha redefinido el término. Lo más interesante y enigmático de este proceso, afirma Helmut Seiffert, es que en los dos últimos siglos se ha perdido el significado pedagógico del término²². Evolución parecida ha sufrido, por cierto, el término *instrucción*.

Pero con la aplicación del término *información* a estados de cosas meramente técnicos por C. E. Shannon y N. Wiener en 1948 han surgido nuevos problemas. Con su *teoría matemática de la información* se abordan cosas que trascienden el ámbito de la transmisión técnica de noticias. De ahí la necesidad de repensar de nuevo el concepto de información.

2. Necesidad de la información

De acuerdo con la biología evolucionista, los seres vivos se definen por la capacidad de acción y experiencia. La información y la comunicación es un nuevo tipo de expe-

22. Cf. Seiffert, Helmut: *Information über die information*, Munich, 1971.

riencia. No se puede transmitir información más que a los individuos del mismo nivel. El animal es el primero que toma noticia de otro animal del mismo medio. La información presupone el conocimiento del otro.

En los animales, la información es esporádica, circunstancial. En los seres humanos, la información y la comunicación son esenciales. El ser humano lo es comunicando. Sí, la ciencia de la comunicación es la ciencia de la naturaleza humana. No somos humanos más que cuando comunicamos nuestra experiencia a otros. El ser humano se realiza en experiencia comunicable.

Como se sabe, el ser evoluciona con el medio. La sociedad es el medio para el hombre. Estudiando el medio se entienden perfectamente el ser.

Para entender el medio humano, la sociedad, se necesitan informaciones. Las informaciones a que estamos expuestos devienen juicios y opiniones en nuestras cabezas. Estos forman parte del mecanismo que gobierna nuestras acciones. Para hacer cosas se necesitan herramientas. La herramienta con que se hacen las personas es la información.

Solo puede entender la esencia de la información quien investigue sus efectos en la vida de los seres humanos. No existe herramienta sin finalidad. Las informaciones que se utilizan para hacer personas se rigen por la clase de personas que se quieren hacer.

Lo que sabemos de las condiciones en que actuamos no lo decidimos nosotros. Depende de las informaciones que recibimos. Nuestra influencia sobre ellas es limitada. Determinadas informaciones son propiedad privada, y sus propietarios las utilizan en función de sus intereses.

3. Limitaciones

Toda información se produce, distribuye y consume en un lugar, en un tiempo y en un grupo determinados. Está sometida, pues, a intereses concretos, del latín *inter-esse*, estar entre. Estas circunstancias de lugar, tiempo y grupo determinan la dirección de la percepción, el *interés perceptivo*.

Interés perceptivo e *interés informativo* no siempre coinciden. Siempre estamos interesados, pero no con intereses perceptivos constantes.

La relación del ser humano con la información tiene sus problemas y sus limitaciones. No siempre quiere ni está en condiciones de ser informado. Entre otros, pueden darse estos casos:

- 1) alguien quiere dar o recibir una información, pero no puede;
- 2) alguien podría ofrecer y comprender (aprehender) cierta información, pero no quiere;
- 3) alguien puede y no quiere difundir una información o no tomar nota de ella.

De la modificación de la información por los intereses se ocupa la sociología del conocimiento. Esta entiende que no puede haber información pura en el espacio social, que todo proceso informativo se ve afectado necesariamente por intereses socioculturales, políticos y económicos.

El concepto de interés informativo se asemeja, pues, al de *ideología*. De ahí que, en lugar de sociología del saber, se hable también de “crítica de la ideología”.

Ahora bien, por ideología se entiende la falsa representación y presentación de algo. Y, por regla general, en el sentido de que, quien así actúa, obtiene ventajas sociales, políticas o económicas.

“Falsa representación” significa que su portador o exponente tiene una falsa conciencia del contexto, esto es, cree estar en lo cierto, tener razón, porque no conoce nada mejor.

“Falsa presentación” significa que su exponente no cree en su propia ideología, pero actúa así ante los demás por su propio interés, es decir, miente.

Si una información es correcta o no, depende de si es acorde con nuestro interés. La luz que aclara todos nuestros problemas es nuestro interés. Si ignoramos lo que nos interesa, no entenderemos las relaciones humanas más sencillas. Uno no puede conocer sus intereses si desconoce sus posibilidades de realizarlos. Así, el explotado conocerá sus posibilidades de emancipación mediante informaciones que concuerden con sus intereses.

La circunstancia de que todos nuestros intereses estén vinculados a procesos económicos hace que toda transmisión de informaciones económicas se convierta en un acontecimiento importante. En la sociedad capitalista, de libre explotación de los muchos por los pocos, los productores de todos los bienes y servicios no controlan la producción. Por eso permanecen ocultos sus intereses. Los miembros de una tribu primitiva reconocen sus intereses con más facilidad que nosotros. Cuanto más largos y complejos los rodeos que deben dar los trabajadores y empleados para satisfacer sus necesidades, tanto más tardan en reconocer si su trabajo tiene consecuencias contrarias a sus intereses.

En la sociedad libre de mercado, eufemismo utilizado para embellecer la barbarie del capitalismo, se produce información de acuerdo con los intereses del capital. Es un producto mercantil más que se rige por los criterios del valor de cambio, esto es, por el beneficio

privado. Y no por criterios del valor de uso, del beneficio social, público, de mayor calidad de vida para todos. Los medios orientados por el mercado son enemigos de la vida pública. En contraste con los guiados por el criterio de servicio público, los medios mercantilistas reducen el ámbito de lo que se puede decir públicamente. La evolución del capitalismo reduce también el número de empresas que controlan la producción y circulación de información y cultura.

Se dan, pues, intereses contrapuestos entre los productores de comunicación, los dueños de los medios, y los consumidores, los usuarios. Los intereses particulares de los propietarios se presentan como generales. De ahí el recurso a la persuasión.

Esto conlleva la presentación unilateral, descontextualizada, de los acontecimientos y contingencias. Esta circunstancia impide que las personas penetren la esencia de los fenómenos. Una cosa es por las demás, decía ya Hegel.

El interés de los consumidores, en cambio, radica en determinar cómo se emplean los resultados de su trabajo. En última instancia, su interés estriba en crear condiciones más democráticas.

Los diferentes tipos de control ejercido sobre los medios de comunicación, y, sobre todo, las dificultades con que tropieza el intercambio personal, la comunicación primaria, condenan al individuo a ser receptor pasivo de informaciones, mero recipiente.

Si se entiende la información como comunicación reductora del desconocimiento, resulta que las medidas políticas son procesos informativos porque manipulan comunicaciones a fin de aumentar o reducir el conocimiento. Así, suponiendo el acceso a los medios, pueden darse, al menos, cinco políticas de información:

- Se difunde información para aumentar el conocimiento.
- Se retiene información para mantener la ignorancia.
- Se distribuye para reprimir otras informaciones.
- Se canaliza información para la identificación de un grupo determinado con “su” emisor.
- Se desplaza información por comunicaciones que no eliminan la ignorancia porque no pueden reducirse a o no concuerdan con las experiencias, capacidades y posibilidades de los receptores²³.

Se proclama, en cambio, que el papel de los medios en democracia estriba en vigilar, separarse del poder, del gobierno, y ofrecer perspectivas múltiples de sus acciones, de la actuación de los políticos, etc.

El artículo 20 de la Constitución española proclama solemnemente que todos los españoles tienen derecho a informar y a ser provistos de una información veraz. Pero, ¿de qué sirve esta declaración si se carece de acceso a los conocimientos o se reciben informaciones sesgadas? La libertad se reduce, por tanto, a la libertad de acceso.

4. Comunicación y conocimiento

En su informe sobre la situación mundial de la comunicación, la Unesco definía la información como la acción de:

Acopiar, almacenar, someter a tratamiento y difundir las noticias, datos, opiniones, comentarios y mensajes necesarios para entender de un modo inteligente las situaciones individuales, colectivas, nacionales e internacionales y para estar en condiciones de tomar las medidas pertinentes²⁴.

23. Cf. Pross, Harry: *La violencia de los símbolos sociales*, Barcelona, 1983, 2a ed. 1989, p. 136.

24. Cf. MacBride, S. y otros: *Un solo mundo, voces múltiples*, México, 1980, p. 37.

La génesis, la existencia y el efecto de la información están íntimamente unidos a la actividad social, creadora, de los seres humanos. Los procesos sociales de adquisición y transmisión de conocimientos constituyen, en la praxis social humana, dos aspectos diferentes de un mismo proceso: la regulación de la transformación del entorno natural y social conforme a determinados objetivos y finalidades.

En términos generales, la información se refiere a conocimiento necesitado para su usuario y, por lo tanto, móvil, circulante. La información supone, pues, una ampliación de la conciencia. Puede afirmarse así que el grado de conciencia y el conocimiento de la realidad entorno están inseparablemente unidos. De ahí que todo ser humano aspire a un nivel cada vez mayor de comprensión de la realidad, de su dominio y, en última instancia, de libertad. Pues, como afirma el malogrado biólogo español Faustino Cordón, la única manera de ser feliz es entender la realidad para dominarla.

Como forma de producción intelectual, la información desempeña un papel ideológico importante, según su forma de empleo y los intereses a que sirva. Como hemos dicho en otro sitio, por regla general se ofrece un cúmulo desordenado de informaciones, sin coherencia alguna entre ellas. Las noticias aparecen aisladas, mezcladas entre sí y entre anuncios publicitarios que poco o nada tienen que ver con ellas. Los hechos a que hacen referencia parecen no guardar relación ninguna unos con otros, como si se tratase de entidades independientes. Reflejan un acontecer y una realidad fragmentados, inconexos y, por tanto, inexplicables. Al relativizarse la verdad en innumerables e incalculables verdades parciales, tiene que surgir necesariamente el sentimiento inconfesado y doloroso de inseguridad.

La conciencia de no saber del todo lo que es y lo que pasa, de que todo el mundo depende de factores desconocidos o inasequibles, refuerza la angustia de una sociedad ferozmente competitiva e insegura. Se trata de un sentimiento de angustia que se manifiesta como miedo y como incapacidad propia para conocer y orientarse.

En este contexto, el hallazgo de la verdad no es una cuestión de exceso o falta de informaciones, sino una cuestión de las fases angustiosas de la conciencia humana²⁵.

En nuestra civilización “tecnocientífica”, cada vez es menor el ámbito de lo que conocemos por experiencia directa. Para la inmensa mayoría de la población, el conocimiento de la realidad se deriva de las noticias que afluyen de los medios de producción masiva de comunicación, en particular de la TV. Se trata, pues, de experiencias de segunda o tercera mano. O sea, no son experiencias en el sentido original del término.

A decir verdad, no siempre somos conscientes de lo poco que sabemos. Son más bien raros los momentos en los que podemos notar lo poco que podemos vislumbrar, comprender o concebir. Lo demás, aunque presenta la apariencia del saber, no es más que una maraña de supuestos, opiniones interesadas, prejuicios, ficciones. Y esto es lo que suele marcar la actitud ante los acontecimientos tal como nos los presentan²⁶.

Este campo de opiniones derivadas y prefabricadas es el dominio de la propaganda.

Resumiendo mucho, sus rasgos distintivos son la simplificación, indiferenciación, uniformidad, el este-

25. Cf. Romano, Vicente: *Introducción al periodismo. Información y conciencia*, Barcelona, 1984.

26. Cf. Kaltenbrunner, Gerd-Klaus: *Weltkrieg der Propagandisten. Verdummung durch Wort, Bild und Werbung*, Munich, 1985.

reotipo, en suma, el pensamiento acrítico, mágico²⁷. Así, por ejemplo, en vez de aprender a reflexionar sobre la magia de los conceptos y su significado, los niños se acostumbran a repetir, sin pensar, el parloteo de los medios, de sus frases hechas.

La inacción, la pasividad, el “pasotismo”, suelen ser consecuencia de la ignorancia. El conocimiento estimula la acción, el deseo de cambio. Quien ha comprendido algo, cambia. Pero quien ha sido persuadido, seducido por el reclamo y la propaganda, no cambia.

“Cuando nuestro conocimiento es el precio de las cosas, ¿cómo podemos evitar estar divididos? Cuando no reconocemos nuestra unidad, ¿cómo podemos evitar competir contra otros para beneficio de los propietarios del conocimiento?”²⁸

Es necesario otro tipo de conocimiento basado en la solidaridad.

5. El problema de la comprensión

Como se sabe, si se quiere que la información sea eficaz, en el sentido de ampliar la conciencia, debe ser comunicable, esto es, comprensible y aceptable por quienes la reciben. En sentido estricto, información significa comunidad de argumentación lógica. Así pues, si informar significa hacerse entender, la comprensión de los textos escritos y audiovisuales plantea dificultades a productores y consumidores de información. Ni todos los comunicadores están en condiciones de producir informaciones comprensibles, ni todos los receptores en las de entenderlas. De ahí que la comprensibilidad ocupe una posición clave en el proceso de comunicación.

27. Cf. Romano, Vicente: *Desarrollo y progreso. Por una ecología de la comunicación*, Barcelona, 1993.

28. Cf. *Monthly Review*, julio-agosto 2005, pp. 64-65.

Hasta hoy son muy escasos los estudios empíricos dedicados a la cuestión de la comprensión. Parece como si, en vez de fomentar la ampliación de conciencia, se pretendiese mantener la ignorancia. Resumiendo mucho los logros de esta investigación, conviene tener en cuenta, entre otras cosas, la ordenación del contenido y la formulación sencilla. La primera se resume en el esquema siguiente²⁹:

Ordenación del contenido

- a) ordenación objetiva
- b) ordenación psicológica
 - a lo sumo cinco puntos temáticos

Conocido	desconocido
Lo sencillo	antes que lo complejo
General	especial
 - lo interesante e importante antes que lo aburrido y trivial
 - las acciones y los acontecimientos en sucesión correcta

La “aclaración” viene determinada por los rasgos concretos siguientes:

Aclaración

a) la repetición	b) datos concretos	c) más explicaciones
Con palabras	Hechos concretos	Explicación detallada
con otros signos	ejemplos concretos	informaciones adicionales
resumen		

29. Cf. Romano, Vicente: *Introducción al periodismo. Información y conciencia*, Barcelona, 1984, p. 154.

Sin embargo, estos principios no se aplican. La gente sigue sin entender la realidad social que ofrecen los medios. Los políticos encuentran dificultades para que el pueblo comprenda sus ideas y programas. La élite intelectual, los profesores universitarios dan el mejor ejemplo: nada les parece más científico que un texto incomprensible³⁰. Mas, ¿de qué sirven los conocimientos científicos, el pensamiento, si no se entienden y concretan en la apropiación social de los mismos?

Los productores de información parecen empeñados, más bien, en aplicar la maldición bíblica: “Ahora, pues, descendamos, y confundamos allí su lengua, para que ninguno entienda el habla de su compañero” (*Génesis*, 11, 7).

Las técnicas utilizadas para dificultar la comprensión, esto es, para contaminar el lenguaje, son muy numerosas. Aquí se resumen las más llamativas.

Exceso de palabras. Las palabras pueden ocultar la realidad. El exceso de palabras innecesarias oscurecen la comprensión de la realidad. Laberínticas estructuras internacionales producen una maraña de jergas e infinidad de siglas entre las que resulta casi imposible orientarse.

Las palabras que no son necesarias desvían la atención del tema. Así ocurre con las repeticiones. Estas desfiguran la realidad, empeoran los textos en su afán por evitar que el lector u oyente piense en otra cosa.

30. He aquí un buen ejemplo, el texto que los alumnos de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla colocaron en la espalda de las sudaderas que vendían para su viaje de fin de carrera: “No se trata de abrazar lo nuevo por sí mismo, sino por la presunción de reflexividad general en la que naturalmente se incluye la reflexión sobre la naturaleza misma de la propia reflexión”. Francisco Sierra, *Elementos de la teoría de la información*, p. 53.

El autor de este trabajo presentó una vez un proyecto de investigación en la misma universidad y el entonces vicerrector de investigación, un físico, se lo rechazó con el siguiente argumento: “Pero, si hasta yo lo entiendo”.

El empleo inflacionario de las palabras, la reiteración de eslóganes y frases hechas propia de los regímenes autoritarios, equivale al absurdo. En la comunicación escrita resulta grotesco, puesto que los redactores se suelen quejar de la falta de espacio para expresar sus ideas.

La concreción y precisión de los términos elegidos facilita la comprensión, no aburre ni fatiga al receptor. La belleza de un enunciado estriba en la claridad de lo que se quiere mostrar. Forma y contenido son inseparables. Lo superfluo es también lo feo.

El empleo del superlativo y la hipérbole. Los superlativos son comentarios emocionales. Cierto, sin sentimientos escribir carece de sentido. Pero cuando uno se desempeña como amplificador de conciencia (en el sentido de C. Caudwell), se requiere dominio de sí mismo, de la técnica (*techné griega*), distanciamiento brechtiano. Tiene que controlar los nervios, calcular exactamente el efecto de las palabras. Comunicar es un trabajo ético o no lo es.

El uso frecuente del superlativo indica ingenuidad. Se trata de un comentario barato que no exige reflexión ni observación precisa. En vez de indignar y encantar con textos elaborados, el comunicador superficial grita, en la esperanza de que sus decibelios consigan el mismo efecto. Superlativos, hipérbolos, ensalada de imágenes y vaguedad difuminan la realidad.

La exageración es el umbral de la mentira. Tan solo está permitida en la ironía y en la sátira.

Orgía de imágenes. Metáforas, símiles, clisés, se han ido acumulando a lo largo del tiempo en todas las lenguas. Escribir y hablar bien exige esfuerzo. Son formas intensivas de reflexionar. Una hoja de papel en blanco es sinónimo de tortura mental. El empleo

de imágenes es arriesgado. En el lenguaje, la metáfora, como imagen lingüística, reduce el discurso. La imagen lingüística puede facilitar la comprensión, pero no contribuye en nada a la explicación, ya que la expresión gráfica introduce otro modo de representación. Se “ve” lo que quiere decir “la nave del Estado”, pero esta imagen no dice nada acerca del Estado, sino que transporta al oyente a una representación (gráfica) del Estado³¹.

Ampliar los conocimientos, la conciencia, equivale a esforzarse contra la manipulación general. En este sentido, el principal instrumento de manipulación, de contaminación lingüística, es la violencia simbólica o psicológica. Desentrañarla constituye una tarea básica en todo proceso de emancipación.

6. La violencia psicológica

Cuando oímos la palabra *violencia*, pensamos inmediatamente en la violencia física, esto es, en la aplicación de métodos violentos para imponer la voluntad propia. Pero, como ya expusimos en otro sitio³², también se ejerce violencia cuando se falsea y tuerce la realidad hasta el punto de obligar a las personas a actuar en contra de sus intereses. Se habla entonces de violencia psicológica o simbólica, esto es, de la capacidad para imponer la validez de significados mediante signos hasta el punto de que otra gente se identifique con ellos. Este tipo de violencia adopta múltiples formas, mucho más frecuentes que la violencia física. Son más sutiles, menos evidentes, indirectas. Además, cuando se aceptan dócilmente los significados y valores de los

31.Cf. Romano, Vicente: *Desarrollo y progreso. Por una ecología de la comunicación, en particular el capítulo 7, “Comunicación de masas y conciencia mágica”*.

32. Cf. Romano, Vicente: *La formación de la mentalidad sumisa*, Madrid, 1998.

poderosos no hay que pagar los sueldos, uniformes y armas de un cuerpo represor más caro e incómodo.

El capitalismo necesita la dominación psicológica del individuo y la manipulación de su conciencia. Así lo integra a su sistema de valores. Mientras la gente acepte este sistema social no es necesario someterla con policías, tanques ni ejércitos. Como la coacción abierta sería inaceptable, y como solo una pequeña parte de la élite puede ser sobornada con recompensas tangibles, el Estado tiene que convencer a la inmensa mayoría de los ciudadanos de la inevitabilidad y virtud de sus acciones mediante la ideología³³.

La manera más efectiva para ocultar los actos de violencia psicológica y física de un sistema social que genera angustias, incertidumbre por el futuro, precariedad en el empleo, discriminación de todo tipo, etc., es crear un discurso que mantenga el miedo y haga creer a la población que no hay otra alternativa que la resignación. Es decir, el discurso de la mentira y del engaño. Como ya apuntó G. Orwell, los actos de violencia pueden hacerse más aceptables mediante eufemismos como “seguridad”, “libertad”, “democracia”, “guerra limpia”, etc. El lenguaje se convierte así en una especie de placebo, la gente se siente mejor. Pero las bombas mutilan los cuerpos sin distinguir si son amigos o enemigos, niños o soldados.

Hay que intoxicar mucho las mentes para admitir que la guerra es una acción humanitaria, que la destrucción de vidas y haciendas, el envenenamiento de tierras y aguas con uranio empobrecido, el empleo de napalm, agentes químicos, bombas “margarita”, llamadas así porque arrasan una milla cuadrada sin

33. Cf. Rajiva, Lila: *The language of empire. Abu Ghraib and the American Media*, New York, 2005, p. 103 y ss.

dejar siquiera hierba, y tantas otras armas de destrucción masiva aplicadas por los EEUU, contra las poblaciones de Japón, Vietnam, Yugoslavia, Afganistán, Iraq, etc., son instrumentos de la libertad y la democracia. Para aterrorizar a la propia población con la amenaza del “ántrax”, una bacteria que puede curarse con un sencillo tratamiento de antibióticos.

La violencia simbólica tiene su base en la contradicción entre la orientación vertical de los valores y la disposición horizontal de los signos. Así, si se observa de cerca el concepto de “orden” se verá fácilmente que no es la expresión de algo metafísico, sino una constelación de signos físicos impuesta por alguien a otros junto con una interpretación más o menos comprensible.

Cada signo de cualquier orden existente es un símbolo en relación con su correspondiente jerarquía de valores. “Alto” y “bajo nivel” son las expresiones metafóricas de esa orientación vertical de los valores, incluso en la ciencia. El lenguaje metafórico, la representación simbólica de los diferentes niveles de “arriba” y “abajo”, “superior e “inferior”, “dentro” y “fuera”, “claro” y “oscuro”, “fuerte” y “débil”, ha creado una idiosincrasia del verticalismo en la vida pública y social. Pero la experiencia cotidiana nos muestra que todos nos movemos al mismo nivel, que la coexistencia humana se desarrolla en la yuxtaposición y no en la superposición. Los seres humanos y los pueblos no existen unos encima de otros, sino unos al lado de otros³⁴.

Si es cierto que las jerarquías de valores siguen una orientación vertical y si también es cierto que la comu-

34. Véase Pross, Harry: *La violencia de los símbolos sociales*, Barcelona, 1983, 2a ed. 1989.

nicación empírica, directa, cara a cara, sigue la orientación horizontal, no es de extrañar que esta contradicción genere conflictos y tensiones.

La fascinación de la violencia responde a la filosofía del éxito social a cualquier precio, del individualismo y egoísmo primitivos frente a la cooperación y la solidaridad propias de la especie humana. Lo que predomina en la pantalla, ya sea en los informativos o en la ficción, es el derecho del más fuerte, no los ideales democráticos de igualdad y dignidad humana.

Donde rige la violencia no impera el derecho. Es posible que la violencia simbólica del derecho resulte la más fuerte, pero las leyes las leen y enseñan muy pocos, mientras que millones y millones viven diariamente la victoria del más fuerte en el marco de sus cuatro paredes.

Por lo que respecta a los medios audiovisuales, la violencia se presenta tanto en los programas de actualidad (boletines de noticias, temas del día, documentales) como en los de ficción (series, telefilmes y películas). Los formatos de los informativos se clasifican en abiertos o cerrados. Un formato es abierto cuando proporciona espacio en donde se puede cuestionar y contestar la perspectiva oficial y en donde se pueden presentar y examinar otras perspectivas. Las ambigüedades, contradicciones y conclusiones o posibles desenlaces generados en el programa quedan sin resolver. Ejemplos: películas individuales o documentales de autor. Un formato es cerrado cuando opera dentro de los términos de referencia establecidos por la perspectiva oficial. Las imágenes, argumentos y pruebas están organizados para converger en una sola interpretación preferida y se marginan o excluyen otras conclusiones. Ejemplos: boletines de noticias, series de acción.

Abierto y cerrado son conceptos estáticos en función de que el programa ofrezca uno o más puntos de vista.

Estas constricciones conducen a una forma de noticias que se presenta como informe objetivo e imparcial del acontecer. Los boletines de noticias (telediarios) tienden a presentarse en un estilo que oculta el proceso de selección y decisión que subyace tras la información y que apenas deja margen para el comentario o la argumentación. Las opiniones que se presentan son casi siempre las de los detentadores del poder en las principales instituciones: ministros y políticos de los partidos mayoritarios; miembros destacados de la policía y de la judicatura; dirigentes sindicales y de las organizaciones patronales; portavoces de los grupos de presión y de intereses, como iglesias y organizaciones profesionales. El resultado es que los boletines de noticias y telediarios, que es la fuente exclusiva de información de la mayoría de la población, constituyen una de las formas más “cerradas” de presentación y opera, por lo general, en términos de la perspectiva oficial.

La mayoría de las noticias sobre violencia las proporcionan las autoridades y se refieren a las respuestas gubernamentales a la violencia. Pero rara vez se explican los objetivos subyacentes de la violencia, y casi nunca se justifican. No se discuten los motivos ni las condiciones sociales que los provocan. La información se presenta descontextualizada, esto es, incomprendible. Se ofrecen unas cifras, pero se callan otras. Así, por ejemplo, el número de muertes provocadas por la violencia terrorista en América Latina entre 1968 y 1981 ascendió, según datos de la CIA, a 3.668. Pero se oculta que esa cifra no es más que 4% de los 90 mil “desaparecidos” latinoamericanos durante el mismo período.

El lenguaje sigue siendo uno de los principales instrumentos de la violencia simbólica. Las palabras y los conceptos se utilizan conscientemente para violentar la capacidad cognitiva de las grandes masas de la población, para confundir las mentes y, en última instancia, para imponer significados que se contradicen con la realidad. Piénsese, por ejemplo, en el empleo de la “represión” utilizada por el gobierno de Israel contra los palestinos y justificada como “prevención”. La lista de ejemplos podría extenderse *ad nauseam*. Baste recordar la discriminación que se ejerce contra la mujer a la hora de emplear las mismas palabras o conceptos a personas de uno u otro sexo: fulano y fulana, hombre público y mujer pública, etc. Hasta el mismo Diccionario de la Real Academia de la Lengua practica la violencia de género en las definiciones de sus entradas³⁵.

El lenguaje importa, y cómo lo utilizan los medios. Si se puede violentar al público (de *populicus*, pueblo) de que el Estado tiene razón, esto es, si se le puede persuadir hasta el punto de que se identifique con los significados oficiales, se le puede movilizar para que apoye y acepte la transferencia de fondos del *welfare* (bienestar) a la seguridad y al *warfare* (guerra), equivalente al eslogan nazi de mantequilla por cañones.

Sí, se requiere un uso perverso del lenguaje para hacer creer estas cosas.

Sus técnicas son muchas y muy diversas.

35. Véase el artículo de Eulalia Lledó: “La violencia en el idioma”, *El País*, 11-7-2004.

Tercera Parte
La propaganda

El término *propaganda* proviene de la *congregatio propaganda fide*, establecida en Roma en 1622 para la propagación de la doctrina católica por el mundo y frenar los avances de la Reforma protestante.

Pero la propaganda religiosa y política ha existido de siempre. Entre los numerosos autores que teorizaron sobre ella basta con recordar a Platón con su “mentira noble” en Grecia, a Sun Tzu en China, Kantilya en India, Cicerón y Quintiliano en Roma, Maquiavelo en la Italia renacentista, etc³⁶.

En el contexto de la intoxicación lingüística, la propaganda se entiende como producción y difusión de mensajes dirigidos a influir en la conciencia y el comportamiento de un público determinado o de todo el público. La tarea de la propaganda estriba en imponer valoraciones e interpretaciones hasta el punto de que las personas se identifiquen con ellas y, así, adquieran validez social. Es, pues, una aplicación de la violencia simbólica. Pretende hacer creer algo, persuadir de algo. Tiene más carácter apelativo que discursivo. Es, en alto grado, de índole monológica, no dialógica, contrapuesta al diálogo.

La propaganda tiene muchas caras, se sirve de múltiples medios y procedimientos, presenta estilos muy diversos. Hay, por mencionar tan solo unas cuantas, propaganda del rumor, del terror, misionera, del

36. Cf. Sturminger, Alfred: *Politische propaganda in der weltgeschichte*, Leipzig, 1938.

buen ejemplo, de guerra psicológica, y las diversas formas del reclamo comercial.

En las sociedades capitalistas, el auge de la publicidad comercial y de la propaganda política han ido parejos desde principios del siglo XX hasta el actual. Como se sabe, son las grandes empresas y expertos publicitarios los que hoy día organizan las campañas electorales de los políticos en sus más mínimos detalles. La industria del reclamo adoba con el autoengaño cada rincón de nuestra cultura. Su lenguaje agresivo se corresponde con la agresividad del tardocapitalismo y del nazismo. Sus eslóganes y consignas no dejan de ser un asalto a la razón (G. Luckas). *Wake up to the dream* (despierta al sueño), les grita una inmobiliaria desde una valla publicitaria en la Costa del Sol a los turistas angloparlantes. El reclamo no vende jabón sino belleza femenina, los coches no se hacen para facilitar el transporte sino para aumentar el prestigio social, no se aplauden los logros deportivos sino los triunfos nacionales. Hay que comprarse aparatos de aire acondicionado, nos dicen sus fabricantes, aunque la propaganda oficial intente persuadirnos, por otro lado, de que no los usemos para no quedarnos a oscuras.

El autoengaño consumista corre paralelo con la muerte de la libertad. El hondureño Allan Mcdonald lo expresa así en *El poder de los pichingos*:

La publicidad roba la libertad,
el marketing secuestra la verdad,
este es el rapto bestial
del capitalismo sobre los
derechos individuales
a la información veraz.

Palabra e imagen, discurso y pancarta, prensa, radio, televisión, cine, escuela, iglesia, becas, literatura, canción y uniforme, caricatura y anuncios publicitarios, grupos de opinión, etc., pueden desempeñar funciones propagandísticas.

La propaganda política tuvo sus maestros y teóricos en la primera mitad del siglo XX. Lenin, con su concepto de *agitprop*, la utilizó como instrumento político al servicio de la educación, organización y emancipación de las clases trabajadoras³⁷. El periodista estadounidense Walter Lipmann se refería a ella a principios de la década de 1920 como la “falsificación del consenso” y la consideraba “un órgano regular del gobierno popular”³⁸.

Pero la propaganda como comunicación que pretende ocultar al pueblo los verdaderos objetivos del dominio, esto es, como comunicación de los pocos orientada al dominio de los muchos (al dominio ideológico de estos), tiene sus maestros indiscutibles en los nazis. Hitler en 1925, en su libro *Mein Kampf*, y posteriormente Goebbels, trazaron las pautas del empleo intoxicador de la propaganda, elevándola incluso a categoría de arte, aunque perverso. Sus descubrimientos y técnicas los desarrollaron y aplicaron después los gobernantes estadounidenses, alcanzando su culminación en la actual administración Bush. De ahí que valga la pena

37. Este concepto, constituido por las primeras sílabas de *agitación* y *propaganda*, jugó un papel importante en la historia del movimiento obrero ruso y mundial hasta bien entrado el siglo XX. Su primer introductor fue G. Plejanov, quien distinguía claramente la función del agitador y la del propagandista (*Las tareas de los socialistas en la lucha contra el hambre*, 1891). El problema de la agitación y la propaganda era para Lenin una de las “cuestiones candentes de nuestro movimiento” (*¿Qué hacer?*), donde asume la distinción de Plejanov y explica cómo deben actuar cada uno de ellos. A partir de 1919, de la Internacional Comunista, todos los partidos comunistas organizaron secciones de *agitprop* en su seno.

38. Cf. Herman, Edward S. / Chomsky, Noam: *Manufacturing consent*, New York, 1988. Existe traducción española: *Los guardianes de la libertad*, Barcelona, 2000.

detenerse un poco a analizar los rasgos más distintivos de esta perversión del lenguaje.

Este tipo de comunicación se suele equiparar a sugestión, seducción, cretinización del pueblo, etc. Dada su connotación peyorativa, quienes se dedican a ella prefieren hablar de información, relaciones públicas, trabajo con el público, cultivo y creación de opinión, y otros eufemismos semejantes. Esta comunicación toma en cuenta las relaciones recíprocas entre entendimiento y sentimiento. El propagandista sabe que los seres humanos rehuyen las decisiones objetivas, las cuales, como todo conocimiento, requieren bastante esfuerzo. Por eso eligen los eslóganes vacíos que les lanzan los políticos, como libertad, democracia, seguridad, intereses nacionales, espacio vital, etc. Por la etología se sabe que la tendencia innata a ponerse bajo la protección del poderoso conduce a la adaptación. Por eso, en vez de argumentos, el propagandista aplica lemas de carga afectiva, fórmulas emocionales vacías y mágicas, esto es, ídolos conceptuales que estimulan nostalgias prerracionales y sentimientos básicos, como los estereotipos simplificadores.

En el capítulo VI de su libro *Mein Kampf*, redactado mientras estaba en la cárcel en 1925, Hitler trazó ya las directrices de la propaganda nazi, elevada luego a la perfección por su ministro Goebbels. Resumidas, estas directrices de Hitler son las siguientes:

- a) Toda propaganda tiene que ser popular y adaptar su nivel intelectual a la capacidad de comprensión de los menos educados. La propaganda está para convencer a la masa, al pueblo. Pero este tiene una disposición tan femenina en su mayoría que su pensamiento y acción lo determinan las emociones y no la reflexión.

- b)** El contenido de la propaganda no estriba en la formación científica del individuo, sino en señalar a la masa determinados hechos, procesos, necesidades, etc. Debe ir dirigida cada vez más al sentimiento y muy poco al entendimiento. La masa no está en condiciones de distinguir entre la injusticia ajena y la propia.
- c)** Para tener éxito debe limitarse a unos pocos principios fundamentales y persistir en ellos. Esta persistencia es la principal premisa del éxito, así como la homogeneidad de su aplicación. Así, por ejemplo, igual que un anuncio de jabón no puede calificar también de buenos otros jabones, el reclamo político no puede perderse en ponderar los distintos derechos, sino en acentuar exclusivamente uno. No tiene que investigar la verdad de los otros, sino servir constantemente a la propia.
- d)** Las consideraciones humanitarias o estéticas no significan nada cuando se trata del ser o no ser de los pueblos, cuando se trata de la lucha por la existencia.

Paul Joseph Goebbels, su ministro de Educación Nacional y Propaganda, la convirtió en arte, esto es, la elevó a la perfección técnica (la *tecné* griega). Para él, la propaganda ocupaba el primer lugar entre las artes con que se gobierna a un pueblo. Según Goebbels, el propagandista debe adaptarse a las masas, los grupos sociales, de edad y género, a su lenguaje, sus vivencias, etc. Debe conocer sus sentimientos, necesidades, temores y esperanzas. La propaganda debe ser creativa, cosa de la fantasía productiva. En analogía con el estado totalitario, también debe ser comunicación y propaganda total, ocupación y control de toda la comunicación.

Goebbels, Hitler y otros dirigentes nazis provenían del entorno católico y estudiaron a fondo las causas de

la vitalidad de la Iglesia y sus métodos pedagógicos y organizativos. De aquí sacaron la conclusión de que su éxito se debía, aparte de la rigidez de la doctrina y el espíritu de sacrificio de sus partidarios, a la incesante repetición de unas cuantas verdades fundamentales y a su lenguaje popular.

La propaganda nazi, dirigida por su sumo sacerdote Goebbels, desarrolló y perfeccionó una serie de técnicas, aplicadas luego por todos sus epígonos aquende y allende los mares. Un breve resumen histórico de las mismas puede ayudar a entender mejor la naturaleza y el éxito de la actual.

La propaganda totalitaria parte de la premisa de su *omnipresencia* en cualquier lugar y momento de la vida. No llega solamente a los círculos interesados sino a toda la población, ricos y pobres, mujeres y niños, obreros y campesinos. Nadie puede escapar a su influjo. Todos los medios vierten los mismos principios, los mismos valores. Para captar la atención de todos los sectores de la población se apela a los motivos sociales, al *inter-esse* de que habla Pross.

Para llegar a todos es necesario simplificar el lenguaje. De ahí que la *simplificación* sea una de las técnicas fundamentales. No se trata de argumentar diferencias, sino de establecer dicotomías claras: positivo o negativo, el bien o el mal, amigo o enemigo, amor u odio, verdad o mentira. Así se aplica esta directriz básica: afirmaciones categóricas en vez de demostraciones, persuasión en vez de conocimiento. Los nazis de antes, como los fundamentalistas de ahora, en particular sus epígonos de Washington, tenían razón en la pereza a pensar. De ahí el lema: quien piensa, duda. Pensar ha sido siempre peligroso para los dominadores.

Pero la más hermosa de todas las dudas
es cuando los débiles y desalentados levantan
su cabeza
y dejan de creer
en la fuerza de sus opresores.

(B. Brecht. Loa a la duda)

La simplificación de la exposición presupone la simplificación de los procesos mentales y de los conceptos. Espacio vital, cañones en lugar de mantequilla, el eje, la fortaleza de Europa, seguridad, etc. Producto de la simplificación son los eslóganes, lemas, consignas, frases hechas, etc. Ejemplos: el eje del bien y del mal, intereses nacionales, *my country wright or wrong*, Este (barbarie)-Oeste (civilización).

A la saturación, omnipresencia y simplificación se suma la *repetición* incesante de los mismos lemas, unida casi siempre a la hipérbole, la exageración, el superlativo. El imperio de los superhombres iba a durar mil años.

Los nazis perfeccionaron también la técnica del *silenciamiento* y la ocultación de informaciones. Algo más de la mitad de las 50 mil instrucciones confidenciales dadas a la prensa fueron peticiones para que no publicasen ciertos datos o noticias³⁹. Entre muchas otras cosas, los nazis obligaron a los medios de comunicación a silenciar los preparativos para la guerra, y los campos de concentración, ignorados hasta su liberación. Millones de alemanes no se enteraron hasta después de la guerra de que el verdadero autor del incendio del Reichstag no fue el presidiario holan-

39. Cf. Hagemann, Walter: *Publizistik im dritten reich*, Hamburg, 1948.

dés Von der lube sino el mariscal Goering⁴⁰. Una vez estallada la guerra, la prensa alemana no publicó una sola noticia de las fábricas, estadísticas o producción. Como se sabe, la táctica del silencio militar es tan antigua como las guerras entre los pueblos.

Otro tanto ocurrió con la técnica de la *mentira*. “El alemán no tiene la menor idea de cómo hay que engañar a un pueblo si se quiere tener una masa de seguidores”, escribía Hitler en *Mein Kampf*. Sabía que las grandes mentiras son más fáciles de creer que las pequeñas debido a su efecto de *shock* o a su audacia. Diez años más tarde, en su “Discurso sobre la política de paz alemana” (1 de mayo de 1935) pedía medidas apropiadas para prevenir la contaminación de la opinión de los pueblos por elementos irresponsables (*sic*).

Pero la forma más utilizada por los nazis para la distorsión de la verdad fue la “mentira afirmativa”, la proclamación de intenciones, hechos, relaciones que revestían el cariz de verdadera convicción. De este modo la propaganda totalitaria tenía que convertirse en un sistema de la falacia, basado en la fácil credibilidad y pronto olvido de las masas. Las mentiras afirmativas de los nazis fueron incontables. He aquí algunas: “Nosotros decimos la verdad”, “Nosotros tenemos el verdadero socialismo”, “Hemos salvado a Alemania del bolchevismo”, “Nosotros queremos la verdadera paz”, “Nosotros hemos liberado a los obreros alemanes”, “Nosotros tenemos una prensa libre”.

Todavía en enero de 1939 afirmaba Hitler que creía en una paz duradera. Una vez iniciada la invasión de

40. ¿Cuándo sabremos quién asesinó a J.F. Kennedy o quiénes fueron los verdaderos autores de los atentados del 11 de septiembre de 2001 en Nueva York y Washington?

Polonia, los nazis gritaban que devolvían el golpe (que nadie les había dado).

En suma, la mentira constituyó desde un principio una de las herramientas imprescindibles de los dirigentes nazis. Goebbels teorizó sobre ella y afirmaba, entre otras cosas, que “la mentira desconcierta a los hombres honestos y amantes de la verdad, de suerte que los incapacita para la resistencia interior... El mentiroso especula con que el hombre amante de la verdad no puede imaginarse que se pueda mentir así, con la naturalidad osada e insolente con que él la utiliza” (discurso del 10 de septiembre de 1936).

La *intimidación* ha sido desde siempre uno de los compañeros más importantes de los dictadores. Quien supere a los demás en medios físicos y materiales y carezca de escrúpulos morales se saldrá con la suya en las cuestiones de poder. Hitler y los suyos carecían de todo freno moral, dispuestos siempre a tirar por la borda cualquier valor ético en aras del poder. Nada impedía, pues, a los nazis aplicar todas las formas de intimidación para atemorizar y aterrorizar tanto a los alemanes como a las poblaciones de los países ocupados.

El terror es consustancial a todos los dominadores, desde el uso de los uniformes y desfiles hasta la tortura con los prisioneros; desde las represalias contra la población civil, hasta el uso de niños rusos empleados por los nazis como dianas para la práctica de tiro, o como escudos humanos colocados por los sionistas sobre sus tanques, hasta el envenenamiento de bosques, aguas y cosechas empleado por las fuerzas de los Estados Unidos de América. La lista podría ampliarse *ad nauseam*.

Las amenazas vienen siempre de fuera, de los otros: los judíos para los nazis, los palestinos para los sionistas, los comunistas para el capitalismo,

el peligro amarillo (léase los chinos) para la cultura occidental, y así sucesivamente.

La intimidación se lleva también a cabo mediante la *escenificación* de los actos públicos y las apariciones del “jefe”. Hitler y el nazismo tuvieron a su disposición la maestría de Leni Riefenstal, famosa por la grabación de las Olimpiadas de 1936, sus documentales y, sobre todo, por la puesta en escena de los acontecimientos públicos de los nazis.

