

LA REVOLUCIÓN SEMIÓTICA

ARMA PESADA DEL SISTEMA.



José Luis García Rúa

Texto reproducido por el Grupo Anarquista Bandera Negra, de una conferencia de José Luis García Rúa en el Otoño Libertario de 2011 de CNT-AIT Madrid.



**Edición de la CNT-AIT de Granada
Febrero de 2012**

C/ Eurípides S/N 958 151430 granada@cnt.es

La experiencia común, la de cualquiera, es, hoy, la de que vivimos en el mundo de la mercancía, la de que todo es mercancía. Por ello y en el trance de aclarar y afinar conceptos, nos parece propio partir de la conclusión de Jean Baudrillard de que mercancía no es, propiamente, lo materialmente producido, sino lo manipulado, lo mediatizado por el sistema de abstracción del valor de cambio. Frente a este valor, manipulado y mediatizado por el sistema capitalista, está el valor de uso, su destino social último, que contempla sólo las cualidades materiales de la mercancía.

Continuando con el proceso de aclaraciones de conceptos, que, por lo demás, son, ya hace tiempo, bastante conocidos y divulgados, recordamos que, en el proceso de producción capitalista, se llama capital constante a aquel con se paga el valor de las materias primas y la maquinaria y su mantenimiento; capital variable se llama a la totalidad invertida en el pago de los salarios; y valor excedente o plusvalía a aquello que el capitalista, como beneficio, detrae, para sí mismo, del precio final de la mercancía, una vez amortizados el capital constante y el variable. Se trae aquí todo esto a colación para dar luz al hecho de que los productos que, por ejemplo, se le pagan al campesino a un precio determinado puedan ser vendidos en el mercado a un precio trescientas veces superior al del origen. Fantástico, pero es así, y es la misión del Sistema hacer que la gente se mueva y acepte con toda naturalidad esta artificialidad del cambio, haciendo que, como el mismo Baudrillard dice, lo real haya abandonado nuestro horizonte de sucesos.

Para que el Sistema pueda lograr esos fines de sometimiento, no le es suficiente dominar el mundo de la producción, le es inexcusable también dominar el mundo de la palabra y, desde ella, extenderse al dominio de todos los símbolos y de todos los signos en general. El lenguaje deviene, así, campo fundamental de dominación porque el término a dominar es el individuo y el individuo se conoce y se reconoce en el lenguaje, y, también, porque el lenguaje es una institución social de términos interactivos y, definido como sistema, define también a la sociedad como sistema. Y, si el sistema de producción capitalista se define, básicamente, por las oscilaciones Valor de Cambio/Valor de Uso, en el sistema del lenguaje, son básicas las oscilaciones relativas de valor entre el Significante (la palabra material o manifestación fónica del signo lingüístico) y el Significado (contenido semántico, valor o sentido de un

signo lingüístico). La forma-signo es, pues, paralela de la forma-mercancía.

El campo de ambos sistemas es común: la sociedad. La finalidad, exactamente, la misma: su dominación y su sometimiento. No puede, pues, dejar de haber un estrecho paralelismo entre los dos sistemas, el de la producción y el del campo simbólico. La originalidad de Baudrillard, en la investigación de este dominio conjunto, es, sobre todo, haber establecido, clara y decididamente que, en cuanto a los efectos sociales y al desciframiento de las problemáticas de sendos campos, el productivo y el simbólico, por separado o conjuntamente, nada es descifrable sólo por el signo, ni nada es mensurable sólo como mercancía. El desciframiento ha de sobrevenir por la asociación indisoluble de los dos juntos. Economía, lingüística, sociología e investigación mediática son, así, cuatro herramientas que han de ser manejadas conjuntamente en esta tarea.

Se impone, pues, proceder a una crítica estructural de los medios capitalistas que acompañan la dominación económica, calificados, en la propia terminología capitalista, como medios de comunicación de masas o *mass-media*, que, acompañando el agigantamiento moderno y contemporáneo del dominio capitalista, constituyen nuevas formas de poder visible, en una escala sin precedentes.