Símbolos, desfiles, uniformes, tribunas, luces, himnos, etc., pero sobre todo la omnipresencia acumulativa de la bandera, apuntan a crear un sentido de pertenencia en un clima de tensión emotiva.

Otra característica de la perversión lingüística del nazismo es el *pathos* con que recargaba sus enunciados. Utilizaba un vocabulario sacado del ámbito religioso y militar. Términos como sacrificio, lealtad, orden, honor, sangre, suelo, patria, raza, voluntad de intervención militar, ataque, libertad, igualdad, felicidad, pan y circo, progreso.

Finalmente, un rasgo esencial del nazismo es la *falta de humor*. Reír es la mejor cualidad del ser humano, afirmaba M. Gorki. La falta de humor de los nazis constituye también uno de sus rasgos esenciales, esto es, uno de sus rasgos más inhumanos.

En suma, las técnicas propagandísticas nazis pueden resumirse en la simplificación, saturación, deformación y parcialidad, así como en la equiparación de los intereses de una minoría a los de la totalidad de una población, *pars pro toto*.

Modelo usamericano de propaganda

Ningún parecido de la propaganda nazi con la actual de Washington es casual. Tras la Segunda Guerra

Mundial, la CIA, el Departamento de Estado y el Servicio de Inteligencia Militar contrataron a miles de criminales de guerra nazis y sus colaboradores expertos en propaganda, guerra psicológica y armas avanzadas. Los gobernantes estadounidenses esperaban obtener así ventaja en la lucha contra la URSS. El resultado fue la contaminación de toda la propaganda yanqui con los valores, conceptos y lenguaje de estos expertos.

Con la mundialización introducida por el capitalismo tras el derrumbe del campo socialista a comienzos de la década de los 90, también se han mundializado las técnicas del dominio de las conciencias. Incluso se han perfeccionado con el tiempo. Si los nazis aprovecharon los principios del ecumenismo de la Iglesia para desarrollar su propaganda totalitaria, hoy día es el mismo fundamentalismo yanqui el que se ha instalado en la Administración de Washington, en perfecta connivencia y cooperación con el capitalismo más salvaje que imaginarse pueda. El síndrome nazi no solo está donde se pintan cruces gamadas. Es un complejo de hacerse valer, de temores burgueses, de desprecio humano.

Si Hitler aprovechó los servicios de la cineasta Leni Riefenstal, Bush dispone de los expertos venales de Hollywood. Basta con echar un ligero vistazo a la escenificación de sus apariciones públicas, por ejemplo. Así, mientras su país se hallaba en guerra y el mundo apenas empezaba a recuperarse del desastre del tsunami, La señora Laura Bush se gastó 40 millones de dólares en diez fiestas para celebrar la inauguración del segundo mandato de su marido. A quienes cuestionaron semejante extravagancia les respondió que eso formaba parte del ritual de su gobierno.

La agitación de los sentimientos patrióticos mediante el símbolo nacional se ha exarcebado tras los atentados del 11-S en Nueva York y Washington, la declaración de guerra la terrorismo y la introducción de la Ley Patriótica. Así, por ejemplo, los grandes almacenes Wal-Mart, conocidos por la explotación de sus empleados, declararon que en los tres días posteriores a los atentados vendieron 450 mil unidades de la bandera nacional y que muchas de sus sucursales agotaron sus existencias. Otros grandes almacenes, K-Mart, vendieron 200 mil. Eso frente a las 26 mil vendidas en el mes de septiembre del año anterior. Ambas cadenas dicen que los artículos más vendidos son los que ostentan los colores rojo, azul y blanco, esto es, los de la enseña nacional. El más vendido de todos, una sudadera con la bandera usamericana y la inscripción *United We Stand*.

La bandera, símbolo patriótico por excelencia, se sacraliza hasta el punto de que es contrario a la ley que toque el suelo o que ondee con mal tiempo⁴¹. Pero no va contra la ley que las personas sin techo duerman en el suelo aunque llueva. En la escuela, todas las mañanas los niños tienen que jurar lealtad a la bandera, como el “Cara al Sol” en las escuelas españolas durante la dictadura franquista. Pero nadie jura lealtad a la justicia y a la paz.

Edward S. Herman y Noam Chomsky han analizado el modelo de propaganda usado en su libro *Manufacturing Consent*. Su análisis se centra en los efectos que el sistema económico imperante tiene en los medios de comunicación. Los componentes básicos de este modelo o “filtros” como ellos los llaman, son, entre otros, los siguientes:

41. Cf. Parenti, Michael: *Más patriotas que nadie*, Hondarribia (Guipúzcoa), 2004, p. 151.

- 1) El tamaño, la concentración de la propiedad y la orientación al beneficio privado de las principales empresas de comunicación.
- 2) La publicidad comercial como principal fuente de ingresos de los medios.
- 3) La dependencia de los medios respecto de la información proporcionada por el gobierno y el mundo de los negocios y los “expertos” como fuentes.
- 4) La “inculpación” como instrumento para disciplinar a los medios.
- 5) El “anticomunismo”, que, una vez desaparecida la URSS, se ha sustituido por el “terrorismo”.

Según estos autores, estos “filtros” fijan las premisas del discurso y la interpretación.

La propaganda usamericana ha utilizado, con bastante éxito, por cierto, siete subterfugios, siete axiomas torticeros.

El gigante dormido. EEUU se considera a sí mismo un gigante bonachón cuya tranquilidad se ve alterada de vez en cuando por un ataque avieso. De ahí que nadie pueda culpar al gigante de sus reacciones una vez despierto. El *Maine*, Pearl Harbour, el ataque de unas patrulleras nordvietnamitas a la flota usamericana en el Golfo den Tonking (desmentido un año más tarde por el propio presidente Lyndon B. Johnson), el 11-S, las armas masivas de Sadam, etc.

Las guerras buenas. Se trata de un concepto diseñado para sentirse bien. Los libros de historia y los medios de comunicación hablan en términos hiperbólicos de la bondad innata de los EEUU. Se programan así las conciencias para aceptar las invasiones de sus tropas en un pequeño país del Tercer Mundo. Sus acciones están justificadas, aunque a veces hay

que cometer actos violentos para impedir que los realicen otros: Granada, Panamá, Iraq, Yugoslavia, Somalia, Líbano, etc.

EEUU versus ellos. Se trata de pintar a todos los enemigos como terroristas, salvajes, malvados, comunistas, ateos, etc. Se alimentan así los peores miedos: ¡que vienen los rusos!, los “pijamas negros”, los islamistas... La propaganda usamericana demoniza así a mucha gente, desde los habitantes originarios de Norteamérica hasta los iraquíes, palestinos y libaneses que están muriendo mientras se redactan estas líneas.

Apoyo incondicional a las tropas. Los estadounidenses se crían viendo películas de guerra, jugando con armas de fuego, rodeados de monumentos bélicos, entrenados en el respeto y temor a los uniformes. Presencian la demonización de quienes se oponen a la guerra. Los medios rezuman fervor militarista. Aceptan que los impuestos financien las guerras y la propaganda bélica. Una vez iniciadas las intervenciones, todos tras las fuerzas armadas hasta la victoria final: *My country right or wrong*. Todo ello fomentado por la industria del reclamo, como se demostró claramente en la primera Guerra del Golfo.

El demonio nos obligó a hacerlo. A veces, los buenos se ven forzados a cometer pequeños actos impropios en aras de la libertad y la democracia. “Yo también cometí el mismo tipo de atrocidades que los demás soldados” —confesó en 1971 el último candidato a la presidencia—. “Participé en misiones de búsqueda y destrucción, en la quema de aldeas”. (*Meet the Press*, 18 de abril de 1971).

Los tres meses que duró la “*little wonderful war*” hispanonorteamericana es lo que se les enseña a los niños en las escuelas. Pero no les enseñan su peor

consecuencia: la guerra de Filipinas, iniciada con el presidente McKinley en 1889 y mantenida hasta 1910, con una proporción de víctimas semejante a la de Vietnam. El presidente McKinley declaró que se había arrojado “ante Dios Todopoderoso pidiéndole luz y guía para salvar, civilizar y cristianizar a los filipinos”, tras lo cual pudo dormir en paz.

Golpes quirúrgicos. Las intenciones son buenas y las bombas inteligentes. Esas armas que cuestan miles de millones pueden distinguir entre buenos y malos, entre culpables e inocentes. Cegados por la fe en su superioridad moral y tecnológica, hinchan las cifras de sus éxitos militares hasta extremos absurdos. Así, durante la guerra de Vietnam el periódico neoyorquino *The Guardian* se entretenía en ir sumando el número diario de bajas que las tropas yanquis infringían a los vietnamitas, hasta que llegó el momento en que se superó el número de habitantes. Pero debían resucitar porque terminaron por echar a los yanquis de su país.

Durante los 78 días de bombardeos contra Yugoslavia, el mismo modelo de información. El secretario de Defensa, William Cohen, declaró: “Hemos destruido más del 50% de su artillería y una tercera parte de sus vehículos acorazados”. Pero el informe publicado un año más tarde por las Fuerzas Aéreas era muy distinto:

Reclamación original	Número real
120 tanques destruidos	14
220 vehículos acorazados destruidos	20
450 piezas de artillería destruidas	20
744 bombardeos de la OTAN confirmados	58

Solo los perdedores cometen crímenes de guerra. Al llevar a los vencidos ante los tribunales, los vencedo-

res imprimen a sus acciones un sello moral de aprobación. Las criaturas que miran llenas de odio tras los barrotes confirman que el fin justifica los medios. Ya lo dijo Hermann Goering en Nuremberg: “Los vencedores serán siempre los jueces, los vencidos los acusados”⁴².

¿Y qué pasa con Dresde, Hiroshima, Faluya, Sabra, Chatila, Qana?

Este trabajo se centra precisamente en los aspectos de esta influencia intoxicadora y perversa sobre el discurso, a fin de manipular las conciencias y llevarlas a una interpretación falsa, de los acontecimientos y de la realidad.

Veamos, pues, las aplicaciones prácticas de estas técnicas a las diversas esferas de la vida social.

Empecemos por la economía.



42. Cf. Mickey Z. “The seven deadly spins”, en: *Covert action quarterly*, primavera de 2005, pp. 2-7.

Cuarta Parte **Economía**

Es frecuente que los seres humanos realicen acciones sin conocer su trasfondo. El hecho de que alguien haga algo no demuestra que sepa lo que hace. La particularidad de realizar un designio sin conocerlo se suele atribuir a las máquinas. El automóvil lleva a un destino sin tener conciencia del mismo. Es conducido a él. Pero, como dice E. Rauter, el hecho de que nos comportemos como máquinas solo es raro en apariencia⁴³.

Así, hablar es una de las acciones humanas más frecuentes. La mayoría de los enunciados de la gente son falsos. El reclamo de la banca propaga, por ejemplo, la afirmación “Ponga su dinero a trabajar con nosotros”. Y muchos trabajadores dicen también “El dinero trabaja”, aunque son ellos quienes lo hacen y no el dinero. Obreros y empleados repiten lo que han oído. ¿De dónde sacan estas ideas que ponen el mundo patas arriba?

Los profesores de economía afirman lo mismo en las escuelas y universidades desde hace muchos años. Dicen que la tierra, el capital, el trabajo y la publicidad comercial son factores de producción.

Pero el capital no hace nada, ni la tierra, ni el trabajo, ni mucho menos la publicidad comercial. Lo hacen los trabajadores, empleados y algunos empresarios. ¿A qué se debe entonces la persistencia de estas tergiversaciones, de estos falsos enunciados? Tal vez al efec-

43. Cf. Rauter, E.A.: *Wie eine Meinung in einem Kopf entsteht. Über das Herstellen von Untertanen*, München, 1971, p. 12.

to de esta forma de presentar la producción, a saber: que los trabajadores y empleados consideran el capital como algo más importante que ellos mismos, a pesar de que son ellos quienes crean el capital. Esta modestia es el efecto. Es una cualidad de los esclavos.

El mundo empresarial consideró que la democracia había ido demasiado lejos en la década de 1960 y 1970. Baste recordar las revueltas universitarias contra la guerra de Vietnam en los EEUU, el mayo francés del 68 o el posterior junio de Berlín. Había que contrarrestar estos movimientos con campañas de propaganda directa o indirecta, influir en el contenido de las ideas académicas. Las subvenciones a la investigación aumentaron considerablemente. Pero este dinero adquirió un claro tinte ideológico con la creación de cátedras universitarias denominadas de “libre empresa”. Su función consistía en invertir la tendencia anti-empresarial dominante.

Numerosas fundaciones e institutos, como el American Enterprise Institute, grupos de expertos cooptados, los llamados *tanques pensantes*, dedicaron sus esfuerzos a la preparación y difusión de material educativo, programas de televisión, control ideológico de los medios, etc. Resumiendo mucho, estos recursos y esfuerzos culminaron poco después en la relación “universidad-empresa”. Esta creación sometió la teoría económica a los intereses de las empresas, contaminándola. Las investigaciones se orientaron entonces al interés particular y no al general.

En los 80, con Reagan y la Thatcher, se impuso el denominado neoliberalismo, la desregulación y privatización de lo público. Se institucionalizó la apología del militarismo, sin entrar para nada en el análisis de los efectos del gasto militar en la inflación y la produc-

tividad. El paro se justificaba como “voluntario”, como “tiempo de búsqueda de trabajo” por los trabajadores. Los controles medioambientales son improcedentes por sus elevados costes. Los economistas ignoran u ocultan sus beneficios sociales, incluido el de la salud de la población. Quienes expresan opiniones acordes con los intereses de las empresas reciben dinero abundante y disponen de todos los medios que deseen para publicar sus opiniones.

Una vez modelada la opinión profesional, su impacto en la pública equivale a un ejercicio brutal de violencia psicológica. Había que forzar el lenguaje para imponer al público la aceptación de una explicación de la realidad que no era más que pura ideología patronal.

En su fase actual, el capitalismo ha impuesto una serie de conceptos que camuflan su índole depredadora y contaminan las conciencias. Así, por ejemplo, desde hace unos decenios se define a sí mismo como *sociedad libre de mercado*.

Ahora bien, como en información no hay nada inocuo, la colocación del calificativo “libre” detrás de sociedad o delante de mercado se hace para destacar conscientemente que esta sociedad y este mercado son libres. Y eso, ¿por oposición a qué? A otras sociedades, a otras formas de organizar la convivencia humana y el intercambio económico que, según los ideólogos del capitalismo, ni son ni pueden ser libres.

Entre los conceptos más precisos de libertad están el de Baruch Spinoza, filósofo holandés hijo de emigrantes portugueses judíos, castellanizado Benito Espinosa, que la entendía como *conocimiento de la necesidad*, y el del biólogo evolucionista español Faustino Cordon, que la define como la *capacidad*

para prever la acción futura. La concepción histórico-materialista entiende que la libertad consiste en el conocimiento de la necesidad objetiva y en la subsiguiente capacidad de aplicar conscientemente las leyes de la naturaleza y de la sociedad a fin de obtener un dominio creciente sobre ellas. La libertad incluye también las condiciones económicas, políticas, jurídicas, espirituales, colectivas y personales. De ahí que esté sometida a un proceso histórico.

En las condiciones actuales del tardocapitalismo, las libertades introducidas por la burguesía a lo largo de los siglos XVIII y XIX se fueron reduciendo a “la libertad de comprar y vender”. Hoy día, la retórica de la “sociedad” libre presenta su cara más falaz. Solo violentando al extremo el lenguaje podrían calificarse de sociedades libres todas las que durante el siglo XX estuvieron sometidas a las feroces dictaduras de los nazis, los *tonton macoutes* de Duvalier, los Trujillo, Somoza, Videla, Pinochet, Mobutu, Idi Amín, y tantos y tantos más. La lista podría hacerse interminable, hasta incluir las del siglo que acaba de iniciarse, como las satrapías de Oriente Medio impuestas y sostenidas por las tropas neocoloniales de los EEUU y sus cipayos europeos. Ni uno solo de estos sangui-narios regímenes ha caído nunca fuera del concepto de “sociedad libre de mercado”.

La realidad es que el imperialismo le ha declarado la guerra a toda sociedad libre y democrática allí donde asoma y se opone a sus intereses depredadores. Como ilustración puede servir la brutal sinceridad con que se manifestó H. Kissinger ante el golpe fascista contra la democracia chilena el 11 de septiembre de 1973. A la pregunta de qué se debía salvar si la democracia o la economía, el entonces

secretario de Estado de Washington respondió sin el menor titubeo: “la economía”⁴⁴.

Se evidencia, entonces, que lo prioritario es la segunda parte de la frase en cuestión, el “libre mercado”.

Pero si se mira un poco más de cerca, el defensor a ultranza de esta libertad de mercado, los Estados Unidos, y se echa un vistazo a su legislación, no existe ningún país en el mundo que haya impuesto más leyes restrictivas a la libertad de mercado y de comercio. Como se sabe, estas restricciones a la libre circulación de mercancías son la causa principal de la pobreza de lo que se viene llamando el Tercer Mundo, esto es, la mayoría de los países.

Este falso lenguaje, diseñado conscientemente para engañar, cada vez convence a menos e indigna a más ciudadanos, ya sea de los países pobres o de los ricos. Las protestas multitudinarias de Seattle, Génova, Hong Kong, etc., elevan año tras año los niveles de conciencia. Cada día son más numerosos los artículos, los libros y los organismos populares que denuncian una situación injusta y falsa. Como dice Siv O’Neal:

El concepto de libre comercio enarbolado por los ricos como el salvador del mundo de la pobreza, el aumento del desempleo y la horrenda desigualdad no es más que un acto de prestidigitación, una ilusión vacía. Es una forma de engañarnos a todos para que creamos que algo positivo puede resultar de este inmenso engaño⁴⁵.

44. Este criminal de guerra, que para mayor sarcasmo recibió el Premio Nobel de la Paz junto con el general y político vietnamita Le Duc Tho en 1973, negociaba por entonces con su desnudo integral que se vendía como poster en los supermercados. El vietnamita renunció al premio.

45. O’Neal, Sir: “Los acuerdos de ‘libre comercio’ , hipocresía e ilusión”, en www.axisoflogic.com, traducido para www.rebellion.org y Tlaxcala por Germán Leyens, publicado 11-1-2006.

Pero los hechos son muy tozudos y ponen al descubierto la falacia de este lenguaje. Las desigualdades entre ricos y pobres aumentan en vez de reducirse. Sin incluir los de EEUU, 852 millones de personas pasan hambre en el mundo, otro 815 sufren desnutrición, 1.200 millones viven con menos de un dólar por día, 250 millones de niños realizan trabajos en condiciones de semiesclavitud, sin mencionar las carencias de medicamentos, escuelas, y otros derechos humanos fundamentales. El promedio de vida en África se ha reducido a 40 años.

Julio Yao sintetiza perfectamente lo que el capitalismo oculta tras el concepto de *libre comercio*. En la ponencia presentada en el Encuentro Internacional de Propuestas Alternativas en Agricultura, Acceso a Mercados, Comercio y Medio Ambiente, ante la Ministerial de la OMC, lo expresa así:

A la luz de la historia, el “libre comercio” es un eufemismo que entraña un conflicto semántico, una contradicción intrínseca. ¿Qué libertad le reconocieron los europeos a los pueblos africanos cuando se repartieron su continente sin pedirles permiso a los verdaderos dueños? ¿Qué libertad tenían esos pueblos africanos cuando se les obligó a firmar cientos de acuerdos comerciales y territoriales, todos los cuales fueron violados por los europeos? ¿Qué libertad tenían los pueblos africanos si ni siquiera libertad tenían para ser personas, cuando fueron sometidos a la esclavitud, a la trata y al comercio de esclavos, para enriquecer tanto a Europa como a Estados Unidos en las plantaciones, en las fábricas y ciudades? ¿Qué libertad tenían los pieles rojas,

los sioux, los cheyennes y otras nacionalidades de Norteamérica para reglamentar su comercio con los invasores cuando la única libertad que se les permitió fue la de entregar incondicionalmente todas sus riquezas, posesiones y patrimonios, todas sus vidas? ¿Qué libertad tenían los cubanos cuando les impusieron en 1903 la Enmienda Platt y cuando ocuparon Guantánamo? ¿Qué libertad tenían los panameños cuando en 1903 Estados Unidos les impuso un Tratado que firmó un extranjero, mediante el cual el Canal, construido para el “libre comercio”, quedaría a perpetuidad en manos de Estados Unidos, sin que se permitiese a Panamá siquiera comerciar en la antigua Zona del Canal?

Allí están, en las Secretarías General de las Naciones Unidas, los reclamos de estos pobladores indígenas al gobierno federal de Estados Unidos por las violaciones de cientos de tratados suscritos en el siglo XIX.

En el “libre comercio” de hoy no hay más libertad que la que tenían los esclavos y siervos para comerciar su mano de obra, es decir, su producción, su patrimonio y su vida, con los esclavistas y señores feudales. En otras palabras, ¡ninguna! Y ésta es la realidad de nuestro sistema internacional y del comercio internacional: su carácter es profundamente asimétrico y feudal.

No hay libre comercio cuando las partes negociantes o contratantes gestionan desde una base profundamente desigual de poder. No hay libre comercio cuando el objeto de la negociación —el comercio internacional— está rodeado de circunstancias estructuradas que se manifiestan

en beneficio de una de las partes y notoriamente en perjuicio de la otra. No hay libre comercio cuando el propósito de la negociación es en sí mismo un objeto ilícito, algo no susceptible de negociación, como lo es la forma y contenido de vida de los pueblos. No hay libre comercio cuando la negociación conlleva la aceptación de compromisos que atentan contra la ética, la solidaridad humana y el derecho a la vida.

No hay libre comercio si los acuerdos son el resultado predeterminado y lógico de las condiciones y estructuras que rodean la negociación. No hay libre comercio si no se produce la voluntad de las partes contratantes mediante su libre consentimiento. No hay libre consentimiento si la voluntad de una de las partes fue forzada, por los medios que sea, a aceptar un acuerdo. No hay libre comercio si las partes negociantes o contratantes carecen de capacidad jurídica para comprometer el destino de nuestros pueblos. Y si en las negociaciones no se verifican ni el libre consentimiento ni la capacidad de las partes contratantes o negociantes, los acuerdos comerciales quedarán viciados de nulidad y carecerán de validez jurídica⁴⁶.

La libertad de mercado y de comercio significa, por ejemplo, que Iraq no pudiera vender su petróleo para satisfacer las necesidades de su población y el desarrollo de su economía, o que España no pueda exportar a Venezuela 12 aviones defensivos por llevar piezas fabricadas por compañías estadounidenses. Pero el caso

46. Celebrado en Caracas el 16 de noviembre de 2005, publicada por www.rebellion.org el 20-11-2005.

más sangrante es el de Cuba, que sufre un bloqueo de 47 años con el firme propósito de ahogar su economía, su soberanía y, en última instancia, su revolución. Los EEUU, el paladín del “libre mercado” y de la “libertad de empresa”, no solo prohíben a sus nacionales vender o comprar productos a Cuba o de Cuba, sino que han promulgado leyes que castigan a quienes comercien con Cuba, aunque no sean ciudadanos o empresas estadounidenses. Ahí están las leyes Torricelli o Helms-Burton, por ejemplo. En ellas se legisla la organización de la sociedad cubana una vez que se reincorpore al capitalismo. Se establece, incluso, un organismo dedicado a la asignación de los huérfanos que ocasionará la intervención militar. ¿A cuántos piensan matar, entonces? ¿Qué negocios tienen maquinados con esos niños, su venta en adopción o la de sus órganos para transplantes a niños ricos?

Como hemos dicho en otro sitio⁴⁷, “a lo largo de miles de años, los seres humanos desarrollaron el lenguaje para la comprensión y la cooperación en la solución de sus tareas. Hoy día, las palabras y los conceptos se utilizan conscientemente para la confusión, para violentar el entendimiento y, en última instancia, imponer significados que se contradicen con la realidad”.

La Biblia (*Génesis*, 11) dice que Dios confundió a los que construían la torre de Babel para detener su progreso, haciendo incomprensible lo que hablaban. Parece como si el Sr. Helms, el Congreso y el Gobierno de los EEUU, todos ellos supuestos conocedores de la Biblia y defensores acérrimos de la civilización cristiana, se hubieran erigido en dioses modernos ocupados en confundir a las gentes e impedir que la humanidad

47. Cd. Romano, Vicente: *Estampas*, Barcelona, 2004.

avance hacia formas de convivencia más solidarias y justas que las actuales. Así, las palabras han perdido su significado original y adoptado el contrario. Nos hemos quedado sin lenguaje comprensible.

Hace más de 150 años, Karl Marx, un emigrante alemán estudioso del capitalismo y propugnador de otro orden social más humano, decía lo siguiente en el *Manifiesto comunista*: “Por libertad, en las condiciones actuales de producción, se entiende la libertad de comercio, la libertad de comprar y vender”⁴⁸. Ese tipo de sociedad, actualmente en el apogeo de su desarrollo, se autodenomina “sociedad libre de mercado”. Pero sus portavoces y gendarmes mundiales, con el Sr. Helms a la cabeza, niegan con los hechos lo que predicaban. Se bloquea, se embarga, se promulgan leyes que prohíben esa libertad de comercio. Hasta se bombardean cosechas y bosques con venenos (como en Vietnam) y se minan puertos (como en Nicaragua) con tal de impedir el libre tráfico de mercancías y personas. Ahora incluso se persigue y castiga a quienes comercien con los gobiernos que no agradan, o no se sometan. Para colmo, y que lo entienda quien pueda, el Congreso norteamericano la denomina “Ley de la Libertad y la Solidaridad democrática con Cuba”.

Ninguna de las sanguinarias dictaduras latinoamericanas, ni del mundo, incluida la de Pol Pot en Camboya, ha sido derrocada por los congresistas y militares norteamericanos en aras de la libertad de sus pueblos. Ni a Pinochet, ni a Somoza, ni a Trujillo, ni a tantos otros se les aplicó una ley para la libertad y la solidaridad. Todas las intervenciones, y han sido muchas, se hicieron y se hacen para derrocar

48. K. Marx y F. Engels: *Manifiesto comunista* (1848), capítulo 2.

los gobiernos democráticamente elegidos o impedir que se eligieran. Allende, en Chile, Juan Bosch en la República Dominicana, Jacobo Arbenz en Guatemala, Fidel Castro en Cuba, Hugo Chávez en Venezuela, etc. Para los Helms y demás adalides de la democracia, los “buenos” son quienes asesinan y desaparecen a miles de personas, quienes “limpian” de niños abandonados (35 millones solo en América Latina) las ciudades matándolos porque perturban la estética urbana, quienes esquilman a sus países con desfalcos de las cajas nacionales y depositan el dinero en Miami o en Suiza, y así sucesivamente. Los “malos” en cambio son los que construyen escuelas, reducen la mortalidad infantil y socializan la pobreza, quienes se esfuerzan por defender al humilde y mejorar las condiciones de vida y de trabajo de sus pueblos.

Defender lo colectivo, lo común, lo solidario, lo humano, es la barbarie. Mientras que practicar el egoísmo, la ley del más fuerte, la ley de la jungla, aunque sea de asfalto, es la civilización.

La base de la cultura cristiana que el Sr. Helms y los legisladores norteamericanos defienden y propagandan es la familia. Pero las leyes que hacen prohíben a los cubanos residentes o nacionalizados en EEUU ayudar a sus familiares necesitados en Cuba. Practicar obras de misericordia, como ayudar con medicamentos a los enfermos cubanos que los necesitan es, según la Ley de la Libertad y de la Solidaridad de Helms-Burton, “traficar con el enemigo” y, por lo tanto, acción merecedora de las mayores penas. O sea, que esta ley, más aún que las anteriores, castiga a quienes ayudan y premia a quienes explotan al prójimo.

Los defensores de la paz, como se autodenominan los gendarmes mundiales, utilizan el lenguaje de

la guerra, aunque no la declaren, pero sí la practican. Esta Ley de la Solidaridad exige que se devuelvan a sus propietarios anteriores las propiedades confiscadas por el gobierno revolucionario. Si así se hiciese, Cuba entera pasaría a ser una propiedad de los ciudadanos norteamericanos, pues, las hectáreas que reclaman esos “damnificados” exceden en mucho la superficie total de la isla. ¿Qué quedaría entonces de la soberanía tan ensalzada por la propia Constitución yanqui? ¿Hasta qué punto están dispuestos a aplicarse a ellos mismos la ley que pretenden imponer a otros y devolver a sus propietarios originales, en este caso colectivos, esto es, las tribus indias de Norteamérica, las tierras que les arrebataron a tiros durante los siglos XVIII y XIX?

En la escuela se enseña que el sol sale por Oriente y se pone por Occidente, y que Japón es el país más oriental, el país del sol naciente. Pues, no señor. Según el lenguaje de los Helms, Japón es un país occidental y Cuba, oriental. Los ejemplos son tan numerosos que cada cual puede buscarse los suyos, si quiere. Sería un buen ejercicio de salud mental.

Este uso del lenguaje para confundir lo aplicaron antes Goebbels y sus partidarios nazis y fascistas. Así que ¡Heil, Helms! Dios salve a Vd. y a su Congreso, y al *friendly fascism* que quieren imponer al mundo.

Esto, francamente, ya no hay quien lo entienda. Habrá que destruir la moderna torre de Babel y recuperar la claridad de las palabras. Nos han privado hasta del lenguaje. Se amplía la democracia aumentando, con la claridad, el número de personas capaces de reconocer y articular sus intereses y necesidades. Pero no confundíndolas. Por eso la realidad es el mejor modificador de la conciencia, la que termina por imponerse. De ahí que la tarea primordial de los ampliadores de concien-

cia, los periodistas, escritores, artistas, cineastas, etc., sea mostrar la realidad tal cual es. Así se verá lo que hay que modificar en ella.

Por eso uno no tiene más remedio que solidarizarse con la declaración de los escritores y artistas cubanos cuando afirman: “Luchamos y creamos por la belleza, la justicia, la solidaridad y la dignidad. Ni el odio, ni la sinrazón, ni la soberbia, que nublan la política anticubana del Gobierno y del Congreso de los Estados Unidos conseguirán apartarnos de tan nobles razones”.

Sin embargo, el imperialismo no para de proclamar la “libertad de empresa”, uno de los principios sagrados de los comienzos del capitalismo (Adam Smith).

La libertad de empresa, la libre circulación de mercancías y capitales, es el principio fundacional, la viga maestra de la formación social capitalista. Este imperativo categórico ha constituido el argumento terminante utilizado contra toda alternativa de organizar la sociedad de otra manera. De ahí que, por contraposición, el socialismo, que intenta regular la libertad burguesa de comprar y vender, no se considere una sociedad libre, esto es, se repruebe como carente de mercado.

Pero veamos algunos ejemplos concretos de cómo entienden los EEUU, y sus socios del Primer Mundo, esta libertad de mercado.

Estados Unidos es el país que más restricciones impone a la importación de mercancías de otros países. Quien lo ponga en duda, que se lea la legislación pertinente y los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio. O que se lo pregunte a los gobiernos de los muchos países pobres que tantas dificultades tienen para vender sus productos en condiciones de igualdad a los pocos ricos. No contento con esto, prohíbe la

exportación a los países que no se someten al dictado de los intereses de las empresas y gobernantes yanquis. Incluso se les imponen bloqueos y embargos, como el que sufre Cuba desde hace 47 años. Si es necesario, se minan los puertos de acceso o se hunden a cañonazos los barcos que lleven alimentos a esos pueblos, como fue el caso de Nicaragua. Se arruinan por todos los medios, incluidos ataques bacteriológicos y químicos, las economías de países y continentes, Vietnam, Iraq, África o América Latina. Los campesinos de Iraq no podrán usar más sus semillas. Tendrán que pagar patentes a Monsanto y Cargill.

Pero la madre de todas las infamias se encarna en negar la salud y el derecho a la vida de pueblos enteros con el pretexto de que lo exige la defensa de sus intereses nacionales, léase el lucro de sus empresas privadas. Así, el Gobierno de los EEUU impidió el martes 18 de enero de 2003 que la OMC (Organización Mundial del Comercio) regulara el acceso de los países pobres a medicamentos más baratos, e incluso que se discutiera una propuesta brasileña para permitir que compren genéricos. El fundamentalismo de la administración Bush la ha llevado a cortar su aportación al Fondo de Población de las Naciones Unidas (FNUAP) con la excusa de que este organismo favorece el aborto. Pero esos mismos fundamentalistas no tienen el menor reparo en dedicar miles y miles de millones de dólares en armas para masacrar seres humanos, incluidos los niños, claro está.

Las cadenas libres de la televisión norteamericana (ABC, CBS, NBC) no sienten vergüenza alguna en presentar a los africanos como los causantes de sus hambrunas y epidemias, según demuestra un estudio efectuado por la revista *Extra!* (diciembre de 2002).

Estos grandes medios, libres y democráticos, se olvidan siempre de mencionar a los verdaderos generadores de tantas desgracias, como se denunció en la Cumbre de Johannesburgo, a la que Bush se negó a asistir.

Como es bien sabido, Haití, el primer país americano que se emancipó de la dependencia colonial y abolió la esclavitud, es también el más pobre del hemisferio. “Allí —dice Eduardo Galeano— hay más lavapiés que lustrabotas: los niños que a cambio de una moneda lavan los pies de clientes descalzos, que no tienen zapatos que lustrar”⁴⁹. El 80% de su población de 8 millones vive en la más absoluta pobreza. Durante varias decenas de años estuvo sometido a la sanguinaria dictadura de Duvalier y su hijo Baby Doc, cuyos *tontons macoutes* aterrorizaban y asesinaban a discreción. Estados Unidos no opuso la menor objeción a sostenerlo con cuantiosas subvenciones y ayudas.

Pues bien, tras la elección democrática de Jean-Bertrand Aristide en 1990, reelegido otra vez en noviembre de 2000, EEUU bloqueó las ayudas y préstamos a Haití, y utilizó su veto en el BID (Banco Interamericano de Desarrollo) para mantener el embargo a este pequeño y empobrecido país. Las ayudas vetadas, 30 millones de dólares para salud y 300 para infraestructuras y educación, hubieran mejorado considerablemente la asistencia médica y evitado muchas muertes innecesarias. Para hacerse una idea de tamaña perversidad, baste pensar que uno solo de los cientos de misiles de crucero lanzados contra Afganistán e Iraq, cuesta ya esos 400 millones de dólares. Como denuncia la ONG estadounidense Zanmi Lasante, ese embargo está penalizando a un

49. En su libro *Las venas abiertas de América Latina*.

pueblo cuyo crimen ha consistido en elegir él mismo, y por amplia mayoría, a su presidente.

De modo análogo, y con el sempiterno pretexto de la defensa de sus intereses comerciales, EEUU vetó en 2001 la adopción de un Protocolo del Convenio de Armas Biológicas, ha rechazado el Protocolo de Kioto sobre cambio climático, se ha negado a firmar el Tratado de Prohibición de las Minas Antipersonales, que tantos niños mata e invalida, así como el Tribunal Internacional sobre Crímenes de Guerra, etc.

En relación con su política en el Próximo y Medio Oriente y su defensa de las tiranías allí existentes, James Woosley, antiguo director de la CIA, la justificaba así el 14 de noviembre de 2002 en una conferencia pronunciada en la Universidad de Oxford: “Una de las razones por las que no tenemos más democracias en Oriente Medio es porque hemos contemplado Oriente Medio como nuestra gasolinera”.

Ante tales comportamientos, cada vez le va a resultar más difícil a EEUU alardear ante el mundo que es el garante de las libertades. Como el ser humano tiene la capacidad de pensar. Por consiguiente, la mayoría de los hombres y mujeres de este mundo se están percatando de que su imperio económico-militar se está socavando con el desmoronamiento de su imperio moral. Ya solo pueden convencer a las escasas minorías que se lucran con su política inhumana.

La mordaz ironía de El Roto sintetiza esta libertad en una de sus mordaces viñetas con esta frase lapidaria: “Lo llaman sistema de libre cambio, pero si lo intentas cambiar, te despiden”.

En suma, la libertad de comercio y de mercado se reduce a la libertad de los ricos para venderles a los pobres sus productos y servicios.

El “neoliberalismo” nos martillea el cerebro con una andanada de términos falsos que ocultan y embellecen sus acciones depredadoras e inhumanas. Entre ellas destacan las siguientes: *competitividad, eficiencia, productividad, flexibilidad, globalización, monetarización*.

Competitividad

La libre competencia es uno de los argumentos falaces divulgados por el capitalismo. Está tan imbuido en la conciencia social que hasta los mismos representantes de la izquierda tradicional europea lo aceptan. El imperativo categórico de esta organización social es que la economía debe ser competitiva, que para tener éxito en la vida hay que competir, ser competitivos. Sin embargo, la biología evolucionista nos dice que la humanidad surgió de la cooperación y la solidaridad. La competencia, la lucha por el territorio y el alimento es la ley de la selva, la animalidad. Los homínidos se fueron desprendiendo de su animalidad y convirtiéndose en seres humanos a medida que fueron cooperando solidariamente en la conquista de su medio. Defender y practicar la *competitividad* equivale a proclamar la ley de la selva como principio rector de nuestro comportamiento, a destacar la animalidad frente a la humanidad. El capitalismo niega así la verdadera naturaleza del ser humano, su índole solidaria y cooperante. El capitalismo es pues, la negación humana, la inhumanidad. Carlos Marx, quien dedicó su vida al estudio del capitalismo, escribió, hace ya más de 150 años, esto sobre la competencia:

La competencia aísla a los individuos, no solo a los burgueses, sino más aún a los proletarios,

enfrentándolos a unos con otros, a pesar de que los aglutine. De aquí que tenga que pasar largo tiempo antes de que estos individuos puedan agruparse, aparte de que para esta agrupación —si esta no ha de ser puramente local— tiene que empezar por ofrecer la gran industria los medios necesarios, las grandes ciudades industriales y los medios de comunicación rápidos y baratos, razón por la cual solo es posible vencer tras largas luchas a cualquier poder organizado que se enfrente a estos individuos aislados y que viven en condiciones que reproducen diariamente su asilamiento. Pedir lo contrario sería tanto como pedir que la competencia no existiera en esta determinada época histórica o que los individuos se quitaran de la cabeza aquellas relaciones sobre las que, como individuos aislados, no tienen el menos control⁵⁰.

Eficiencia

El diccionario la define como virtud y facultad para lograr un efecto determinado. La noria de la producción capitalista implica la acción conjunta de varios procesos. Los diversos agentes económicos que actúan en el capitalismo tienden a la maximización del beneficio y al crecimiento económico. Esto es lo que los economistas del sistema denominan “eficiencia”. La palabra suena bien. Pero lo que en realidad significa es reducción de los costes laborales y uso creciente de la tecnología. Esto es, despidos cada vez más frecuentes y numerosos, sueldos cada vez más bajos, empleo cada vez más precario. En suma,

50. Marx, C. Engels, F.: *La ideología alemana*, La Habana, 1966, nota de C. Marx en la p. 67.

la aceleración de la noria del capital, el aumento de la “eficiencia” se traduce en mayores gastos sociales.

Productividad

La eficiencia suele ir acompañada del concepto de productividad. Nos dicen que el aumento de la *productividad* es esencial. Pero si se mira de cerca, el término productividad es, por lo menos, ambiguo, en particular cuando se aplica al conjunto de la economía. Es algo difícil de medir. Así, si un grupo de trabajadores aumenta la producción de una empresa a costa de su salud, ¿es buena la productividad?

Como se sabe, existe un abismo enorme entre los beneficios de la productividad y los salarios de los trabajadores a lo largo de los últimos decenios. Las fantasías de los economistas del sistema nos quieren convencer de que el aumento de la productividad se traduce en mayores salarios. Cualquiera puede comprobar esta falacia. La realidad es la precariedad en el empleo, los contratos basura, el trabajo semiesclavo de mujeres y niños para sobrevivir, etc.

El énfasis de los economistas oficiales en la tecnología como factor decisivo y su fijación en el libre comercio lo venden como beneficio evidente para los trabajadores. Pero, aparte de los contratos basura, el resultado ha sido eso que se denomina deslocalización (externalización), tanto del trabajo especializado como no especializado.

Flexibilidad

Así, para facilitar a los empresarios el despido, se habla de “flexibilidad”, concepto que se emplea como panacea para resolver los problemas de la economía. En realidad es un término doloroso para todo trabaja-

dor y trabajadora desempleado/a. Cuando un sector de la economía o una empresa ha tenido pérdidas se dice que ha tenido un “crecimiento negativo”. El concepto de “pérdidas” se utiliza para indicar que una empresa ha ganado menos que el año anterior, por ejemplo, que ha ganado 32 mil millones en vez de los 35 mil el ejercicio anterior.

La población de un país se cosifica en “capital humano”, “material humano”, “recursos”, “consumidores”, etc. Semejante lenguaje inhumano se encarga de incluir en los balances algo que no es calculable, contable. Si se prescinde de su contenido religioso del siglo XVI, ¿qué significa hoy la palabra “reforma”? El diccionario de la lengua recoge su sentido positivo de innovación o mejora de algo. Cuando se habla de innovación y mejora de una sociedad, se utiliza el término de “revolución”, y para dar marcha atrás el de “contrarrevolución”. Pero para darles la vuelta a las reformas (mejoras) de la sociedad no existe la palabra “contrarreforma”.

Se hacen reformas en una casa para mejorarla, pero no para empeorarla. Aplicada al empleo no es así.

El Banco Mundial ha reconocido que las reformas del gobierno militar convirtieron a Chile en un laboratorio de la “escuela de Chicago”, y que no se informó al público de los cambios efectuados. Esa experiencia se denominó “una lección de pragmatismo”. Considerando que el Banco Mundial apoyó a Pinochet, el nombre refleja su propio pragmatismo.

Globalización

Con la extensión del capitalismo a todo el mundo, el lenguaje del imperio ha introducido un nuevo concepto, el de *globalización*. Se significa con él la generalización

del modelo capitalista a la economía mundial, la desregulación de las trabas nacionales a la libre circulación de capitales y empresas (externalización), en suma la uniformidad del mercado. Este fenómeno lleva implícita la mundialización de la conciencia, la uniformidad del pensamiento y del lenguaje.

Sí, la globalización del capitalismo ha aumentado la interconexión e interdependencia de los estados y de las economías, la velocidad de circulación del capital y de las comunicaciones. Y, junto con todo eso, la de los movimientos humanos, las migraciones, voluntarias o forzadas, de millones de seres humanos. Ha acelerado el flujo de riquezas desde los muchos países pobres a los pocos ricos, con la inseparable compañía de la deuda externa.

La globalización neoliberal ha reportado beneficios inmensos al capital, ya sea financiero, especulativo, depredador. El saqueo de Iraq por la Autoridad Provisional de la Coalición, eufemismo con que se denomina la ocupación usamericana y británica de este país mártir, constituye un buen ejemplo de la libre circulación de capitales. Miles y miles de millones de dólares han desaparecido del país sin que nadie diga a qué cuentas corrientes han ido a parar⁵¹.

Así que lejos de llevar la libertad y el bienestar al mundo, esta globalización capitalista ha impuesto la derecha radical, el neofascismo. La prometida prosperidad y erradicación de la pobreza y del hambre ha sido un rotundo fracaso. Ha incrementado las desigualdades, extendido toxinas en la cadena alimentaria, empeorado la salud, proletarizado las clases medias, como en Argentina o Brasil, y más y más.

51. Véase Khor, Martin: "¿Adónde fue a parar todo el dinero de Iraq?", www.rebellion.org, 19-10-2005.

Como ilustración de la libertad de capitales puede servir el hecho de que desde 1970 al 2006 los países pobres han pagado 30 veces el importe de la deuda contraída con los organismos financieros de los ricos. Y si se toman en consideración los capitales evadidos hacia ese primer mundo, la cantidad se eleva a 80 veces el monto de la deuda. Esta es la tan cacareada libertad de movimiento y de circulación de los capitales.

¿Qué artilugios lingüísticos puede seguir utilizando el capitalismo para convencernos de que esto es progreso? Para los detentadores del capital, sí, pero para la inmensa mayoría de la población mundial solo significa mayor empobrecimiento y angustia. Los beneficiarios son las industrias de armamento, las petroleras, los intereses financieros del imperio.

No obstante, cada día aumentan los grupos sociales y pueblos que despiertan del engaño y emprenden acciones emancipadoras. Ahí están el ALBA (Alternativa Bolivariana para América) frente al ALCA (Área de Libre Comercio para las Américas), patrocinada por los EEUU, la Revolución Bolivariana de Venezuela, el triunfo del aymará Evo Morales y su MAS (Movimiento al Socialismo) en Bolivia, los movimientos indigenistas de Perú, México, etc. “Contra la globalización imperialista” —afirma Alfonso Sastre— “los rojos tenemos las armas de la solidaridad y del internacionalismo”⁵².

La conciencia de que la libertad de comercio solo se traduce en pobreza y sumisión de los países pobres de América, Asia y África se extiende como balsa de aceite. Véase, por ejemplo, la resolución de los sindi-

52. Sastre, Alfonso: *La batalla de los intelectuales*, La Habana, 2003, p. 40.

catos del Sur de África, adoptada en Windhoek, capital de Namibia, el 7 de diciembre de 2005⁵³.

Monetarización

En la “sociedad libre de mercado” todo se convierte en dinero, la mercancía universal. No solo se mercantilizan los productos del trabajo, los objetos creados por el ingenio humano, sino también los sentimientos, las carencias y angustias, y hasta las mismas personas. Es el éxito del capital financiero.

53. Resumimos los párrafos que consideramos más pertinentes: “PREOCUPADOS por los niveles de pobreza, desempleo y exclusión social en África; la falta de acceso a la educación y formación, salud, propensión a enfermedades y sobre todo HIV/sida, tuberculosis, malaria y otras enfermedades infecciosas; por los prolongados conflictos en algunos países; el peligro que supone no alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio; la falta de protección social que afecta especialmente a las mujeres, a la juventud, a personas con discapacidad, a los mayores y a los niños, y la situación de la mayoría de los trabajadores, sujetos a malas condiciones de salud y seguridad; PREOCUPADOS ADEMÁS porque la globalización no regulada conduce a crecientes desigualdades, a la erosión de los derechos de los trabajadores, al crecimiento del paro, al aumento del número de “*working poor*” sobretodo en la economía informal, a las privatizaciones, a la reducción del papel del Estado, a devaluaciones, a la supresión de subsidios, a que los costes de salud y educación tengan que ser sufragados por todos los ciudadanos; a la desregulación de los mercados de trabajo; CONSTERNADOS por algunas normas de la OMC que suponen un atentado hacia los servicios públicos, según se postulan en el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS), REAFIRMAMOS que los servicios públicos vitales —educación, salud, agua, transporte público y otros servicios de primera necesidad— deben ser excluidos de las negociaciones sobre la liberalización del comercio que tienen lugar bajo sus auspicios, y que los gobiernos deben retener el derecho a regular y proteger el interés público; ESPECIALMENTE ESTUPEFACTOS por el hecho de que los medicamentos imprescindibles para la vida (para enfermedades como Sida/HIV, tuberculosis y malaria) están negados a los pobres por la insistencia de los países desarrollados en salvaguardar los derechos de propiedad intelectual, contenidos en el acuerdo TRIPS; POR TODO LO ANTERIOR, ACORDAMOS LO SIGUIENTE:

3.- Llamar la atención de nuestros gobiernos para impedir una carrera hacia lo más bajo, al estar obligados a competir unos contra otros rebajando durante este proceso las normas del trabajo para atraer inversión extranjera directa.

7.- En el sector agrícola, llamamos a los países desarrollados a eliminar todas las formas de barreras arancelarias y no arancelarias sobre los productos provenientes del Sur, y que el Acuerdo sobre Agricultura asegure el respeto de los trabajadores agrícolas, e intensifique la seguridad alimentaria para todos.

10.- Pedimos más transparencia y democracia en los acuerdos comerciales internacionales, incluyendo los procesos de toma de decisión en la OMC, y la accesibilidad de los sindicatos y representantes de otras organizaciones democráticas a la OMC”.

La monetarización es un artilugio del capital para exprimir a los más pobres lo poco que aún les queda del estado social. Así, en la Federación Rusa, lo que queda de la extinta Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas, los advenedizos capitalistas que la gobiernan han descubierto la magia de la monetarización mediante la cual las antiguas prestaciones sociales se convierten en moneda de curso legal. Las ayudas que en el régimen socialista anterior permitían sobrevivir a los más desvalidos, el actual régimen capitalista las sustituye por unas monedas.

Los subsidios al transporte, vivienda, alimentación, asistencia sanitaria, etc., significaban la supervivencia para muchos. El avisado gobierno de Putin los ha cambiado por cien rublos. Pero los pobres tienen que pagar ahora por esos servicios 500 en el “mercado libre”. No es de extrañar, por tanto, que la población de Rusia disminuya cada año en un millón de personas, ni que la esperanza de vida se haya reducido en más de diez años hasta ocupar ahora el 136 en el mundo, ni que se vendan niños para traficar con sus órganos, ni que un tercio de los rusos no llegue vivo a la edad de jubilación, ni que la principal causa de muerte sea el suicidio. Estas son, entre otras, las ventajas de la monetarización.

Desmaterialización

Una de las consecuencias de esta contaminación lingüística del lenguaje de la economía es la desmaterialización, la abstracción de toda referencia a la materialidad de los procesos sociales.

“La muerte de la distancia”, “El mundo ingrávido”, la “Economía digital”, “La organización virtual”, son algunos de los títulos de libros publicados a finales

de los 90, en el cambio de siglo, en pleno apogeo de la globalización. Los prefijos “ciber”, “tele” o simplemente “e” (por electrónica), los adjetivos “virtual” o “en red” se puede colocar ante una serie casi infinita de substantivos abstractos. En el ámbito de la economía, por ejemplo, con “empresa”, “tienda”, “comercio”, “trabajo”, “banca”, “compra”, etc. Igualmente se pueden aplicar a otros ámbitos, como “cultura”, “política”, “democracia”, “sexo”, “espacio”, etc.

Se tiene la sensación de que ha surgido algo nuevo. El mundo, tal como lo conocemos, se está desmaterializando, se esfuma, se desvanece. Parece como si la acción humana se redujese a la mera manipulación de abstracciones ante la desaparición del mundo empírico.

Ha surgido una nueva ortodoxia para la que la única fuente de valor es el “conocimiento”. El trabajo es algo contingente y deslocalizable, la globalización es inexorable e inevitable. Por lo tanto, es inútil resistirse a ella.

Ursula Huws se posiciona contracorriente y se pregunta hasta qué punto es cierto que se ha desmaterializado la economía, se expanden los servicios y qué aportación hace el “conocimiento”, esto es, las TIC (tecnologías de la información y la comunicación), al crecimiento económico⁵⁴.

Tendríamos así un mundo paradisiaco de geografía sin distancia, historia sin tiempo, valor sin peso, transacciones sin dinero. En suma, la realidad como simulacro (Baudrillard), como ilusión.

Mas, el fenómeno de la deslocalización de las fábricas desde los países ricos del Primer Mundo a los pobres del Tercero, el hecho de que la inmensa mayoría de la población siga sin tener acceso a las TIC, esto es,

54. Cf. Huws, Ursula: *The making of a cybertariat. Virtual work in a real world*, Nueva York-Londres 2003, pp. 126 y ss.

al “conocimiento” tal como se define hoy; que la tierra se siga cultivando con máquinas modernas y pesadas, y que todos los bienes materiales haya que transportarlos de un sitio a otro, no son nada ilusorios ni ingrátidos. No ocultan la realidad brutal, nada virtual, del carácter depredador, inhumano, de esta fase del capitalismo.

La matematización de la economía lleva a eufemismos tan encubridores como el de “crecimiento negativo” por menos ganancias, o el de “redistribución negativa de los ingresos” por empobrecimiento de los trabajadores y de las masas populares.

Como ya hemos expuesto en otro sitio⁵⁵, uno de los principios más caros de este modelo de sociedad dice que “una situación económica es ideal cuando la economía se expande, suben los sueldos y aumentan las ganancias, hay pleno empleo y los precios se mantienen relativamente estables”.

Analicemos a qué acciones y omisiones nos quiere inducir este texto. La frase abunda en supuestos, en hipótesis sin confirmar. Y las hilvana con tanta prisa que apenas deja tiempo para preguntar. Para despedazar las hipótesis no hay nada mejor que hacer preguntas. Si hacemos las preguntas adecuadas podemos descubrir cómo la economía y los economistas están también al servicio de intereses políticos específicos. Podemos averiguar cómo propagan e inculcan una interesada cultura de la economía.

No todo el mundo está entrenado para discernir las partes de un enunciado que contienen premisas falsas. A menudo tampoco sirve de mucho la instrucción, sobre todo si carecemos de saber y medios para analizar un enunciado y éste no se puede demostrar con la lógica.

55. Cf. Romano, Vicente: *La formación de la mentalidad sumisa*, varias ediciones.

Si no bastan la experiencia y el saber para reconocer la falsedad de una premisa, nos queda aún otro método útil para conseguir los conocimientos que nos faltan. Casi todas las dudas de un enunciado se pueden aclarar con preguntas. Gracias a ellas, las incertidumbres se traducen en conocimientos. Solo el saber puede impedir que surjan convicciones falsas en nuestras cabezas. Estas convicciones nacen de afirmaciones que no hemos examinado ni entendido.

Analicemos ahora la mencionada definición de la situación económica ideal. La definición contiene varios enunciados. Uno de ellos dice así: “Una situación económica es ideal cuando hay... pleno empleo”. Si se acepta este enunciado también hay que aceptar su contrario: fuera de la situación ideal, en la realidad, no hay pleno empleo. La realidad, y hemos de aceptarla, es que hay personas que no encuentran ningún trabajo, bien por ser demasiado viejas para los consumidores de fuerza de trabajo, bien porque éstos las despiden. La última fórmula utilizada para despedir es más o menos la siguiente: “Ha sido considerado usted *persona no indispensable*”. La frase significa que los trabajadores no tienen ninguna garantía real de disponer de ingresos seguros. Si estamos de acuerdo con la hipótesis también lo estamos con que nos extorsionen y arrojen a una situación de penuria financiera en el futuro. Decimos entonces: está bien que se nos extorsione (que es peor no ser explotado que serlo). Al afirmar que el pleno empleo es una situación ideal, y no un derecho, nos engañamos nosotros mismos. Aceptamos que debemos pedir trabajo, consideramos correcto que cualquier persona, y en cualquier momento, puede decidir cómo vivimos, si esa persona ha heredado una fábrica o un determinado paquete de acciones. Esa afir-

mación no responde a nuestros intereses. También nos pueden obligar a aprender una frase como ésta: “Una situación económica es ideal cuando cada ocho meses le regalamos una paga al empresario”.

Otro enunciado afirma que “una situación económica es ideal cuando la economía se expande”. Se trata de una afirmación poco clara. La leemos y oímos en todos los periódicos y emisoras. La consideramos verdadera porque otros también la repiten. Dentro de nuestra cabeza llega a convertirse en convicción. Pero también esta se puede desmoronar a base de preguntas. Algunas afirmaciones solo se consideran verdaderas por la mayoría porque son falsas. Por eso tienen tan amplia difusión, porque muy pocas las tienen por verdaderas. La mayoría de la gente cree que las representaciones, ideas, sentimientos y conceptos salen del interior de sus cabezas. Ignoran que recorren el camino inverso, de fuera a dentro.

Sin notarlo, el enunciado lleva a nuestra conciencia varios supuestos. Uno de ellos pretende hacernos creer que es útil producir cada vez más mercancías y ofrecer cada vez más servicios. Puede ser provechoso y puede ser perjudicial: depende de los productos y de los servicios. Tampoco se aclara este supuesto.

Un segundo supuesto es el de que se puede consumir más si se produce más. Si esto fuese cierto, significaría que los trabajadores podrían determinar cómo se emplean y distribuyen los productos de su trabajo. Pero eso chocaría contra la ley. La ley determina que los productores dejen una parte del producto de su trabajo a los propietarios del capital, a los poseedores de los centros de producción.

Lo que pasa en las fábricas demuestra que eso de “a mayor rendimiento más consumo” es hablar por

boca de ganso o una burda mentira, según de qué boca salga. Los que hablan por boca de ganso pasan por alto hechos esenciales y los que mienten los silencian.

Es bien sabido que las mujeres perciben un salario inferior al de los hombres por hacer el mismo trabajo que ellos. Así, y por citar tan solo a tres de los países que se suelen poner de modelo, las ventajas de los precios de los productos japoneses dependen en gran medida de la explotación de una mano de obra femenina barata. Las mujeres japonesas ganan menos de la mitad que los hombres y, como en España y en la mayor parte del mundo, muchos de los trabajos más ingratos e insignificantes los realizan las mujeres. El 40% del trabajo social de la producción social de Alemania lo efectúan mujeres sin que cobren nada a cambio. En los Estados Unidos, el salario medio de la mujer trabajadora norteamericana equivale tan solo a 58% del salario medio del varón. También aquí ocupan las mujeres las categorías laborales más bajas y precarias.

La susodicha economía en expansión no altera la reforzada explotación de la mujer. La situación de las mujeres trabajadoras no se modifica porque trabajen con más rapidez o produzcan todavía más.

Se podría empezar diciendo que el aumento de la producción general supone un beneficio tan grande para todos que, a cambio de él, podría aceptarse la discriminación de las mujeres. La ventaja de ese crecimiento sería el mejor abastecimiento de los ciudadanos con bienes de consumo. Otra ventaja sería el abaratamiento de los productos. Cuantos más ejemplares de un mismo producto se fabriquen tanto más bajos serán los costes de producción por ejemplar.

Sin embargo, los estudios muestran que el mejor abastecimiento de la mayoría con bienes de consu-

mo no depende tanto del aumento de la producción como de que se produzcan *otras* mercancías en *mayor* cantidad. Así, por ejemplo, los fabricantes de automóviles producen unos cien tipos diferentes de encendidos, que por fuera parecen iguales. La mayoría de ellos apenas se diferencian entre sí por las llaves, los contactos, el mecanismo eléctrico y mecánico, etc. Los fabricantes no pueden ponerse de acuerdo porque, según ellos, cada cliente tiene sus gustos. Pero al menos la mitad de la producción de encendidos no satisface las necesidades técnicas de los coches ni de los compradores. Solo satisfacen las necesidades de venta de los fabricantes.

Otro tanto puede decirse de las antenas. En algunos centros de trabajo se producen motores eléctricos que no sirven nada más que para sacar, presionando un botón, las antenas de los coches cuando se conduce. Los trabajadores conocen muchos más ejemplos de despilfarro de su fuerza de trabajo, o de productos que solo sirven para la destrucción. Y no hay que recurrir a la fabricación de armas, donde el despilfarro es obvio. Piénsese en el truco de que las cámaras estrechas de filmar no se pueden reparar sin romper la caja que las contiene.

Hace unos años hubo una huelga de periódicos en Nueva York que duró 80 días. Durante ese tiempo apenas salieron periódicos y, por tanto, apenas hubo reclamos comerciales, anuncios publicitarios. Los comerciantes neoyorquinos se quejaron de que las ventas descendieron en varios miles de millones de dólares. Las mercancías que la gente no compró durante esos 80 días no las necesitaba.

No es esta la única prueba de que con los reclamos publicitarios se puede incitar a las personas a comprar cosas que no se necesitan.

El gasto en publicidad crece el doble que el PIB. En total, unas cinco o seis supercompañías surgidas en la década de 1990 dominan un mercado de unos 350 mil millones anuales. Los gastos de la industria del reclamo se incluyen también como producción. En una economía en expansión aumentaría también esta forma de despilfarro.

Las mercancías más caras destinadas a un pequeño sector de consumidores ricos, un Rolls Royce o un gran yate, por ejemplo, no son rentables para la TV. La televisión dispone de audiencias masivas, por eso es rentable anunciar bienes de consumo masivo: jabón, detergentes, artículos de limpieza (compresas, desodorantes) cosmética, alimentación, medicamentos sin receta.

¿Por qué ha de incrementarse la producción si resulta difícil convencer a las personas de que necesitan determinadas mercancías? Apenas desaparecen los anuncios las compran menos. En la actualidad se producen demasiadas mercancías inútiles. Su única utilidad es el enriquecimiento de los fabricantes que las producen. En cambio no se producen suficientes mercancías útiles, como demuestra el hambre del mundo.

Aunque los fabricantes pueden producir más mercancías de las que pueden vender sin los gastos publicitarios, no por eso son más baratas. Cada año producen más mercancías, y cada año aumentan las ventas en cierto porcentaje. A pesar de todo suben los precios. Los economistas no se cansan de decir que cuanto más se produzca tanto más se abaratarán las cosas. Esto es cierto, pero las mercancías solo son más baratas en la producción, no en la venta. Los trabajadores de las fábricas se dejan en ellas la salud para que luego suban los precios de las cosas que tienen que

comprar. Cuanto mayor es su rendimiento tanto más caros se venden sus productos. Una de las principales ventajas de la “expansión” económica, a saber, la reducción de los costes, se la llevan los empresarios.

Los teóricos que dicen que los precios bajan cuando la producción aumenta, nos reprochan que también bajarían si la gente no consumiera tanto. De repente ya no es válido el argumento anterior. Ahora el argumento es este: los precios bajan al aumentar la producción suponiendo que la gente solo compre una parte de las mercancías generadas por esa producción creciente; los precios bajarían si una parte de las mercancías no se vendiese. Ahora bien, la economía debe expandirse precisamente para que la gente consuma más, esa es al menos la teoría.

La teoría dice también “el aumento de la demanda eleva los precios”. Los precios no los sube la demanda, sino los comerciantes. Estos alzan los precios mientras encuentren compradores. Todo lo cual viene a parar en una extorsión de la población. Pues la gente no puede renunciar a muchas mercancías y servicios aunque sean caros.

Otro argumento que se utiliza con frecuencia para explicar la subida de los precios es el de que “las demandas salariales presionan al alza los costes de producción”. Y suena convincente porque, visto por sí solo, es correcto. Pero en la producción de mercancías intervienen también otros gastos, además de los salarios. Los otros costes son casi tres veces más altos.

A juzgar por las declaraciones de los empresarios y gobernantes, incluidos los que se autocalifican de “socialistas”, los salarios son los culpables de las crisis económicas. Por eso insisten un día tras otro en la necesidad de la moderación, la congelación y los recor-

tes salariales. Claro que lo mejor sería que no hubiese asalariados, y así todo serían ganancias. El creciente número de indigentes, junto con sus hijos, se podría transformar en conservas cárnicas, en salchichas, por ejemplo, como sugería mordazmente Jonathan Swift (1667-1745). Este escritor irlandés, autor de *Los viajes de Gulliver*, demostró con cálculos muy precisos que se puede ahorrar mucho cuando se carece de escrúpulos y uno no se asusta de nada.

Toda riqueza es trabajo pasado, efectuado con anterioridad. El oro no sale por sí solo de la roca y se mete en las cámaras blindadas de los bancos. Un bosque de abetos carece de valor si no hay trabajadores que les den a los troncos una forma útil: vigas, tablas, muebles. El que posee mucho dinero tiene derecho a cosas que ha creado el trabajo. Sin el derecho a los productos del trabajo no sería rico.

Si los trabajadores y empleados entregan continuamente más trabajo del que consumen, debe ser posible seguirle el rastro a ese excedente. Si es cierto que siempre dan más de lo que reciben, este “más” tiene que hallarse en algún sitio, tiene que haberse concretado en saldo bancario, avión privado, fábrica, etc.

La distribución de la riqueza entre la población muestra adónde han ido los valores producidos por los trabajadores.

Entre todas las opiniones que elaboran diariamente la escuela, la iglesia, la prensa, la radio y la televisión, la más propalada y la que más se resiste a desaparecer es la de que el autónomo no es explotado. La gente se aferra desesperadamente a esta opinión, como si en el fondo supieran que no es verdad. Y se presenta de forma que resulta peligrosa para la gente que no la comparte. Los ilustradores astutos evitan la palabra “explotación”

en los debates públicos, a fin de no perder la atención y la benevolencia de su público. Hacen bien en hacerse entender solamente con cifras, y en dejar las conclusiones a los oyentes. También es importante que las cifras salgan de los ministerios.

La opinión de que ya no hay más explotación se nutre de un error de lógica. Las víctimas de esta opinión dan por hecho que bienestar y explotación no van juntos. Su prueba de que no son explotados es otra opinión: que a ellos les va bien. Se puede polemizar sobre si a una persona le va bien porque ella lo crea.

Pero si a una persona la explotan o no es algo que no tiene nada que ver con sus sentimientos ni con su manera de pensar. El que alguien sea o no sea explotado depende de si se ve obligado a enriquecer a otros. También será explotado cuando no se dé cuenta de que enriquece a otros, o cuando no quiere admitir que es así. El esclavo es más consciente de su situación que el semiesclavo. Por lo demás, también hay esclavos contentos.

El trabajador produce cada hora más dinero del que recibe. Otro tanto ocurre con los empleados. Ya se ha visto adónde van a parar esos valores. También hemos mencionado cómo disminuye la parte de los salarios en los costes de producción.

Si es cierta la afirmación de los fabricantes de opinión y de los mediadores públicos de información de que vivimos en una democracia, resulta entonces que los trabajadores y los pequeños y medianos empresarios han decidido gastarse unos cuantos billo-nes en los consorcios y grandes empresarios, y renunciar, en cambio, a piscinas, instalaciones recreativas, hospitales y escuelas.

Los ricos emplean diversos métodos en la redistribución de los productos del trabajo. Uno de ellos

consiste en la subida excesiva de los precios. Otro es la introducción de horas extraordinarias. (En una máquina se pueden trabajar 8 horas o 12; la máquina cuesta en ambos casos lo mismo, pero renta más cuando funciona 12 horas). Un tercer método estriba en producir mercancías con escaso valor de uso. La inutilidad de ciertos productos es uno de los efectos más perversos del dominio privado de los medios de producción. Destruye millones de horas de trabajo para un fin absurdo. Cuanto más inservible sea una mercancía antes tendrá que sustituirla el comprador. Sustituir un objeto significa comprarlo. Comprar un objeto significa entregar fuerza de trabajo por él. Ahí está el ejemplo banal de la media de fibra artificial que nunca se rompe. Pero nuestras mujeres tienen que comprarse cada dos por tres nuevas medias. Para ese gasto absurdo tienen que trabajar las mujeres o los maridos. Y para la mayoría eso significa trabajar gratis una parte de tiempo para un empresario privado. Ahí está la famosa bombilla indestructible, símbolo insuperable de la razón social. Algo semejante ocurre con la mayoría de los objetos de uso.

En los laboratorios de los grandes consorcios industriales, los mejores científicos, formados en instituciones públicas, es decir, financiadas con dinero público, del pueblo, se aplican en la elaboración de métodos que los fabricantes aprovechan para reducir la vida de los bienes de consumo. La vida de un eje, de un muelle, de un motor, de una lavadora o de una nevera se puede reducir con las correspondientes aleaciones de metales. Los científicos denominan a eso “obsolescencia incorporada”. Un alto empleado de la industria automovilística dijo hace unos años que ya no es ningún problema construir coches que funcionen cien años sin repararlos.

Cuando ya no se puede reducir más la duración, el envejecimiento de un objeto se produce introduciendo pequeños cambios de forma. Eso se puede apreciar cada año en la industria del automóvil. Ya vimos cómo el despilfarro de la fuerza de trabajo se extiende a los repuestos más pequeños. Otra forma de despilfarro que se impone a las masas de población es el reclamo publicitario, eso que eufemísticamente se llama “Publicidad”. Se estima que entre 30% y 45% del precio de los productos es para pagar los reclamos publicitarios.

El despilfarro planificado de nuestra fuerza de trabajo (de nuestro biotiempo), de nuestras reservas de materias primas (carbón, petróleo, gas natural, agua, todo lo que proviene de la tierra), es una de las causas principales de que no tengamos suficientes escuelas, hospitales, guarderías, espacios recreativos para niños, jóvenes y adultos, residencias para la tercera edad, teatros, viviendas dignas, un medio ambiente más limpio, etc. Hoy se trabajan bastantes más horas de las que marca la jornada oficial de los convenios. No nos referimos solamente a las horas extraordinarias. También hay que incluir las horas de los pluriempleos, las chapuzas, los numerosos trabajos domésticos, todos ellos destinados a obtener ingresos complementarios o a no hacer gastos que reducirían nuestro nivel de vida. Al final es lo mismo.

Muchas personas mueren por falta de riñones artificiales. Según el último informe de la FAO (octubre de 2005), una tercera parte de la humanidad sufren desnutrición y carece de agua potable, 11 millones de niños mueren antes de cumplir cinco años, 17 mil de ellos mueren de hambre cada día, 121 millones no van a la escuela, 250 millones realizan trabajos esclavos, y así sucesivamente. Pero hay abrigos de pieles y

joyas, aviones, yates, castillos y mansiones privados; millones de toneladas de envases superfluos, montañas de chatarra, y la “publicidad”. Mientras que en manos de los propietarios el trabajo se transforma en riqueza y poder, en manos de los trabajadores se convierte en basura. Cada piscina que no se construye se convierte en la mansión de un millonario, en una máquina que produce nuevos envases de margarina o en un anuncio de detergente con premio.

Hasta ahora los trabajadores no han sido capaces de controlar la pequeña fracción de trabajo que se necesita para disponer de un número suficiente de riñones artificiales. Si la economía se “expande” en estas condiciones, se expande también la inhumanidad, la barbarie y la explotación. La tesis de que “una situación económica es ideal cuando la economía se expande...” es falsa. Es un medio para la creación de sumisos. Tampoco esta tesis responde a nuestros intereses. Es una frase salida del lenguaje de los señores.

Pero la afirmación más sorprendente de todas las que hemos mencionado hasta ahora es la de que: “una situación económica es ideal cuando... aumentan las ganancias”. Lo que, dicho en términos de nuestros intereses, viene a significar: “Solo podemos ser felices cuando trabajamos gratis una parte cada vez mayor de nuestra vida para unas cuantas personas que nada nos importan”.

Esta tomadura de pelo de la mayoría de la población entra de matute en el cerebro como si se tratase de una afirmación científica. La mayoría nos procuramos el sustento y el de nuestras familias mediante un salario. Tan solo los menos se dedican a traficar con el trabajo de los más. Los trabajadores y empleados no obtienen ganancias, no se enriquecen.

¿Por qué vamos a *desear* ganancias? ¿Por qué hemos de abrigar el deseo de trabajar gratis para otros? Es grotesco esperar semejante deseo de nuestra parte. Pero eso es precisamente lo que hacen nuestros planificadores de la opinión. Lo que revela lo fácil que es inducir a las personas a realizar los deseos de otros.

Lo que los teóricos de la economía y fabricantes de opinión designan como ganancia lo podríamos utilizar nosotros mismos en forma de menos horas de trabajo, bienes de consumo más útiles, viviendas más hermosas, medio ambiente más saludable y diversiones más placenteras.

La inutilidad de la producción es uno de los efectos más perversos del dominio privado de los medios de producción.



Quinta Parte Política

La política es “la expresión más condensada de la economía” (Lenin). En ella cristalizan los intereses fundamentales de clase. La política penetra todas las esferas de la vida social. La actuación política persigue conquistar, consolidar y ampliar el poder del Estado e imponer y garantizar los intereses dominantes (de clase).

El poder se adquiere con la apropiación de los productos del trabajo. Una vez asegurado, se convierte él mismo en fuente de riqueza. La política surge donde hay que repartir riquezas. Toda política es reparto de cosas. Los ricos se tienen por especialistas del reparto y de la custodia de los bienes. El conjunto de estos especialistas se denomina gobierno y administración. Los especialistas han aumentado su autonomía a lo largo del tiempo. Poco a poco se ha ido difuminando el nexo entre ricos y especialistas del reparto.

Cuando hubo personas bastante ricas para someter a otras surgió lo que se llama Estado. El Estado es un conjunto de instituciones de derecho que detenta el monopolio de la violencia dentro de unos límites territoriales. “Quien tiene la tierra tiene el poder”, decía Oppenheimer. Ciertamente, las potencias navales y aéreas también necesitan lugares, bases, suelo bajo los pies. Espacios que el individuo o el colectivo limita, deslinda. La tolerancia es un fenómeno espacial. Sobre los desacuerdos deciden también los lugares en los que se efectúan: mercados, púlpitos, páginas de periódicos, estudios de radio y televisión, gabinetes, bolsas de

valores, etc⁵⁶. En la medida en que se perfeccionan los métodos de producción también lo hacen los de represión, lo que requiere una serie de aparatos coercitivos. Pero para gobernar no basta solamente con policías, cárceles y ejército.

A la hora de gobernar, el Estado se encuentra hoy con dos nuevos fenómenos: 1) la mecánica del dominio se complica cada vez más y se hace más impenetrable; 2) el desarrollo de los mediadores públicos de información durante los últimos decenios, la omnipresencia de la radio, la televisión, la prensa y, ahora, Internet. Casi todos los medios de comunicación están controlados por los ricos o por los representantes del Estado. Los sindicatos apenas pueden hacer nada contra esta presión. Una parte de su dirección pertenece a la máquina de represión. Con esta maquinaria se puede engañar a la población hasta el punto de que aplauda su propia sentencia de muerte.

Cuando escuchamos las palabras de los representantes del Estado o de los comentaristas de los medios de producción masiva de comunicación no podemos constatar si vivimos en una democracia, en contraste con los atenienses, que sí podían hacerlo.

La palabra “Estado”, que en los últimos doscientos años se ha utilizado como posición de fuerza exterior e interior de un país, va íntimamente unida a la narración de lo que se considera digno de ser transmitido: la “historia”. La de los dos últimos siglos es la del Estado. Los hombres que hacen “historia”, porque casi todos han sido hombres y no mujeres, los que aparecen en la narración, se designan “hombres de Estado”, estadistas. Lo que ellos hacían se denominaba “asuntos de Estado”.

56. Cf. Pross, Harry: *Lob der Anarchie*, Berlín, 2004, p. 95.

Cuando desaparece la confianza en las palabras pelagra el Estado, puesto que se fundamenta en ellas. Este nace y muere con la convicción de que las palabras que se emplean para su justificación no son vanas, sino que significan lo que pretenden significar. Si no se puede mantener la confianza en la palabra pública, se desmorona el nexo que designa⁵⁷.

El cambio del lenguaje se refleja también en el de sus funciones interdependientes, la semántica, sintáctica y pragmática. Su interdependencia significa que la modificación de una implica la de las otras⁵⁸. El uso inflacionario de algunas palabras conduce a su desgaste, a la pérdida de significado. Ésta, a su vez, lleva a su aplicación general en condiciones y estados de cosas distintas. El desgaste de las palabras es un fenómeno conocido bajo diversas denominaciones: lemas, consignas, frases hechas, expresiones de moda, refranes, etc. Metafóricamente, son como “vainas vacías”⁵⁹. Como ejemplo de uso inflacionario y su consecuente desgaste pueden servir las palabras *democracia, solidaridad, seguridad, terrorismo, etc.* Los imperialistas estadounidenses y sus cipayos europeos y sionistas han ido desgastando la palabra democracia hasta perder ya todos sus significados primigenios. Si las elecciones no las ganan quienes ellos quieren, no valen, como las de Venezuela, Palestina, Bielorrusia, etc. La democratización patrocinada por los EEUU consiste en intervenir en los asuntos internos con el propósito de desestabilizar gobiernos e imponer reformas radicales de “libre mercado”. Democracia, imperio de la ley, etc., han sido con frecuencia justificaciones para la expropiación

57. Pross, Harry, *ibídem*, p. 21.

58. Cf. Klaus, Georg: *Moderne Logik*, Berlín, 1964, p. 64.

59. Cf. Pracke, Henk et al.: *Kommunikation der Gesellschaft*, Münster, 1968, p. 89.

económica. Las metáforas usadas, desgastadas, muertas, se convierten en palabras corrientes, sin poder evocativo. Se usan para ahorrarle a la gente que invente frases. Ejemplos: talón de Aquiles, nueva singladura, canto del cisne, pescar en río revuelto.

Los Estados y los intereses económicos han llevado conjuntamente la aceleración (la circulación del capital) a su ritmo actual. La ventaja la tienen los mercados financieros gracias a la técnica de la comunicación, y muy en particular lo que se conoce como tecnologías de la información y la comunicación (TIC). El ritmo del negocio bursátil marca hoy el miedo por el puesto de trabajo, igual que el compás de la máquina lo regía en la época de la máquina de vapor.

El lenguaje es un instrumento que utilizamos para lograr nuestros propósitos. Como se dice más arriba, la actuación política persigue la conquista del poder. En la democracia parlamentaria eso se efectúa, entre otras cosas, mediante el lenguaje. En los últimos decenios se ha hecho más política con las palabras que con la acción.

Hoy día, cuando se acumulan las malas noticias, la política no puede renunciar al lenguaje embellecedor y enmascarador. Un buen político no solo tiene que ser un buen orador sino también un vendedor que domine el arte del reclamo, de la persuasión, de la publicidad comercial. Los conceptos políticos los crean, a cambio de mucho dinero, las empresas publicitarias y de relaciones públicas.

¿Penetra el ciudadano de a pie los eufemismos del lenguaje político? La creciente abstención a la hora de votar, como en el caso de la Constitución Europea, parece indicar el hastío de los ciudadanos, su desideologización, el pasotismo de los jóvenes. Pero hay que tener

cuidado con los juicios rápidos. Porque, con frecuencia, no es que los ciudadanos pasen de la política, sino que están hartos de falsas palabras y de promesas incumplidas. Ya no estamos acostumbrados a pensar en grandes conceptos, en realidades abarcadoras. Por eso es fácil sucumbir a las mentiras.

En un clarividente ensayo de 1946, George Orwell afirmaba que el lenguaje político está diseñado para que las mentiras parezcan verdades, el asesinato una acción respetable y para dar al viento apariencia de solidez⁶⁰. Refiriéndose al inglés de entonces, decía que la mezcla de vaguedad e incompetencia era su característica más destacada, especialmente en los escritos políticos. La prensa consiste cada vez menos en palabras elegidas por su significado y más en frases hilvanadas como secciones de gallineros⁶¹.

Cuando el ambiente general es malo, también lo es el lenguaje. Pero si el pensamiento corrompe el lenguaje, este también puede corromper aquél. Cuanto mayor sea el control del Estado sobre el lenguaje que oiga y las imágenes que vea una población, tanto más fácil será desarrollar el consenso “democrático”.

La lección que se puede aprender del nazismo es que la gente muy “civilizada”, como el pueblo alemán, se convierte en asesinos potenciales si se les convence de la “justicia” o “necesidad” de sus acciones.

Quien hace uso inapropiado de las palabras como instrumentos de afirmación y perversión abusa de una debilidad esencial del ser humano. Toda persona tiende a la credibilidad de los conceptos, se aferra a deter-

60. Cf. Orwell, G.: “Politics and the English Language”, *Horizont*, abril 1946, incluido en: *The Collected Essays, Journalism and Letters of G. Orwell*, vol. IV (1945-1950), Secker & Warburg, Londres 1968, pp. 127-140.

61. *Ibidem*.

minados conceptos, sobre todo a los que apelan a sus esperanzas, nostalgias y sentimientos.

Los estrategas políticos y demagogos dan tantas vueltas a una misma palabra que puede utilizarse según se necesite, adaptarse a cualquier contexto. Paz, distensión, solidaridad.

El presidente Gerald Ford estaba tan harto de la confusión de conceptos que dijo: “Ya no empleo el término distensión. No es más que una palabra que se acuñó una vez y no creo que sea ya aplicable”.

Vaguedad

La verdad es concreta, no vaga. Sin embargo, la vaguedad es uno de los rasgos distintivos del lenguaje político. El lenguaje protocolario es su cristalización más evidente. Hay toda una serie de palabras que se utilizan como comodines aplicables a cualquier situación del discurso político. Las palabras democracia, justicia, socialista, libertad, *fascismo*, patriótico, pueblo, terrorismo, etc., tienen cada una de ellas significados diferentes.

Así, cuando se dice de un país que es democrático, se le está elogiando. Por eso todos se reclaman de serlo, incluidos los más sanguinarios. El régimen franquista se autodefinía como “democracia orgánica”. No solo no hay acuerdo sobre una definición de democracia, sino que cualquier intento de establecerla encuentra resistencia en todas partes. Véase, si no, el acoso que los EEUU han practicado a todos los ensayos de democracia en el mundo, desde el derrocamiento de Mossadeq en Persia, Lumumba en el Congo, Angola, hasta Nicaragua, Hamás en Palestina, Chávez en Venezuela o Evo Morales en Bolivia. El término fascismo, otrora denostado y combatido, no tiene hoy más significado que el de “algo no deseable”.

La realidad se camufla bajo eufemismos embellecedores. Eso es lo que ocurre cuando al bombardeo y destrucción de aldeas y campos de labor se le denomina “pacificación”; al genocidio, “limpieza étnica”; a los millones de desplazados forzosos, transferencia de población o rectificación de fronteras; al apresamiento sin juicio ni cargos y a las cárceles secretas, eliminación de elementos no fiables; a los de Guantánamo, “combatientes enemigos”.

Y así sucesivamente. Términos como *daños colaterales* pretenden ocultar la realidad brutal de la guerra. El de *blowback* (contragolpe, represalia) se ha convertido en parte de la jerga deshumanizada de las agresiones estadounidenses y sionistas. Lo mismo ocurre con el término *fallout* (polvo residual), utilizado para camuflar la realidad de la lluvia radioactiva.

Las palabras *pueblo* y *popular* en boca de los políticos o en los nombres de partidos connotan proximidad al pueblo y a sus problemas. Quienes más las emplearon fueron los nazis, que colocaron el prefijo “Volks-” a diestro y siniestro. Así, su órgano oficial de prensa era el *Volksbeobachter* (Observador popular). El miembro del partido nazi, un *Volksgenosse*. Hitler pedía ya a sus partidarios en *Mein Kampf* proximidad al pueblo (*Volksnähe*). El partido nazi se definía como *Volksfreund* (amigo del pueblo). Y los aparatos de radio producidos en masa para escuchar sus diatribas se llamaron *Volksempfänger* (receptores populares). Hasta el utilitario barato creado en tiempos del Tercer Reich se denominó *Volkswagen* (automóvil popular), denominación que durante decenios se mantuvo en el conocido “escarabajo” y aún se mantiene en sus sucesores.

La derecha española ha adoptado esta denominación tras el advenimiento de la democracia, cuando

durante 40 años la obstaculizaron y reprimieron. Su primera organización política se llamó *Alianza Popular*, cambiado luego a *Partido Popular*. Aunque sabemos que no representa en absoluto los intereses del pueblo, sino los de sus depredadores.

Algo parecido ocurre con la inclusión del calificativo “socialista” en numerosos partidos. El Partido Nacional Socialista Obrero Alemán, *nazi* en su abreviación alemana, embaucó con esta denominación a muchos obreros alemanes. El Partido Socialdemócrata portugués es una organización conservadora de derecha. El Partido Socialista de ese mismo país es un partido socialdemócrata. El Partido Socialista Obrero Español se postula como la izquierda española. Con lo de socialista y obrero persigue nimbarse de progresista y captar así, cosa que consigue, los votos de las capas trabajadoras. Pero ninguno de ellos ha socializado ni socializa nada. El PSOE, por ejemplo, se dedicó a privatizar lo público una vez en el gobierno.

Con la descripción eufemística se logra ocupar conceptos positivos. Así, por ejemplo, “Agenda 2010” no deja de ser un recurso retórico, un marco dorado para lo que se pretende hacer. La palabra *agenda* se ha puesto de moda desde la cumbre de Río en 1992. No significa otra cosa que el orden del día, programación de las cosas que hay que hacer. Pero se ha extendido tanto que cualquier chupatintas, ejecutivo o profesional tiene su agenda, su *timing*, como dicen los cocacolonizados.

Hasta el reclamo comercial de bancos y tabacaleras utiliza términos como el de *revolución* para atraerse clientes y consumidores. El Banco Santander Central Hispano publicita y define así una de sus hipotecas: “Revolución es pagar una cuota mensual más baja.