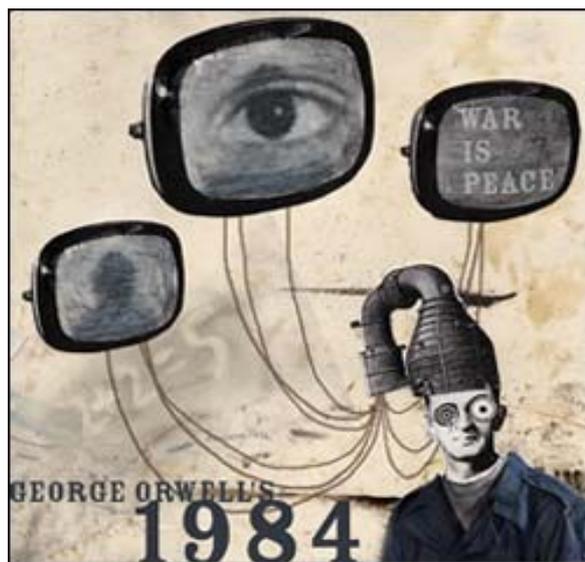
De suyo, siempre, el Estado, entendido, no sólo como poder político de gobierno, sino como conjunto de fuerzas sociales con capacidad de poder en sus diferentes grados, mantuvo sus aparatos de poder ideológico en el nivel necesario de operatividad y eficacia, pero, en constante avance desde los tiempos modernos y contemporáneos y en la forma requerida por la sociedad de consumo y del espectáculo, el acelerado desarrollo de la tecnología producido por la revolución semiótica transforma cualitativamente tales aparatos y multiplica indefinidamente sus efectos, de manera que, si siempre la ideología emitida por el poder y los poderes pasó, a la conciencia social, en el campo simbólico, a través de la representación, lo mismo que, en el campo de la mercancía, a través de los efectos del valor de uso y de las “necesidades” creadas artificialmente por el Sistema, hoy, consustancialmente con la complejidad de los instrumentos tecnológicos utilizados, el mensaje ideológico se hace doble o triplemente ideológico por su propia forma y estructura, porque el medio, ideológico en su necesidad, es como es, y no puede dejar de estar contenido en el mensaje que promueve, como, ya en

los años sesenta del siglo pasado, viera Mc Luhan de forma clarividente: “el medio es el mensaje”.

Los medios son, fundamentalmente, ideológicos porque no comunican, porque “comunicar” (*communicare*) es hacer algo en común y los medios no obran, no hacen nada en común ya que sus elementos son puro emisor, activo, el uno, y puro receptor, pasivo, el otro. En tanto que *mass-media* van dirigidos a las masas, a ingentes cantidades de individuos pasivos, indiferenciados, a los que se propone cautivar en su atención, sin requerir sus facultades críticas, más bien al contrario, adormeciéndolas, a cambio de una gratificación instantánea que oculta sus fines, una gratificación que pasa, engañosamente, por el individuo, al precio de convertirlo en masa. En su forma misma, los medios inducen una relación social, donde su función es necesariamente la producción de ideologías, dada la imposibilidad en que se encuentran de ser neutros. La ideología arranca, pues, de su forma, de la separación que, necesariamente, instituyen, ya que todos ellos se definen por la ausencia de respuesta.

Son, así, medios antimediadores, intransitivos, sin intercambio, por tener el exclusivo monopolio de la palabra. Su sintaxis reduce a su forma cualquier clase de contenido, de manera que lo mediatizado no es lo que pasa por los medios, sino la transformación de ello por la forma-signo articulado en modelos, del mismo modo que, como se dijo más arriba, la mercancía no es, propiamente, lo producido, sino lo mediatizado por el sistema de abstracción del valor de cambio.

En su función cegadora, puede, pues, decirse que la estrategia de la información es, justamente, la búsqueda de la ausencia de información por todos los medios. De este modo, por disponer de los ánimos generales y porque la sociedad de consumo en que vivimos se define por la estricta obligatoriedad de consumir lo mismo productos materiales que formas simbólicas, es como los medios de comunicación se arrojan la capacidad de intervenir en los hechos, influir en las decisiones de los otros y crear acontecimientos reales.



Noam Chomsky nos da noticia fehaciente de cómo los grandes poderes controlan los medios de comunicación y de cómo, a su vez, estos medios se encargan del estricto control de la sociedad, haciendo que ésta discurra por donde y del modo que a los intereses de los poderosos convenga. Disponen, para ello, del dominio psicológico-social de todas las técnicas del comportamiento para elaborar los distintos pasos que hayan de conducir a la formación de una opinión pública determinada en un momento determinado. El propio Chomsky nos recuerda cómo, declarada la Primera Guerra Mundial y manteniéndose los EEUU al margen de la misma en su primera fase, la población civil americana se encontraba en un momento de acérrimo pacifismo, hasta que, habiéndose decidido con el presidente Wilson la entrada en la guerra, se veía la imposibilidad de tomar tal decisión en medio de aquel contexto de antibelicismo. Se dispuso entonces la creación de una comisión que se encargase de producir tal cambio. necesario. Por el nombre de su promotor, se llamó a la misma “Comisión Creel”, que, con la debida instrumentalización de los medios de comunicación, en sólo seis meses, consiguió transformar una población acusadamente pacifista y antibélica en una población históricamente belicista. Tales formas de decisión se reflejan, de forma claramente acusadora, en la frase del famoso periodista político Walter Lippmann, especialista en fabricar consenso, quien sentenciaba que los intereses comunes deben obviar, sin ninguna clase de vacilación y con total determinación, una opinión pública determinada. Su principio era que la gente es demasiado estúpida para comprender las cosas. Las opiniones espontáneas le traían sin cuidado, como tampoco importaron mucho a su oponente el teólogo Reinhold Niebuhr, máximo gurú de los intelectuales kennedianos, el cual negaba al pueblo toda capacidad de disponer de



razón, afirmando que la racionalidad es una técnica al alcance de muy pocos, y que “a la gente hay que crearle ilusiones necesarias y simplificaciones acentuadas”. Siempre aparece la medicina adecuada para la enfermedad debida, lo que, en términos reales de dominación política y psicológica, se convierte en que siempre se inventa el veneno oportuno para el enemigo a destruir, y fue así como apareció, con

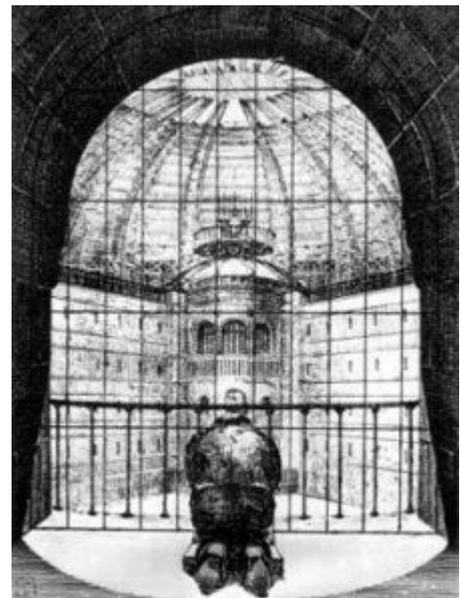
Edward Bresnay, la “ingeniería del consenso” para aplastar el prometedor renacimiento democrático americano de los años sesenta.

Siempre los que deciden en el campo económico o mediático pretenden aparentar que un prurito moral les hace decidir tal o cual cosa, cuando es un hecho manifiesto que las preocupaciones éticas han sido, de hecho desde el origen, desterradas tanto del dominio económico como del mediático. Lo fundamental y finalístico en ellos es el control, el control del individuo como individuo y como masa, en definitiva, el control social y omnímodo, porque son muy conscientes de los efectos que la comunicación tiene sobre el juicio o predisposición, sobre el conocimiento y sobre el comportamiento. Saben muy bien producir la modificación activa del yo, de todo yo, porque saben muy bien que, al recibir los mensajes, los individuos se orientan, de manera rutinaria, hacia coordenadas espacio-temporales que difieren de las de sus propios contextos de recepción e interpretan esas coordenadas en estructuras espacio-temporales de su vida cotidiana. Es así como el objetivo de la “Sociedad de Información” es el de instaurar actitudes que favorezcan el nacimiento del “ciudadano flexible”, que ha de ser, en sus propósitos, el ciudadano del siglo XXI, un ciudadano con disposición, sumisión y aguante, capaces de hacerle sobrellevar las falsas gratificaciones con que le pretendan conquistar y los duros esfuerzos que le quieran echar encima, en la fabricación simbólica de su vida diaria, ya que, en la comunicación, el que interpreta, interpreta no sólo lo expresado, sino la intencionalidad de quien lo expresa con todas las presunciones de riesgo y amenaza acompañantes, dado que, siempre, dentro del mensaje, va todo el contexto en el que tal mensaje se produce, con sus implícitos y explícitos y con su contexto cultural. Es, así, este “ciudadano flexible”, el “hombre medio” resultado del cálculo de probabilidades, el que ha de establecer la norma de la gestión política de las multitudes, por ser la estadística la herramienta de identificación que los medios emplean.

En cuanto al control social, pura extensión del anterior, constituye él la máxima preocupación del Sistema. No puede perderse de vista que el actual concepto de “guerra limitada” que los grandes Estados vienen esgrimiendo y practicando, surge en respuesta a la profusión de insurrecciones político-sociales que vienen sucediendo en Estados del Tercer Mundo y otros satélites de los grandes Estados, y que pudieran amenazar a estos mismos. Se trata, pues, de una estrategia anti-insurreccional y es, en previsión de tales estallidos, como recurren con