Hipoteca Revolución Santander”. Las tabacaleras claman por las radios que ha llegado la “revolución”, esto es, la hora de asaltar los estancos para comprar su oferta de tabaco. Y lo hacen imitando el lenguaje de los rusos o de los mexicanos, para recordar las revoluciones de Rusia o de México. Se banaliza el concepto de revolución, que consistiría precisamente en asaltar los bancos y socializarlos junto con las grandes empresas.

La izquierda, en cambio, apocada tras el desmoronamiento de la URSS y países afines, apenas se atreve a hablar de “socialismo”. Se proclama el fin de los “ismos”, cuando la realidad es que están bien presentes en nuestras vidas: neoliberalismo, militarismo, imperialismo, fascismo. Tan solo parece haber caído en desuso el término de “socialismo”. Ante el temor al vocabulario radical, es hora de llamar a las cosas por sus nombres, nos pide con razón Celia Hart. Los que apelan al fin de los *ismos* e *istas*... no dicen si el socialismo o revolución socialista están incluidos en la censura... Basta ya de la fraseología anquilosada del enemigo.

En nuestro discurso deben aparecer con nuevas fuerzas las palabras de revolución, socialismo... y lucha de clases. Para ser sincera, sueño con la palabra Internacional. Frente a la globalización imperial solamente una palabra con esta fuerza puede ayudarnos⁶².

Hablar del fin de los ismos no deja de contribuir a la confusión, ya que se equiparan ismos antagónicos como capitalismo y socialismo. Capitalismo, un ismo, del que tampoco se habla.

62. Cf. Hart, Celia: “Ese único mundo mejor”, discurso pronunciado en Caracas (2004) y publicado el 12-12-2004 en www.rebellion.org.

Sigue siendo cierto el lema de Engels: socialismo o barbarie.

Se invierten los conceptos y la realidad.

Así, la Iglesia sigue diciendo hoy que toda autoridad dimana de Dios. Cuando sería más correcto decir que todo Dios dimana de la autoridad.

O cuando el Partido Popular Europeo, representante de las empresas y no de los pueblos, presenta una resolución titulada “Necesidad de una condena internacional de los crímenes de los regímenes comunistas totalitarios” en enero de 2006. La Asamblea Europea la aprobó por 93 votos a favor y 42 en contra. El capitalismo europeo, temeroso tal vez de que resucite el fantasma del comunismo, invierte los conceptos y la realidad ocultando sus propios crímenes y proyectándolos sobre otros, en un intento por reescribir la historia. Pero los genocidios de la expansión y del expolio capitalistas europeos en África, Asia y América, los crímenes del fascismo europeo y los actuales del fascismo angloamericano y sionista en Iraq y Palestina, sin ir más lejos, son tan conocidos que no vale la pena recordar aquí sus cifras y sus horrores. La bibliografía al respecto es inmensa⁶³.

He aquí, como contraste, esta definición de comunista:

Comunista.- Dícese de aquel que defiende la libertad y la dignidad del ser humano por encima de cualquier interés, y en cada momento, es decir, aquí y ahora. Los comunistas luchan por el desarrollo completo del hombre y de la mujer

63. Basta recordar los artículos recientes de Joan Tafalla: “El temor de la derecha europea”, www.rebellion.org, 30-1-2006, y el de Guennadi Ziuganov “Los crímenes del capitalismo”, *ibidem*, 12-12-2004.

en sí mismos. Los comunistas tratan de conseguir una sociedad en la que la esclavitud de las necesidades materiales y la explotación de unos hombres por otros sea sustituida por una libertad que potencie el desarrollo creador de la humanidad (NB, marzo-abril 1997).

Ideal de emancipación y organización humana todavía vigente a pesar de las deformaciones sufridas por Stalin y otros en la URSS y los países de Europa Oriental tras la Segunda Guerra Mundial.

Véase igualmente cómo lo concebía el poeta y dramaturgo alemán Bertold Brecht en esta *Loa al comunismo*:

Es razonable, cualquiera lo entiende. Es fácil.
Tú no eres ningún explotador, puedes comprenderlo.
Es bueno para ti, entérate.
Los necios lo llaman necio, y los sucios lo llaman
[sucio.
Pero está contra la suciedad y la tontería.
Los explotadores lo llaman un crimen.
Pero sabemos que:
Es el fin de los crímenes.
No es ninguna locura, sino
El fin de la locura.
No es el caos
Sino el orden.
Es lo sencillo
Tan difícil de hacer.

A la confusión conceptual se suele unir la redaccional.

He aquí la definición que dio la Iglesia Católica de la Inmaculada Concepción:

La bienaventurada Virgen María fue preservada inmune de toda mancha de pecado original en el primer instante de su concepción por singular gracia y privilegio de Dios omnipotente, en atención a los méritos de Jesucristo salvador del género humano (Pío IX, bula *Ineffabilis Deus*, 8 diciembre, 1854).

Ejemplo de redacción confusa:

Venezuela concretó desde la recuperación de su industria petrolera con la transición a empresas mixtas de instalaciones petroleras entregadas a empresas privadas en su mayoría extranjera, durante la llamada apertura petrolera⁶⁴.

La pregunta del referéndum sobre la entrada de España en la OTAN, cuya redacción se atribuye a un destacado sociólogo progresista español, es otro ejemplo típico de la política del engaño. Hela aquí, tal como aparecía en la papeleta:

El Gobierno considera conveniente para los intereses nacionales que España permanezca en la Alianza Atlántica, y acuerda que dicha permanencia se establezca en los siguientes términos:
1º . La participación de España en la Alianza Atlántica no incluirá su incorporación a la estructura militar integrada.

2º. Se mantendrá la prohibición de instalar, almacenar o introducir armas nucleares en el territorio español.

64. Noticia de Prensa Latina, publicada en www.rebellion.org, 3-1- 2006.

3º. Se procederá a la reducción progresiva de la presencia militar de los Estados Unidos en España. ¿Considera conveniente para España permanecer en la Alianza Atlántica en los términos acordados por el Gobierno de la nación?

A pesar de esta redacción progubernamental, las cifras del referéndum nunca se pudieron constatar por ninguna fuente neutral. El recuento corrió a cargo del secretario R. Vera, actualmente en la cárcel por malversación de fondos. Y en cuanto a los demás términos, ¿quién se acuerda ya de ellos? Las tropas españolas están hasta en Afganistán, y las norteamericanas mantienen sus vuelos con armas nucleares y sus bases, incluida Rota, en territorio español.

Política del engaño

El empleo de medias verdades y de la mentira fue uno de los rasgos distintivos del fascismo. Los nazis, con Goebbels a la cabeza, quisieron elevarla a la categoría de arte. Sus actuales epígonos, Aznar y Bush entre ellos, están muy por debajo. Estos fundamentalistas cristianos olvidan por completo el precepto de San Juan evangelista:

“La verdad os hará libres” (8,32). Sus burdas mentiras son cada vez menos creíbles, y cada vez más evidentes.⁶⁵

El engaño y la desinformación han formado siempre parte esencial de la política yanqui, en particular en el campo de la guerra y de sus intervenciones militares. Baste recordar la campaña mediática en preparación de la guerra hispano-estadounidense hasta la autovo-

65. Véase el libro de Alberto Manzano Ruiz: *Iraq y las armas de manipulación masiva. Censura, mentiras y muertes para mantener el Imperio*; en www.rebellion.org.

ladura del *Maine*. Sus guerras han ido, hasta la última intervención en Iraq, hábilmente empaquetadas. Pero cada vez engañan a menos gente.

Sí, el gran enemigo de la claridad es la mentira. Hoy no es posible escapar a la política. Y como decía G. Orwell en 1946, todas las cuestiones son políticas, y la política misma es una sarta de mentiras, evasivas, odio, medias verdades, esquizofrenia.⁶⁶ El argentino Hugo Alberto de Pedro califica al Gobierno de su país de “mentitocracia”, que define como: 1) doctrina política favorable a la intervención de los mentirosos en el gobierno, y 2) predominio de los políticos mentirosos en el gobierno del Estado.

Como es bien sabido, la mendacidad se ha convertido en el eslogan de la actual administración usamericana, con Bush a la cabeza.⁶⁷

La reducción de la ignorancia, la información, protege de la mentira. Por eso se mantiene a la población desinformada, con la bendición gratuita de la Iglesia, que propugna la “santa ignorancia”. Y eso a pesar de que en el Evangelio de Juan se dice expresamente: “La verdad os hará libres” (8, 32).

He aquí la gran mentira: la ocultación de que en la sociedad de libre mercado, como se define el capitalismo, existen intereses contrapuestos, antagónicos, entre ricos y pobres, que el interés y la seguridad nacionales no se ven amenazados por los desarraipa-

66. Orwell, G.: loc. cit.

67. Para mayor información sobre las mentiras de los Gobiernos usamericanos, puede consultarse el libro de Michael Parenti *Dirty Truths*, entre otros. O bien los artículos siguientes: Pascual Serrano, “Para entender cómo se engaña al pueblo norteamericano”; en www.rebellion.org, 24-2-2005; Sharon Smith, “Los hombres de Bush, maestros del engaño”, *ibídem*, 16-6-2005; Atilio Borón, “La mentira como principio de política exterior de Estados Unidos hacia América Latina”, *ibídem*, 20-1-2006. Para el empleo de la mentira en torno a la guerra de Iraq, véase el libro de Alberto Manzano Ruiz: *Iraq y las armas de manipulación masiva. Censura, mentiras y muertes para mantener la supremacía del Imperio*, en www.rebellion.org.

dos campesinos de Afganistán o de Iraq, ni por los depauperados indígenas de América Latina. Sino que se trata más bien de los intereses y del afán de beneficios de las grandes compañías transnacionales, en aras de las cuales se sacrifican miles y miles de víctimas inocentes civiles (y también militares, muchos que van engañados a la guerra). Los intereses de los niños ricos del Primer Mundo, de los hijos de los Aznar, Bush, Cheney, Rumsfeld, etc., no son los mismos que los de los niños iraquíes que mueren bajo los bombardeos o los de los jóvenes pobres que van a la guerra.

Ignorar estos hechos, desconocer que la historia de los EEUU, por ejemplo, igual que la de los imperios anteriores, es la historia del genocidio de las poblaciones indígenas, de la esclavitud de los negros por los terratenientes blancos, de la explotación de los pobres por los ricos, equivale a quedar desarmado ante las mentiras que propagan los detentadores del poder. Desconocer esto, dice Howard Zinn, “es dejarnos a nosotros mismos desarmados ante una serie de mentirosos a plena dedicación”.⁶⁸

Mas, aparte de la vaguedad, la imprecisión y la mentira, se aplican otros recursos para contaminar el lenguaje político, para la confusión e intoxicación de las mentes.

Uno de ellos es la combinación de términos contradictorios en frases hechas. Así, los propagandistas del Pentágono y sus voceros, los medios de producción masiva de comunicación, hablan de bombas inteligentes, guerras humanitarias, ataques defensivos, fuego amigo, daños colaterales, etc.

68. Cf. Zinn, Howard: “Las anteojeras del pueblo estadounidense”, en www.rebellion.org, 24-3-2006.

La inteligencia se desplaza de las personas a las cosas. Así parecen menos dañinas. Pero que se lo pregunten a los cientos de miles de víctimas civiles de Afganistán, Iraq, El Chorrillo en Panamá, y tantos otros lugares.

Pero el colmo de la perversión lingüística se manifiesta en la frase de “guerra humanitaria”. Recuerda los conceptos nazis de pueblos señores y pueblos débiles que hay que someter o liquidar. La destrucción, el asesinato, la caza de seres humanos y demás actos de crueldad resulta que son actos humanitarios. ¿Es que acaso quieren aplicar la eutanasia a sus genocidios? “Somos un pueblo de paz”, proclamaban Bush y Blair mientras sus aviones y artillería descargaban bombas de racimo y de uranio empobrecido sobre poblaciones indefensas. Así que ahora resulta que “por el mar corren las liebres y por el monte las sardinas”.

¿Qué país ha invadido jamás los EEUU para que el fascismo gringo diga que la invasión de Iraq es una guerra defensiva? Cuando la realidad es que a lo largo de toda su historia no han cesado de atacar y conquistar otros territorios y países, desde los pueblos originarios de Norteamérica hasta los del Oriente Medio de hoy. Desde el punto de vista del Pentágono, la guerra contra Iraq es una guerra preventiva contra uno de los miembros del “eje del mal”. La frase “guerra preventiva” recuerda también las expresiones nazis de *Erstschlag: primer golpe*, y *Blitzkrieg: guerra relámpago*.

La frase “fuego amigo”, utilizada en el argot militar anglosajón, se aplica para expresar la inocuidad y el embellecimiento de actos militares criminales. La de “daños colaterales”, surgida en la guerra contra Yugoslavia, fue declarada *Unwort* (la no palabra, la peor palabra) del año 1999 en Alemania. El principal

daño colateral es la rabia y el encono de la población civil contra los invasores.⁶⁹

G.W. Bush riza el rizo de esta perversión lingüística cuando proclama que “guerra es paz”, expresión que si no fuera por su estulticia resultaría un sarcasmo cruel.

Los lingüistas y escritores que viven del Pentágono se esfuerzan por embellecer el lenguaje militar y viceversa, por militarizar el lenguaje común. Más abajo hablaremos de esto.

Conocidos los comportamientos mendaces de la mayoría de los partidos políticos y sus dirigentes, en particular Blair, Aznar, Bush y su camarilla (término, por cierto, aportado por la lengua española al léxico universal, junto con los de guerrilla, liberal, pronunciamiento y junta), suena a burla que hablen a cada instante de inteligencia militar, honradez, dignidad, etc.

En suma, se logra ocupar conceptos positivos cuando se encuentra una descripción eufemística para una cuestión indiscutible, como ocurre con la divisa o lema “Hambre cero”.

En el fondo, no hacen sino aplicar las técnicas de la propaganda nazi y del reclamo comercial, que como se sabe seduce con lo contradictorio y absurdo. Ejemplos: “*Wake up to yourdreams*” (Despierta a tus sueños, anuncio de venta de apartamentos en la Costa del Sol), “multas, no las pagues, recúrrelas” (anuncio colocado en la TV pública).

Ilustración

Sí, el lenguaje es el principal instrumento de manipulación. En boca de los fundamentalistas y demagogos se convierte en un verdadero instrumento de terror. Los

69. Véase *Zeitschrift für Kommunikationspsychologie*, febrero, 2005, p. 22.

propagandistas de Washington lo utilizan para justificar su nueva guerra mundial, para destruir el sueño de los derechos humanos en cualquier parte del mundo, desde El Salvador a Yugoslavia, desde Palestina a Iraq, desde Afganistán a Panamá o la pequeña isla de Granada.

Libertad, justicia, civilización, seguridad, democracia. El empleo de términos vagos para crear el asentimiento de la población a sus acciones criminales y genocidas forma parte esencial de su estrategia.

¿Qué persona de buena voluntad no va a desear vivir en paz y libertad? ¿Quién no desea la justicia y se opone al terrorismo? De esta forma, los políticos que emplean este tipo de lenguaje pueden justificar sus acciones inhumanas con impunidad. Pueden hacer afirmaciones como esta: “A fin de proteger nuestra libertad tenemos que derrocar el gobierno maligno de X”. Criticar este tipo de afirmaciones es difícil porque están en consonancia con el sentimiento de la mayoría de la gente que quiere la paz, mientras que son muy pocos los que apoyan la guerra.

Libertad

Como expusimos en el capítulo sobre el lenguaje de la economía, lo que el capitalismo entiende por libertad es la libertad de comprar y vender. La libertad de circulación es para las mercancías, sobre todo las suyas. Pero no así para las personas, que si quieren moverse también se convierten en mercancías.

Eso es lo que ocurre con el tráfico entre lo que políticamente se conoce como el Norte y el Sur. Así, en el continente americano, el Norte impone sus TLC (tratados de libre comercio), por un lado, mas por otro, establece una legislación que criminaliza a los inmigrantes del Sur y levanta un muro de 600 kiló-

metros (hasta ahora) a lo largo de la frontera con México. Seis mil soldados de la Guardia Nacional ayudaran a las demás policías a controlar esa frontera amurallada.⁷⁰ Pero los deseos de una vida mejor son irrefrenables y los pobres siguen cruzando fronteras a través de muros y mares, en pateras o cayucos, a riesgo de sus vidas. En los últimos cinco años han muerto ya dos mil inmigrantes en la frontera sur de los EEUU. Según la CPI, los pasadores cobran en promedio US\$ 10 mil por “paquete” para su ingreso irregular en territorio estadounidense y mueven una verdadera industria de la emigración ilegal. Datos divulgados recientemente por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) revelan la extensión del problema: el tráfico de seres humanos ha superado el tráfico de armas en términos de lucratividad al movilizar 32 mil millones de US\$ por año y explotar a más de 2,5 millones de personas en todo el mundo.

La retórica de la libertad se ha utilizado en la historia para justificar la represión de las libertades. La historia de los EEUU, paladín de esta retórica con su lema de *Freedom and Democracy*, está llena de ejemplos, desde la Ley de Espionaje de la Primera Guerra Mundial hasta la Ley Patriótica y toda una serie de disposiciones promulgadas en el actual mandato de G.W. Bush (alias Mr. Danger), pasando por los campos de concentración durante la Segunda Guerra Mundial y los Guantánamo y cárceles secretas actuales. Esta maraña de leyes y agencias de “inteligencia”, esto es, de espionaje, se utiliza para llevar a cabo no solo el control de la población, sino también su intoxicación masiva y la de los medios de comunicación, incluyendo las operaciones psicológicas.

70. Véase en el artículo de Eduardo Galeano acerca de los “Muros” en *La Jornada*, México, 24-4-2006.

Se hace caso omiso de la Primera Enmienda de su Constitución, que garantiza la libertad de expresión y la libre circulación de las ideas y las informaciones. Por un lado, se proclama la libertad de expresión, y por otro se construye una sociedad vigilada, “orwelliana”.⁷¹ Las nuevas tecnologías permiten hoy controlar las llamadas telefónicas, los correos electrónicos, los libros que leen en las bibliotecas, las personas que asisten a una manifestación, y así sucesivamente.

La tan cacareada “sociedad de la información”, a la que según nuestros políticos nos llevan las TIC (tecnologías de la información y la comunicación), se ha traducido en la “sociedad de la manipulación”, como la denomina Julián Marcelo. Según este autor, esta sociedad muestra las tendencias siguientes: elección de lo predeterminado, de ataque a la personalidad e intimidad y de estabilización del poder.

La ambivalencia de las TIC se evidencia en el aspecto negativo de amenazas como las siguientes:

- amenazas comerciales y policiales a la intimidad;
- amenazas comerciales contra la igualdad;
- amenazas reaccionarias a la libertad de expresión;
- amenazas de sistemas electrónicos de voto y gobierno;
- amenazas imperialistas a la independencia de los países.⁷²

71. Vf. Fresneda, Carlos: “La sociedad ‘orwelliana’ de Bush”, *El Mundo*, 4-1-2006.

72. Cf. Marcelo, Julián: “Nuevas fuerzas productivas frente a viejos modos de producción”, ponencia presentada en el seminario sobre Efectos Sociales de las TIC, organizado por la FIM en Madrid, durante los días 20-21 de octubre de 2004, y publicada en: Romano, V. y Fleissner, P. (Editores): *Digitale Medien. Neue Möglichkeiten für Demokratie und Partizipation?*, Berlín, 2006.

Como no podía ser de otra manera, el capitalismo tiene también una concepción mercantilista de la libertad de información. Los medios orientados por el mercado son enemigos de la vida pública. En contraste con la radiodifusión de servicio público, por ejemplo, los medios mercantilistas reducen el ámbito de lo que se puede decir públicamente. Se reduce el número de empresas que controlan la producción y circulación de información y cultura.

La información es una mercancía más, y por lo tanto se producen informaciones que tengan valor de cambio, que produzcan beneficios. Este criterio comercial determina la presentación de las noticias, entre otras cosas. Se acentúa la emocionalidad, la personalización y la descontextualización. De este modo se distorsiona la realidad y se dificulta su conocimiento y análisis, que podrían llevar a los consumidores a sacar conclusiones peligrosas para los detentadores del poder.

El libre flujo de las comunicaciones se aplica únicamente a las suyas, a sus películas y a sus agencias de noticias, lo mismo que a sus residuos tóxicos, sus medicamentos y sus semillas transgénicas. Libertad para la contaminación de las mentes, de los cuerpos y de la naturaleza. Se obstaculiza o se impide el acceso a quienes necesitan conocimientos que sirvan a su emancipación y desarrollo espirituales y materiales. Y se prohíben las informaciones que cuestionen el sistema de dominio.⁷³

De ahí que, al mismo tiempo, se ejerza un control rígido de la producción de información. Así, el ejército usamericano solo permite que informen de sus

73. Baste recordar la prohibición de importar y distribuir en inglés en el territorio de los EEUU el informe McBride de la Unesco *Un solo mundo: voces múltiples* (1980), o la prohibición de enseñar la doctrina de la evolución y las teorías de Darwin en las instituciones docentes de muchos estados de la unión.

acciones periodistas previamente seleccionados por ellos, encastrados en su maquinaria de guerras, los *embedded journalists*.

Sí, es bien sabido que los Estados Unidos de América es el país de las libertades: de comercio, de mercado, de expresión, de circulación, tanto de ideas como de personas, etc. Al menos eso es lo que proclaman sus propagandistas y su Constitución, redactada frente a las limitaciones que los regímenes europeos imponían cuando las 13 colonias proclamaron su independencia de la monarquía británica. Una de esas libertades es el tan aireado y exigido libre flujo de las informaciones.

La famosa Primera Enmienda de la Constitución afirma taxativamente que no se limitará la libre circulación de las ideas. Pues bien, he aquí, en lo que últimamente se concreta, este sacrosanto principio de la libertad de expresión.

Los EEUU, el paladín de ésta y de todas las demás libertades, el de “jura, usted, decir la verdad, solo la verdad y nada más que la verdad” de las películas de Hollywood, oficializa ahora una práctica que viene ejerciendo desde antiguo. Baste recordar las famosas sesiones del Comité Senatorial de Actividades Antiamericanas durante los años de la famosa “caza de brujas”, esto es, de artistas, escritores, músicos cantantes, etc., que discrepaban de la política de su Gobierno y defendían la libertad de creación.

A finales de la década de 1970, la Unesco encargó a una Comisión, presidida por el irlandés Sean McBride, el estudio de los problemas de la comunicación en el mundo. El *Informe McBride* se presentó a la Asamblea General en 1980. Poco después, el Gobierno estadounidense, encabezado a la sazón por Reagan, retiró a su país de dicho organismo por interpretar que la recla-

mación de los países pobres del Tercer Mundo a disponer de sus propias fuentes de información y a producir los conocimientos y medios necesarios para satisfacer las necesidades de sus sociedades era una limitación al libre flujo de la información y la comunicación. Se consideraba que este afán era lesivo para los intereses nacionales de los EEUU, es decir, para los oligopolios de su industria de la comunicación.

Pero hoy, desaparecida la Guerra Fría tras el derrumbe de la URSS y de la casi totalidad de países comunistas, aparecen nuevas formas de restricción. Ante la poca credibilidad que le merece a la opinión pública del mundo el Gobierno de los EEUU, los poderes fácticos del fascismo sin rostro amable, reaccionan con cínica sinceridad. Las frecuentes intervenciones de los soldados y marines yanquis en todo el mundo, y muy en particular las últimas de Afganistán e Iraq, han levantado una inquietante ola mundial de anti-americanismo. De ahí que el brazo armado del imperialismo, el Pentágono, haya orquestado una concomitante “ofensiva psicológica” para contrarrestarla. Por si fuera poco, con sus emisoras de La Voz de América, sus agencias de noticias, su retahíla de organismos e instituciones de exportación cultural del *american way of life*, sus numerosos instrumentos para el dominio y colonización de las conciencias (USIA, Usica, OIC, etc., etc. Véase a este respecto el libro de Y. Eudes *La colonización de las conciencias*, entre otros muchos), el Pentágono se arranca ahora con la creación de las IO (*Information Operations*: “operaciones de información”). Dirigidas por la Oficina de Influencia Estratégica, estas operaciones tienen la tarea de crear noticias falsas, mentir y desinformar a los medios y militares amigos y enemigos. El jefe de todos estos especialistas

en guerra psicológica y relaciones públicas, el general Simon Worden, pretende realizar campañas *negras*, de desinformación, y *blancas*, de información selectiva, para que se publiquen en todo el mundo. “En situaciones de crisis”, reza la directiva, “las operaciones de información cumplirían una función disuasoria y flexible para comunicar nuestros intereses nacionales”. Y más claro aún: “Las operaciones de información pueden aplicarse para conseguir resultados físicos y psicológicos de apoyo a los militares”.

Nada nuevo en el mundo. Hace casi doscientos años, el general alemán K. Clausewitz dijo ya, en su famoso tratado *De la guerra*, que la mayoría de las noticias son falsas.

La Primera Guerra del Golfo iba a ser el primer conflicto bélico televisado y luego resultó ser invisible por la ausencia de imágenes del mismo. Hoy, la estrategia del Pentágono y de la Administración del Llanero Solitario con respecto a la Segunda ha cambiado. Haciendo gala de una prepotente sinceridad, se han lanzado a la compra abierta de periodistas en distintos países para que den una versión favorable de sus tesis e intereses, sinceridad que es de agradecer. Más aún, quieren invitar a 500 periodistas, elegidos por ellos, para que convivan con las tropas y presencien directamente los combates. Pero no podrán informar de todo. Se les proporcionarán 19 reglas de obligado cumplimiento periodístico. Entre ellas:

- No informar de los lugares concretos donde se desarrollen las acciones.
- No identificar las posiciones enemigas.
- No informar de las bajas estadounidenses.

Los jefes de unidad podrán vetar o embargar los trabajos de prensa.

Por otro lado, los grandes diarios de los EEUU colaboran en esta campaña de desinformación y confusión con titulares sensacionalistas y falsos rumores, ampliando así la histeria de los ataques terroristas con armas químicas y biológicas. Esta histeria le sirve a la Administración Bush para limitar asimismo la divulgación de los conocimientos científicos, con la excusa de que podrían caer en manos de terroristas que, por lo demás, no pagarían ningunas *royalties*.

En suma, que el propugnado libre flujo de las informaciones y conocimientos no deja de ser un cruel sarcasmo. Por eso vale la pena recordar las palabras de Albert Einstein a propósito de *Por qué el socialismo*:

Bajo las condiciones actuales, los capitalistas privados controlan las principales fuentes de información (prensa, radio, enseñanza). Por eso es sumamente difícil y, a decir verdad, totalmente imposible en la mayoría de los casos, que el ciudadano individual llegue a conclusiones objetivas.⁷⁴

Ilustración

Se sobornan periodistas para que publiquen reportajes falsos sobre las bondades de la invasión de Iraq. Hasta se les proporciona las crónicas ya redactadas en árabe en una oficina del Pentágono. Se organizan programas de formación para periodistas extranjeros en varias universidades usamericanas provistos de cuantiosas becas, etc.⁷⁵

74. Cf. Romano, Vicente: *Estampas*, Barcelona, 2004, pp. 95-98.

75. Cf. Constantine, Alex: *Mockingbird: The Subversión of the Free Press by the CIA...*

A los periodistas y medios independientes, no sumisos, que quieran hacer uso de la tan cacareada libertad de información se les declara la guerra abierta. Una más de sus *guerras a...* y no en sentido figurado. Se les ataca a cañonazos, como en el caso del Hotel Palestina de Bagdad, donde murió el periodista español José Couso a consecuencia de los disparos de un tanque yanqui. La justificación de semejante salvajada, todavía impune, fue que los soldados se sentían amenazados por los disparos provenientes del hotel. Y tenían razón, los únicos disparos eran los de las cámaras que registraban su barbarie. Los relatos de los supervivientes son espeluznantes, como los de la italiana Sregna.⁷⁶

Se bombardean emisoras de radio y televisión, los transmisores de Internet, como se hizo con Belgrado durante la guerra contra Yugoslavia, y se hace ahora contra las instalaciones del canal árabe Al Jazeera. Los testimonios son tan abundantes que no pueden ignorarse sino a mala voluntad.⁷⁷

Pero como las mentiras tienen las patas tan cortas, la banda criminal que dirige hoy el gobierno de los EEUU dedica cantidades ingentes de dólares del erario público a la desinformación. La superpotencia militar-industrial dispone, naturalmente, del supermercado de una “industria de la tensión” (Broch, 1949) retificada: en cine mediante la habituada “fábrica de sueños” (I.

76. La profesora Bahira Abdulatif ha tenido la amabilidad de proporcionarme, el 17 de septiembre de 2006, la información siguiente: La Asociación de Periodistas Iraquíes daba las siguientes cifras sobre la represión de los periodistas al 15 de julio de 2006: 147 asesinados (127 iraquíes y 20 extranjeros), 109 prisioneros y 11 desaparecidos. La misma Asociación daba el 7 de agosto la cifra de 135 periodistas iraquíes asesinados, a los que hay que añadir otros tres más asesinados durante la primera semana de septiembre. La *Internacional Federation of Journalists* cita la cifra de 138 periodistas asesinados hasta el 15 de septiembre de 2006, pero solo incluye a los periodistas iraquíes. Como puede observarse, a pesar de las pequeñas divergencias, las cifras del horror son bien elocuentes.

77. Como de muestra vale un botón, véase el artículo de William Fisher: “Cómo EEUU compra periodistas”, publicado en www.rebelion.org el 31-1-2005.

Ehrenburg) de Hollywood, en radio, televisión e Internet mediante medios (que traspasan todas las murallas) para la ritualización de la esclavitud voluntaria desde la más temprana edad. Este complejo militar-industrial dispone de muchos hilos. Retifica la percepción, el pensamiento y los sentimientos de miles de millones de personas a través de los continentes. Pierden así su autocomprensión de que esa verdad difundida *urbi et orbi* no es más que una opinión y de que está en sus manos opinar lo que quieran.⁷⁸

Las formas de comunicación se han mutilado mundialmente. Es lo más cierto que se puede decir de la susodicha globalización. Incluso cuando los grandes consorcios multinacionales anuncian su llegada al Nuevo Mercado, lo mismo que hacían los misioneros con sus símbolos y los Estados con sus banderas, si es necesario hasta la Luna o Marte.

A pesar de todos estos esfuerzos, su descrédito aumenta de día en día. Millones de personas se manifiestan contra la esclavitud porque sospechan que la violencia física y simbólica contra las personas se acerca a su fin. El capitalismo acelera su disolución en tanto que pone en el mercado técnica medial, armas de fuego, socialización destructiva.

En vez de libertad para consumir productos y estilos de vida yanquis, es menester una definición de libertad que se centre en los derechos humanos, la libertad del racismo, sexismo, enfermedad, hambre, degradación ambiental y otras muchas formas de opresión. La verdadera tarea de la libertad no está en hacer la guerra, en agotar los recursos, en alimentar el voraz apetito del capitalismo, del Baal capitalista,

78. Pross, Harry: *Lob der Anarchie*, Berlín, 2004, p. 192.

sino en combatir estas prácticas opresivas e inhumanas donde quiera que se manifiesten.

Justicia

Según el diccionario, dar a cada uno lo que le pertenece. Justo, lo que se atiene a la ley. Se dice que todos somos iguales ante la ley y que los jueces son independientes. La judicatura es uno de los instrumentos más importantes del aparato estatal.

La presentación clásica de un tribunal es ésta: a la derecha el fiscal, el bueno que vigila los intereses del Estado. A la izquierda el acusado, el malo. En el centro, el juez, por encima de las partes, independiente, que juzga solo de acuerdo con la ley.

Pero las leyes las hacen los seres humanos. Y nadie hace leyes contra él mismo. Si se quiere saber quién hace las leyes, basta con observar sus efectos.

El término justicia aparece cada vez más relacionado con los de paz, seguridad, terrorismo. Y cada vez menos en su significado originario de distribución equitativa de los bienes. Pero ni siquiera en el socrático de hacer uno su trabajo sin inmiscuirse en el ajeno, esto es, sin intervenciones extranjeras.

La historia del capitalismo, y de su principal exponente actual, los EEUU, es una serie incesante, ininterrumpida, de intervenciones violentas, militares, depredadoras. Desde las guerras contra sus propios habitantes originarios, hasta la actual de Iraq.

Pero en el discurso político se aplican conceptos distintos, perversos, de justicia. Así, cuando el presidente Bush, al estilo nazi, da la orden de capturar vivo o muerto a Bin Laden, utiliza la “justicia de frontera” del salvaje Oeste, esto es, justicia sin juicio, justicia que implica el asesinato.

Las guerras se suelen justificar con una “causa justa”, idea que se remonta a San Agustín y Santo Tomás de Aquino. Pero, ¿qué es una causa justa? Por remitirnos a la guerra actual de Afganistán y de Iraq, los responsables de la misma dicen que se han visto obligados a desencadenarla para restablecer los derechos humanos, proteger vidas inocentes, salvar la civilización, construir la democracia, etc. Semejantes frases altisonantes, que alguien puede admitir como bien intencionadas, resultan un sarcasmo cruel cuando se consideran a las miles de víctimas inocentes, la destrucción de dos tercios de las escuelas de Iraq, el saqueo y expolio de los museos y bibliotecas de Bagdad, donde se conservaban los documentos del origen de la civilización, la abolición de los derechos de la mujer, etc.

El concepto de causa justa lleva al de “guerra justa”. Por lo que los demás países deberían apoyarla, e incluso participar en ella. La abstención o crítica equivale, pues, a un comportamiento inmoral.

Pero, como decimos más arriba, el colmo de la perversión lingüística se manifiesta en la frase de “guerra humanitaria” (liquidación nazi de los débiles). La destrucción, el asesinato, la caza de seres humanos y demás actos de crueldad resulta que son actos humanitarios. “Somos un pueblo de paz”, proclamaban Bush y Blair mientras sus aviones y artillería descargaban abombas de racimo y de uranio empobrecido sobre poblaciones indefensas.

Estos paladines de la justicia y la civilización practican, como antes los colonizadores y esclavistas en América o África, la caza de seres humanos. Jóvenes y viejos, niños y mujeres, los encierran en cárceles secretas e inaccesibles, como las de Abu Ghraib o Guantánamo, y los someten a torturas que ni siquiera los nazis pudieron imaginar. Y, naturalmente, tienen que

inventarse términos pseudolegales que justifiquen sus actos de barbarie genocida. Esos desgraciados capturados en las calles y aldeas se califican de “combatientes ilegales”, aunque jamás formaran parte de ningún ejército. Término desconocido en ningún código militar o criminal, nacional o internacional. Este escarnio de la legalidad es un ejemplo más de que nada se define en términos concretos. Los detentadores del poder y de la palabra pueden interpretar la justicia como mera expresión de la fuerza bruta. Los medios de comunicación, o de desinformación como prefiere llamarlos Chossudovsky, instilan en la conciencia de los estadounidenses la idea de que cierto empleo de la tortura, la existencia de campos de concentración, los asesinatos extrajudiciales, etc., son aceptables porque así lo dicen sus jueces.

En vez de expresar la complejidad de esta situación en términos simplistas del bien contra el mal, justicia contra crueldad, civilización contra barbarie, habría que exigir más bien una “justicia reparadora”.

Nos enseñan que el mal reside siempre en el otro, nunca en uno mismo. Los malos están siempre fuera, en la URSS, Cuba, Yugoslavia, Iraq, Venezuela, Bolivia, etc.

La retórica del bien y del mal es perversa porque evoca el miedo, la guerra, y crea la impresión de que la única respuesta es la intervención militar para derrotarlo. Basta recordar lo del “ántrax”. La retórica del bien y del mal se aplica asimismo para acallar las críticas de quienes disienten.

Como los buenos somos nosotros, quienes tienen que cambiar, por grado o por fuerza, son ellos. Como el enemigo es intrínsecamente malo, lo ético es emprender acciones militares contra él. La guerra psicológica, igual que el reclamo publicitario, opera sobre los deseos y temores de la sociedad. Y como sucede en la

guerra militar, define un “campo amigo” y un “campo enemigo”. Se elabora, incluso, una cultura del mal.⁷⁹

Sin la figura del “enemigo” sería absurdo mantener la poderosa industria militar, los ejércitos de agresión y ocupación, etc.

La antítesis del bien y del mal, de buenos y malos, de civilizados y bárbaros, es una simplificación que se repite a lo largo de la historia. Baste recordar las explicaciones dadas por los israelitas a sus conquistas de cananeos, filisteos o palestinos, o las de los europeos con respecto a los habitantes de América y África.

El médico, músico y humanista Albert Schweitzer cuenta la anécdota siguiente de cuando trabajaba de médico misionero en la selva de Gabón, durante la Primera Guerra Mundial. Un buen día se le acercó uno de los cabecillas “salvajes” a protestar por la crueldad de los blancos. Llevaban ya unos meses de guerra entre ellos, habían matado a 35 personas y habían dejado pudrirse los cadáveres sin comérselos. El “salvaje” no podía entender la crueldad de que se matara por matar, y no por hambre.

Dicotomías de la simplificación

Según la simplificadora visión estructuralista, casi cada sustantivo, adjetivo, verbo y adverbio tienen su opuesto. Su contraposición implica, por lo general, la devaluación de un término a favor del otro. Se da por supuesta la desigualdad entre ambos. Uno de los dos carece de lo que el otro encarna. Así, hombre-mujer, primitivo-moderno, rural-urbano, público-privado, el bien-el mal, nosotros-ellos, oriente-occidente, civilización-barbarie, etc., son ejemplos de cómo funciona este sistema binario.

79. Cf. Tamales, Moncho: *La cultura del mal. Una guía del antiamericanismo*, Madrid, 2005.

El uso de esta simplificación no es inocuo. Se aplica de manera consciente con el propósito de devaluar uno de los términos en contraposición con el otro. Se emplea un lenguaje binario, simplificado, estereotipado al extremo para camuflar unan realidad que es compleja. Es una orientación unilateral.

Se trata de antinomias presentes no solo en los discursos simplistas de un hombre tan inculto como G.W. Bush, sino también en las palabras e imágenes de los medios escritos y audiovisuales.

Así es como se presenta hoy la confrontación occidente-oriente, cristianismo-islam. Se recupera una vez más el imaginario y el lenguaje de las hordas salvajes que vienen de Asia para acabar con la civilización europea. La caja de resonancia de esta confrontación son los medios de comunicación.

Dios está, naturalmente, de parte de los buenos. Incluso habla con ellos y les dice cuándo tienen que conquistar (Moisés) o bombardear, con armas de destrucción masiva, como afirma el cristiano evangélico G.W. Bush. Cuando este presunto iluminado habla de los talibanes o de los sunitas los describe como seres crueles que prohíben a los niños volar cometas o hacer muñecos de nieve. Son cobardes y hay que cazarlos como alimañas que se ocultan en la obscuridad de las madrigueras.

Bush resucita a Hitler al aplicar la imagen del eje, “el eje del bien y del mal”.⁸⁰

La historia de cómo el bárbaro se ha devaluado en relación con el civilizado es la de cómo los países poderosos de “Occidente” han ejercido su dominio cultural, político, económico y militar sobre los débiles

80. Véase el artículo de Carlo Frabetti: “El eje del bien”, www.rebellion.org, 17-4-2005.

del mundo. Como afirma Marina A. Llorente, este uso restrictivo, simplificador, del lenguaje es la historia de las construcciones sociales, de los poderes de opresión que hay que desmontar y dismantelar.

Ahora que el presidente socialdemócrata del Gobierno español, J. L. Rodríguez Zapatero, ha lanzado la idea de la alianza de civilizaciones, recogida por el Secretario General de la ONU, Kofi Annan, convendría reconstruir y dismantelar los adjetivos que durante siglos han contaminado el lenguaje relacionado con esta oposición entre cultura occidental y cultura oriental. ¿De dónde procede la cultura judeocristiana sino de Oriente? Mientras la primera se presenta como civilizada, cristiana, democrática, económicamente desarrollada, la segunda es bárbara, ortodoxa o musulmana, totalitaria, atrasada.

La realidad es mucho más rica, compleja y diversa. Lo cierto es que Occidente no existiría sin Oriente. Occidente, como dice Marina A. Llorente, es una abstracción que oculta la red de gobiernos, corporaciones transnacionales e instituciones financieras que deciden la economía del mundo.⁸¹ Tras la frase “civilización contra barbarie” se oculta la lucha entre elites poderosas y pueblos sin poder del llamado mundo civilizado.

En cuanto a la dicotomía buenos-malos, nosotros-ellos, la siguiente carta de Rafael Granero Chulbi, titulada “Las vallas mentales”, refleja la realidad:

Primero, los malos. Dicen que Europa ejerce una atracción centrípeta sobre África, pero debería decirse que es África la que padece una fuerza

81. Cf. Llorente, Marina A.: *Civilization vs Barbarism*, en John Collins and Ross Glover (Eds.): *Collateral Language. A User's Guide to America's New War*, New York University Press, New York y Londres, 2002, p. 46.

centrífuga desde Europa. Dicen que nos invaden nuestra vida, pero debería decirse que los expulsamos de su vida. Luego, los buenos. Dicen que es solidaridad, pero debería decirse corresponsabilidad. Dicen que es cubrir una necesidad, pero debería decirse devolver un expolio. Dicen que actuemos con tolerancia, pero debería decirse que procedamos con transigencia. Y ustedes, ¿qué piensan que dicen tanto los buenos como los malos y qué opinan que deberían decir?⁸²

Fundamentalismo

Cuando los escribas y fariseos le llevaron a Cristo una mujer adúltera para que opinase sobre la ley de Moisés, o sea, la de lapidar a tales mujeres, Cristo les respondió: “El que de vosotros esté sin pecado sea el primero en arrojar la piedra contra ella”.⁸³

Parafraseando a Jesús, podría aplicarse lo mismo a quienes acusan a otros de fundamentalismo. Pues, tampoco el Occidente cristiano presenta una historia libre de fundamentalistas, de fanáticos religiosos, o integristas, como se denominan hoy. Los papas y predicadores enardecían a los cristianos durante la Edad Media para enrolarse en las cruzadas prometiéndoles el paraíso a quienes cayeran en el campo de batalla. Exactamente igual que los fundamentalistas islámicos de ayer y de hoy. Así, por ejemplo, el papa Urbano II (n. en 1042), promotor de la primera de ellas, y llevado tal vez de un profundo amor al prójimo, la calificó de “guerra santa para exterminar la raza funesta de los musulmanes”. Baste recordar, igualmente, con qué celo los torquemadas de turno enviaban al cielo las almas de

82. *El País*, 31-10-2005.