premura a sociólogos y especialistas para exigirles, con insistencia, la construcción de modelos analíticos de cambio social que puedan disuadir a las masas del recurso a la violencia. La sociedad ha de estar, pues, estrictamente controlada. Todos sus pasos y movimientos han de estar fijados y calculados y previstas cualesquiera forma de variación de los mismos. Han de ser, pues, los medios de comunicación, los que, conjuntamente con los restantes recursos de sometimiento y dominio del Estado, procedan a esa inquisitiva mirada permanente del Gran Hermano que George Orwell vaticinara, y que Michel Foucault dibujara con la imagen de su Panóptico, esa gran torre central, dentro de la sociedad o sociedades del mundo concebido como una inmensa cárcel, que, en una operatividad omnivisual constante, se proyecta sobre cada celda individual, y sobre todas conjuntamente, al acecho de cualquier ligero movimiento. *Surveiller et punir*, “vigilar y castigar”, ésa es la misión, a la que concurren los medios de comunicación, frente a los cuales no hay posibilidad normal de respuesta, ya que la técnica mediática es la de la pirámide invertida, con monopolio de la palabra.

¿Cómo reducir a nada lo que no transmiten los medios de comunicación? Ya había sentenciado el mencionado Lippmann que lo que no se cuenta, lo que no sale en los medios no existe; que la única realidad son las imágenes que los dichos medios nos han metido en la cabeza. La opinión pública fabricada por los medios es virtual y ficticia, pero es operativa, porque, en el campo de la información, verdad y mentira no son conceptos o criterios pertinentes. La pregunta decisiva, en ellos, es: ¿funciona o no funciona? Y es así como se instalan la “verdad”, por pura repetición de lo falso



como verdad, la función del bulo fabricado o acogido, la estrategia de la bola de nieve que, descendiendo, aumenta a medida que avanza, todo ello favorecido por la interrelación endogámica de todos los medios, su casi relación incestuosa. Tal virtual opinión generada por los medios es, fundamentalmente, operativa, en función de que la tendencia del individuo a huir del aislamiento corresponde a la naturaleza social del hombre, el cual silencia su opinión ante la mayoría mediáticamente reinante, y ello da

como resultado la paradoja de la soledad acompañada de la multitud, como claramente describe Elisabeth Noelle-Neumann, en su obra *La espiral del silencio*. En esa situación, no hay palabras que cuenten, si los medios de comunicación no las suministran, y, por ello, cualquier punto de vista no representado en los medios es un punto de vista realmente mudo. Y ello es así porque es lo propio de un Sistema, que domina el campo de los signos, de los símbolos, de las imágenes, de las palabras, fabricar toda suerte de realidades virtuales, fabricar un mundo donde la realidad se recluye sustituida por lo que Baudrillard califica de hiper-realidad. Ya Mc Luhan había predicho que, a medida que los bienes fueran adquiriendo, cada vez más, un carácter de información, la acumulación de riqueza pasaría a depender de la denominación de las cosas y no de su fabricación, cosa ya perfectamente comprobada en el mundo actual con su predominante carga de financierismo y virtualidad general. Como nos dice Lewis H. Lapham, el agudo comentarista de Mc Luhan en el prólogo a la edición de la primera obra de aquél, el mundo es ya una especie de museo de objetos que uno ya ha encontrado en otro medio, un mundo en el que las noticias se han convertido en espectáculo y los espectáculos en noticia, un mundo en el que, para los medios, los nombres priman sobre las cosas y el actor sobre el acto.

Toda la estructura de los medios y el comportamiento que de ella se deriva están, así, concebidos y realizados para constreñir la libertad social, puesto que, aunque se quiera conferir al receptor del mensaje una determinada capacidad de interpretación del mismo, como ya dejaron establecido pensadores próceres de la hermenéutica, cuales Gadamer, Ricoeur o Heidegger, toda interpretación subsiguiente a la recepción de símbolos requiere necesariamente presupuestos previos a la misma, de donde puede, razonablemente concluirse que la eficacia de los medios sobre estos mismos presupuestos no deja, mediatizadamente, de intervenir en forma activa en la pretendida interpretación. De modo que, cuando no directamente por el contenido, siempre por el encuadre (*Framing*) de las noticias, el pensamiento de los receptores está dirigido o mediatizado por los medios de comunicación, porque los medios “representan” los acontecimientos, pasándolos por el filtro del periodista. Proponen, pues, lo que los americanos llaman *frameworks*, “encuadres”, para la interpretación de los acontecimientos, y definen, de este modo, la realidad social. Es por eso por lo que Elisabeth Noelle-Neumann (*La espiral del silencio*) afirma con toda razón que los medios deciden siempre el orden del día de las

sociedades. Hay, pues, una relación directa entre el *frame*, el encuadre, y el concepto de *agenda*, entendida como repertorio de temas que se imponen a la ocupación de las mentes. Los medios predisponen así, los cauces del pensamiento, pero, sobre todo, fijan los temas de interés, pues, cosa determinada por la teoría de los *agenda-setting*, los receptores tienden a considerar como más importante aquello a lo que los medios dan prioridad. Es así como los periodistas organizan la realidad social para crear las noticias (Teresa Sádaba).



En 1949, el ingeniero y matemático Claude Elwood Shannon, utilizando el cálculo de probabilidades y dentro de un concepto behaviorista de la sociedad, según el cual, ésta responde, en un alto porcentaje, al juego mecánico entre estímulo y respuesta, formuló una teoría de la comunicación, en la que el concepto de “sentido” no figuraba para nada en el programa del ingeniero. Figuraba más bien en él el tiempo corto,

que es la más engañosa de las duraciones, y la predisposición a ser objeto de la manipulación técnica para la producción de los estímulos requeridos. Ya en sus inicios, la Escuela de Frankfurt (Horkheimer, Adorno, Walter Benjamin), había visto con claridad que, en nuestros días, la racionalidad de la técnica es la propia de la racionalidad de la dominación y que la instrumentación de las cosas, por esa vía, acabaría siendo la instrumentación de las personas. Promovida por y acogida en el sistema de producción capitalista, donde el mercado sustituye a la razón, la técnica no podía dejar de constituirse en el elemento crecientemente creador de los resortes necesarios para la fabricación de la opinión necesaria al Sistema, dentro del cual el particular sistema de la Comunicación sólo podía y sólo puede someterse a las leyes de su propia estructura interna, hasta el extremo de que Habermas, seguidor y actualizador de la citada Escuela sentencia que nos encontramos ante un proceso de refeudalización de la sociedad, una situación más grave que la primitiva, donde la progresiva tecnificación convierte a los medios de comunicación en propulsores de una nueva forma de industria, la Industria Cultural, en la que la producción

en oleadas mantiene a la sociedad en permanente suspenso, pendiente de un *continuum* de programas fundamentalmente significativo no ya por tales o cuales programas determinados, sino por el propio conjunto continuo de programación.

Damos, aquí, entrada a un nuevo aspecto del sistema de la comunicación que es aquel que adquiere como fase obligada del propio desarrollo del sistema capitalista, la fase en que la comunicación deja de ser sólo ya una herramienta del Sistema para convertirse en un elemento activo más del mismo, con características y necesidades propias, dentro y congruentemente con las características y necesidades de desarrollo del Sistema en su conjunto. Un

momento en que dejar de ser herramienta del Sistema supone convertirse en el Sistema mismo. Si, en determinadas circunstancias y regímenes, la escasez de información daba o da poder, el control de la información es el poder. Es el momento en que la evolución comunicativa, y mediando el portentoso desarrollo tecnológico que aboca a la gran



revolución semiótica, termina de configurarse como gran Industria de la Información, un momento en el que el Sistema en su conjunto, una vez creados el Fondo Monetario Internacional, al Banco Mundial y el GATT para los aranceles, como antecedente de la Organización Mundial del Comercio, da el salto a la Globalización, en el trance en que, como auge del proceso de virtualización, el capital financiero termina de imponerse al resto de las variadas formas de capital del Sistema.

El propio desarrollo del capitalismo en el sistema de la competencia, traía como necesidad estricta el desarrollo de la publicidad, y, al ser gigantesco el desarrollo del capital se hizo también gigantesco el desarrollo de la publicidad, que, de esta forma, se convirtió en una fuente decisiva de intervención en la organización financiera de la industria mediática concretada en los grandes multimedia, paralelos de las grandes transnacionales en las diversas ramas de la industria. Para ello y como ya vieron con clarividencia Mc Luhan y Lapham, el desarrollo de la publicidad benefició de todas las tretas psicológicas del sistema de la

comunicación, Por ejemplo, partiendo del principio de que las malas noticias venden las buenas, los medios disponen la publicación de las malas noticias inmediatamente antes de los *sketchs* publicitarios, porque las malas noticias comportan, en diferente grado, una mayor participación emotiva del espectador y le preparan, de esta manera, para la recepción de las buenas. De modo que, poniendo a la publicidad en ese lugar, recibe



todos los beneficios de esa particular situación psicológica de los receptores. Por otro lado, es de destacar que la publicidad es un medio de gran coste: por ejemplo, un anuncio de treinta segundos en Televisión cuesta 500.000 dólares americanos y su confección completa se aproxima al millón. Un anuncio a toda página y a todo color en la revista *Time* alcanza los 125.000 dólares americanos, que es el salario anual de los primeros redactores de la revista. Con estos ejemplos, se puede comprender suficientemente

bien que la publicidad haya devenido en esa gran fuente de financiación.