83. Evangelio según San Juan, 8, 7.

disidentes, purificadas en el fuego de sus hogueras. En la España actual tenemos a los guerrilleros de Cristo Rey y a los legionarios y legionarias de Cristo, a los catedráticos que juran morir antes de permitir que un comunista acceda a la docencia, o la marginación del gran escritor y dramaturgo Alfonso Sastre y de tantos otros.

El fanatismo religioso ha estado siempre vinculado a la política. En los EEUU, por ejemplo, la ultraderecha defensora de los valores cristianos ha llegado incluso a colaborar con el Pentágono en la propagación del terror tras el 11 de Septiembre con el envío de cartas contaminadas de ántrax.⁸⁴

Como otros muchos, el término fundamentalismo tiene también su origen en los EEUU. Desenterrar el significado de las palabras, identificar las fuerzas sociales que lo fijaron, puede ser un acto de resistencia intelectual y política.

Los términos fundamentalismo y fundamentalista provienen de un grupo de teólogos conservadores estadounidenses que se reunieron a finales del siglo XIX para definir los “fundamentos” de la fe cristiana. El conocimiento de esta historia, de suyo colateral, puede ser significativo en el contexto del uso que se hace hoy del concepto “fundamentalismo islámico” a fin de recabar apoyo para la guerra. Es muy raro que los medios de comunicación “occidentales” definan este concepto, usado casi siempre en relación con el Islam. Pero estos medios lo asocian a ciertas actitudes de índole atrasada y peligrosa.

Sin embargo, el término lo acuñaron a finales de la década de 1880 en el Seminario Teológico de Princeton. En 1909, los hermanos Milton y Liman Steward,

84. Cf. Ruiz Borrachina, Emilio: *Brujos, reyes e inquisidores*, Barcelona, 2003, p. 169.

enriquecidos con la industria del petróleo, financiaron un proyecto llamado *Fundamentals*. Una serie de 12 volúmenes publicados entre 1910 y 1915. Estas creencias fundamentales se resumen en cinco:

1. La Biblia es la palabra literal de Dios.
2. La divinidad de Cristo y su nacimiento virginal.
3. Cristo murió en la cruz, de suerte que quienes crean en él serán redimidos de sus pecados.
4. La creencia en la resurrección literal de Cristo entre los muertos.
5. La creencia en la vuelta de Cristo a la tierra.

Fue un movimiento que duró poco. Más, a los cristianos que sostienen estas ideas se le les llama fundamentalistas. Así que el fundamentalismo es un movimiento teológico-cristiano relacionado con lugares, personas y acontecimientos específicos. El concepto se emplea peyorativamente para denotar, por extensión, los aspectos opresivos y retrógrados de cualquier religión. Se subsume que los fundamentalistas se oponen a la libertad de pensamiento y a la modernidad.

Pero cuando estos atributos se asignan a un grupo humano tan grande como el musulmán, nos hallamos ante la retórica infernal de la guerra. Se trata de un discurso inhumano que incluye a millones de personas inocentes (uno de cada cinco habitantes de la tierra) como enemigos. La presentación que se hace de ellos en los medios de comunicación es negativa: aspecto amenazador, sin afeitar, con una canana en el pecho, etc. Son seres deshumanizados, por lo que no es sino legítimo exterminarlos. Como hicieron los europeos con los habitantes indígenas de América. He aquí, por ejemplo, cómo, llevado tal vez del precepto

bíblico de amarás a tu prójimo como a ti mismo, se expresa el general Thomas Blamey a la hora de arengar a sus tropas en Iraq: “Sabéis que tenemos que exterminar estas sabandijas si queremos vivir nosotros y nuestras familias... No estamos tratando con humanos tal como los conocemos”.⁸⁵

La actividad clerical de las capas altas de la Iglesia refleja también los intereses del gran capital. El fundamentalismo neoliberal de la fase actual del capitalismo se aprovecha del fundamentalismo religioso para proteger los beneficios de algunas empresas farmacéuticas a fin de seguir sacando pingües beneficios (*El jardinero infiel*). Al aprovechar la influencia de los dogmas religiosos sobre la población, el capital se beneficia de la propaganda religiosa. Hasta el dirigente de la derecha francesa, Sarkozy, actual Ministro del Interior, aplica el lenguaje fundamentalista en relación con las protestas de los barrios pobres cuando dice que le gustaría utilizar una manguera de alta presión para limpiar las *cités* de la basura que las contamina.

Cuando el que se considera superior no entiende el comportamiento del inferior, deduce que su actitud se debe a la vileza y ruindad de su carácter. Se cuestionaba que tuvieran alma. La imagen dominante e interesadamente propagada de los “indios” era la de desnudez, desprovistos de vestidos, de cultura y de moral, o sea, provistos de pecado y desenfreno sexual.

A partir de ese momento se les aplica el látigo y toda clase de epítetos despectivos: bárbaros, viciosos, impíos, siervos de los demonios, violadores de la naturaleza (precisamente a ellos), blasfemos, ídólatras, etc. El cristiano europeo considera como un

85. En Rajiva, Lila: loc. cit., p. 187.

igual al “indio” americano. Pero se trata de un igual malo, pecador y, por tanto, merecedor de castigo.⁸⁶ A los 60 años del “descubrimiento”, América estaba ya cubierta de cruces, desde el Mississippi hasta el Río de la Plata y el Mapocho, cruces de cementerios y de templos, con sus correspondientes ciudades, Los moradores han quedado diezmados. Un siglo y medio después de la conquista habían desaparecido casi 100 millones de seres humanos. De los 25 millones que había en México en 1500 solo quedaba 1 millón en 1600.⁸⁷

Ahora, igual que antes, el lenguaje vacío del derecho se orquesta con imaginarios y simbolismos que evocan profundas ansiedades raciales. Ahora, lo mismo que antes, el complejo militar-industrial enmascara su propio afán de beneficios, recursos y mercados con una ideología de superioridad moral y cultural que le permite conquistar y desposeer a los pueblos en interés de un puñado de favorecidos.

La realidad, en cambio, es bien distinta. Los fundamentalistas más furibundos se encuentran en los EEUU, bien sea en los consejos de educación de los Estados que prohíben la enseñanza de la evolución o las edades geológicas de la tierra y que imponen el creacionismo, bien en el Gobierno federal de Washington, cuyo jefe presume de que es Dios quien le dice cuándo debe exterminar a los malos.

86. A últimos de febrero la Iglesia brasileña ha pedido perdón por los abusos de la evangelización. A mediados de marzo también lo ha hecho el Papa de Roma por crímenes parecidos. En 1972, en una visita a la reserva de los Micmacs de Nueva Escocia, Canadá, el autor de este trabajo pudo comprobar personalmente el desprecio que sentía el sacerdote católico encargado de su bienestar espiritual cuando decía de ellos que ni siquiera sabían plantar patatas, como hacía él en su huerto. Pero no se había molestado en enseñarles.

87. AA VV: *Nuestra América contra el V centenario. Emancipación e identidad de América*, pp. 204-206

Los fundamentalistas usamericanos han conseguido incluso que el Museo Americano de Historia Natural de Nueva York no encontrase en el otoño de 2005 ningún patrocinador para una exposición de la vida y obra de Charles Darwin. Pero el Museo Creacionista de Cincinnati, que explica la historia natural tal como se narra literalmente en la Biblia, sí obtuvo donativos por valor de 7 millones de dólares.

La iglesia creacionista, como se denomina este movimiento, se está extendiendo ya por Europa. La puerta de entrada es el Reino Unido, donde este grupo religioso se está introduciendo en los colegios públicos con la connivencia del Estado. A través de generosas donaciones por parte de sus ricos patrocinadores locales, el colegio “elegido” se ve obligado a seguir las recomendaciones académicas del nuevo equipo directivo. Las escuelas elegidas se encuentran en los barrios más deprimidos y pobres del país y suelen ser la única opción de escolarización para muchas familias. Al principio, padres y alumnos están contentos con los cambios, pues reconvierten las escuelas en centros de primera calidad en lo que a instalaciones se refiere. Pero pronto surgen los consabidos problemas: nuevas normas de comportamiento, nuevos uniformes, selección del alumnado, del profesorado, y, lo que es más grave, los dobles mensajes o esquizofrenia que los alumnos tienen que aprender: dos teorías de la evolución. La que escribirán en el examen oficial es la de Darwin, pero la verdadera es la otra. Así consiguen sus propias escuelas con el dinero público de todos. A partir de ese momento, cualquier discrepancia, aunque venga avalada por la ciencia, es cuestión de opinión o de diferente punto de vista. Experiencias de este tipo tenemos en España con los colegios religiosos y los concertados.

Aunque hasta los últimos papas han puesto en entredicho la existencia del diablo, los fundamentalistas usamericanos describen la batalla contra los terroristas islámicos como un choque entre la cristiandad y *a guynamed Satán*,⁸⁸ en palabras textuales del general William Boykin. Esta lumbrera del entorno fundamentalista del Pentágono pide que los cristianos apoyen el plan divino del presidente Bush.⁸⁹

Los milenaristas apocalípticos creen que una conflagración mundial en Oriente Medio será el preludio de la vuelta de Cristo. Otros fundamentalistas pretenden recrear los EEUU bajo la ley bíblica (compárese con la sharía islámica).

El multimillonario predicador Franklin Graham, cuyo padre convirtió a Bush sacándolo del alcoholismo, llama al Islam “el mal”, y otros fundamentalistas lo califican de idolatría, paganismo, etc. Mahoma es un pedófilo poseído por el demonio, y lindezas semejantes.⁹⁰ Como es sabido, hoy el diablo es musulmán, judío, mujer, homosexual.⁹¹

Cuando el terrorismo se ve como extremismo religioso o herejía violenta, su erradicación puede adoptar formas violentas. Las distinciones maniqueas entre el bien y el mal, la seguridad y el peligro, convierten la denominada guerra contra el terror en una “misión” divina. Su objetivo político es la exportación de la libertad y la democracia. Disentir de esta misión equivale a una amenaza nacional y mundial. Nos hallamos,

88. “Un tipo llamado Satán” (obsérvese también el juego con la casi homofonía Sadam-Satán).

89. Cf. Rajiva, Lila: *The Language of Empire. Abu Ghraib and the American Media*, New York, 2005, pp. 171-172.

90. Cf. Rajiva, Lila: loc. cit., p. 173.

91. Véase el artículo de Eduardo Galeano: “Los diablos del Diablo”, en www.rebellion.org, 15-10-2005.

pues, no ante el lenguaje de una religión o de una ética espiritual, sino ante el lenguaje de una religión o una ética de Estado, de poder, de territorio. De ahí que para entender los crímenes de Abu Ghraib, Guantánamo, Faluya, etc., etc., haya que desvelar el lenguaje que camufla la tortura y el genocidio como “seguridad nacional”, “protección de nuestras libertades”, y eufemismos semejantes.

La religión cívica usamericana está impregnada de esta concepción. Desde los primeros colonos, los puritanos del *Mayflower*, hasta el *Manifest Destiny* retomado por J.F. Kennedy, el continente americano se ha considerado como tierra de promisión. El Destino Manifiesto, el eslogan de los expansionistas yanquis lanzado en 1845 para capturar tierras para los millones de emigrantes que aflúan de Europa, estaba muy lejos de la verdad. Conquistaron tierra para los millonarios, no para los millones de colonos.

El discurso de los medios de comunicación, en particular los estadounidenses, es la retórica del terror, de la guerra. Presenta a quienes disienten de la política, de la cultura o las creencias dominantes como enemigos. Y es que “la imagen oscura del enemigo da cohesión al Estado y sus sujetos. Marca la dirección de la comparación. Permite simbolizar toda la bajeza y oscuridad que sea necesaria a fin de que la constitución interna salga favorecida con la comparación y aparezca colocada en orden... Tener un símbolo exterior enemigo es imprescindible porque pone de manifiesto el deslinde de dentro y fuera. La ausencia de negación exterior priva de gran parte de su esplendor al orden interno”.⁹²

92. Cf. Pross, Harry: *La violencia de los símbolos sociales*, Barcelona, 1983, reeditado en 1989, p. 63.

Cuando un ser humano mata a otro se plantea la cuestión de si se trata de un homicidio o de una ejecución, si es víctima de una guerra o de un culto. Si la cobertura de las atrocidades usamericanas y sionistas por los medios de comunicación demuestra algo es la casi total corrupción de esos medios. La prensa mantiene una actitud servil ante el poder. Presa de los privilegios, es reacia a desvelar las mentiras oficiales y combatir la desinformación. La sociedad libre, honesta y justa necesita unos medios que promuevan el bienestar de todos en vez del de unos pocos.

Sí, la crítica de la sociedad propia se castigó siempre, incluso con la muerte. La crítica a la sociedad es necesariamente crítica a los gobernantes. No serían dominadores si no dominasen las mentes. Por eso hay que preguntar por qué están ahí, quién los puso arriba, por qué la gente se calla cuando entra el jefe, por qué cuelga esa foto en la pared y no otra, cómo sirven los medios las noticias, y así sucesivamente. Si se quiere mejorar la calidad de vida, en vez de quejarse de la manipulación, habría que llamar a las cosas por su nombre.

En Grecia, los dioses castigaban la soberbia, el orgullo desmesurado, la *hybris*. Lo que había que cultivar era la *sofrosine*, el justo equilibrio y la exacta conciencia de la propia posición. Critias (460-403 a.n.e.) declaraba abiertamente que los dioses eran una astuta invención de los gobernantes para hacer respetar las leyes que ellos promulgaban.

Sí, el ser humano no es bueno. Mas, como dice Kurt Tucholsky, pedirle que no mate, ni siquiera bajo una bandera ética, es tarea y deber de seres humanos mejores.

Frente al fundamentalismo, la duda metódica, el pensamiento crítico. Para eso, afirma Fernando

Aínsa, “hay que volver a las fuentes del racionalismo secular y universalista y adaptarlo a las necesidades de nuestra realidad”.⁹³

Hay que forjar nuevas formas de poder contra el capital. Las posibilidades que ofrece Internet pueden contribuir a la formación y consolidación de una opinión crítica mundial. “La buena y gran política, en su expresión de fondo, busca la realización de todas las personas en la comunidad”, nos dice el entrañable Volodia Teitelboim.⁹⁴

93. Aínsa, Fernando: *La reconstrucción de la utopía*, Correo de la Unesco, 1999, p. 76.

94. Teitelboim, Volodia: *Un hombre de edad media*. (Antes del olvido II), Editorial Sudamericana, Chile, 1999.



J.Kalvellido

Sexta Parte
La educación

El ámbito de la educación tampoco escapa a la contaminación general del lenguaje. La realidad se desvirtúa en términos más sutiles, menos brutales, que en la esfera de la guerra. Así, la diferencia entre el derecho básico a la educación y su mercantilización se diluye a través de la fórmula “acceso a la educación”. El lenguaje de los derechos se utiliza para hablar de inversiones y acuerdos comerciales. Es como si se hablara del derecho de acceso a la vida.

El cambio lingüístico en el ámbito de la educación corre paralelo al efectuado en los años 90 en otros campos de la actividad humana. Así, los problemas agrícolas y alimentarios se convirtieron en “desarrollo agrícola”, la deuda mundial, en “finanzas del desarrollo global”. Por otro lado, la violación del derecho público a estar informado sobre las asignaciones presupuestarias facilita que se priorice el gasto militar en detrimento del civil.

K. Tomasevski ha estudiado este fenómeno del cambio lingüístico en la política educativa en su libro *El asalto a la educación: cómo los términos de la economía de mercado se han impuesto en los servicios públicos, cómo han impregnado el principio de educación general y gratuita, tan arraigado en Europa*.⁹⁵

La educación ha pasado del derecho público al privado. De este modo, un bien público como la

95. Tomasevski, Katarina: *El asalto a la educación*, Barcelona, 2004.

educación se convierte en mercancía negociable, en objeto de compraventa. En los años 80, la educación pasó de servicio público gratuito a formar parte del sistema de “costes compartidos”. En los años 90 se incluyó en el derecho mercantil. El resultado de la mercantilización ha llevado a que los centros privados operen como empresas comerciales y hasta se coticen en la bolsa.

La oferta de MBA (Maestría en Administración de Negocios), y de cualquier tipo que imaginarse pueda, se ha convertido en una verdadera industria. No queda ya institución pública ni privada que no pugne por el negocio. Por Internet circulan ofertas de diplomas digitales y títulos universitarios, incluido el de doctor, que no requieren siquiera certificados de selectividad ni de haber terminado la enseñanza secundaria. Tan solo hay que pagar el importe correspondiente y se recibe el título deseado. A estos niveles de degradación ha llegado la mercantilización de la enseñanza.⁹⁶

Es cierto que la difusión de las tecnologías de la información y la comunicación, y muy en particular Internet, facilita la propagación de las informaciones y eleva el nivel de conocimientos de quienes pueden acceder a ellas. De ahí que la euforia de los tecnófilos los haya llevado a calificar la sociedad actual como “sociedad del conocimiento”. La ingeniosidad comercial yanqui, la *americanin genuity*, se ha puesto inmediatamente manos a la obra para hacerla realidad. He aquí cómo entiende la formación universitaria este anuncio distribuido por Internet.

96. Cf. Noble, David F. : *Digital Diploma Mills. The Automation of Higher Education*, Nueva York, 2002. Así como Romano, Vicente: “El puerto de arrebatacapas”, en su libro *Estampas*, Barcelona, 2004, pp. 137-138.

Diplomas universitarios

Obtenga un próspero futuro, poder para ganar dinero y la admiración de todos.

Diplomas de prestigiosas universidades no acreditadas, basados en su conocimiento actual y en su experiencia. No se requieren tests, clases, libros ni entrevistas.

Diplomas de licenciatura, maestría, MBA y doctorado disponibles en el campo de su elección.

Nadie suspende.

Confidencialmente garantizados.

Llame ahora para recibir su diploma en unos cuantos días.

1—887-576-0647

Llame las 24 horas del día, 7 días a la semana, incluidos domingos y festivos.

No es sino lógico que donde, como en los Estados Unidos de América, la educación primaria gratuita no se reconoce como un derecho humano, como un bien público, sino como mercancía, la privatización de la enseñanza se lleve a estos extremos. Aquí termina el abandono de la concepción de la educación como servicio público, concepto tan arraigado en Europa y que tan dispuestos se encuentran nuestros políticos a abandonar. ¿A esto quieren llevarnos los defensores de la escuela y de las universidades privadas con su campaña denigratoria de la enseñanza pública? Todo apunta en este sentido, por mucho que digan los con capa y los sin ella.

En España, esta tendencia encuentra el campo abonado con la tradición de los colegios privados, casi todos regidos por órdenes religiosas. La privati-

zación ha disparado la proliferación de instituciones y universidades privadas.

Los costes de la educación, antes en los presupuestos públicos, se trasladan así a los estudiantes y sus familias. Y como los costes aumentan y cada vez resulta más difícil hacer frente a ellos, hay que recurrir a los préstamos. Las instituciones bancarias han encontrado aquí una nueva fuente de ingresos.

El lenguaje comercial oculta que la educación es un derecho humano fundamental. Camufla la precariedad laboral y la angustia por encontrar un trabajo digno con el señuelo de los diplomas y títulos ofertados por esta industria del autoengaño.

La privatización afecta los contenidos. La enseñanza de la historia, e incluso de la ciencia, puede verse muy afectada. La visión que se dé de nuestra guerra civil o de la democracia, por ejemplo, puede discrepar muchísimo en función de que se imparta en los colegios religiosos privados o en los públicos laicos. Son los dueños de las instituciones privadas quienes fijan las materias y los libros de texto.

En los EEUU son también numerosos los estados que prohíben doctrinas científicas, como la teoría de la evolución, e imponen el creacionismo literal de la Biblia. Los tribunales estadounidenses se han visto obligados a intervenir en numerosos juicios para decidir si los niños reciben una enseñanza acorde con los conocimientos científicos o con la letra de la Biblia.

Como se sabe, no existe ninguna enseñanza que no esté determinada por la economía. La manera en que un pueblo satisface sus necesidades vitales marca su poesía, su música, sus casas, sus ciudades, su vida cotidiana. Sin embargo, nada se aprende en la escuela acerca de cómo funciona la economía. La materia

más vinculada a nuestros intereses permanece oculta. Y la ignorancia de los maestros en cuestiones económicas suele ser tan grande como la de sus alumnos. Las escuelas que frecuentaron nuestros padres y nuestro abuelos, igual que las de nuestros hijos, no les enseñaron a preguntar en todos los acontecimientos de vital importancia para ellos: *¿quién se beneficia?* Lo único que les enseñó todo el sistema educativo fue a obedecer, a ser sumisos y esperar mejor suerte en la otra vida, a ser carne de matadero con ciertas habilidades. Y la producción de ganado no es ningún logro cultural, aunque recite poesías.⁹⁷ En una encuesta se le pedía a la gente su opinión de la fidelidad. El resultado fue que cuanto mayores eran los ingresos, tanto menor era la consideración de la fidelidad, y viceversa.

Quien pida una respuesta a la pregunta de por qué se enseña una materia y no otra tiene que averiguar antes quién determina lo que se enseña. A este conocimiento se puede llegar por inferencias. Las informaciones con las que se elabora lo que vamos a ser en la vida son seleccionadas por personas cuya ocupación más importante estriba en producir mercancías y en obtener una ganancia con su venta.

La realización de intenciones ajenas es inevitable cuando se nos excluye de la elaboración de los planes de estudio. Por eso hay que modificarlos de manera que en las escuelas no se puedan formar esclavos. Si no nos defendemos contra el plan de estudios de las escuelas, los medios de comunicación y los programas de la TV, nuestros pensamientos seguirán siendo los de nuestros enemigos. La mayoría de la gente cree que sus pensamientos provienen del interior de sus

97. Cf. Rauter, Ernst A.: *Wie eine Meinung in einem Kopf entsteht. Über das Herstellen von Untertanen*, Munich, 1971, p. 42.

cabezas. No saben que el camino de las ideas discurre de afuera hacia adentro.

El espíritu de la competitividad, dominante en la economía, se ha transferido a la educación. La cooperación, la solidaridad y la emulación se sustituyen por la ley del más fuerte, más listo, más rico...

Pero la solidaridad, aunque la derecha se haya apropiado de este término tradicional de la izquierda, no tiene cabida en este sistema. Entendida como respeto y ayuda al prójimo, permanece ajena a él desde la misma infancia. El verticalismo de las clases, de arriba y abajo, dentro y fuera, claro y oscuro, etc., impera también en la organización escolar. El principio de competitividad se aplica en la enseñanza con la misma dureza que en la economía. Triunfan los que consiguen las mejores notas. Quienes, por cualesquiera razones, son segregados reciben un "tratamiento especial", expresión prohibida por el mismo Himmler en 1943.

Entre este grupo de estigmatizados, se cuentan cada vez más los niños de los inmigrantes con problemas de lengua y de aprendizaje. En vez de llevar la escuela pública a un nivel que permita integrarlos, se financia y fomenta el negocio de los colegios privados, donde los padres prefieren llevar a sus retoños con el argumento de que los niños inmigrantes rebajan el nivel y perjudican la competitividad futura de sus hijos.

Sin embargo, es bien sabida la importancia que tienen los compañeros de escuela en el desarrollo de la vida subjetiva.

Desde el punto de vista de la solidaridad, este sistema escolar agudiza las diferencias sociales. Sí, el ascenso a la cumbre requiere una especialización

temprana. Pero, ¿cómo va a tomar responsabilidad política una persona que no ha aprendido en las escuelas a aceptar a otros, más débiles, y solo se siente obligado para con su esquema de ascenso? se pregunta Pross.⁹⁸ Los niños y jóvenes de la actual sociedad neoliberal, instruidos y adiestrados en las fechas y las cifras, están muy lejos de experimentar la solidaridad, edificada sobre la comunidad de intereses. Es en las discusiones, en la dicción y contradicción, donde se puede descubrir que otros también piensan como yo y que también tienen los mismos intereses.

En la sociedad actual, donde el personal está instruido en la competitividad, en el verticalismo, las instituciones educativas pasan de la solidaridad porque producen siempre nuevos conflictos entre grupos. Las manifestaciones de solidaridad se reducen a meras expresiones verbales.

La solidaridad no es una relación vertical, sino siempre horizontal. Si los niños no aprenden lo que se oculta realmente tras el lenguaje metafísico, ¿cómo van a entender que una palabra puede herir, que una mirada puede llevar a la desgracia? ¿Cómo van a comprender lo que se tiene en común con los demás si no se experimenta?

De ahí que si se quiere educar en la solidaridad, hay que enseñar la coexistencia real, no la superposición y sumisión abstractas. La enseñanza de la solidaridad parte de la coexistencia, de la horizontalidad, y no de la verticalidad de los valores. El primer principio de esta educación para la solidaridad sería reconocer la verdad de que cada persona ve las cosas de distinta manera. El segundo implicaría el llamado a lo común

98. Cf. Pross, Harry: *La violencia de los símbolos sociales*, Barcelona, 1989, p. 31.

que subyace en esta diferencia. Reducir la desigualdad significa, pues, desmontar la violencia simbólica que ejerce sobre nosotros.⁹⁹



99. Pross, Harry: *ibídem*, p. 33.

Séptima Parte
Terrorismo

El término *terrorismo* merece capítulo aparte. Hoy, no existe medio de comunicación escrito, radiado o televisivo que no hable de él todos los días. Ni político que no lo mencione en todas sus manifestaciones públicas. Se trata de una palabra omnipresente en el discurso político de estos últimos años, hasta el punto de convertirse en objeto de la política, de la acción militar y en obsesión pública. Hoy, va indisolublemente unido a las nociones de “seguridad”, “libertad”, “fundamentalismo” y otras.

En el lenguaje político existe desde la época del “terror” de la Revolución Francesa. Pero no se puso de moda hasta la segunda mitad del siglo XX, con los actos de violencia protagonizados por los independentistas argelinos en Francia, por el Frente de Liberación de Palestina, el IRA, ETA, las Brigadas Rojas en Italia, la RAF en Alemania, etc. Aunque también las organizaciones fascistas, como la OAS francesa, el sionismo, la CIA y el exilio cubano de Miami, han llevado y llevan a cabo acciones terroristas, el concepto de terrorismo se suele asociar con la violencia de determinados grupos y organizaciones radicales de izquierda o del fundamentalismo islámico contra el Estado, o, mejor dicho, contra un determinado tipo de Estados, contra lo que se denomina “Occidente”, “sistema de vida occidental”, etc., encarnado en los EEUU, Inglaterra, Israel y sus amigos, por decirlo en el lenguaje habitual.

Es en los EEUU donde se ha venido aplicando el término durante los últimos 50 años hasta llegar a la actual “guerra al terrorismo” decretada por la actual banda de fundamentalistas que rige los destinos de este país y pretende regir los del resto del mundo.

Sin embargo, no existe todavía una definición clara de “terrorismo”, aunque todo el mundo cree saber qué es. El *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española* lo define como “dominación por el terror”. Para el Webster’s es el “uso sistemático del terror como medio de coerción, atmósfera de amenaza o violencia”. La definición que se aplica en la llamada “guerra mundial contra el terrorismo” es ambigua y tautológica: terrorismo es lo que hacen los terroristas. Más, ¿quiénes son los terroristas? Los que cometen actos de terrorismo, nos dicen. “Terrorismo es una barbarie moderna que llamamos terrorismo” (Georg Shultz). “Terrorismo es un ataque a nuestro modo de vida” (Donald Rumsfeld). “Terroristas son los enemigos de la libertad” (Congreso de los EEUU).¹⁰⁰

Los representantes de los 25 países integrantes de la Unión Europea y de otros diez de la ribera sur del Mediterráneo, reunidos en Barcelona a finales de noviembre de 2005 en la Cumbre Euromediterránea, tampoco se pusieron de acuerdo en una definición de terrorismo. La Alianza de Civilizaciones propiciada por el presidente del gobierno español, J.L. Rodríguez Zapatero, no ha podido echar a andar.¹⁰¹ El escritor Javier Ortiz afirmaba, con su saludable ironía, que no saben lo que es terrorismo.¹⁰² Javier Ramos Sánchez se burla también

100. Cf. John Collins: “Terrorism”, en: Collins, John y Glover, Ross: *Collateral Language. A User's Guide to America's New War*, New York y Londres, 2002, pp. 155-174.

101. Cf. *El País*, 27-11-2005.

102. Cf. *El Mundo*, 1-12-2005.

de esta incapacidad en un mordaz artículo publicado en *Gara* el 14 de diciembre de 2005. Por último, el general Leonid Ivashov, jefe del Estado Mayor de las Fuerzas armadas rusas en el momento de los atentados del 11-S, y que, por tanto, vivió los acontecimientos desde dentro, discrepa radicalmente de sus colegas yanquis. En la Conferencia Axis for Peace 2005, afirmó categóricamente que el terrorismo internacional no existe, y que los atentados del 11 de septiembre de 2005 fueron un montaje.¹⁰³ No se trata más que de un terrorismo manipulado por las grandes potencias, y no existiría sin ellas. En vez de fingir una “guerra mundial contra el terrorismo”, sería mejor restablecer el derecho internacional y la cooperación pacífica entre los Estados y sus ciudadanos, recomienda este general.¹⁰⁴

Quienes se encargan de este montaje complican todavía más las cosas al incluir en la noción de terrorismo el concepto de “entorno”, esto es, a todo lo que, en su opinión, puede rodear o favorecer el surgimiento de actos terroristas. Se trata de un nuevo concepto ideado para camuflar las acciones represivas de los gobiernos contra quienes disienten de sus políticas, o simplemente de personas inocentes.¹⁰⁵ Se configura así, afirma Alfonso Sastre, “un mundo sociocultural en donde resulta que creer en la contaminación de cielos y tierras

103. Existen ya numerosos estudios e informes que vienen a corroborar esta convicción del general ruso.

104. Para un resumen de su intervención, véase *Axis forPeace-Red Voltaire*, 23-1-2005, así como en www.rebellion.org, misma fecha. El general LeonidIvassov es vicepresidente de la Academia de Problemas Geopolíticos. Fue jefe del Departamento de Asuntos Generales del Ministerio de Defensa de la Unión Soviética, secretario del Consejo de Ministros de Defensa de la Comunidad de Estados Independientes (CEI), jefe del Departamento de Cooperación Militar del Ministerio de Defensa de la Federación Rusa.

105. Véase los artículos de Carlo Frabetti: “El terrorismo y su entorno”, en *La Haine*, 15-12-2005; y el de Alfonso Sastre: “El ‘entornalismo’: un grave atentado a la justicia”, *Gara*, 11-12-2005.

de Serbia e Iraq por el uranio empobrecido arrojado por los bombarderos usamericanos es un trastorno psíquico, una enfermedad que requiere curación.”¹⁰⁶

Veamos ahora cómo entienden el terrorismo los que le han declarado la guerra y la capitanean, esto es, los gobernantes de los EEUU.

Desde Nixon hasta Bush se crearon numerosas instituciones y organismos y se promulgaron numerosas leyes para combatir el terrorismo y mantener la “ley y el orden” establecidos. La “academia” ha publicado muchos libros y estudios sobre el fenómeno. No es posible entender el terrorismo sin considerar la relación existente entre gobernantes y académicos. Esta relación se extiende a los grupos de expertos, corporaciones empresariales, medios de comunicación y fuerzas militares. Se puede entender por qué la etiqueta del “terrorismo” se aplica a la violencia procedente de la izquierda. La practicada por la extrema derecha, apoyada activamente por los EEUU, se califica, en cambio, en términos menos peyorativos: contrainsurgencia, autodefensa, contragolpe, conflicto de baja intensidad, etc. Los crímenes los cometen siempre los otros. Tal vez por eso se evita cualquier definición explícita de “terrorismo”, a fin de no identificarlo con las acciones de los EEUU, Israel, paramilitares colombianos, activistas contrarrevolucionarios cubanos de Miami, etc. Además, cuando se habla de terroristas nunca se piensa en terroristas blancos.

La histeria desatada tras los atentados del 11-S en Nueva York y Washington, alimentada por el Gobierno, sus “expertos” y los medios masivos de comunicación ha cambiado los protagonistas del mal. Si antes los

106. Sastre, Alfonso: *La batalla de los intelectuales*, loc. cit. p. 16.

malos eran los comunistas, los rojos, los jóvenes rebeldes, ahora es el fundamentalismo islámico.

Los ideólogos de esta “guerra al terrorismo”, guiados por la idea del “choque de civilizaciones”, entre el “Oriente” islámico y el “Occidente” cristiano (sociedad capitalista), recurren al lenguaje del terrorismo para encubrir la defensa del sistema y sus privilegios. No parecen haber aprendido de la historia. En este sentido, la retórica del terrorismo tiene mucho que ver con el lenguaje colorista utilizado antes para designar a los enemigos del sistema: “terror rojo”, “peligro amarillo”, etc. La noción de terrorismo se restringe a la oposición a la política de los EEUU y sus aliados, que quedan así exentos de cometer ellos mismos actos terroristas. Una de las tácticas fascistas consiste en presentar las mentiras como verdades, los asesinatos como respetables (selectivos).

Sin embargo, cualquier definición de “terrorismo” puede aplicarse a las acciones de los Estados Unidos. ¿Empleo de la violencia para conseguir fines políticos? Ahí está la guerra de Vietnam. ¿Ayuda mercenaria contra Estados soberanos y gobiernos democráticamente elegidos? Ahí están la *contra* nicaragüense, las numerosas invasiones y ataques militares contra México, República Dominicana, Cuba, Haití, Panamá, Granada, etc. Entre 1945 y 2003, los EEUU intentaron derrocar a más de 40 gobiernos extranjeros y aplastar a más de 30 movimientos nacionalistas. Durante ese período bombardearon alrededor de 25 países, causando la muerte a varios millones de personas y condenando muchos más a la agonía y desesperación.¹⁰⁷ ¿Violencia de gobiernos

107. Cf. Blum, William: “Una historia corta sobre la Guerra Fría y el anticomunismo”, en killinghope.org.

contra su propia población? Véase la represión de tantos dictadores entrenados y apoyados activamente por los EEUU. ¿Violencia contra civiles inocentes? Las 400 mil toneladas de bombas de napalm y los 11.200.000 galones (1 galón = 4,5 litros) de agente naranja lanzados en Vietnam siguen matando. Según la Agencia Reuters, los militares usamericanos que arrasaron Faluya urgieron a la población civil a que abandonase la ciudad. Pero a continuación pregonaron que su objetivo eran todos los varones entre 18 y 45 años de una población de 100 mil habitantes. ¿Es esto terror? Se cortó el abastecimiento de agua a Faluya, Tell Afar y Samarra, a 750 mil civiles en total. ¿Es esto terror? La cantidad aún desconocida de bombas de uranio empobrecido arrojadas en Yugoslavia e Iraq, de racimo en Afganistán, de fósforo blanco en Faluya, y así sucesivamente, no solo destruyen vidas humanas, sino que también esquilman bosques, tierras y aguas. De bombardeos tipo *carpet bombings* se acusó precisamente al mariscal Goering en los procesos de Nuremberg, además de ser una violación de la IV Convención de Ginebra, Protocolo I, de 1947. A las aterradoras imágenes de los niños vietnamitas e iraquíes desfigurados hay que sumar las del terrorismo medioambiental.¹⁰⁸ ¿Violencia para aterrorizar a la población? Hiroshima y Nagasaki.¹⁰⁹ Ni siquiera se les permite a los niños palestinos acudir a la escuela sin ser sometidos diariamente a vejaciones

108. Cf. Galeano, Eduardo: "SOS: terrorismo medioambiental", *El Mundo*, 28 de agosto de 2002.

109. Para el terrorismo *made in USA* puede consultarse la Enciclopedia básica sobre el Terrorismo promovido, financiado y ejecutado por el gobierno yanqui y sus aliados en América. En: www.terroronline.org, www.terroronline.com, y www.defensahumanidad.cu.

cotidianas por las tropas sionistas.¹¹⁰ Estas mismas tropas, por tierra, aire y mar, han destruido 300 escuelas en Líbano, por lo que los niños no pueden empezar el curso este año. Durante los 34 días que ha durado la guerra no declarada de Israel contra este pequeño país (julio-agosto, 2006), el sionazismo (como lo denomina Carlo Frabetti) ha destruido 30 mil viviendas, 147 puentes, 72 carreteras, 1.500 infraestructuras, hospitales, aeropuertos, plantas eléctricas, tanques de petróleo (45 mil toneladas de crudo), causando un desastre ecológico superior al del Exxon Valdez de Alaska en 1989. Ha causado 1.271 muertos, la inmensa mayoría mujeres y niños inocentes, un millón de desplazados (de los 4 millones de habitantes que tiene Líbano). Además de lanzar bombas de fósforo contra la población civil, el ejército sionista descargó durante las últimas 72 horas de su guerra, cuando ya se había concertado el alto al fuego, 100 mil bombas de racimo, también prohibidas, sembrando así 85% del territorio del Sur del Líbano de explosivos. La guerra ha degradado sustancialmente la orografía del país. ¿Es esto terrorismo? Amnistía Internacional acusa a Israel de crímenes de guerra. Y los continuos bombardeos y asesinatos de palestinos en Gaza y Cisjordania, una tercera parte de los cuales son niños, Palestina, donde 80% de las embarazadas no pueden recibir asistencia preparto y, en 2005, 61 de ellas tuvieron que parir en controles militares a causa del muro que construyen los israelitas, ¿es esto terrorismo?

Pero todo esto no se cuenta como terror, sadismo o barbarie. Como ellos no quieren causar bajas

110. Véase el artículo de AmiraHass: "Ningún niño sin ser hostigado"; en *Haaretz*, 24-1-2006.

civiles ni otros perjuicios no es terror, son “daños colaterales”, mientras que los ataques intencionados de los “terroristas” sí lo es. Sus asesinatos son selectivos, sarcasmo cruel ideado por el fascismo sionista para justificar sus actos terroristas contra los palestinos. Así deben entenderlo también los ocupantes de Iraq y sus amigos cuando también seleccionan a sus víctimas. En los tres últimos años las tropas usamericanas y aliadas han asesinado a 109 periodistas iraquíes (no se incluyen en este cómputo a los periodistas occidentales). Según el Comité de Solidaridad con Iraq del Tribunal de Bruselas, al 14 de marzo de 2006 habían matado a 350 científicos y más de 200 profesores universitarios. Solo en la Biblioteca Nacional de Bagdad han desaparecido un millón de volúmenes, decenas de millones de documentos impresos, la casi totalidad de los archivos microfilmados y del Archivo Nacional de Iraq. ¿Es esto terror? Donald Rumsfeld se limitó a comentar que “la gente es libre de cometer fechorías”. Su gente, claro.¹¹¹ “¿Cómo se blanquean los negros?” —le preguntaron en 1965 a un mercenario blanco. “Se les fusila y se les deja al sol” —respondió.

Así que “terroristas” son, según los EEUU, los que defienden su país contra los ocupantes e invasores. El actual gobierno de Washington mantiene presos a cinco cubanos cuyo acto de terrorismo consistió en denunciar las mafias terroristas que actúan contra Cuba desde Miami. Es la misma perversión lingüística de los fascistas españoles que se rebelaron contra la República española y luego fusilaban a quienes defendieron la legalidad acusándolos de “rebelión militar”.

111. Cf. Jamás, Imán Ahmad: *Crónicas de Iraq*, con presentación de Santiago Alba y cronología de Carlos Varela, Ediciones del Oriente y del Mediterráneo, Madrid, 2006.

Por eso no se define “terrorismo”. Como dice Alfonso Sastre, se llama terrorismo a la guerra de los débiles y guerra, y hasta limpia, al terrorismo de los fuertes.

La ONU acusa a los EEUU de actos de terrorismo y tortura. Se han convertido en nación delincuente ante los ojos del mundo. Pero no se presentan a juicio porque no reconocen ningún tribunal mundial, ninguna convención ni ningún tratado, aunque algunos los hayan firmado. Su prepotencia les impide reconocer que cometan semejantes infamias. Y eso a pesar de que un grupo de generales retirados de su propio ejército apoyen las denuncias del genocidio de su Gobierno en Iraq.

Pero hoy, gracias a las TIC (tecnologías de la información y la comunicación), pueden grabarse y difundirse casi al instante las imágenes del horror genocida de esta guerra usamericana contra el terrorismo.

Para mayor escarnio de la humanidad, el presidente G.W. Bush, el *Mr. Danger* de Hugo Chávez, nombró a Henry Kissinger jefe de la comisión encargada de investigar los ataques terroristas contra los EEUU. Precisamente una persona que durante toda su vida había estado acunando terroristas. O sea, que puso a la zorra para cuidar de las gallinas. He aquí un somero recuento de las acciones de este héroe de la libertad y la democracia en relación con el terrorismo.

Vietnam. Contribuyó a minar las conversaciones de paz de 1968 en París. Pasó por alto los bombardeos secretos de Camboya, a consecuencia de los cuales murieron cientos de miles de civiles.

Bangladesh. En 1971, el general pakistaní Khan, armado por los EEUU, derrocó a un gobierno democráticamente elegido, provocando un baño de sangre con cientos de miles de civiles asesinados. Kissinger se

opuso en su condena en la ONU y destacó la “delicadeza y el tacto” de Khan.

Chile. A principios de la década de los 70, Kissinger supervisó la campaña de la CIA para ayudar a derrocar a Salvador Allende e instaurar la dictadura fascista de Pinochet.

Timor Oriental. En 1975 aprobó la brutal invasión de este pequeño país por Indonesia, al mando entonces del sanguinario general Suharto, asesino de más de 300 mil comunistas en 1965.

Argentina. Los documentos desclasificados demuestran su apoyo a la junta fascista, a la que aún se le reclaman 30 mil desaparecidos.