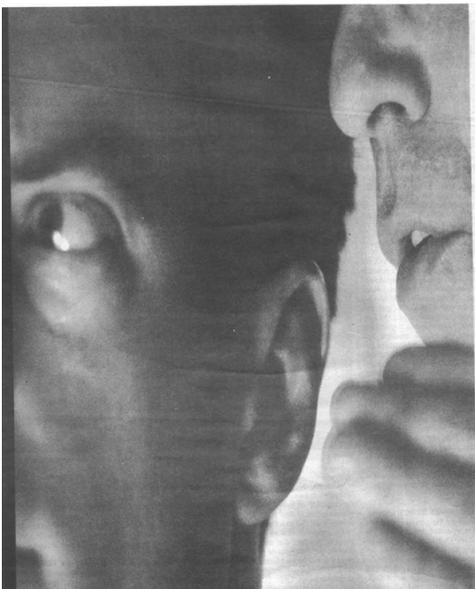
El sistema capitalista de la producción tuvo y tiene, así, una evolución paralela al sistema capitalista de la comunicación en la estrategia de un dominio total y completo de todas las sociedades del mundo. En el momento actual, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE) que engloba los 21 países más desarrollados del planeta, representando al 19% de la población del planeta, concentra el 55,5% del comercio mundial, el 58% de la inversión extranjera directa y el 91% de los usuarios de Internet. De ellos, el G-7 (EEUU, Japón, Alemania, Francia, Inglaterra, Canadá e Italia) y hasta con el significativo bajonazo que supuso y supone la actual crisis económica mundial, dominó sin paliativos todas las escenas económicas, políticas y mediáticas del mundo, y aún, con el descenso de influencia, mantienen un liderazgo evidente, con el claro predominio de EEUU y Japón. Esta evidencia se deduce claramente del hecho de que de las 500 empresas transnacionales más importantes del mundo, 435 pertenecen al G-7. El conjunto de las

transnacionales agrupa a más de 37.000 unidades que disponen de una organización

infraestructural que supera los 2,1 billones de dólares, o sea, más de dos veces el Producto Interior Bruto (PIB) de toda la América Latina y sobrepasan por sí solas a todo el resto del Comercio mundial. Los 500



gigantes de ellos ganaron, en 1994, más de diez veces todo el Producto Interior Bruto latinoamericano. Para calibrar su influencia práctica en el orden mundial es significativo el hecho de que el Fondo Monetario Internacional, que tiene a su cargo establecer las normas del sistema monetario internacional, la asistencia financiera y el servicio de consulta a los gobiernos, funciona, en cuanto a votos, dependiendo de las aportaciones que recibe de cada miembro integrador. Ahora bien, Estados Unidos supera, en tales aportaciones, a Japón, Alemania, Francia e Inglaterra, y el conjunto de todos estos supera a la suma de todos los demás. La situación ha cambiado y va variando cada vez más a medida que la Crisis avanza y se acrecienta, sobre todo por el desarrollo y crecimiento de las economías emergentes, pero, aun así y con el paso del G-7 al G-20, los países de la OCDE siguen siendo todavía los directores de orquesta.



El auge, pues, y el predominio del capital financiero no regulado y la revolución semiótica han sido y vienen siendo el sujeto histórico de la Aldea Global. Su proyecto carente de una lógica necesaria y, simplemente, apoyado en la fuerza del hecho consumado como terrorismo económico, imposición política y enajenación mediática, pretende su propia necesidad. Sus promotores partiendo de la estrategia TINA (*There is not alternative*), no hay alternativa

posible, afirman que querer detenerlo sería tan imposible como querer detener el movimiento de rotación de la Tierra, y, aunque en el plano de la realidad esto puede tenerse por una afirmación excesiva, en el campo de la hiper-realidad y virtualidad vigentes, sí puede afirmarse que la Globalización es el marco omni-explicativo de todo lo que, en todos los órdenes está sucediendo, en los económicos, en los políticos, en los sociales y político-sociales y en los mediáticos.

El fuste fundamental de todo el proceso es la absolutización del mercado. Todo, en él, es mercancía, pero ya, en tal concepto se da por intervenido el concepto de “símbolo”, ya que los aspectos de valor de cambio y valor de uso resultan insuficientes y limitados en el orden explicativo para la complejidad del mundo actual, y las mercancías son, hoy por igual, productos materiales y formas simbólicas, que, en la sociedad de consumo y del espectáculo estamos obligados a consumir.



Con el desarrollo del capitalismo transnacional, la Globalización no podía dejar de afectar a la particular globalización de los medios de comunicación y, en una situación de imperialismo económico como la que hay, tampoco tal mundialización podía dejar de estar dirigida por los grandes intereses comerciales de las grandes corporaciones transnacionales de los EEUU, en colaboración con intereses políticos y militares y, conllevando el imperialismo económico un imperialismo cultural acompañante, tampoco podía dejar de comportar como resultado, la destrucción de culturas tradicionales por los efectos de la intromisión arrolladora de valores foráneos en sus ámbitos respectivos, según tiene bien estudiado Herbert Marshall. Ya en el siglo XIX se habían creado las Agencias de Información que, de forma totalmente asimétrica se había repartido el espacio mediático. En ese reparto, se viene separando, ya de origen, un segmento determinado para fines militares y de seguridad que, hoy en día, es de carácter electromagnético. De este modo, desde los años sesenta del pasado siglo, con el envío de satélites al espacio, las características de la globalización comunicativa se multiplicó en rapidez y calidad. Pero, también en esto, se siguió dando, e incluso multiplicando la

consabida asimetría. Los efectos económicos de la globalización comunicativa fueron, así, enormes, ya que, en una economía globalizada, la venta de servicios de manipulación de símbolos no tiene límites. Los Estados Unidos son, hoy por hoy, los mejor situados para esta ingeniería de la información lo que les permite lanzar y controlar de forma muy prioritaria, la estrategia de las autopistas internacionales de la información. Esta forma de prioritario poder contribuye al reforzamiento de la homogeneización de los medios. Hace, por ejemplo, que los telediarios de todo el mundo sean iguales, y que por ellos paseen todos los psicodramas, melodramas, comedias bufas o tragedias que se quieran dar en espectáculo universal, sean las aventuras personales o la triste muerte de Lady Di, la comedia picante de Monica Lewinsky bajándose a los cuartos inferiores del presidente Clinton, o la tragedia del pueblo irakí en las guerras del Golfo, incluida la decapitación en vivo de Sadam Husein. Esta situación de ventaja, hizo que, también allí, desde 1966, tal forma de economía representó y viene representando el 47% del su Producto Interior Bruto. En



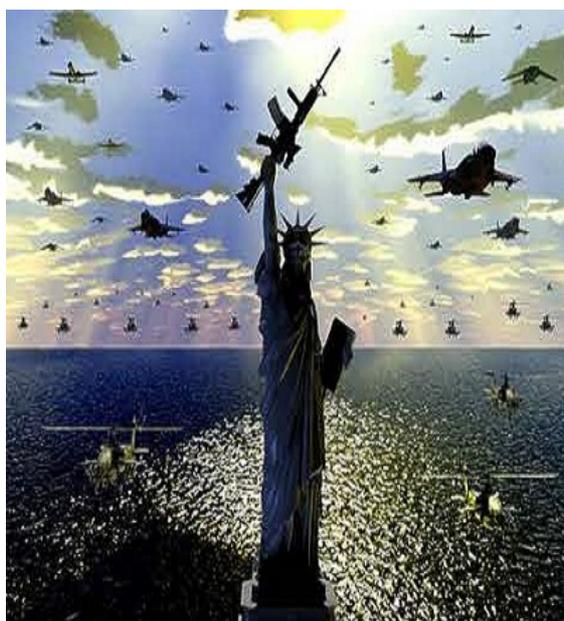
1995 y en Bruselas , el G-7 dio, al fin, por ratificada la **Global Society of Information**.

Las características estructurales de los actuales medios de comunicación emergen, coherente y necesariamente, de la propia estructura del modo actual del sistema productivo y reproduce en ella el mismo totalitarismo descentralizado del actual

sistema de producción. La confluencia del modo de producción con la intensificación de la estrategia comunicativa aboca a una forma de sociedad que multiplica la explotación del trabajador, en razón de la multiplicación del beneficio, a la vez que seduce, manipula e integra a sus miembros en las finalidades y propósitos de sus promotores. La producción se hace técnicamente flexibilizada en un proceso de robotización creciente, que conduce, igualmente, a una creciente desertización de mano de obra, con las consiguientes consecuencias de endurecimiento en la contratación. De la gran fábrica de la época fordiana se ha pasado a la red diversificada de producciones nacionales e

internacionales. El trasvase es permanente, y, para forzar, aun negativamente más las condiciones de trabajo, se procede, sistemáticamente, a la deslocalización de empresas, a fin de beneficiarse de una mayor precarización del empleo en otros países y conseguir salarios cada vez más rebajados. Las redes productivas se desarrollan en términos de gran diseminación y descentralización, de tal manera que las diferentes partes de un solo producto pueden llegar a producirse hasta en siete países diferentes hasta llegar a su ensamblaje

final. La nueva estrategia tiene como finalidad y efecto inmediatos la quiebra de los factores conducentes a la generación de la identidad obrera. Se da una ruptura de la homogeneización, y el trabajo, como identidad productiva, o como identidad que se traduce mecánicamente al mundo del consumo, queda muy debilitado. Las Empresas de Trabajo Temporal (ETTs) son la panacea capitalista, en este proceso de segmentación continua del mercado de trabajo. Son las



encargadas de proceder a la constitución de mercados de trabajo externos y secundarios, encargadas de ofertar a las empresas listas de trabajadores cuidadosamente seleccionados en todos los sentidos, en medio de la completa indefensión del obrero. Y, junto a esa generalizada situación, se dan también, exigidos por el nuevo sistema de producción, mercados muy elitistas y blindados, siendo el resultado de unos y de otros la concreción de una creciente polarización en la estructura social, en la que se hace imposible o muy difícil encontrar una forma de sentido de unidad en todo el mundo del trabajo dentro de una acentuada pérdida de la coherencia social.