Kissinger tiene demandas judiciales en Chile para que responda ante los tribunales por su participación en los asesinatos del general René Schneider y de Orlando Letelier, entre otros actos supervisados por él.¹¹²

La esencia del terrorismo radica en la desigualdad de la capacidad de destrucción, la ilegitimidad de su uso, la desproporción de su aplicación, así como la tortura. Es la humillación y subyugación de poblaciones enteras mediante la violencia física y psicológica normalizada, en especial en su forma más insidiosa, la violencia racional del Estado moderno ante la que nos ciega el lenguaje y la ideología.¹¹³

El mundo se horroriza con las torturas de los campos de concentración nazis, de Abu Ghraib, Guantánamo y las que van saliendo cada día. Pero conviene recordar que la era de la tortura se inició en la represión de 1934 en Asturias, efectuada por el general F. Franco (en la Guerra Civil Española, dos años después, también fue campo de experimentación).

112. Cf. *The Kissinger Deceit*, en *The Nation*, 22-12-2002.

113. Cf. Rajiva, Lila, loc. cit. p. 101.

Las tropas de la Legión Extranjera y los moros traídos de Marruecos, adiestrados para la tortura y el degüello, se encargaron de los supervivientes de los bombardeos. En Asturias se inició la era de la tortura. A quienes caían en manos de los esbirros se les aplicaban tenazas y hierros candentes, se les aplastaban las manos y los órganos sexuales, les machacaban las rodillas y los pies con martillos, tenían que sufrir la muerte de mil maneras, en el paredón, bajo la horca, conducidos a la fosa que habían tenido que cavar ellos mismos, para ejecutarlos atados a una silla, en presencia de las mujeres y madres antes de ser finalmente ahorcados, dados garrote, fusilados o empalados en postes de agujas. Con 3 mil muertos, 7 mil huidos y 40 mil presos tuvo que pagar la población asturiana el intento de oponer al despotismo el poder de los obreros.¹¹⁴

Desde el punto de vista de la contaminación lingüística, se ha efectuado un desplazamiento hacia el lenguaje bélico, tanto en el discurso político como en los medios de comunicación. Así, al principio, el atentado del 11-S fue un “crimen” con “víctimas”. Había que llevar a los criminales ante la justicia, esto es, ley, tribunales, abogados, juicios, sentencias, recursos, etc. Pero en pocas horas todo eso cambió a “guerra”, con bajas, enemigos, acciones militares, etc.¹¹⁵

Los terroristas son “cobardes”, calificativo que no se ajusta a hombres y mujeres que sacrifican voluntariamente sus vidas por sus ideales. Por eso hay que

114. Cf. Weiss, Peter: *La estética de la resistencia*, Hiru, Hondarribia (Guipúzcoa), 2004, p. 273.

115. Cf. Lakoff, George: “Metaphors of Terror”, *These Times*, 29-10-2001.

fumigar sus madrigueras para sacarlos a la luz del día y exterminarlos como si fuesen ratas. O “desechar los pantanos donde viven como si fuesen reptiles” (Rumsfeld). De nuevo el simbolismo vertical de los valores. Arriba el bien (nosotros), abajo el mal (ellos). Solo los de arriba, superiores en inteligencia (luz), moral y fuerza, pueden vencer a los de abajo, inferiores, en las tinieblas, arrastrados y débiles. Los seres superiores, siempre erectos, descargan su furia desde arriba, desde el cielo. Cabe que sus acciones provoquen algún mal menor. Como la limitación de las libertades individuales, los asesinatos políticos, el derrocamiento de gobiernos, la tortura, la contratación de criminales, el millón de iraquíes muertos por los efectos de la guerra, esto es, las enfermedades debidas a la destrucción de las plantas potabilizadoras, los hospitales, las centrales eléctricas, la falta de alimentos y medicinas, etc. Esos son “daños colaterales”.

Pero todo vale en aras de la “seguridad nacional”, poderosa metáfora que invoca el apoyo de la población para la seguridad de las empresas privadas y los grandes consorcios que engrosan sus beneficios gracias al clima de inseguridad creado y estimulado por ellas. El capitalismo, y más en su fase imperialista actual, es por su esencia un sistema generador de angustias, incertidumbres, miedos. Sobre todo el miedo a perder el trabajo, o a no encontrarlo, para hacer frente a las necesidades de una vida digna. Andrés Devesa lo expone perfectamente en estos términos:

Vivimos en el auténtico estado de excepción permanente, pues la amenaza acecha de forma constante e invisible, en sus diferentes versiones: atentado terrorista, colapso energético, catástrofe

ecológica o pandemia mundial. Pero, ¿qué esconden estas amenazas espectaculares? Lo que el espectáculo oculta es la verdad inmisericorde de nuestra época: la absoluta falta de libertad del ser humano, que cede cada día una parcela más de la vida a los gestores de la miseria, a los paladines de la economía independiente del ser humano. La visión apocalíptica es la espectacularización de lo que hoy es la norma: la artificialización y estandarización de la vida, la supresión de lo vivido y su sustitución por un sucedáneo que ni de lejos se parece a lo que pretende sustituir. El miedo a la catástrofe espectacular oculta, por tanto, la auténtica catástrofe, la que se desarrolla cada día de nuestras vidas, mientras en las pantallas de televisión observamos las amenazas que sirven de velo a lo auténticamente catastrófico.¹¹⁶

Seguridad no significa un salario que permita vivir con dignidad, una pensión para la vejez, un plan de salud, una orden de retirada de nuestros hijos de los campos de batalla. Seguridad significa más armas, más policías, mucho ondear de banderas. La tan cacareada seguridad está incluso por encima de las libertades individuales y los derechos humanos, esto es, más inseguridad. Así lo reconoce un dirigente como Tony Blair, que se tiene por socialista.¹¹⁷

Como afirma F. Aínsa, la exaltación de la seguridad como “valor de refugio” ha producido la multiplicación de barreras entre el espacio individual y el colectivo.

La sociedad contemporánea dificulta, lejos de los

116. Cf. Devesa, Andrés: “Pajaritos y pajarracos”, en www.rebellion.org, 25-3-2006.

117. Cf. *El País*, 25-2-2005.

proyectos de la utopía urbana clásica, el acceso al domicilio privado a través de códigos, guardianes, interfonos que se prolongan en calles con barreras, barrios con entradas y ciudades con fronteras, sectores bien delimitados.¹¹⁸

En suma, toda la doctrina acerca de la “seguridad nacional” se basa en la supuesta existencia de un enemigo que amenaza la patria. De ahí que el fin último de esta doctrina sea la transformación de países soberanos en territorios abiertos, esto es, en “áreas de libre comercio” por medios militares.

La consecuencia es la militarización del lenguaje, ya sea de forma abierta o encubierta. Así, a medida que transcurre el tiempo, los medios de comunicación dejan de hablar del ingente montón de escombros en que se ha convertido la “Zona acero”, para pasar a *America Under Attack* (América está siendo atacada —*no los Estados Unidos*—). Inmediatamente a *America strikes back* (América devuelve el golpe), *America's New War* (La nueva guerra de América), *America recovers* (América se recupera). Se trata, pues, de una información desvirtuada por el melodrama. Como decía Eduardo Galeano en *Las venas abiertas de América Latina*, “ahora América es, para el mundo, nada más que los Estados Unidos: nosotros habitamos, a lo sumo, una Subamérica, una América de segunda clase, de nebulosa identificación”.

La violencia salvaje, típica del poder totalitario, deja su impronta en el lenguaje de los militares yanquis. Así, el general de los marines John Sattler afirma que la ofensiva contra Faluya “ha partido los riñones a los

118. Cf. Aínsa, Fernando: *La reconstrucción de la utopía*, Correo de la Unesco, México, 1999, p. 67.

insurrectos”, expresión que ya pronunció Mussolini a propósito de Grecia.¹¹⁹ He aquí algunos nombres dados a sus operaciones militares:

“Tormenta del desierto”, durante la cual enterraron vivos a 300 mil soldados iraquíes en la primera Guerra del Golfo.

“Cortina de acero”, operación militar durante la segunda semana de noviembre de 2005 para sellar la frontera con Siria y destruir los pueblos y aldeas de la misma, paráfrasis del “telón de hierro” empleada por Churchill tras la Segunda Guerra Mundial.

Sus bases llevan nombres como “Campo Asesino”, “Campo de los Cazadores de Cabezas”, “Base de Operaciones Avanzadas Dragón de Acero”, “Operación Relámpago”, “Operación Matador”, “Brigada del Lobo”, “Escuadrones de la Muerte”, etc.

“Conmoción y pavor” es el nombre que los estrategas del Pentágono y sus expertos en guerra psicológica dieron a su campaña de bombardeos sobre Iraq.¹²⁰ Se trata de una frase destinada a colocar al enemigo en estado de desamparo y terror, privarlo de todo lo que posibilita la existencia humana, agua transporte, energía, alimentos, comunicación, etc., y bombardearlo tanto que rompa cualquier resistencia. Su intención: lanzar durante las primeras 48 horas de la segunda Guerra del Golfo tantas bombas como se tiraron durante toda la primera. A pesar de todo, fue un fracaso. Lo que esta campaña no pudo prever (o tal vez también estaba programado) fueron los saqueos de los bancos, almacenes, tiendas, embajadas, hospitales, escuelas, universidades, museos. Lo único que preservaron con

119. Cf. Giacché, Vladimiro: “Totalitarismo, triste historia de un no-concepto”, www.rebellion.org, 24-2-2006.

120. Cf. Romano, Vicente, *Estampas*, Barcelona, 2004, p. 74-75.

éxito fue el Ministerio del Petróleo. Lo perverso es que la oficina de patentes usamericana recibió, cuando los combates estaban en su apogeo, 15 peticiones para registrar la frase *Shock and awe* (conmoción y pavor) como marca registrada para: productos de efectos destructores impresionantes, un juego bélico electrónico, una marca de guantes de boxeo, un fabricante de fuegos artificiales y otro de pesticidas.¹²¹ La industria de juguetes puso en el mercado para la Navidad de 2003 productos con el nombre de “Batalla de tanques en el desierto”, “Combate casa por casa en Bagdad”, etc. La cuestión de cómo se compaginan estos juguetes bélicos con el mensaje navideño de “Paz en la tierra a los hombres de buena voluntad”, con la demostrada devoción metodista de G.W. Bush, se queda en mera retórica.

El colmo de esta perversión lo manifiesta el Pentágono cuando califica de “acto de guerra” el hecho de que tres de los encarcelados de Guantánamo se suiciden al no poder aguantar las torturas a las que son sometidos desde hace varios años, o el sarcasmo cruel de los sionistas de Israel cuando descargan los obuses de su aviación contra unos niños palestinos que juegan en su trocito de playa y lo justifican con la falacia de que el obús asesino no era suyo. ¿Quién lo puso entonces en el avión y quién apretó el gatillo?

Preocupados, tal vez, por el rechazo que estas denominaciones puedan provocar, se rebautizan como “Campo Redención” (Abu Ghraib) que tanto recuerda al “Arbeitsmächtfrei” (El trabajo os hace libres) que se colocaba a la entrada de los campos de concentración nazis; “Campo Justicia”, en la isla de Diego García; o “Campo

121. Cf. *Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik*, 2/2005, p. 24.

Rayos X” para el de Guantánamo. Las maniobras que la flota usamericana llevan a cabo en el Caribe a mediados de mayo de 2006, tan reminiscente de la “política de las cañoneras”, con un portaviones nuclear y 6.500 efectivos, las denominan “Confraternidad de las Américas”. A ellas se suman pocos días después otros 4 mil efectivos militares de la OTAN con el bonito lema de *Enjoy Caribbean Lion 2006* (Goza el león caribeño 2006).

El lenguaje militar penetra todas las acciones y programas gubernamentales. La expresión *guerra a...* se ha convertido en un comodín de las campañas políticas, sobre todo en época de elecciones. Richard Nixon, el Tricky Diky del Watergate que tuvo que dimitir por trampo, empezó con su *guerra a las drogas*. Se ha seguido luego con la *guerra a la pobreza*, además de la *guerra al terrorismo*. Pero lo cierto es que todas ellas han fracasado. El narcotráfico ha aumentado, desde Afganistán a Colombia. La pobreza se enseñorea de continentes enteros, y afecta cada vez más a los mismos EEUU.

Las *guerras a...* constituyen un juego peligroso. No dejan de ser una simple quimera destinada a distraer la atención, en el mejor de los casos. La *guerra a...* es, en realidad, una guerra contra los desposeídos, sobre todo los no blancos, contra la pobreza de la peor especie, matar a los pobres para sostener la riqueza de los pocos ricos. Ya a principios de la década de 1970 decían los “sabios” del Pentágono que sobraban mil millones de seres humanos.

La única guerra a la pobreza consiste en cambiar las condiciones que la crean, cambiar el modo de vida, de despilfarro, de pensar, de distribuir la riqueza. Todo esto se opone a la guerra.

Puede decirse que la economía mundial, organizada según las necesidades del gran capital, es el último

productor de terror para poblaciones enteras a lo largo y ancho del planeta. ¿Hay algo más aterrador que el hambre y la desesperanza?

Puede llegar el día en que el odio contra la matonería USA crezca hasta el punto de que la *guerra a...* se convierta en una Guerra Mundial...

El lenguaje de la *guerra a...* invoca el patriotismo y los intereses nacionales. Cuando se está en guerra, toda crítica al gobierno se convierte en un acto antipatriótico que debe castigarse de modo correspondiente. Por eso la guerra al terrorismo se ha traducido, con la Ley Patriótica, y otras relativas a la vigilancia de la población, en pérdida de libertades y derechos fundamentales.

Y suele ocurrir que quienes más claman en favor de la guerra son los primeros en eludir el servicio militar. G.W Bush y su elenco de ministros y principales colaboradores, Karl Rove, Richard Perle, John Ashcroft, Elliot Abrams, etc., evadieron el reclutamiento cuando era obligatorio en su país. Los hijos de los ricos no se alistan en el ejército, evaden el servicio militar. El grueso de los soldados que mueren por la patria son los pobres que ven en el ejército una manera de acceder a un oficio o a la propia nacionalidad. Pero son los ricos los que hablan de cobardía, de halcones y gallinas.

Por otro lado, el patriotismo guarda relación directa con el número de hectáreas de patria que se posean y la cantidad de impuestos que se evadan. Los plutócratas se cuentan entre los principales estimuladores del patriotismo. Propugnan una patria sana, pero recortan los servicios sanitarios. Hablan de libre comercio, pero mantienen el bloqueo comercial y financiero de Cuba. Enviaban a los soldados a luchar contra los nazis, pero

las grandes corporaciones como DU Pont, Ford, General Motors, Texaco, IBM, Union Carbide, Coca Cola, General Electric, etc., hacían sustanciosos negocios con el Tercer Reich. Hasta el presidente Roosevelt ordenó que no se bombardeasen las propiedades de estas empresas en Alemania. Terminada la guerra, recibieron muchos millones por las pérdidas sufridas. Pero ningún directivo sufrió condena alguna por haber colaborado en los crímenes de guerra (mientras se condena a quienes envían dinero o medicamentos a sus familiares en Cuba o a las empresas que comercian con ella). Si esto es patriotismo, ¿qué es traición? se pregunta M. Parenti.¹²²

Como dice M. Parenti, no hay “estado canalla”, “eje del mal”, “país comunista” o “terrorista” que ostente semejante récord de agresiones criminales contra otros pueblos.

En contraste, han apoyado y apoyan a todas las dictaduras clientelares como las de Franco, Somoza, Pinochet, Mobutu, Marcos, el Sha, Fujmori, el *apartheid*, Arabia Saudí, Nigeria, etc., etc.

A fin de conservar esta ejemplar clientela, estos paladines de la *freedom and democracy* mantienen medio millón de soldados en 395 bases principales y cientos de instalaciones menores en 120 países, ocho mil armas nucleares estratégicas, 22 mil tácticas, una armada y un presupuesto militar mayor que el resto de países juntos, 80% del gasto militar en el mundo.

Esta misma maquinaria de destrucción y opresión, interior y exterior, se mantiene con un inmenso endeudamiento, también superior al del resto del mundo. Se invoca el patriotismo para contraer deudas. Así se fomenta la economía, nos dicen.

122. Cf. Parenti, Michael. *Más patriotas que nadie*, Hondarribia (Guipúzcoa), 2004, p. 115.

Cuando el Gobierno de los EEUU quiere hacer una guerra, se va, como el resto de gobiernos capitalistas, a los comerciantes privados. Estos producen el equipamiento de los soldados, todo tipo de armas, vehículos, aviones, barcos, etc., mediante el trabajo humano asalariado, y luego se lo venden al Gobierno. El objetivo de los comerciantes es hacer dinero. El dinero de los trabajadores se transforma al final en el consumo de los propietarios, en propiedad privada. Así que quienes sufren la guerra y mueren por la patria incrementan los caudales de los propietarios de las fábricas.

A veces ocurre que el gobierno del enemigo recurre también a los comerciantes, a los mismos fabricantes de armas. Se tiene así que una parte de los obreros y empleados muere por las armas que la otra parte que sobrevive tiene que seguir pagando una vez acaba la guerra.

Los *intereses vitales*, concepto reminiscente del *Lebensraum* (espacio vital) nazi, se extienden por todo el planeta. En realidad, estos intereses vitales o nacionales no son los de otros pueblos o naciones, ni siquiera los del pueblo estadounidense, sino los de las grandes compañías petroleras y gigantescos conglomerados financieros, comerciales e industriales. Por eso, los gobiernos que representan a estas compañías defienden sus intereses y se niegan a firmar cualquier convenio internacional que atente contra ellos, como el Protocolo de Kyoto, el de las minas antipersonales, etc.

Los llamados medios de comunicación de masas apenas mencionan estos hechos, sobre todo los usamericanos. De ahí que su pueblo sea uno de los peor informados del mundo. El 11 de septiembre de 2001, fecha de los terribles atentados de Nueva York y Washington,

donde murieron 3 mil personas, ocurrieron también estas cosas que recopiló y publicó poco después un grupo anarquista brasileño:

35.615 niños murieron de hambre (datos de la FAO). ¿Dónde? en los países pobres.

- Programas especiales de TV: ninguno.
- Artículos de periódicos: ninguno.
- Mensajes del Presidente: ninguno.
- Actos solidarios: ninguno.
- Minutos de silencio: ninguno.
- Duelos por las víctimas: ninguno.
- Foros organizados: ninguno.
- Mensajes del Papa: ninguno.
- Cambios en las acciones de la Bolsa: no les preocupó.
- Euro: siguió su camino.
- Nivel de alerta: cero.
- Movilizaciones del ejército: ninguna.
- Teorías conspirativas: ninguna.
- Principales sospechosos: países ricos.

Sí, los verdaderos patriotas son “los que se preocupan por su país y quieren mejorarlo, los que no sucumben ante los temores de amenazas externas, los que defienden la libertad de expresión y quieren más pluralismo en los medios. Los verdaderos patriotas son internacionalistas, los que exigen políticas que sirvan a las necesidades de la humanidad”.¹²³

En el *Fragmento 24*, Demócrito decía que “para el sabio la tierra no tiene confines, porque la patria del hombre honrado es toda la tierra”. No digáis adiós al

123. Parenti, Michael; loc. cit. pp. 141-145.

internacionalismo, aconseja Volodia Teitelboim desde la cima de su larga y rica experiencia. “Se necesita uno que sea humanista, revolucionario y democrático, con respeto por los derechos de las personas y los pueblos; por la naturaleza, la mujer, los niños, las etnias, los poetas y los no poetas. Un internacionalismo amante de la paz entre todas las naciones, sin que ninguna tenga derecho a bombardear a otra proclamando su amor por falsos derechos humanos, porque el amor no debe matar, no puede ser falsificado”.¹²⁴ Una noción de internacionalismo como la que, desde su inmensa bondad y dilatadísimos conocimientos, proclama Alfonso Sastre, esto es “una noción que postula y desea y defiende la existencia y la variedad de las naciones y de las diferentes culturas, y la práctica patriótica y revolucionaria de la solidaridad social”.¹²⁵

Neologismos de la perversión

Los actuales fascismos usamericano y sionista han introducido en el lenguaje bélico toda una serie de conceptos perversos con los que pretenden enmascarar sus crímenes contra la humanidad. Algunos ya se han mencionado más arriba: daños colaterales, guerra humanitaria, guerra limpia, guerra preventiva, bombas inteligentes, asesinatos selectivos, terrorista doméstico, etc. Aquí nos vamos a detener únicamente en dos de ellos, el de “bombardeos quirúrgicos” y el de “enemigo combatiente”.

Bombardeos quirúrgicos

En medicina, las intervenciones quirúrgicas se realizan a fin de curar enfermedades mediante operaciones manuales. Con la extirpación del miembro o de

124. Teitelboim, Volodia; loc. cit.

125. Sastre, Alfonso: *La batalla de los intelectuales*, loc. cit., p. 40.

la parte afectada se espera así recuperar la salud del cuerpo enfermo.

La expresión “bombardeos quirúrgicos”, utilizada ya en la Segunda Guerra Mundial, se refiere a operaciones bélicas destinadas a la eliminación de fábricas de armas, instalaciones militares, edificios oficiales, refugios del enemigo, etc. El calificativo de “quirúrgico” alude a precisión, cauterización completa del origen del mal, sin efectos colaterales. Por eso, las armas utilizadas se denominan “bombas inteligentes”, que no producen daños innecesarios.

En el lenguaje actual del fascismo usamericano y sionista, los “bombardeos quirúrgicos” se aplican a acciones militares dirigidas a prevenir ataques de países que puedan ser cómplices del terrorismo internacional. En realidad, esta afirmación guerrera no es sino una excusa perversa de los culpables para encubrir o desvirtuar sus crímenes contra la humanidad. Y es curioso que ningún cirujano haya levantado su voz en protesta por esta aberrante intromisión en su campo profesional, el más elitista de la medicina.

Los “bombardeos quirúrgicos” de hoy se efectúan con los B-52, los bombarderos más grandes que existen, propiedad exclusiva de los EEUU. Estos B-52 vuelan desde la isla de Diego García, Reino Unido, España, Arabia Saudí, etc., a una altura de 13 mil metros. Su única función es la del “bombardeo de alfombra con bombas” margarita y de fragmentación que dejan el suelo sin una brizna de hierba, como una alfombra, vamos. Salen hasta una docena de ellos, en formación, actuando al unísono y dejando cada vez cauterizada una franja que puede ir de tres a diez kilómetros de ancho. Los testigos afirman que no dejan ver el sol durante varios días, con cráteres del tamaño de un campo de fútbol.

Bombardeos de este tipo “quirúrgico” se han llevado y llevan a cabo desde el primer día de la guerra. Con ellos se consigue un nivel de destrucción civil sin precedentes desde la Segunda Guerra Mundial. Basora, Faluya, Qana, Beirut y tantos otros lugares han revivido los terribles bombardeos, también quirúrgicos, de Dresde, Sabra, Chatila, Yenin o Vietnam. Los EEUU arrojaron sobre los bosques milenarios y los campos de arroz de este pequeño país 4.600.000 toneladas de bombas y 400 mil más de napalm. Con la destrucción de 9 mil aldeas (de un total de 15 mil), 25 millones de acres de tierra, 12 millones de selva y 1.921.000 muertos quisieron limpiar de “terroristas” Vietnam y dejarlos sin refugio ni alimentación. Pero los pequeños y enjutos “pijamas negros” terminaron por echar de su país al mayor ejército del mundo.

De la destrucción de Iraq, o de Palestina y Líbano, no hay cifras concretas, como tampoco de sus víctimas. Nadie se atreve a darlas.

El uso de los B-52 y sus bombardeos de alfombra, así como el empleo de bombas de fósforo y napalm, violan el artículo 51 del Protocolo I de la Convención de Ginebra. ¿Cuántas infraestructuras, escuelas, hospitales, carreteras, puentes y campos de labor han quedado cauterizados? ¿Cuántos miles de niños, mujeres, campesinos, etc., han sido quirúrgicamente extirpados? ¿Hasta dónde han sido retrollevados los pueblos de Yugoslavia, Iraq y Líbano con estas acciones de limpieza y saneamiento? ¿Qué organismo mundial va a obligar a estos criminales de guerra a respetar las leyes internacionales? Parece que la resistencia heroica de los pueblos iraquí y palestino, defensores hoy de la dignidad humana.

Enemigo combatiente

El concepto de “guerra preventiva” designa una guerra desatada para prevenir la posibilidad de que el supuesto enemigo lance un ataque. Se trata de una guerra no declarada que se salta a la torera todas las normas, convenciones y tratados internacionales, en particular los derechos de la población civil. La bien conocida “banda de los 4” (Bush, Cheney, Rumsfeld y Ashcroft), como se denomina a la pandilla de fundamentalistas que ejercen el poder en Washington, ha introducido este concepto en el vocabulario jurídico. Se trata de algo absolutamente inexistente en ningún código penal del pasado o del presente, una especie de código penal preventivo. Se busca con él la justificación del secuestro, encarcelamiento, tortura y condena de personas por los crímenes que esta banda de fascistas considera que podrían cometer. No por delitos cometidos, sin ninguna presunción de inocencia. O sea, lo nunca visto en la historia de la humanidad, si excluimos a los nazis con sus limpiezas étnicas y de comunistas.

Un “enemigo combatiente” no es uno que combata o que haya combatido. Puede ser cualquiera que así lo consideren los militares del Pentágono o la CIA. La “banda de los 4” ha conseguido incrustar el concepto en el sistema legal usamericano.

Desde este momento, cualquiera que sea considerado un enemigo combatiente, sea o no ciudadano estadounidense, puede ser encarcelado, recluso en cárceles secretas, desprovisto de sus derechos constitucionales. Los militares, y no los jueces ni los juzgados, se encargarán del espectáculo.

Cientos, si no miles, de inmigrantes de países árabes y musulmanes fueron encarcelados y depor-

tados tras el 11-S. El régimen de Washington no da ninguna cifra. El Congreso aprobó a toda prisa, y con un solo voto en contra, la *Patriotic Act* (Ley Patriótica), con la que se creó un nuevo criminal, el “terrorista doméstico”. Esta ley lo define como alguien que comete “actos peligrosos para la vida humana que suponen una violación de las leyes penales y que pretenden influir en la política del Gobierno mediante intimidación o coerción”. Según esta definición, serían terroristas Martin Luther King o la misma Rosa Parks. La desobediencia civil, cualquier manifestación, etc., persiguen influir en la política del Gobierno y, por ende, pueden convertirse en actos terroristas.

El concepto de enemigo combatiente no es producto de ninguna legislación ni tratado de jurisprudencia. Surgió de la semilla sembrada en Afganistán. Allí, los EEUU se encontraron con cientos y miles de personas capturadas a las que no se les reconocía el estatus de prisioneros de guerra, lo que los obligaría a tratarlos como tales bajo la Convención de Ginebra. Más pronto que tarde, estas personas, niños incluidos, fueron enviadas a Guantánamo, a miles de kilómetros de Afganistán. Miles de ellos fueron capturados en más de 60 países y enviados a cárceles secretas repartidas por todo el mundo. Sin el menor contacto con familiares o abogados, se han convertido sencillamente en “desaparecidos”, otro de los terribles conceptos introducido por las sanguinarias dictaduras del Cono Sur de América.

Ante el escándalo mundial por semejante violación de los derechos humanos, los EEUU se inventaron el concepto de “enemigo combatiente”. Este término “bushista” corta la respiración. Implica que Bush reclama para sí la autoridad de declarar a cualquiera, en cualquier lugar del mundo, sea o no ciudadano

estadounidense, enemigo combatiente, y, en consecuencia, privarlo de todos los derechos otorgados por la Constitución o por cualquier ley nacional o internacional. Jamás se ha dado en la historia afirmación más absoluta de autoridad.

Este subterfugio jurídico, ideado y aprobado por la mayoría (cinco de nueve) del Tribunal Supremo, los mismos que declararon a Bush presidente e impidieron el recuento de votos en Florida, forma ya parte del sistema legal. Y nadie ha levantado la voz contra este engendro jurídico, ni la American Civil Liberties Union, ni el Center for Constitutional Rights, ni la Human Rights Watch.

Si la designación de cualquier ciudadano como enemigo combatiente o terrorista doméstico puede conducir a revocar su ciudadanía, al exilio y a una cámara de tortura en una de las cárceles secretas establecidas en los países amigos, ¿qué derechos le quedan? —se pregunta Marc Norton.¹²⁶

Refiriéndose a los combatientes enemigos secuestrados en Guantánamo, el general de brigada Martin Lucenti, vicecomandante de este campo de concentración, declaró lo siguiente: “La mayoría de estos tipos no lucharon, sino que corrían... Muchos de ellos serán liberados por carecer de valor, de inteligencia y no constituir ninguna amenaza”. El teniente coronel Thomas S. Berd lo expresa todavía más claro: “En muchos casos solo hemos capturado a los tipos más bajos del campo de batalla”.¹²⁷

Las nuevas categorías de criminalidad como combatientes enemigos y terroristas domésticos, o las cárceles

126. Véase su artículo: *The Supreme Court and 'Enemy Combatants'*, en *Covert Action Quarterly*, 2005, pp. 20-30.

127. *Ibidem*.

secretas y Guantánamo, no existen porque una caterva de juristas al servicio del régimen de Bush tengan un problema legal que resolver. Existen, como dice Marc Norton, porque la clase dirigente tiene un problema político que resolver. Existen porque quienes dirigen el imperio quieren meter en el corazón y las mentes de todo el mundo que nadie puede escapar a su control.



Octava Parte
Alternativa

1. Ecología del lenguaje

Ante el uso intoxicador que se hace del lenguaje, cada vez es mayor el número de voces que se alzan en su contra. Así, por ejemplo, desde su creación en 1989, el Institut für Information und Kommunikationsökologie de Duisburg, Alemania, viene abogando por una ecología de la información y la comunicación. Los resultados de sus investigaciones aparecen tanto en sus libros como en su publicación trimestral *Zeitschrift für Kommunikationsökologie*. La escritora india Vandana Shiva ha realizado un llamamiento para la insurrección del lenguaje subyugado. La preocupación ecológica se inscribe en “la crítica de esta sociedad y el intento de identificar racionalmente los factores y agentes de una posible sociedad justa y emancipada”.¹²⁸

Una ecología del lenguaje se justifica por los efectos nocivos que puede tener el uso perverso del mismo. Su analogía con la ecología biológica radica en que las expresiones lingüísticas repercuten en las formas de vida.¹²⁹ La influencia de la corriente principal de comunicación, la de los medios de producción y distribución masivas de la misma, la prensa, la radio, la televisión y la escuela, persigue penetrar toda la sociedad y moldear la mente de los seres humanos desde

128. Sacristán, Manuel. *Pacifismo, ecología y política alternativa*, Barcelona, 1987, p. 130.

129. Cf. Romano, Vicente. *Ecología de la comunicación*, Hondarribia (Guipúzcoa), 2004.

su nacimiento hasta su muerte.¹³⁰ Tras esta estrategia está hoy la economía liberal, en su actual fase imperialista del tardo capitalismo. Se trata, como se sabe, de una economía que persigue la maximización del beneficio privado. De ahí que el ser humano se conciba como consumidor y que la estructura axiológica de esta corriente principal de comunicación, la *mainstream* de la que hablan los anglosajones, repercuta en los procesos de socialización.

Como se puede apreciar a simple vista, el criterio dominante de la producción capitalista de comunicación es el valor de cambio, la rentabilidad económica privada, y no el valor de uso, la rentabilidad social, el incremento de la calidad de vida de todos. Esta comercialización traduce todo a mercancía, hasta los sentimientos y la intimidad de las personas, y la misma muerte, conduce al negocio lucrativo de los escándalos, a la personificación de la política, a la estereotipación, esto es, al desplazamiento de juicios realistas. El éxito de esta comunicación desnaturalizada estriba en que carece de oposición. La información veraz que proclama la Constitución hay que buscarla, pues, fuera de esa corriente principal, en los medios alternativos, en otra forma de producir y presentar la información.

Lengua y comunicación representan un caso especial de organización y mediación del conocimiento. La ecología del lenguaje ofrece una nueva perspectiva para contemplar las peculiaridades de los procesos lingüísticos en esto que se viene llamando sociedad de medios, la del primer mundo. En resumen, los aspectos básicos de la contaminación lingüística de los últimos años, son los siguientes:

130. Cf. Romano, Vicente. *La formación de la mentalidad sumisa*, Madrid, 1998, La Habana, 2006.

- a) *La militarización del lenguaje* por el neofascismo del Pentágono y del Gobierno de los Estados Unidos, que marca la guerra y que, junto con la censura usamericana de la información internacional, han contribuido a la manipulación lingüística interesada. Como se sabe, las guerras tienen graves consecuencias para el paisaje natural y cultural de los pueblos. Destruyen muchas vidas humanas y dejan necesariamente huellas en el uso de la lengua. Más arriba se han indicado algunos conceptos controvertidos empleados por el Pentágono para la influencia masiva de la opinión pública, a menudo con ayuda de términos revalorizadores, como aliados, fuerzas de la coalición, guerra limpia y quirúrgica, fuego amigo, eje del bien, etc.¹³¹
- b) *La presentación divertida de los temas políticos.* El negocio del entretenimiento, el *showbusiness*, una de las principales industrias del capitalismo, penetra cada vez más lo político. Cuando la política, guiada por los principios del reclamo comercial, sigue las reglas de llamar la atención, surge la impresión de que es un espectáculo. De ahí que la lengua inglesa haya introducido el término de *politainment*. Hasta expresiones fantasmales como “aldea global” (Mc Luhan) o “divertirse a muerte” (N. Postman) pertenecen al vocabulario de la propaganda política y económica a fin de conservar el humor de gente complaciente.¹³²

131. La *Arbeitsgemeinschaft Sprache in der Politik* (Grupo de Trabajo Lenguaje en la Política) de la Universidad de Magdeburg ha analizado las repercusiones lingüísticas de este fenómeno. Véase a este respecto la *Zeitschrift für Kommunikationsökologie*, 2/2003, así como el número 1 del año 2004 dedicado a los medios y los conflictos sociales.

132. Cf. Pross, Harry: “Beschleunigung und Versäumnis”, en *Universitas*, año 58, número 688, octubre de 2003, p. 1.040.

c) *La tecnificación de la información*, que lleva a la mundialización de las formas técnicas de comunicación y a la consiguiente penetración del inglés como *lingua franca* de la susodicha sociedad de medios. Si la comunicación hablada se tecnifica cada vez más, nuestro lenguaje estará cada vez más acorde con los sistemas técnicos a todos los niveles de organización (individual, grupal, social, cultural) y dependerá cada vez más de estructuras y funciones técnicas.

El encantamiento de la técnica conlleva el desencantamiento de la naturaleza. La técnica se convierte en una especie de androide. La máquina adquiere rasgos humanos, es inteligente, un cerebro electrónico que puede pensar. El trabajo en el ordenador se llama diálogo, o sea, que la máquina se convierte en interlocutor. Cabe preguntarse entonces si nuestra comprensión de los contactos humanos se corresponde con los *chats* (charlas, parloteo) de una comunidad virtual, con la interacción, el contacto corporal y la pasión virtuales.¹³³

En tales condiciones, la tarea de una ecología de la información estriba en analizar el proceso de significación y en conservar y proteger el carácter social del saber. En última instancia, en poner freno a la ilimitada transformación del valor de uso público del conocimiento en valor de cambio mercantil.

En la era de los medios electrónicos resulta limitada la vigencia de los distintos sistemas de palabras, puesto que los símbolos extranjeros cruzan las fronteras. Son muchas y variadas las etiquetas que se le han

133. Cf. Trampe, Wilhelm: Ökologuistik in der Mediengesellschaft, en Zeitschrift-fürKommunikationsökologie, 2/2003, p. 13.

aplicado a esta fase del tardo capitalismo, aparte de la era de la globalización, esto es, de la mundialización de la economía y de las conciencias. He aquí algunas:

- Sociedad postindustrial (Daniel Bell)
- Sociedad de la desaparición (Stefan Breuer)
- Sociedad del conocimiento (Peter F. Drucker)
- Sociedad de la comunicación (Richard Munich)
- Sociedad de medios
(Barbara Mettler von Meibom)
- Sociedad informacional o retificada
(Manuel Castell)
- Atopia (HedlmütWilke)

Pero sabemos que la ampliación de las posibilidades de almacenamiento de datos y de las de comunicación electrónica no conducen necesariamente a un incremento del saber. El aumento de datos no equivale al de saberes. La verificación del conocimiento se efectúa en la comunicación primaria, en la dicción y contradicción del diálogo directo, donde la gente constata que otros también piensan lo mismo, que tienen problemas semejantes y, por ende, donde pueden ponerse de acuerdo en buscarles una solución, en suma, donde puede surgir la solidaridad.

La conversación sigue siendo la base de la orientación, en la familia, la esquina, la tienda, el atrio de las iglesias, los espacios públicos. Pero la tecnificación mutila estas relaciones al reducir cada vez más los espacios públicos, del *populicus*, los lugares del tiempo, y someterlos a la lógica del capital, de la explotación.

Al fragmentar las relaciones e individualizar la recepción, la técnica facilita la manipulación, la conversión de los receptores en recipientes sin posibilidad de

respuesta. Carente de oposición, el lenguaje se aproxima a la reducción pragmática de la vida cotidiana, y, viceversa, el procedimiento de reducción dirigido a la acción tiende al dogmatismo.¹³⁴

Por su naturaleza, la técnica de la información simplifica el lenguaje, incluso hasta el sistema binario, lo que facilita enormemente el transporte y reduce los gastos. Así, pues, se emplea el lenguaje estereotipado, imperativo, espartano, propio del ámbito militar, a la vida cotidiana. Se trata de un lenguaje que no admite la duda, la interpretación. Pero reprimir la *duda* de que debe decir algo y prestar a ciertas palabras y frases un significado apriorístico es muy natural cuando se abandona consciente o inconscientemente el conocimiento posible de la ambigüedad del lenguaje y del conocimiento. Donde la duda conduce al silencio, por violencia, por comodidad o simplemente porque no se presentó, gana terreno el procedimiento de manejar los símbolos verbales del orden básico (Estado, nación, democracia, cristiandad, clase obrera) como si fueran saber garantizado, y derivar de ellos, como principios aparentemente seguros, frases rigurosamente metódicas que exigen *validez*, por haberse derivado a priori, rigurosa y metódicamente, de conceptos y principios (dogmatismo).¹³⁵

¿Qué hacer, entonces, para contrarrestar este uso, intoxicador, perverso, del lenguaje? ¿Cómo utilizar las palabras en consonancia con la realidad de las relaciones sociales, con el sano desarrollo de la naturaleza humana? El desarrollo de condiciones más democráticas es también una cuestión de estilo.

134. Cf. Pross, Harry: *La violencia de los símbolos sociales*, Barcelona 1989, p. 130.

135. Pross, Harry: loc. cit. p. 129.

2. El estilo

Como se sabe, la cultura de un pueblo depende de a quién pertenezcan los medios de producción. En comunicación, la propiedad de los medios determina su carácter democrático y su estilo. La presentación y el tratamiento lingüístico de la información tienen su importancia para su eficacia y la formación de la conciencia. La cuestión del estilo es también una cuestión social.

Ya expusimos en otro lugar que esforzarse por un estilo mejor es esforzarse por la creación de relaciones más democráticas.¹³⁶ Relaciones más democráticas son aquellas en las que se amplía el número de personas capaces de exponer e imponer sus intereses e intenciones. Esto significa que, a partir de cierto nivel, son capaces de autogobernarse. El placer de gobernarse a sí mismos aumenta con las informaciones acerca de lo que otros hacen mal y porqué lo hacen.

Todos sabemos que los periodistas suelen tener problemas con las autoridades. El buen estilo se caracteriza por su claridad. Y las autoridades no suelen estar muy interesadas por la claridad. Por lo que ésta entra a menudo en contradicción con aquéllas. El buen estilo facilita a los lectores su orientación en el mundo. “La claridad debe ser vuestra más vehemente aspiración”, recomendaba Antonio Machado en su *Juan de Mairena*. Hablar claro, afirmaba, es lo distinguido, lo aristocrático, “lo verdaderamente hazañoso”.

Los textos se han prohibido y se prohíben porque las palabras pueden ser peligrosas para los opresores e inquisidores de turno. La peligrosidad de las palabras radica en su fuerza de convicción, que se deriva de su concordancia con la realidad.

136. Cf. Romano, Vicente: *Introducción al periodismo. Información y conciencia*, Barcelona, 1984.

El estilo es la relación entre dos magnitudes: las experiencias que se reflejan en un texto y el número de palabras empleadas en él. Cuanto menor sea éste, tanto mejor será el estilo. Ésta es la razón del éxito de la lírica. La forma lírica ha sido durante muchos siglos la más apropiada para la tradición oral.

Cuanto más concuerde una frase (un enunciado, un mensaje) con las experiencias de quien la lee o escucha, tanto más convincente será. Convencer significa inducir a alguien a adoptar una actitud que antes no tenía.

La realidad es el modificador más importante de la conciencia. Cuando se presenta la realidad tal como es, se indica al mismo tiempo lo que hay que cambiar en ella. Por eso el texto bien escrito es aquel que presenta la realidad de un modo tan claro que el lector reconoce en él sus intereses. El buen estilo aprovecha al lector. Distingue con mayor claridad los diversos intereses. Los lectores no pueden autogobernarse si no conocen sus intereses.

Los enunciados poco sinceros, falsos, son victorias del adversario. La exageración, el superlativo, la imprecisión, la vaguedad, la profusión de imágenes retóricas son los recursos con que se camufla la realidad. La hipérbole es el umbral de la mentira. Carece de justificación en un medio de comunicación y siempre va dirigida contra los intereses de los receptores. Solo está permitida como medio de la ironía y de la sátira. La descarada exageración es una de las bases del negocio de los medios capitalistas. Estos tienen que luchar continuamente por aumentar o mantener su número de lectores y sus audiencias que, en última instancia, determinan sus ingresos publicitarios, sus ganancias.

El empleo frecuente del superlativo denota ingenuidad, simpleza. Hay que desconfiar del vendedor que a cada instante proclama que su mercancía es la mejor. El superlativo es un comentario barato. Es la expresión de una solemnidad superflua. Los superlativos se aplican como una crema corporal. Cuando se quiere ahorrar esfuerzo mental se hacen aspavientos como en la pantomima. En vez de provocar el temor o el encanto con textos y enunciados cuidadosamente elaborados, se lanzan gritos a diestra y siniestra, con la esperanza de que el alto nivel de decibelios tenga el mismo efecto. El superlativo es un ahorro de trabajo. Es un método para reducir esfuerzos. La hipérbole cuesta menos trabajo que la exposición precisa. Si no son necesarios para la comprensión de un enunciado, se convierten en comentario. Lo que busca el lector es la realidad que le permita formarse su propio juicio de valor, su propio comentario.¹³⁷

El mejor comentario es el interés. Así, cuando los medios capitalistas de comunicación hablan de un accidente o avería en Cuba o Venezuela, se califica espontáneamente de “esas son las consecuencias de la propiedad estatal. Con semejante sistema no puede funcionar la producción”. Si el accidente ocurre en una de sus fábricas, es “una desafortunada casualidad”, “cosas que hay que aceptar para preservar nuestra libertad”.

La ampulosidad es un síntoma de imprecisión y, como tal, induce a la pasividad. Carlo Frabetti aduce un buen ejemplo en el análisis que hace de la expresión “Fidel es insustituible pero no imprescindible”, utilizada con motivo del envejecimiento del dirigente

137. Cf. Rauter, E.A.: *Vom Umgang mit Wörtern*, Munich, 1978, pp. 11-17.

cubano. “Lo cierto” —afirma Frabetti— “es justamente lo contrario de lo que afirma la frase: su función es imprescindible, pero otros podrían realizarla igual o mejor que él, y por tanto no es insustituible”.¹³⁸

La exageración es el recurso típico de la seducción del reclamo comercial. Pero la persuasión no produce ningún cambio en las condiciones sociales. Por eso es falsa. Suscita la sospecha de que oculta los intereses. En la información que se reprime con valoraciones y recomendaciones de cómo comportarse, los productores capitalistas de comunicación han inventado un medio estupendo para influir en millones y millones de personas. Este invento es un salto gigantesco lejos de la tutela de los príncipes laicos y religiosos que inculcaban de grado o por fuerza ciertas ideas y actitudes a campesinos y burgueses. Los medios de comunicación capitalistas son maestros en el empleo del comentario y las noticias para la formación de la conciencia. Los medios de izquierda los imitan y vuelven a ordenar la información induciendo a los receptores lo que deben pensar de las noticias. Con cada superlativo, cada calificativo, cada repetición, cada juicio de valor inscriben incredulidad en sus textos. Parece como si quisieran empezar donde lo hicieron los primeros empresarios hace 200 años.¹³⁹

La imprecisión, la falta de claridad, perjudica siempre a los trabajadores, provenga de la derecha o de la izquierda. La repetición es otra manera de desfigurar la realidad y alejar a los receptores. La palabra que no dice nada o que repite un enunciado es la reproducción de un ruido absurdo. Titulares, entradillas y desarrollo de la noticia en *El País* proveen a éste de

138. Frabetti, Carlo: “La exaltación y el fervor”, en www.rebellion.org, 4- 4-2006.

139. Rauter, E.A.: l. c., p. 90.

un fondo más sensacionalista que ilustrador. Es algo que resulta grotesco porque los redactores se suelen quejar de la falta de espacio.

Se desvirtúan la violencia y la crueldad de la guerra con términos y frases que la minimizan. Así, se habla de daños colaterales en vez de de destrucción masiva, de medios no pacíficos en vez de guerra, la guerra no es inevitable en vez de la guerra es evitable, etc. Los comunicadores al servicio del capital se las ven y se las desean para camuflar los crímenes del fascismo usamericano y sionista. Aunque siempre hay algunos que se atreven a expresarlos en sus justos términos. He aquí, por ejemplo, cómo lo hace la periodista Soledad Gallego-Díaz a propósito de la información que se propaga acerca de las intervenciones del ejército israelí contra los palestinos:

Israel es un Estado y, como tal, tiene derecho a defenderse. A los palestinos no se les reconoce como Estado, luego no pueden tener un ejército ni derecho a la defensa colectiva. El ejército israelí, mano armada y legal de un Estado reconocido internacionalmente, se defiende cuando infringe castigos colectivos a poblaciones civiles y destruye las infraestructuras que necesitan los palestinos para vivir. Los soldados de Israel nunca pueden ser hechos prisioneros ni capturados en esos territorios, que ocupan en contra de las resoluciones de la ONU y que han convertido en una mísera cárcel, sino que son, simple y llanamente, secuestrados. Por el contrario, los ministros y parlamentarios elegidos por los palestinos pueden ser retenidos, pero nunca raptados. Los militantes de Hamás que saltan por los aires,

junto con sus mujeres, hijos, vecinos y viandantes, reciben un castigo legal: se mueren. El grupo armado palestino que mató a un ministro israelí cometió un asesinato. Los palestinos de menos de 15 años son menores y pueden estar, a centenares, en las cárceles. Los israelíes de la misma edad son, afortunadamente, solo niños, y como tales están protegidos, a Dios gracias, por la ley.¹⁴⁰

La belleza de un texto y el placer de su lectura se derivan de su utilidad. La fealdad reside en lo superfluo, lo impreciso, lo incomprensible, lo falso.

Las palabras innecesarias confunden. Todo lo superfluo reduce la atención. De ahí la pertinencia de la economía lingüística. No hay error más frecuente que el despilfarro de palabras. El uso inflacionario de estas se debe a la preocupación de que los lectores no se emocionan de la misma manera que los redactores ante la impunidad de los crímenes fascistas.

El primer mandamiento de toda producción comunicacional es la economía de palabras. Ella es la que conduce el asunto en cuestión a la conciencia del consumidor. Solo se puede hacer más comprensible una frase trabajando. Para poder escribir frases cortas hay que haber trabajado primero. En los períodos largos se oculta mejor la ignorancia del autor. Las frases largas no son malas si el autor es bueno. Pero no hay que abreviar demasiado. Cada sílaba cuenta. Existe una relación entre el texto y la realidad a que se refiere. La belleza se manifiesta cuando está claro lo que se quiere decir. No se puede separar la forma del contenido.

140. Gallego-Díaz, Soledad: "A vueltas con el lenguaje", *El País*, 2 de julio de 2006.

Sí, decía Brecht, naturalmente hay conceptos que, como el de propiedad privada de los medios de producción, son feos, poco románticos, nada poéticos. Pero ninguno de nosotros piensa utilizar estas palabras por su belleza. Solo son necesarias. O sea, es necesario decir lo que dicen. Y ante la elección de emplear palabras tan feas, secas y doctrinarias, de hablar de cosas tan bajas como ganarse el pan, de la posibilidad de saciar el hambre y la sed, o permitir que gane el fascismo, hay que decidirse sin más por ellas.¹⁴¹

El lenguaje claro conduce el pensamiento a valoración relativizadora. Y esto no es bueno para los poderosos. Por eso anulan las oraciones condicionales, prohíben el subjuntivo, el predicado se desvanece en una subjetivación y aparece en lugar del sujeto: quien actúa debe permanecer oculto. Los sujetos responsables desaparecen en las instituciones que los representan. El desplazamiento del condicional por naderías absolutas es un medio de poder en la controversia por el mantenimiento o la supresión del dominio. La abreviatura de las comunicaciones, condicionada por la técnica, difumina las condiciones sociales tras un velo de informaciones aparentemente objetivas que no lo son en el sentido de reducción de la ignorancia, sino máximas de escaso alcance intelectual.

Al llamar las cosas por su nombre, podemos contribuir a desintoxicar la atmósfera pública. Y sería deseable hacer lo mismo en el ámbito de la justicia, la administración, la economía, etc. No llamar las cosas por su nombre es una canallada contra la libertad y la dignidad humanas. Solo lo que se nombra puede ser entendido. La formulación entendible es la premisa

141. Brecht, Bertold: *Über Kunst und Politik*, Leipzig, 1977.

para la claridad de pensamiento. Claro, según Descartes, significa “generalmente comprensible, consciente, claramente reconocido”.

Las enseñanzas que se imparten en nuestras escuelas son tanto más precisas y claras cuanto más se alejan de los seres humanos. Cuanto mayor es el provecho de las enseñanzas para nosotros, tanto más incomprensibles devienen. Nuestros educadores y los mediadores públicos de información se expresan con muy poca claridad cuando hablan de lo que llaman orden social, del Estado, en suma, de las fuerzas que rigen nuestra vida. Lo que las escuelas enseñan sobre la naturaleza del Estado es inútil y aburrido para nosotros. El aburrimiento se debe a que se nos exige que nos ocupemos de intereses ajenos sin que sean reconocidos como tales. Para nuestros intereses, más importante que el número de diputados del Parlamento y la distribución de los escaños, sería saber los motivos de sus decisiones, hasta qué punto son ellos los que las toman. La situación de nuestras escuelas no es culpa de los maestros. La mayoría de ellos saben muy poco sobre la naturaleza del Estado. La incomprensibilidad se difunde a través de las instituciones, de arriba abajo. La ocultación de esa naturaleza es un signo de que debe ser de gran utilidad para nosotros.¹⁴²

Un tipo taimado de mentira es la producción de textos incomprensibles. Quien es demasiado cobarde para mentir, o demasiado torpe, no se expresa con claridad. A veces se debe a que tiene que hacer preguntas. Lo que es síntoma de domesticación. No solo se expresan de forma confusa las personas, también lo hacen las instituciones en determinados asuntos, y desde

142. Rauter, E. A.: loc. cit., p. 26.

hace siglos (véase la pregunta de la OTAN mencionada más arriba). Cuanto menor sea la claridad, tanto más tiempo se ocultará lo falso.

El desarrollo y perfeccionamiento de los medios de producción repercute en los productores. Por un lado, crean más valores. Quien sabe más es más difícil de engañar y dominar. Por escaso que sea el saber, amplía la capacidad del individuo para inferir los hechos desconocidos que le ocultan los mediadores públicos de información.

Por lo general, se considera que una obra de arte es tanto más realista cuanto más fácil sea reconocer en ella la realidad. Brecht, en cambio, proponía que una obra de arte es tanto más realista cuanto más se reconozca en ella la posibilidad de dominar el mundo.¹⁴³ En este sentido apunta también el teatro integral de Alfonso Sastre.

La verdad es concreta, no vaga. La verdad es una relación entre estados de cosas y enunciado.¹⁴⁴ La verdad es peligrosa allí donde impera la opresión. La búsqueda de la verdad depende del reconocimiento de sujeto y predicado. El discurso crítico vive de la claridad entre pregunta y respuesta.

Karl Marx se opone a subsumir las actividades literarias bajo una idea general de verdad.

Si prescindimos de lo *subjetivo*, a saber, de que un mismo objeto se presenta de forma distinta en individuos distintos y sus distintos aspectos se traducen en muchos caracteres espirituales diversos; ¿acaso no debe ejercer el *carácter del objeto* ninguna influencia en la investigación? A la verdad no solo pertenece el resultado, sino

143. Brecht, B.: loc. cit., p. 122.

144. Albrecht, Erhard: *Weltanschauung, Methodologie, Sprache*, Berlín, 1979, p. 16.

también el camino. La investigación de la verdad tiene que ser verdadera ella misma, la investigación verdadera es la verdad desplegada cuyos componentes dispersos se resumen en el resultado. ¿Y no debería modificarse el tipo de investigación de acuerdo con el objeto? Si el objeto es divertido debe parecer serio, si es incómodo debe ser modesto. Violáis así el derecho del objeto, igual que violáis el derecho del sujeto. Concebís la verdad como algo abstracto y convertís el espíritu en *juez de instrucción* que la protocoliza secamente.¹⁴⁵

Brecht describía así las cinco dificultades para escribir la verdad:

Quien quiera combatir la mentira y la ignorancia y escribir la verdad debe superar al menos cinco dificultades. Debe *tener el valor* para escribir la verdad aunque se reprime en todas partes; la *inteligencia* para descubrirla, aunque en todas partes se oculta; el *arte* para manejarla como un arma; el *juicio* para elegir a aquellos en cuyas manos sea efectiva; la *astucia* para difundirla entre estos.¹⁴⁶

Escribir es una forma intensiva de reflexión, de disciplinar el pensamiento. Por eso la mayoría de las personas tienen miedo de escribir. Toda glosa bien escrita, todo informe ameno, todo ensayo lingüísticamente preciso, ayuda contra la tendencia niveladora. Y toda objeción razonada refuerza el intelecto. El arma del ilustrador es la solidez, la fundamentación. La ilustración es un esfuerzo contra la manipulación general. Solo con la precisión máxima en la producción de un texto puede

145. MEW, I, p. 7.

146. Brecht: *Versuche 20-21*, 9, Berlín, 1957.

uno esperar conseguir el efecto deseado. En sentido estricto, no hay textos malos, sino falsos, lo mismo que no se puede decir que un zapato o un vestido sea malo por ser de una talla inferior.

Según G. Orwell, el buen estilo debería cumplir las reglas siguientes:

- No usar jamás una metáfora, un símil u otra figura retórica que se suela ver impresa.
- No usar jamás una palabra larga donde pueda decir lo mismo una corta.
- Si se puede suprimir una palabra, suprimase.
- No usar nunca la voz pasiva donde se puede usar la activa.
- No usar nunca una frase extranjera, un término científico o de jergas si se puede pensar un equivalente de la lengua corriente.
- Romper cualquiera de estas reglas antes de decir un barbarismo.

Hay que admitir, afirmaba Orwell, que el actual caos político (el de sus tiempos) está relacionado con la decadencia del lenguaje y que puede mejorarse empezando por la expresión verbal. El lenguaje político —concluía— está designado para hacer que las mentiras parezcan verdades, y el asesinato una acción respetable, y dar apariencia de solidez al viento. Uno no puede cambiar todo esto de la noche a la mañana, pero al menos puede cambiar sus propios hábitos y, de vez en cuando, si uno grita lo bastante alto, arrojar el cubo de la basura al que pertenecen algunas de las frases desgastadas e inútiles.¹⁴⁷

147. Orwell, G.: loc. cit., p. 139.

La precisión es el rasgo característico del buen estilo. Un texto está bien escrito cuando el lector puede reconocer sus intereses. Los lectores no pueden autogobernarse si no reconocen sus intereses.

Trabajar un texto significa descomponer una oración en sus distintos enunciados. Analizar es dividir y separar. La mayoría de los problemas de producción se resuelven con la división. Cuando se quiere entender algo también hay que dividir y separar. Las frases cortas no son adecuadas porque los lectores sean demasiado torpes para comprender las largas. La brevedad significa que los redactores han efectuado su trabajo. Los comunicadores holgazanes suelen reproducir lo que ya han dicho funcionarios y ministros. Son sus papagayos. Pero nuestros ministros no están interesados en la claridad. Ministros, informadores y una pequeña capa de iniciados, especialistas y privilegiados son los que penetran el lenguaje difuso de los medios.

Esta dificultad de comprender lo que los medios se traen entre manos es la principal causa del desinterés de muchos ciudadanos por la política. Este desinterés es consecuencia de la falta de claridad. La atención y el interés de los consumidores se retienen con informaciones reducibles a su experiencia cotidiana.

Es frecuente leer en los medios de comunicación que “el sector de la construcción es el motor de la economía española”, que 2.436.700 trabajadores, 12,6 % de la población activa,¹⁴⁸ dependen de la industria del ladrillo. Pero lo que se oculta tras este tipo de noticias es el hecho de que dos millones y

148. Según datos del INE para el primer trimestre de 2006.

medio de trabajadores construyen casas, chalets, piscinas y viviendas que otros venden.

Parece como si los productores de estos bienes representaran la “industria”, la economía. Si uno de cada siete trabajadores depende directa o indirectamente de la construcción, resulta que esos dos millones y medio no pueden ser la “industria”. ¿Quién es entonces la industria? ¿De qué van a comer los 45 millones de españoles una vez que se hayan construido casas suficientes para todos? El motor de la economía no puede ser la construcción.

La formulación correcta debería ser: 2,5 millones de trabajadores dependen de los consejos de administración y de los propietarios de un puñado de empresas constructoras. O: 2,5 millones de trabajadores dependen de los terrenos, oficinas y herramientas en y con que se levantan los edificios. Como ese segundo enunciado es a todas luces absurdo, resulta que la primera formulación se convierte en una provocación insostenible para los dependientes de esta industria. El periodista que escribe que uno de cada siete trabajadores depende del sector de la construcción no es consciente de esta incongruencia. No se ha esforzado en mirar tras la superficie. En otras ocasiones le divierte, en cambio, mostrar lo que su perspicacia es capaz de descubrir. ¿A qué se debe, pues, esta fatiga intelectual? ¿Qué fuerza les impide a los periodistas escribir: “el 12,6 % de la población trabajadora depende de un puñado de multimillonarios”? ¿No lo hacen por miedo a que no se publique, o por otras razones?

La ocultación de las fuerzas sociales que ocasionan los desplazamientos invisibles del punto de vista político recuerda a las fuerzas del interior de la tierra que generan los desplazamientos invisibles de los continen-

tes. Lo que tanto adormece la conciencia en cuanto se dirige a los temas sociales es la presión de los intereses dominantes. La indolencia mental es consecuencia de la ausencia forzada de pensamiento crítico.

Ningún medio de comunicación de Polanco va a escribir que millones de personas dependen de los intereses privados de unos cuantos multimillonarios. Ni siquiera por equivocación. El autor del enunciado acerca de la dependencia de la población respecto de la industria reacciona de acuerdo con los intereses del propietario del medio en que escribe. La desilusión de no escribir la verdad social en los medios capitalistas adocena a los periodistas que trabajan en ellos, debilita sus facultades mentales, hace que chocheen. Este adocenamiento, esta chochez, es una medida de protección. Pero no vale la pena. El beneficio que produce el autoengaño se obtiene a costa de los demás trabajadores dependientes. El autor de la frase mencionada escribe para el propietario del medio, no para él ni para el resto de los trabajadores.

Cuanto mayor es la productividad del trabajo humano, con tanta más precisión hay que presentar la realidad si se quiere que los receptores reconozcan sus intereses. Con la productividad del trabajo aumenta también el número de informaciones, incluso las falsas y poco claras. Estas últimas benefician a los propietarios de los medios de producción. A nosotros nadie nos impide hablar, claro, salvo nosotros mismos. En comparación con nuestras posibilidades, es muy pobre lo que producen nuestros medios de izquierda. Si pensamos en la ridiculez de su tirada y la comparamos con la de los medios de nuestros adversarios, si pensamos en las ingentes cantidades de dinero que se gastan en entrenar a sus comunicadores, entonces no hay ningún

motivo para la autosatisfacción. La mayoría de nuestros compañeros trabajan para los poseedores. Junto con los reaccionarios, ocultan la realidad a sus receptores.

Escribir es una forma de producción. Hasta que uno no se haya habituado a hablar sobre el destino de las frases como si se tratase de tragedias familiares, no habrá comprendido la importancia de las frases.

Quien no toma la lengua en serio tampoco se toma en serio la vida de los seres humanos.

Kisiera votar en las
próximas elecciones
de EEUU y elegir a
mi verdadero
presidente...

J. Kalvellido



Novena Parte
Utopía y conciencia

Utopía y conciencia¹⁴⁹

Desde el punto de vista etimológico, *u-topía* significa trascender el *topos*, ir más allá del entorno, de lo existente. La utopía es el no-lugar, esto es aún inexistente, la sociedad alternativa, la rebelión contra lo existente, lo que debe ser y no es, el principio de esperanza (Bloch), el futuro posible.¹⁵⁰ En este sentido, la utopía sería su contrafigura. La situación ecológica del planeta, las desigualdades económicas y sociales entre las diferentes regiones del mundo, desde el primero al tercero o cuarto, exigen cambios trascendentes en esta forma de organización de la sociedad.

Como se sabe, la vida es cambio. Carecer de utopía, del deseo de transformación, equivale a la quietud de la muerte. Sí, las revoluciones del siglo XX no lograron sus metas. Ninguna transformó permanentemente las condiciones sociales. Ninguna creó el “hombre nuevo”. La necesidad de crear otra organización social que permita el desarrollo de la naturaleza humana en vez de obstaculizarlo se mantiene más viva que nunca. Porque crear el “hombre nuevo” ha resultado ser una tarea mucho más difícil de lo que se creía. No es algo que surge automáticamente con la revolución, como han evidenciado los ensayos de la Unión Soviética y

149. Texto revisado de la conferencia pronunciada en San Sebastián el 22 de noviembre de 2005, en el marco de las jornadas organizadas por la Asociación Cultural Alfonso Sastre.

150. Cf. Ainsa, Fernando: *La reconstrucción de la utopía*, Correo de la Unesco, 1999.

demás países del llamado “socialismo real”. La creación de esta humanidad emancipada de explotación, el ideal de esta utopía que sería el fin de la historia con que soñaban nuestros clásicos, está todavía por realizar. La imposición del capitalismo a escala mundial, a la que Fukuyama llamaba el final de la historia, está muy lejos de haber introducido la emancipación de los seres humanos. Más bien ha ocurrido todo lo contrario, como cada cual puede apreciar. Se impone, pues, la necesidad de trascender esta formación social, bárbara, depredadora de los rasgos y valores más humanos, como son la solidaridad, la cooperación, la libertad, los derechos básicos de todos los seres humanos a la vida y al bienestar material y espiritual.

Para eso se requiere la ampliación de conciencia necesaria para el conocimiento del entorno actual en que se desenvuelve la vida. Pues, como afirmaba el malogrado Faustino Cerdón, la felicidad es el conocimiento de la realidad para dominarla.

Ahora bien, como ya hemos dicho en otra parte, el pensamiento dominante propaga la idea de que el desarrollo tecnológico equivale al progreso, entendido como velocidad, aceleración y acomodo rápido a lo “nuevo”. Conceptos como “propiedad”, “clase social”, etc., han quedado anticuados, nos dicen. Ya no hay más que un mundo y una economía mundial. Y, claro, a una economía mundial le corresponde una conciencia también mundializada, un pensamiento único, uniforme, estereotipado, acrítico, mágico, falso. Puesto que la realidad es diversa y compleja.

Desde el triunfo de la Revolución Soviética en 1917, los dirigentes políticos, espirituales y económicos del mundo capitalista han mantenido una lucha a muerte con los países “comunistas” por la conciencia y la leal-

tad de los pueblos dentro y fuera de sus fronteras. Los ideólogos del capitalismo han estado siempre contra el ideal emancipador del comunismo.

El principal argumento, repetido hasta la saciedad, era el de que los trabajadores y las masas populares de los países capitalistas (de los pocos desarrollados, claro está, pues capitalistas son EEUU y Haití, Alemania y Malí) disfrutaban de un nivel de vida superior a los que vivían bajo el comunismo. Como si la sociedad comunista soñada por los clásicos se hubiese realizado ya. Se aducían estadísticas para demostrar que los ciudadanos soviéticos tenían que trabajar muchas más horas para adquirir diversos bienes de consumo, como automóviles, neveras, etc. Pero sin hacer ninguna comparación con lo que había que pagar en cada sitio por la asistencia médica, el alquiler de la vivienda, la educación a todos los niveles, el transporte, las vacaciones, y otros servicios fuertemente subsidiados por los gobiernos comunistas.

Durante la existencia de los países “comunistas”, y a fin de dar la apariencia de un “capitalismo de rostro humano”, los empresarios se vieron obligados a hacer concesiones considerables a los trabajadores. Todas las victorias se ganaron en los sectores mejor organizados de la clase obrera: jornada laboral de ocho horas, derechos de antigüedad en el empleo, salario mínimo, seguridad social, seguro de paro, vacaciones pagadas, asistencia sanitaria, permiso de maternidad, etc.

La preocupación por el comunismo favoreció también la lucha por la igualdad de derechos civiles en los propios EEUU y en la guerra (sobre todo fría) por las conciencias y los corazones de las poblaciones no blancas de Asia, África y América Latina. Había que mejorar la imagen de la explotación.

El desmoronamiento del ensayo comunista en la URSS y otros países de Europa Oriental lanzó al vuelo las campanas de los círculos dominantes del capitalismo en Europa y EEUU. Salvo pequeños enclaves como Cuba, el capitalismo transnacional parece tener bien amarrado el globo.

Una vez desaparecido el adversario comunista, los medios de creación de opinión (libros, periódicos, revistas, emisoras de radio y de televisión, cátedras y tertulias) arreciaron en sus exigencias desreguladoras y privatizadoras. Si en los países ex socialistas las conquistas sociales se hacían retroceder a formas de explotación inauditas, propias de épocas pretéritas, ya no había razón alguna para mantener las que se habían alcanzado con el capitalismo a lo largo de luchas seculares.

La mayoría de los conservadores tenía claro que había llegado la hora de dejarse de garrambinas y sacudir en serio a los trabajadores y a las masas populares. ¡Muera lo público y viva lo privado!, reza el lema triunfal que se grita por doquier. Ya no hay que competir con nadie por el dominio de las conciencias. Ya no existe ningún sistema alternativo adonde volver los ojos y los corazones. Ante su victoria global, el gran capital ha decidido ajustar cuentas de una vez por todas con los movimientos emancipadores, sindicales, etc., dentro y fuera de casa. Se acabaron las componendas con los obreros, los profesionales, los funcionarios, e incluso con la clase media, que se considera demasiado amplia. Hay que precarizar, proletarizar y lumpenproletarizar.

Con el revés del comunismo, las minorías dirigentes ya no tienen por qué preocuparse de reducir el desempleo, como hacían en las décadas de la Guerra Fría. Más bien persiguen mantener una elevada tasa de

desempleo a fin de debilitar a los sindicatos, someter a los trabajadores y conseguir crecimiento sin inflación.

Todo esto suena a música celestial. Pero, al mismo tiempo, presenciamos la tercermundialización de los países capitalistas ricos, esto es, la degradación económica de una población relativamente próspera. Los círculos dirigentes no ven ninguna razón para que millones de trabajadores y sus familias gocen de un nivel de vida similar al de la clase media, con cierto excedente de ingresos y un empleo seguro. Tampoco ven razón alguna para que la clase media sea tan numerosa. Ahí están los ejemplos de México, Brasil, Argentina, etc.

Los pocos que ya tienen mucho quieren más. En realidad lo quieren todo. Y les gustaría que la gente común, los muchos, reduzcan sus esperanzas, trabajen más y se contenten con menos. Pues, cuanto más tengan, más querrán, hasta que se acabe en una democracia social y económica. ¡Y hasta ahí podían llegar las cosas! Mejor atarlos corto y tenerlos insatisfechos. Para los pocos que lo tienen casi todo es mejor volver a las condiciones del siglo XIX o del Tercer Mundo actual, esto es, disponer de masas de trabajadores sin organización, dispuestos a trabajar por la mera subsistencia; una masa de desempleados, de pobres desesperados que contribuyen a bajar los salarios e incluso provocar el resentimiento de los que están justo por encima de ellos (divide y vencerás, decían ya los antiguos esclavistas de Roma); una clase media cada vez más encogida; y una diminuta clase poseedora, escandalosamente rica, que lo tiene todo.

Durante la década de los 80, se abandonó la idea de que la prosperidad del Tercer Mundo se correspondía con los intereses capitalistas del primero. En su lugar se ha dado marcha atrás a esos programas de desarro-

llo a fin de crear un “mundo libre” para maximizar los beneficios del capital sin tener en cuenta los costes humanos y medioambientales. Con esta mundialización de la explotación capitalista, esos países ya no pueden volver la vista a la alternativa comunista.

Por otro lado, la tremenda deuda que agobia a estos países y las medidas de ajuste impuestas por el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional a fin de poder conseguir más créditos y hacerle frente, no ya a la deuda, sino a sus intereses, precarizan aún más la vida de la inmensa mayoría de sus poblaciones. La reducción de los programas sociales y de los salarios, la desregulación de las medidas protectoras, la privatización de las empresas públicas, incluidas la sanidad y la enseñanza, etc., se publicitan como “ajustes” necesarios para reducir la inflación, mejorar la situación financiera y aumentar la producción. Se supone que al consumir menos y producir más se estará en mejores condiciones de cumplir los compromisos internacionales, esto es, de seguir pagando las deudas y sus intereses. Es lo que eufemísticamente denominan eficiencia. En realidad, estas medidas se traducen en más explotación y mayores beneficios para el capital transnacional. Y, viceversa, en el consiguiente empobrecimiento de las economías y de las poblaciones de esos países. Filipinas, República Democrática del Congo, Rusia y las repúblicas que antes integraban la URSS, Rumania, etc., se deslizan rápidamente a lo que se llama Cuarto Mundo. Basta con mirar cómo se han reducido las expectativas de vida en estos países, por ejemplo. Así, mientras en la antigua URSS la edad media alcanzaba los 77 años, ahora se ha reducido a 62.

Pero no hay que irse tan lejos. También aquí, en nuestro propio país, al que nuestro Gobierno quie-

re llevar a la primera línea de Europa, presenciamos este proceso de precarización. Y es que los automóviles no solo tienen primera, segunda y más velocidades. También tienen marcha atrás.

Ante el empobrecimiento generalizado de la población, surge la cuestión de quién va a poder comprar todos los bienes y servicios producidos. Uno tiende a pensar que los capitalistas están matando la gallina de los huevos de oro.

Para consentir esta situación, se requiere, claro está, un esfuerzo enorme en mantener a la población desinformada, para persuadirla de que no hay alternativa, en suma, para tenerla material y espiritualmente sumisa. Los dirigentes espirituales, los formadores de opinión, desde la *intelligentsia* vendida hasta el Papa, saben perfectamente que es más fácil engañar a una población poco y mal informada que a otra ilustrada.

Así, por ejemplo, todo el mundo conoce los terribles daños causados por los EEUU en Vietnam, Laos, Camboya, Iraq, América Latina, etc. Pero, como dice Michael Parenti,¹⁵¹ la mayoría de los ciudadanos estadounidenses se quedarían boquiabiertos si se enterasen de ellos. Les han enseñado que, a diferencia de otras naciones, su país no ha cometido las atrocidades de otros imperios, y sí que ha sido el adalid de la paz y la justicia. Esta brecha enorme entre lo que los EEUU han infligido al mundo y lo que sus ciudadanos creen que hacen es uno de los grandes logros de la propaganda y de la mitología dominantes.

Como se sabe, la propaganda recurre con frecuencia a la mentira, puesto que su papel es el de influir

151. Cf. Parenti, Michael: *Dirty Truths*, San Francisco, 1996.

en las emociones y, solo accesoriamente, el de informar. Recuérdense a este respecto la efectuada durante la época nazi por J. Goebbels, que tantos discípulos ha tenido después.

Cierto, se requiere un bombardeo intensivo de mentiras para justificar ante la población el bloqueo de Cuba o la carnicería de Iraq con el argumento de que están en juego los intereses nacionales de los EEUU y la paz mundial. Es evidente que Cuba o Venezuela y los marxistas y revolucionarios de izquierda que quedan en el mundo solo constituyen una amenaza para los bancos y transnacionales que succionan la plusvalía de estos pequeños países, engordando aún más sus beneficios a costa de esquilmar sus riquezas y sus poblaciones. ¡Cómo recuerda este argumento de la defensa de los intereses nacionales el del *Lebensraum* (espacio vital) utilizado también por los nazis para justificar sus crímenes contra otros pueblos y contra la humanidad!

El problema no estriba en que los revolucionarios ocupen el poder, sino en que lo utilicen para llevar a cabo políticas inaceptables para los círculos dirigentes del capitalismo. Lo que preocupa a sus gerentes, banqueros y generales no es la falta de democracia política en esos países, sino sus intentos de construir la democracia económica, salir de la pobreza impuesta por lo que eufemísticamente se llama “mercado libre”. Henry Kissinger se aproximó a la verdad cuando celebró el derrocamiento fascista del gobierno democrático de Chile, en septiembre de 1973, al afirmar que, en caso de tener que salvar la economía o la democracia, había que salvar la economía. La capitalista, claro está. Lo intolerable es permitir que estos pequeños países encaminen sus esfuerzos a erigir un nuevo orden económico que cuestiona los privilegios de las transnacionales, en

el que la tierra, el trabajo y los recursos ya no sirvan para aumentar las ganancias de esos pocos consorcios, sino que beneficien a todos.

El objetivo de todo el aparato ingente de propaganda y persuasión sigue siendo el mismo de siempre: dejar bien claro que no hay alternativa al capitalismo, a un mundo en donde los muchos trabajarán más por menos, a fin de que los pocos privilegiados acumulen más y más riquezas.

Ante el dominio de esta ideología, ante la omnipresencia de este “pensamiento único”, como se dice ahora, no deja de ser curioso que quienes nunca se quejan de la unilateralidad de su educación política sean los primeros en acusar de unilateralidad a cualquier desafío a esa educación.

En la actualidad, este adoctrinamiento unilateral se efectúa en lo que M. McLuhan llamaba el “aula sin muros”, esto es, a través de los llamados medios de comunicación de masas. El consumo de medios, sobre todo de televisión, constituye hoy un componente fijo de la vida cotidiana en la mayoría de la sociedad. Como se sabe, la cultura predominante es ahora la producida masivamente por estos medios. Esta “cultura de medios” se ha convertido en la experiencia cotidiana y en la conciencia común de la inmensa mayoría de la población. A ella pertenecen el trato cotidiano con los medios y sus contenidos, así como la forma de pensar y de sentir determinada por ellos, los hábitos de leer, oír y ver, de consumo y comunicación, las modas y una buena parte del lenguaje y de la fantasía.

Los diseñadores y promotores de esta cultura dedican cantidades ingentes de energías y dinero al estudio de la influencia y condicionamiento de las conciencias a través de los medios. El análisis de esta actividad

revela que a través de ella se pretende crear el tipo de ser humano más conveniente para el sistema capitalista de producción y consumo. El objetivo ideal sería convertirnos a todos en apéndices del mercado. Es lógico, por tanto, que el reclamo comercial, la “publicidad”, constituya uno de los componentes fundamentales de la cultura actual.¹⁵²

Ahora bien, entre el orden cultural y el económico existe una relación de interdependencia. Así, y por limitarnos solamente a los orígenes más recientes, durante el siglo XIX, a medida que la industria atraía a un sector cada vez mayor de la población a su esfera de influencia, a su modo de producción y de consumo, los capitanes de la industria se preocuparon cada vez más de que la vida cultural coincidiese con sus objetivos económicos y políticos. Para ello no solo trataban de imponer y administrar la disciplina laboral de la fábrica, sino de inculcar también las actitudes, lealtades y comportamientos adecuados a esos objetivos. Pronto se dieron cuenta de que era más barato meter al guardia de la porra en las mentes que mantener un costoso aparato de represión. A éste se recurre únicamente en caso de necesidad, cuando falla el otro. Cuando una clase depende de las bayonetas, de la violencia física, de la fuerza bruta para preservar su poder, es que ya no está segura.

Pero con la represión de anarquistas, socialistas, comunistas, sindicalistas insumisos y toda clase de idealistas radicales, la clase capitalista, detentadora del poder económico, enrola a su causa a otras instituciones como la Iglesia, la escuela, los medios de comunicación e incluso el entretenimiento. Si se

152. Cf. Romano, Vicente: *Desarrollo y progreso. Por una ecología de la comunicación*, Barcelona, 1993.

echa una mirada retrospectiva, se podrá observar que han desaparecido prácticamente las formas de entretenimiento y de cultura populares, los teatros, periódicos, novelas, etc., clara y conscientemente obreros. Todas esas formas han sido sustituidas por la producción industrial.

Para asegurar su hegemonía como capitanes de la industria y de los negocios, los ricos han aspirado siempre a convertirse en “capitanes de la conciencia”. Los nombres son numerosos a lo largo de los siglos XIX y XX, desde lord Nordcliffe o el yanqui Hearst hasta Axel Springer, Kirch, Berlusconi o Murdoch.

Hace unos 40 años, el barón de la prensa inglesa lord Beaverbrook, nacido en Canadá, declaró ante una Comisión Real que publicaba sus periódicos “solamente por razones de propaganda” (“*purely for propaganda and with no other purpose*”). Cuarenta años después, otro hijo de las colonias, esta vez de Australia, llegó a Londres a buscar fortuna y fama, y ha adquirido la misma que Beaverbrook, aunque incrementada a nivel mundial.

Puesto que la economía ya está mundializada, también debe estarlo la conciencia.

La historia enseña que la clase pudiente nunca está sola. Se arropa con la bandera de la religión, el patriotismo y el bienestar público. Pues solo reconoce y proclama como bueno para todos lo que es bueno para ella. Tras el Estado existe todo un entramado de doctrinas, valores, mitos, instituciones, etc., que sirven consciente o inconscientemente a sus intereses.

John Locke decía ya en 1690 que “el gobierno fue creado para protección de la propiedad”. Y casi un siglo después, en 1776, Adam Smith afirmaba que “la autoridad civil se instituyó en realidad para defensa de

los ricos contra los pobres, o de los que tienen alguna propiedad contra los que no tienen ninguna”.

Las instituciones políticas, religiosas y educativas contribuyen a crear la ideología que transforma el interés de la clase capitalista dominante en interés general, justificando las relaciones de clase existentes como las únicas que son naturales y, por tanto, perpetuas e inalterables. Todas ellas se conjuntan para crear una conciencia uniforme, para dar unidad al pensamiento.

Para preservar el sistema que es bueno para ellos, los ricos y poderosos invierten mucho en la persuasión. El control de la comunicación, del intercambio de informaciones y sentimientos, contribuye de modo eficaz a legitimar el poder de la clase propietaria. Y es en este marco general donde actúan los medios de comunicación de masas.

Estos medios son los vehículos o canales de distribución de los productos de esta comunicación. La comunicación de masas es, antes que nada, producción masiva de comunicación. Y, como tal, se rige por los mismos principios que el resto de las industrias: producción en serie, indiferenciada, a fin de reducir costes y aumentar beneficios. Pero como en la producción comunicativa se trata de productos del pensamiento, de contenidos de conciencia, esta simplificación y uniformidad tiene también algo que ver con la producción del pensamiento acrítico, indiferenciado, único.

No hay que olvidar que no son los medios los que reducen y simplifican, sino quienes los dirigen. Con un guión correcto y unas intenciones adecuadas se pueden ofrecer presentaciones intelectualmente ricas, ampliadoras del conocimiento, acerca de temas de vital importancia, como demuestran los documentales, por ejemplo.

Los medios sirven a muchos fines y desempeñan diversas funciones. Pero su papel principal, parejo con el de incrementar las ganancias de los pocos que los poseen, su indeclinable responsabilidad, estriba en reproducir una visión de la realidad que mantenga el actual poder económico y social de la clase dominante. Su objetivo no radica en producir una ciudadanía crítica e informada, sino el tipo de gente que vota por G. Bush o a Aznar. Su meta es cerrar el clima de opinión marcado por la minoría que domina el mundo del dinero, los negocios, el gobierno, las iglesias, las universidades, etc., puesto que casi todos ellos comparten la misma concepción de la realidad económica.

Las técnicas para conseguir la uniformidad de las opiniones, el pensamiento acrítico, son muchas y muy diversas. Y, aunque no sea éste el lugar más apropiado para exponer los subterfugios utilizados en la manipulación de las conciencias, sí conviene recordar que son los propietarios de los medios de comunicación y los directores puestos por ellos los que tienen la capacidad de seleccionar y publicar, de dar a conocer a los demás los aspectos de la realidad más acordes con sus intereses. Los pocos tienen así el poder de definir la realidad para los muchos y de producir las informaciones que dificultan a la mayoría de los ciudadanos el conocimiento y la comprensión de su entorno, la sociedad en que viven, así como la articulación y expresión de sus necesidades e intereses.

En este sentido, los medios pueden dirigir efectivamente la percepción de la realidad cuando no se dispone de informaciones en contrario. Y, aunque los medios no puedan moldear cada opinión, sí pueden enmarcar la realidad perceptiva en torno a la cual se forman las opiniones. Aquí radica tal vez su efecto más importante:

establecer el orden del día para todos, organizando el espacio de lo público, las cuestiones en qué pensar. En suma, los medios establecen los límites del discurso y de la comprensión del *público*, del pueblo. No siempre moldean la opinión de todos, claro está, pero tampoco tienen por qué hacerlo. Basta con legitimar ciertos puntos de vista y deslegitimar otros.

El resultado es un pensamiento único, uniforme, y, por consiguiente, la falsa conciencia.

Quienes creemos que la falsa conciencia existe realmente sostenemos que las preferencias de la gente pueden ser producto de un sistema económico, político y cultural contrario a sus intereses, y que estos solo pueden identificarse legítimamente cuando la gente sea plenamente consciente de su elección, y libre y esté capacitada para elegir.

Negar la falsa conciencia como una imposición “ideológica” (léase “marxista”) lleva a los sociólogos y otros formadores de opinión a la conclusión de que no se debe distinguir entre percepciones del interés e interés real u objetivo. Así, si admitimos que la preferencia expresada por un individuo es su interés real, resulta que no se puede hacer distinción entre intereses percibidos (que pueden estar más informados) e intereses reales (cuya percepción puede resultar difícil por falta de información adecuada y accesible).

No obstante, se pueden constatar ejemplos de falsa conciencia en todas partes. Hay ciudadanos con quejas justificadas, como empleados, contribuyentes y consumidores, que dirigen su indignación contra los desvalidos que se aprovechan de la beneficencia y no contra las empresas que reciben miles y miles de millones en subvenciones. Están a favor de elevados presupuestos de defensa, de la indus-

tria armamentista y de las empresas contaminadoras, mientras denostan a quienes se manifiestan por la paz y contra la contaminación.

Expertos comentaristas conservadores se encargan de alimentar su confusión atacando, por ejemplo, a las feministas y a las minorías en vez de a los sexistas y racistas; a los pobres en vez de a los ricos que crean la pobreza. Para ellos, el problema son los pobres y los inmigrantes. Las víctimas y los efectos se toman por la causa.

La falsa conciencia existe, y en cantidades masivas. Sin ella, los de arriba no se sentirían nada seguros.

El principio de esperanza se concretará solamente cuando la mayoría de la población sea consciente de que sus condiciones de vida no se deben a ningún designio divino ni a ninguna ley natural, sino a la voracidad insaciable de un puñado de potentados, a la riqueza y al poder de los pocos que generan la pobreza e impotencia de los muchos.

Las revoluciones se hacen cuando grandes sectores de la población se animan unos a otros, al descubrir lo que tienen en común, y se rebelan contra un orden social insufrible. La gente tiende a soportar grandes abusos antes de arriesgar sus vidas en confrontaciones con fuerzas armadas muy superiores. Por eso no hay ninguna revolución frívola, sino que todas ellas son una tarea muy seria.

Por todo eso, romper con el liberalismo que penetra hoy todas las facetas de la vida, imponiendo en todas partes su pensamiento indiferenciado, acrítico, implica airear en público la crítica de los programas liberales. Significa hacer un esfuerzo serio y sostenido para aprovechar las lecciones aprendidas durante las últimas décadas en organización de comunidades, desa-

rollo económico, movilización en torno a cuestiones concretas, urbanismo, medioambiente, etc., y hacer una nueva síntesis.

Nada fácil, por supuesto, dado el control de los medios de producción, incluidos los de producción masiva de comunicación por nuestro adversario. Sí, vivimos tiempos difíciles, con el tardocapitalismo haciendo ostentación criminal de su fuerza y dominio, obstaculizando como nunca la difusión de la verdad. Mas, parafraseando a B. Brecht, también se puede escribir en los tiempos tenebrosos, acerca de los tiempos tenebrosos.



A modo de epílogo

Valores para una cultura alternativa

1

El colapso del socialismo de cuartel, surgido en el cambio del siglo XIX al XX, se ha traducido, en la transición del XX al XXI, en el abandono de las ilusiones revolucionarias, la planificación coercitiva y el poder estatal. La cultura predominante del neoliberalismo propugna e impone la unificación de la economía y del pensamiento a nivel mundial. Los valores difundidos por esta cultura a través de todos los medios de que dispone carecen de todo proyecto de emancipación, de toda visión de futuro. La insistencia en el presente borra también el pasado, que se presenta como tradición comerciable (coleccionismo de antigüedades, folclor, etc.) y no como historia de evolución humana, llena de luchas y conflictos, de avances y retrocesos, de victorias y derrotas. Esta cultura anula el entusiasmo colectivo, el deseo de una sociedad mejor, dejando a los seres humanos a merced de lo existente.

Desaparecidos los países mal llamados “socialistas”, se proclama el fin del ideal emancipador con que soñaron Marx y Engels, descalificándolo como algo anticuado, utópico, irrealizable. Parece como si no quedara nada valioso de lo viejo. El capital, concretado en las compañías transnacionales, el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, se ha erigido en el único soberano del mundo.

Ahora bien, la victoria mundial de este sistema económico no ha resuelto, en sus cuatrocientos años

de existencia, los problemas básicos que aquejan a la humanidad: el hambre, las guerras, el paro, la soledad, el individualismo alienante, la frustración individual y profesional, las desigualdades entre los diferentes grupos sociales, pueblos y continentes. Al contrario, aumentan las angustias cotidianas, las incertidumbres, la preocupación por el entorno físico y su preservación, etc.

Pero la praxis humana requiere la utopía, entendida como rechazo y transcendencia de lo existente, como imaginación y sueño humanos, como *ethos* y alternativa al *topos* asfixiante e inhibidor del potencial creador de los seres humanos.

Frente al conformismo, la uniformidad y autocomplacencia imperantes en este cambio de siglo, se requiere el desarrollo de una conciencia diferenciada que surja de la crítica de la civilización actual. La base de la lucha por una cultura nueva, alternativa, estriba en la crítica de este sistema, las costumbres, los sentimientos, las concepciones de la vida, los valores vigentes.

Así, pues, para el siglo que viene se trata de organizar una cultura que permita a los seres humanos ser lo que desean ser, y no lo que los condicionamientos y penurias actuales les imponen. Esta hermosa tarea tiene que ser, necesariamente, solidaria y colectiva, es decir, humana en el sentido estricto del término. Pues la solidaridad y la cooperación es lo que distingue a los seres humanos del resto de los animales, lo que les permitió elevarse por encima de la “ley de la selva” y convertirse en señores del universo.

2

Ahora impera la cultura de la competitividad, la explotación, el interés particular, la discriminación, la

comercialización de los sentimientos y de la intimidad, etc. Y, en la izquierda, la cultura cainita de la conspiración y la intriga, tan arraigada en ella desde la Revolución Francesa.

Como alternativa a esta cultura deshumanizada, existe el humanismo revolucionario. La visión humanista del futuro, el aspecto positivo de la utopía, parte de la rebelión contra esta civilización, por mutilar los rasgos más humanos de las personas y por ser la causa de los vencidos de hoy. La cultura humanista contiene y propugna valores alternativos como la igualdad, la amistad, el respeto a la propia persona, a la diversidad, etc.

Como crítica y construcción, este humanismo es radical e intransigente frente a toda opresión. Cree en los objetivos de la emancipación sociopolítica. Es un impulso constante por humanizar la sociedad competitiva, animalizada, esto es, deshumanizada, y hacerlo a través de la solidaridad y la cooperación activas. La cultura humanista del futuro implica la reevaluación de algunos conceptos clásicos anticapitalistas. Así, por ejemplo, el problema de las relaciones sociales no se reduce únicamente a la propiedad de los medios de producción. También hay que humanizar la política, la violencia obligada de los oprimidos, de los sin tierra, sin techo, sin trabajo, sin derechos, sin afecto, etc.

Como universalidad de valores, el humanismo revolucionario comprende todo cuanto significa derechos humanos, igualdad, justicia, libertad, etc. Sobre todo, claro está, el derecho a la autorrealización en un medio que potencie al ser humano, y no que lo anule. ¿Cuántos platones o goyas puede haber en una ciudad de 4 millones de habitantes como Madrid?

Este humanismo concibe al mundo como lugar para todos y, en consecuencia, aspira a extender la

solidaridad. Más allá del desgaste que ha sufrido este término, la solidaridad equivale a una relación interhumana, social, que entraña una doble dimensión: objetiva (el quehacer, la acción concreta con los otros) y subjetiva (amistad, pasión, ternura). La visión humanista del futuro contempla la solidaridad como ethos, como estilo de vida, como posibilidad de humanidad, de ser persona. Se entiende como alternativa cultural al presente competitivo, individualista. No es mero instrumento para el futuro, sino algo necesario para afrontar el presente y vivir las cosas de otra manera.

Frente a la violencia y la guerra, que solo enriquecen a unos pocos, defiende y practica la paz y la colaboración, cuyas ventajas benefician a todos. Ante el pesimismo y el culto a la muerte, el humanismo valora la alegría y el disfrute de la vida, que el ser humano debe tutelar para poder usarla. La cultura solidaria es dialógica, tanto o más que dialéctica, como diría el brasileño Paulo Freire.

Para esta visión humanista del futuro, la cultura no es solo erudición. Recupera el aspecto positivo y los elementos activos que contenía este concepto en su origen, esto es, cultura como cultivo, cuidado, conocimiento práctico. Como dice Harry Pross, no es solo protesta contra las condiciones imperantes, contra la guerra, el despotismo y el fanatismo de cualquier tipo. Es, sobre todo, autocrítica del pensamiento, contradicción ante la propia comodidad, aunque resulte difícil de entender.

3

Los valores socioeconómicos vigentes, marcados por el sistema de librecambio, por lo que se suele denominar economía de libre mercado, simplifican en exceso

las necesidades humanas en elementales o primarias y artificiales o secundarias. La naturaleza humana es mucho más compleja y variada. Admitir la diversidad como valor humanista implica reconocer y defender la pluralidad de necesidades, como ya expuso hace algún tiempo Jan Kotik. Entre ellas cabe distinguir las necesidades naturales (comer, respirar, vestir, etc.), las sociales (todas las relacionadas con la sociedad en la que se vive y se quiere cambiar), las familiares (afecto, respeto, etc.), de amistad (reconocimiento, estima, relación, etc.), las profesionales (educación, escuelas, talleres, etc.) y las institucionales (participación, asistencia, etc.).

La simplificación solo beneficia al autoritarismo y se utiliza para la imposición de valores desde arriba y para el dominio. Expresa la verticalidad arbitraria de las jerarquías sociales, axiológicas y simbólicas. La alternativa consiste en ampliar la horizontalidad real de las relaciones personales y sociales, nacionales e internacionales. La intolerancia empobrecedora se contrarresta con el fomento de los valores cívicos, el respeto a la diferencia y a la pluralidad enriquecedora, con la creación de voluntad democrática. El pensamiento dogmático se combate con el pensamiento crítico. Antes de hablar y largar consignas, hay que escuchar lo que la gente dice y piensa.

4

La visión humanista para el siglo XXI incluye asimismo la elevación del hedonismo individualista a felicidad compartida. En su camino ascendente, la evolución cultural humana va del placer al disfrute, y de éste a la felicidad. El placer debe estar gobernado por el disfrute y el disfrute por la felicidad. Lo contrario supone un tras-

torno de las leyes naturales, que se traduce en infelicidad y en la ruina del disfrute y del placer mismo, como afirma el biólogo evolucionista español Faustino Cerdón.

Parece que en el mundo actual se da esta subversión de valores y que para ser felices conviene recusar el hedonismo extraviado, como el que se da en el afán de poder o de posesión, en el disfrute del éxito sobre los demás, antisociales y contrarios a la naturaleza humana y a la felicidad propia y ajena.

El hedonista carece de proyecto de vida, generalmente por causas ajenas a él. Cuando el medio social carece de proyecto, como ocurre en la actualidad, la sociedad desorienta las iniciativas particulares, por ser ella la que les da sentido.

Como perturbación del normal desarrollo de la personalidad, el hedonismo se da preferentemente en personas acomodadas. El daño es mucho mayor en quienes no pueden ser dueños de su destino, por la inseguridad del mañana, por la necesidad de sobrevivir el día a día, o por la sujeción forzosa a un trabajo rutinario. Se diferencia de la felicidad porque:

- 1) El objetivo del hedonista es realizar una cadena discontinua (discreta) de acciones que procuren placer.
- 2) La procura de placer se entiende como un impulso egoísta, ya que se circunscribe a sensaciones del propio cuerpo y los demás son contemplados como colaboradores o posibilitadores del propio placer, esto es, como meros instrumentos.

La felicidad no se opone al placer, ni al disfrute, sino que se edifica sobre ellos. Sobre el dolor y la necesidad no hay disfrute, ni sin disfrute hay felicidad. Es un

salto del *impulso momentáneo* animal ante estímulos directos (del placer proporcionado por la satisfacción de la necesidad inmediata) al *entusiasmo sostenido* (a la pasión) ante proyectos bien concebidos que han de realizarse siempre en cooperación, proyectos en los que el ser humano se realiza en pensamiento comunicable. Así asciende del placer a la felicidad. La felicidad es el disfrute por la emancipación creciente de la necesidad, por la conquista de libertad.

Los hombres y mujeres realmente libres no pueden realizarse si no sienten que su actividad repercute favorablemente sobre la estructura de la sociedad en que viven. La felicidad radica en la posibilidad de desarrollar la vida conforme a proyecto ascendente, supraindividual, colectivo, altruista, con los objetivos de resolver los conflictos y necesidades humanos en cooperación, y de organizar la experiencia previa, el pasado humano, en pensamiento orientador de la acción futura.

La felicidad solo puede venir de actuar conforme a la ley del propio desarrollo —en lo posible— con la percepción, sin duda placentera, de que se expande libremente la individualidad. Entendida así la naturaleza humana —como la facultad de elevar la experiencia a pensamiento orientador y como cooperación—, la felicidad de cada uno no puede consistir sino en la satisfacción de sí mismo de esa manera complementaria, en pensamiento y en cooperación solidaria.

Esto es algo maravillosamente nuevo, que diferencia a las personas de los animales (carentes de proyecto).

5

Ante la primacía actual del valor de cambio, de la rentabilidad financiera, de la mercantilización de las cosas, la cultura, la comunicación, las ideas,

y las personas, un proyecto alternativo para el siglo XXI implica el predominio del valor de uso, de utilidad social, dar prioridad a los criterios de rentabilidad social, defender y practicar siempre el principio de servicio público. Si hoy día los artistas los hacen los marchantes o las pautas marcadas por la estética oficial, se trata entonces de garantizar la libertad de creación y de expresión. Ésta excluye la libertad para crear una red, pero incluye la libertad para expresar todos los puntos de vista. Ante las limitaciones que supone la progresiva privatización de la información y de la comunicación, se trata de defender y ampliar la propiedad social del conocimiento, el acceso de todos al pensamiento máximo y a la posesión de sus logros, el disfrute universal de los placeres estéticos, etc.

El economicismo depredador de finales del siglo XX ha conducido a la contaminación de la naturaleza, del tiempo y del espacio, y también de las mentes por la publicidad omnipresente y mediadora de todas las relaciones sociales. En virtud de la mundialización, el vaciado del tiempo y del espacio crea la idea de que los seres humanos viven en un solo mundo, de que forman parte de una sola comunidad, de que el “nosotros” es más importante que el “yo”. La consecuencia de esta línea de pensamiento es la reevaluación de la naturaleza, la conciencia ecológica, que defiende y practica los valores ecológicos, no solo en el tiempo y en el espacio, sino también en la cultura y en la mente.

Este tipo de pensamiento, de proyección inmediata, sostiene:

- a) que los seres humanos no son superiores a los demás elementos de la naturaleza;

- b) que tienen una responsabilidad especial para asegurar la propia supervivencia y la de las otras especies;
- c) que existe y debiera existir una larga relación histórica entre seres humanos y naturaleza; y
- d) que el desarrollo de esta relación solo pueden juzgarlo las generaciones futuras.

La tarea estriba en hacer que el futuro sea diferente del pasado, y no en reafirmarlo.

6

El dominio del tiempo se manifiesta también como necesidad imperiosa para el siglo XXI. Entre las numerosas coacciones a las que está sometido el ser humano se cuenta también la del tiempo. ¿Quién no se queja hoy de la falta de tiempo, de lo que le gustaría hacer si tuviera tiempo, es decir, si el tiempo fuera suyo? Una de las paradojas de la sociedad industrial desarrollada, o postindustrial, como también se dice, consiste precisamente en que a medida que se ha reducido la jornada laboral, el tiempo de trabajo, parece que la gente tiene menos tiempo libre, esto es, menos tiempo de libre disposición para hacer lo que le gustaría. De ahí que el dominio del tiempo constituya hoy día parte esencial de todo proyecto emancipador, de todo proyecto político que pretenda transformar las actuales condiciones de vida y de trabajo en el sentido de mejorar la calidad de vida de todos y no solo de una minoría. Cualquier ideal de progreso, o sea, de perfeccionamiento de la organización social, debe, por tanto, tomar en consideración la valoración del tiempo, o mejor dicho, de los diferentes tiempos.

La conciencia de las necesidades humanas exige también prestar atención al modo de vida como instrumento de la lucha ideológica. Para las grandes masas de la población, el modo de vida actual está marcado por la relación recíproca entre *trabajo y descanso*, o sea, entre *producción y reproducción*. Se da como elemento sustancial una radical separación entre tiempo de trabajo y tiempo libre.

Desde una perspectiva tradicional, muy arraigada en la conciencia de las masas, se considera *tiempo libre* el que queda a diario después de descontar la jornada de trabajo y el tiempo dedicado al descanso, restauración de fuerzas y reproducción social, o tiempo de mantenimiento.

A este planteamiento tradicional habría que hacerle una primera matización. La cantidad de tiempo libre no es igual para todos, es una función del género y de la clase social. Ahora bien, esta variación de disponibilidades no es un problema estrictamente cuantitativo, sino que también interviene en calidad y forma de empleo, que guardan también una relación directa con los ingresos y el nivel de educación, que es a su vez función de esos ingresos. Por lo tanto, estos aspectos cualitativos están, asimismo, estrechamente relacionados con la clase social de pertenencia.

Ahora bien, la matización clasista indicada no es suficiente. Hay que ir más lejos, hasta poner en cuestión la propia definición y preguntarse si existe realmente tiempo libre, no en una u otra minoría (elites económicas y/o culturales), sino en la mayoría de la población.

Desde luego, aceptando la definición tradicional, es más que evidente que el tiempo libre existe para todos, si bien con mayor o menor extensión y cubierto de forma diferente. Pero si se parte de una concepción

más precisa, que vea en el tiempo libre aquel que está bajo dominio y control propios, por oposición al tiempo de trabajo (organizado por el empresario, privado o estatal), al tiempo de mantenimiento, indispensable para cubrir el anterior y que, dentro de ciertos límites, no puede ser modificado, y la parte de tiempo de ocio que forma parte de la definición dada de tiempo libre y que es organizada y manipulada por otros en beneficio suyo, sin apenas posibilidades reales de participación, entonces resulta absolutamente legítimo preguntarse si existe realmente tiempo libre (al menos para una gran parte de los miembros de la sociedad, encabezada especialmente por las mujeres).

La mencionada separación radical entre tiempo de trabajo y tiempo de ocio, en el tiempo, en el espacio y en la conciencia, lleva a una dicotomía que, al plantear la cuestión en términos de opuestos no conciliables y no en términos de polos de una realidad única en tensión dialéctica, es aberrante y limitativa. Las actividades del ser humano, múltiples en un ente que no tiene que ser reducido a la unidimensionalidad, no aparecen en forma complementaria y dirigida al desarrollo máximo y equilibrado de sus capacidades (de ocio y de trabajo, ambos creadores), sino como contrapuestas, cerradas y en absoluto relacionadas.

A su vez, esta situación empuja lógicamente a una escisión *dentro* del propio individuo, creándose en su interior unas pautas culturales para el trabajo y otras, completamente distintas, para el asueto. En realidad, el tiempo libre se presenta como *liberación* (en teoría, claro está) del trabajo, mientras que, consecuentemente, el tiempo de trabajo se ve como *maldición* (incluso como maldición bíblica).

Pero si se mira más de cerca y se observa en qué actividades o cómo ocupa su tiempo libre la inmensa mayoría de la población trabajadora y sus familias, resulta que también está lleno de coacciones, de determinaciones ajenas, de angustias, en suma, de la inseguridad social que caracteriza a los asalariados y a las amas de casa. Reparación del coche, lavado y cosido de la ropa, cuidado de los niños, mantenimiento de la vivienda, etc., son actividades efectuadas durante el tiempo libre y destinadas a conservar el nivel de vida y a sobrevivir. El tiempo libre no solo es cada vez más pobre y limitado, sino que también sigue dominado por el capital, o por quienes dominan lo que eufemísticamente se llama “sociedad libre de mercado”. Si, además, se tiene en cuenta que las horas que quedan libres se pasan mayoritariamente ante el televisor, se tendrá un cuadro más preciso de esta pobreza espiritual.

Desaparece así la dicotomía entre tiempo de trabajo y tiempo libre, pues también éste es tiempo alienado, de otros, dominado por otros, y no tiempo propio, auto-determinado. Desde una perspectiva emancipadora, solo acabando con esta doble alienación será posible acabar con la escisión a nivel social y a nivel interno del individuo, y comenzar a sentar las bases materiales y espirituales para la autorrealización plena, ni escindida ni alienada, del género humano.

Parece como si el desarrollo de las nuevas tecnologías vaya a convertir en realidad el “derecho a la pereza”, título del libro de Paul Lafargue, escrito hace ya más de un siglo y recuperado ahora ante las posibilidades emancipadoras que ofrecen esas nuevas tecnologías.

El desarrollo multilateral y armónico de la personalidad no solo exige la apropiación del tiempo de

trabajo, sino también una *cantidad de tiempo libre socialmente necesario*.

Un cambio en el empleo del tiempo pasa, finalmente, por una definición de la cultura a partir de la práctica de las masas y de un nuevo concepto del ser humano. Habría que crear una cultura cotidiana en la que el tiempo fuese propio y no alienado y alienante, de otros, de los pocos que se enriquecen con las carencias de los muchos. Crear una nueva cultura significa ante todo liberar el potencial creador y organizativo de las masas, empezando por devolverles el habla, hacer que el pueblo (el *populicus*, público) sea el protagonista activo y no el consumidor y (“pagano”) pasivo. Si la cultura enriquecedora ha sido y es prerrogativa de una minoría de “conocedores”, habría que “ampliar el círculo de conocedores”, como decía Brecht, cuyo centenario se celebra este año.

Y para todo esto, el dominio del tiempo parece requisito imprescindible en la visión humanista del siglo XXI.

7

Finalmente, el desarrollo tecnológico vivido en el siglo XX está llevando a plantearse la cuestión de si es socialmente conveniente todo lo que es tecnológicamente posible. La actual glorificación de las nuevas tecnologías, a las que se califica incluso de “inteligentes”, como si los seres humanos estuvieran de sobra, no es nada nuevo. El fascismo y el nazismo las ensalzaron en su momento (recuérdese a Marinetti) y las aplicaron hasta donde pudieron. Aunque no precisamente para fomentar el progreso social, humano, sino para la deshumanización.

Conviene, pues, hacer una reevaluación de los conceptos de desarrollo y progreso para el siglo XXI.

La idea del progreso es indudablemente uno de los logros más viejos de la burguesía. Si no se entiende únicamente como mera acumulación de medios técnicos, el progreso significa también superación de prejuicios, producción de juicio crítico, aumento de la emancipación, extensión de la autodeterminación en menoscabo de la heterodeterminación, en suma, de la libertad del ser humano. Es evidente que no se trata entonces de un continuo proceso en ascenso y hacia adelante, sino que avanza en zigzag. Progreso y regreso, avances y vuelta de lo viejo, son los aspectos condicionantes de una cultura que parece haber perdido la capacidad de descubrir y superar sus propias contradicciones. El verdadero progreso parece consistir hoy en la conservación de lo viejo, olvidado y desplazado, de una naturaleza no mutilada, de la dignidad humana, de la participación.

Frente al pesimismo y escepticismo que dominan hoy la esfera intelectual y que niegan el progreso social (fin de la historia, de las ideologías, de la utopía, etc.), no cabe duda de que si se mide éste por el criterio del perfeccionamiento de la organización social, aún queda mucho camino por recorrer.

Dado que la sociedad persigue la consecución de bienes para sus miembros, a primera vista podría tomarse como índice de su progreso la eficacia de la organización social productiva y medida por la capacidad social de obtener bienes *per cápita*. Pero es un criterio estático, que no habla de cómo se obtienen los bienes ni se refiere al modo de producirse el progreso.

Ante la creciente complejización y dinamización de la sociedad, ante la creciente sucesión y densidad de los acontecimientos, la acelerada masificación de los medios de información y de los transportes hace que

el aluvión de estímulos sociales afecte a un número rápidamente creciente de personas y, a este respecto, la humanidad parece uniformarse con rapidez. Si, irreflexivamente, se pensara que la abundancia de estímulos sociales que inciden sobre las personas ofrece un índice significativo del progreso de su acción y experiencia individual, uno podría sentirse inclinado a aceptar que la organización social moderna es satisfactoriamente progresiva.

El criterio de progresividad de una sociedad no puede medirse por su mera capacidad de producir bienes per cápita, sino por su adecuación para fomentar el desarrollo de la acción y experiencia de sus individuos de modo que repercuta sobre la organización social, haciéndola más apropiada para favorecer, a su vez, el desarrollo de la acción y experiencia individual, y así sucesivamente.

Sirva esta lista de valores para una cultura alternativa como base para completar de manera colectiva una visión más solidaria y libre, esto es, más humana, de esta sociedad para el siglo XXI.

- Nos dan **libertá**
de expresión...

Ai,
omá!

hasta ke hablamos!

J.K.O.L.

Anexo

Información y libertad

Los conceptos de información y libertad han estado siempre inseparablemente unidos. Se afirma con razón que la democracia no es imaginable sin que los ciudadanos se formen una opinión y se informen adecuadamente. Si se les da a estos conceptos un contenido real, es evidente que no puede haber democracia participativa sin participación en el proceso de información. El conocimiento más amplio posible de los acontecimientos, estados de cosas, sus relaciones, opiniones y tendencias preceden a la formación de opinión.

Esto no deja de ser, claro está, una hipótesis que, por el momento, prescinde de las diversas influencias y condicionamientos a que está sometido todo ciudadano que pretende formarse una opinión, adquirir las informaciones que le son necesarias para conocer su entorno, orientarse y actuar racionalmente sobre él para dominarlo y ponerlo a su servicio. En el ámbito de la información y la comunicación es muy acertada la información de los clásicos de que libertad es el conocimiento de la necesidad. Las demandas, por parte del Tercer Mundo y de la Unesco, de un nuevo orden mundial de la información y la comunicación, estrechamente vinculado a un nuevo orden económico mundial, tal vez sean la concreción más palpable de ese postulado. La libertad de información entendida no solo como libertad de expresión, sino sobre todo como libertad de acceso a las informaciones y conocimientos necesarios para el desarrollo individual y colectivo, puede consi-

derarse como uno de los derechos fundamentales del hombre. Y si se miran las cosas de cerca, puede constatarse que, como ocurre con otros derechos humanos, tampoco éste se cumple plenamente, ni siquiera en las sociedades llamadas democráticas y desarrolladas. En la mayoría de los países, la información, tal como aquí se entiende, sigue siendo una necesidad radical, esto es, una necesidad que solo se puede satisfacer mediante una transformación radical, revolucionaria, de las estructuras dominantes de la sociedad actual.

Cierto, la Constitución española, una de las más avanzadas en este sentido, todo hay que decirlo, recoge en su artículo 20 el derecho a la libertad de expresión. Este artículo reconoce y protege, entre otros, el derecho “a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción”, así como “a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión”. Esto, que ya es algo, resulta insuficiente si se analiza su concreción en la vida y la praxis cotidiana de la inmensa mayoría de los ciudadanos. ¿De qué sirve el reconocimiento formal de este derecho si se carece de medios para llevarlo a cabo? ¿Quién dispone de medios para comunicar y difundir su opinión? ¿Quién tiene acceso a la información y al conocimiento para formarse una opinión adecuada sobre el estado de las cosas? ¿Cómo informan los medios actuales? ¿Qué significa hoy libertad de información?

A nuestro juicio, no se trata de meras preguntas retóricas. Tal vez se entiendan mejor si se penetra un poco en la problemática que plantea la relación entre información y libertad, una vez que se tenga cierta comprensión y claridad de estos conceptos.

En términos generales, se entiende por información la transmisión de conocimientos y saber sobre hechos y relaciones (estados de cosas) de unos seres humanos o grupos a otros. En el lenguaje corriente, y en un sentido más estricto, se entiende como transmisión de hechos nuevos, de noticias. El informe de la Comisión Internacional de la Unesco (Informe McBride) define la información así:

Acopiar, almacenar, someter a tratamiento y difundir las noticias, datos, opiniones, comentarios y mensajes necesarios para entender de un modo inteligente las situaciones individuales, colectivas, nacionales e internacionales y para estar en condiciones de tomar las medidas pertinentes.

El proceso de la génesis, elaboración, transmisión, recepción y asimilación de esta información es lo que se denomina *proceso de información*.

La génesis, la existencia y el efecto de la información están estrechamente vinculados a la actividad social, práctica, creadora, de los seres humanos. Los procesos sociales de adquisición y transmisión de conocimientos constituyen, en la práctica social humana, dos aspectos diferentes de un mismo proceso: la regulación de la transformación del entorno natural y social conforme a determinados objetivos y finalidades.

La información presupone, pues, desconocimiento. Pero para ser comprendida y asimilada, debe ser reducible, es decir, debe remitirse a cierto nivel de conocimiento o de conciencia. Se supone que la información socialmente válida y eficaz mejora y amplía ese nivel de conocimiento, que reduce la ignorancia.

Al desconocimiento y al conocimiento relativos corresponde una información relativa. Según la teoría del conocimiento, la experiencia adquiere significado al poder ser comparada o no con las formas ya existentes, resultado de acciones y experiencias anteriores. De donde se deduce que una experiencia es informativa cuando comunica algo que no era conocido pero sí interpretable.

La información social comprende conocimientos y noticias utilizados en la esfera de la vida social. Comprende, pues, la información que circula dentro de la sociedad y pasa por la conciencia humana. El ser humano es esencialmente un ser social y, por tanto, pertenece a una determinada sociedad, nación, colectivo, clase, etc. De ahí que la información social lleve consigo las huellas de las relaciones culturales, nacionales, de clase y otras, así como las trazas de las necesidades e intereses de los individuos y colectivos a que se refiere y que hacen uso de ella. La información social se refiere sobre todo a las relaciones entre personas y a sus interacciones mutuas, a sus necesidades e intereses. Constituye el tipo más elevado de información porque deriva de la práctica y no puede existir fuera de ella. Asimismo, al reflejar las relaciones e interacciones sociales, que constituyen la forma más variada y compleja de conocimiento, dominio y transformación de la realidad, es el tipo más alto de información, así como por ser su contenido el producto y el resultado del pensamiento lógico, es decir, del tipo más activo y elevado del reflejo de la realidad.

La transformación del entorno natural y social, el perfeccionamiento de la organización social y la mejora de las condiciones de vida y de trabajo dependen en gran medida de la información que se ponga a dispo-

sición de las masas trabajadoras y de la población en general. De aquí se deriva la necesidad de la misma. La satisfacción de esa necesidad implica la adquisición de conocimientos cada vez más amplios acerca de los complejos sociales, técnicos, científicos e ideológicos. En estas circunstancias hay que aumentar las respectivas corrientes de información vinculadas a la adquisición y transmisión de conocimientos. La información insuficiente no solo se traduce en obstáculos y perturbaciones a la hora de resolver tareas, sino también a la hora de desarrollar la iniciativa de los trabajadores y de la población.

Una de las cuestiones cardinales que cabe plantearse acerca de la sociedad actual es si el ciudadano medio está correctamente informado, si recibe demasiadas informaciones o, por el contrario, demasiado pocas, si sus intereses informativos responden o no a las necesidades actuales de información, en suma, si recibe información suficiente para orientar sus acciones en el sentido de perfeccionar la organización social y mejorar su calidad de vida.

A juzgar por lo que la inmensa mayoría de la gente prefiere leer en la prensa, oír en la radio y ver en la televisión o el vídeo, lo que se desea son informaciones “agradables”, el espectáculo que ofrece la vida y el ocio ostentativo de la alta sociedad y de los “populares” o las peripecias de la vida privada de los políticos. Dicho en una palabra: entretenimiento. Entretener significa compensar durante un rato las debilidades y carencias emotivas y sentimentales o intentar ocultar las angustias crecientes de la vida cotidiana (evasión). El entretenimiento apela a los déficits emocionales que todo el mundo tiene de vez en cuando y se esfuerza por equilibrar. De esto vive la industria del entretenimiento.

Lo que persigue con informar acerca de la historia y la vida de los demás es que la mayoría de la población se olvide la propia.

En consecuencia, una de la tareas principales que se plantea es exigir de los informadores y de los medios que fomenten el interés informativo de la población. Es un hecho demostrado que cuanto más se lee, más se quiere leer, cuanto más se sabe, más se quiere saber. Querer información significa, sobre todo, querer saber la verdad sobre sí mismo y sobre los demás, estar dispuesto a hacer el esfuerzo necesario para aumentar el caudal de informaciones sobre el entorno para conocerlo mejor, dominarlo y, de este modo, alcanzar cotas más altas y amplias de libertad.

En la sociedad de libre cambio, la información es una mercancía más, y, como tal, tiene un *valor de cambio* determinado por las correspondientes leyes del mercado. Las noticias se producen, se venden y se compran como otro artículo cualquiera. Esto significa que se produce lo que se vende, lo que resulta rentable y da beneficio a los dueños de los medios de producción informativa. La industria de la información es hoy una de las industrias punta, una de las más concentradas y monopolizadas y, asimismo, una enorme fuente de beneficios, no solo económicos directos sino también indirectos.

Pero la información tiene también, como mercancía y como producto del trabajo humano, un *valor de uso*. El cometido de las fuerzas progresistas en este terreno estriba en analizar cómo transformar el valor de cambio de la información en valor de uso enriquecedor y emancipador de sus usuarios y consumidores, en hacer que la información sirva a los intereses de estos y no a los de los poseedores, vendedores y

comerciantes de la misma, o a los de los burócratas que la utilizan en beneficio propio y no a favor de la inmensa mayoría de la población.

“Informar”, o mejor aún, informarse, se entiende aquí en sentido activo. Hacemos algo para adquirir conocimientos. Si no lo hacemos nosotros, son otros los que se esfuerzan y asumen la tarea de preocuparse, con más o menos intensidad, por nuestras opiniones y de influenciarlas, esto es, de *in-formarnos*, de formarnos *en*. Se trata de los representantes de todo un conglomerado de instituciones informadoras, desde las iglesias y las escuelas hasta la publicidad, pasando por la prensa, la radio, la televisión, el cine, la música comercial, y los organismos privados y políticos que cultivan eso que se llama relaciones públicas o creación de imagen. Las autoridades están obligadas por ley a proporcionar a los ciudadanos las informaciones necesarias. Es decir, no solo existe el derecho a informar, sino también a ser informado. Por lo que la libertad de información rige tanto en activa como en pasiva.

Por otro lado, la libertad de información no solo debe pensarse hoy día como libertad de expresión, sino que debiera incluir también la libertad de retener ciertas informaciones y de rechazar otras. La cláusula de conciencia o la defensa de los consumidores ante el número creciente que se dirige a nosotros y pretende ocuparse de nosotros tiene importancia en este sentido, por ejemplo.

Efectivamente, los conflictos en torno al principio de libertad de información se centran hoy en dos problemáticas principales. Tras el advenimiento de la democracia cabe preguntarse, desde la perspectiva jurídica, hasta qué punto puede reforzarse el uso de la libertad de expresión mediante acciones simbólicas y colecti-

vas. El derecho a la libertad de expresión mediante la palabra, el escrito y la imagen se amplía con el gesto y el comportamiento. Manifestaciones, procesiones, ocupación de calles, carreteras, vías del tren o bocananas de puertos, ¿forman o no parte de este derecho? El jurista lo tiene difícil, y cuando lo reprime suele invocar los derechos de terceros. La censura empieza desde el momento mismo en que se comienza a distinguir entre formas permitidas y prohibidas de expresión y comunicación. Claro que el recurso a estas formas extremas de expresión colectivas se da cuando se carece de otros medios, esto es, cuando se padece privación, o cuando se han agotado las vías normales, es decir, normadas, impuestas. Como lo habitual y convencional no llama la atención, se recurre a lo extraordinario y especial, a las formas extravagantes. ¿Están estas cubiertas por la libertad de expresión?

El otro tipo de conflictos que genera la libertad de información se refiere a la disposición de los datos personales por los organismos políticos y privados y al acceso a los bancos de datos. La cuestión radica en los límites a la publicación de datos que afectan el derecho a la intimidad, el derecho a la autodeterminación informacional como concreción del derecho general de la personalidad. El desarrollo de la personalidad exige interactuar de una forma autónomamente responsable con el entorno, con la sociedad, mediante la participación, recibiendo y compartiendo comunicaciones. Participar se entiende aquí como ser y formar parte de, tener y tomar parte en, cooperar. La red de comunicaciones, que así surge, permite estimar las valoraciones y representaciones que, a su vez, determinan las expectativas de los otros. Es decir, nuestra relación será libre en tanto

esté libre de sospechas y temores. Y, viceversa, estamos cohibidos mientras no sepamos lo que los otros saben de nosotros. La sociedad que se fundamenta en lo que se sabe y lo que se puede saber, esto es, lo que puede ser información para otros, es una sociedad de la incertidumbre, de la inseguridad, de las sospechas, de la desconfianza, del individualismo y de la insolidaridad.

Lo que últimamente se elogia como “sociedad de la información”, y que tal vez habría que llamar “sociedad informatizada”, tiene que ser necesariamente una sociedad de temores y angustias. Y eso porque la acumulación cada vez mayor de datos individuales está a disposición de unos pocos, mientras los muchos que los han proporcionado no tienen acceso a ellos. Ese cúmulo de datos y de información permite a los pocos utilizarlos en beneficio propio, en detrimento de los muchos. La llamada “sociedad de la información” es, así, todo lo contrario de una sociedad abierta, más bien una sociedad del saber secreto de quienes disponen de los datos y de la información. El *knowledge gap* aumenta de día en día.

La oferta de informaciones con las que nos formamos nuestra imagen del mundo se basa hoy en los conocimientos, obtenidos vía sondeos y estudios de audiencias, de lo que nos gusta ver y oír. Pero apenas se investiga cómo se forman y quién determina los gustos. La producción diaria de información está orientada a las grandes masas de consumidores. Se produce en serie, de forma simplificada, estereotipada, lo que tiene una salida fácil y rápida. Las manifestaciones de los políticos, en especial las de los partidos dominantes, siguen los mismos principios de los estrategias del mercado y demás poderosos.

Los conocimientos comprenden también los datos intrapsíquicos que se suponen carentes de interés general y de referencia social. Pero como el ser humano surge literalmente a través de la comunicación, esto es, de la relación social, no hay datos sin referencia social, ni siquiera en los sueños. Hace tiempo que la publicidad comercial, la industria del reclamo, dirige a sus víctimas a través de los sueños. La sociedad de la información eleva potencialmente la hetero-determinación. Lo que es factible se hace sin que exista protección real ante los abusos. La llamada sociedad de consumo ofrece numerosos ejemplos a este respecto, incluidos, claro está, los de la industria de medicamentos.

Las enormes inversiones que se requieren para enviar señales que transportan significados tienen su propia economía. El gasto de señales para la comunicación individual se reduce a medida de que aumenta el número de consumidores y la cantidad de comunicaciones que hay que llevar a un espacio en un tiempo determinado. La consecuencia es que se abrevian las comunicaciones. Cuanto más breves y simplificadas, tanto mayor su alcance y tanto más rentable la inversión. Es el principio por el que se rigen los medios de difusión masiva (Pross). De donde se deduce que las enormes inversiones que exige la técnica actual de los medios necesitan grandes cantidades de consumidores para que resulten rentables. Para ganarse estas grandes audiencias, las informaciones tienen que ser lo más ambiguas posibles, es decir, poco informativas en el sentido de poco reducibles a la experiencia y la vida cotidiana de sus consumidores. Ésta es la práctica de la industria del entretenimiento, o de la tensión, como la llama el poeta austríaco Hermann Broch. No reduce la ignorancia, esto es, no amplía el conocimiento, sino

que explota los déficits emocionales de una sociedad generadora de angustias. Tal vez valga la pena citar este párrafo de Broch:

Es muy característico que en todo el mundo donde se establecen formas de economía intensiva con sus enormes tensiones de competencia, que éstas se trasladen también a sus horas de ocio (sencillamente porque el hombre ya no puede vivir sin tensión). Espiritualmente, por así decirlo, este estado de cosas ha conducido a la poderosa industria de la tensión, cuyo modesto antecesor fue la novela policíaca, y que se sigue extendiendo como cine, radio y televisión, mientras que en el ámbito físico ha tomado su salida el deporte moderno con sus tensiones específicas de récords. Nacido así de la economía, este “espíritu deportivo” (competitivo, V.R.) que penetra todas las esferas de la vida, y no en última instancia la política, se vuelve a aplicar a la economía, donde se traduce también en adoración de los récords y del éxito.

Nos comunicamos porque tenemos carencias. La información compensa nuestra falta de conocimientos, y el entretenimiento, nuestros déficits emocionales. Cuanto más insegura es la información, el nivel de conocimientos, tanto más necesaria es la diversión para liberarnos, aunque solo sea por un rato, de las preocupaciones, angustias, desconfianza y malestar que genera el desconocimiento.

Libertad de información no significa hoy que seamos libres para informarnos cuando, donde y de lo que queramos. La libertad de información es un

postulado, ser libre es otra cosa. El desarrollo tecnológico incontrolado complica aún más las relaciones comunicativas. Y como el gasto técnico tienen que amortizarlo el gran número de consumidores, el ciudadano haría bien en informarse sobre las condiciones estructurales a las que está sometido. La sociedad difama, descalifica, discrimina y explota a los impotentes e ignorantes.

Si queremos realizar nuestra libertad de información, hay que tener en cuenta, como dice el comunicólogo alemán Harry Pross, que, suponiendo el acceso a los medios y su jerarquía, existen al menos cinco clases de política informativa:

- 1) Se difunde información para ampliar el conocimiento.
- 2) Se retiene información para preservar la ignorancia.
- 3) Se reparte información para suprimir otras informaciones.
- 4) Se canaliza información para equilibrar el nivel informativo entre los informadores y ciertos receptores.
- 5) Se reprime la información mediante comunicación que no amplía el conocimiento porque los contenidos de ésta:
 - a) no son reducibles,
 - b) no son relativizables a la situación, a la “red de relaciones”, al entorno (*Umwelt*) del receptor, o, dicho de otro modo, no afectan su “realidad”, no puede hacer nada con esas comunicaciones.

A la libertad se accede mediante la adquisición de los conocimientos necesarios para actuar y dominar el

entorno en cooperación y solidaridad, para ser dueños de nuestro destino y no apéndices de un mercado que solo beneficia a unos pocos.



Índice

Prólogo	7
El lenguaje	7
Introducción	15
Periodismo y lengua	15
Rasgos del discurso capitalista	25
1. La economía de señales	27
2. La simplificación	29
3. Rasgos del discurso periodístico actual	33
4. El pensamiento mágico	38
5. El modo indicativo e imperativo	42
6. Pérdida del diálogo y del discurso	44
7. Aspectos epistemológicos	46
8. Perspectivas	47
La información	51
1. Concepto	53
2. Necesidad de la información	55
3. Limitaciones	57
4. Comunicación y conocimiento	60
5. El problema de la comprensión	63
Ordenación del contenido	64
Aclaración	64
6. La violencia psicológica	67
La propaganda	73
Modelo usamericano de propaganda	84
Economía	91
Competitividad	109
Eficiencia	110
Productividad	111

Flexibilidad	111
Globalización	112
Monetarización	115
Desmaterialización	116
Política	131
Vaguedad	138
Política del engaño	145
Ilustración	149
Libertad	150
Ilustración	157
Justicia	160
Dicotomías de la simplificación	163
Fundamentalismo	166
Educación	177
Terrorismo	187
Neologismos de la perversión	210
Bombardeos quirúrgicos	211
Enemigo combatiente	213
Alternativa	217
1. Ecología del lenguaje	219
2. El estilo	225
Utopía y conciencia	241
A modo de epílogo	259
Valores para una cultura alternativa	261
Anexo	277
Información y libertad	279



Gobierno
Bolivariano
de Venezuela

Ministerio del Poder Popular
para la Comunicación e Información

2010
POR UN
PATRIOTAS UNIDOS
SABEMOS VENCER