La “flexibilidad” exigida por el nuevo sistema de producción es algo más que una pura flexibilidad técnica y jurídica. El resultado final de todo es el que los propios fautores del Sistema califican de “sociedad del riesgo”, o sea una flexibilidad social de criaturas permanentemente errantes, al margen de toda idea de seguridad y estabilidad, trabajando hoy de camarero en Italia, a los quince días, de limpiavías en Polonia o, al mes,

recogiendo uva en el Rosellón, sin poder afianzar, en ningún sitio, ninguna clase de amistad o familia. Si siempre el Estado moderno fue un Estado al servicio de los intereses del capitalismo, en el actual sistema neoliberal, lo es doblemente, pues tiene la misión de inhibirse donde la prepotencia del Capital somete a su antojo a las fuerzas sociales, y sólo actúa en forma asistencial material en casos extremos, o en forma de coacción, imperativo o represión donde los intereses capitalistas se ven amenazados, impedidos o dificultados. El mercado, del que derivan la serie de calamidades descritas, implantado en el centro de la sociedad, lo rige todo. Se ha destruido el sentido social y solidario del trabajo. En ámbitos privilegiados del mismo (miembros de sindicatos oficiales) y para el total dominio del sector por el Sistema, se ha procedido a su integración en el mismo por una elevación del *status* social de los concernidos, mientras el resto generalizado se hunde en la precariedad y el desasistimiento. Las constantes que definían a la clase obrera como tal se muestran o aparecen en forma muy debilitada. En este trance y en medio de una consigna tácita de “sálvese el que pueda”, del concepto de clase sólo se percibe su ausencia, o se nos muestran señales emitidas desde horizontes tan lejanos que apenas entran en el campo de la percepción. Tal situación se agrava por la disminución cuantitativa, progresiva del campo obrero en el sentido tradicional, al imponerse, cada vez más, la sociedad post-industrial en la que la proporción de crecimiento de profesionales y técnicos duplica la del crecimiento de los obreros manuales y la de los científicos, lo triplica, dándose el caso de que estas nuevas clases ascendentes no están aún en situación psicológica de verse, espontáneamente, a sí mismos como vendedores de fuerza de trabajo, es decir, equiparados al obrero tradicional.

El índice de pobreza crece galopantemente a todo lo largo del planeta, incluidos los países poderosos y a pesar de que el poder de sus multi- y transnacionales supera con bastante el 80% de la producción y el comercio mundial, mientras las riquezas individuales se disparan. Las tres personas más ricas del mundo poseen activos superiores al PIB de los 48 países más atrasados. Las 15 personas más ricas del mundo superan el PIB de toda el África subsahariana. Las 32 personas más ricas del mundo tienen activos mayores que el PIB de toda el Asia meridional, y los activos de las 84 personas más ricas del mundo casi superan el PIB de toda China con sus 1.300 millones de habitantes. En los EEUU se ha creado lo que los economistas y banqueros llaman una “sub-clase”, a la que, como si no

quisieran saber nada de ella, declaran “fuera del sistema”. La tal “sub-clase” alcanza a más de siete millones de familias (casi 30 millones de habitantes) de los 84 millones que componen la sociedad americana. Supervive esta “sub-clase” como puede, con fondos de caridad y con lo obtenido en fiestas de beneficencia, donde, por ejemplo, en los “bailes de pobres” los opulentos concurren con trajes harapientos de imitación que cuestan verdaderas fortunas.

Ante las dificultades que pueda ir teniendo esta expansión globalizadora no es suficiente la presión económica. Se le añade como necesidad la acción militar que, del carácter táctico, ocasional y concreto que había tenido en la época de la Guerra Fría, va pasando, cada vez más, al rango de intervención directa, programática, estratégica y potencialmente universal. La seguridad del Sistema requiere prevenirse policialmente hacia dentro y militarmente



hacia fuera. Los EEUU se han dotado de un poderío militar sin precedentes hasta la actualidad. Su poderío económico y militar no tiene rival. Hoy por hoy, incluso sin armas nucleares, los USA anularían cualquier otra maquinaria militar sobre la Tierra. El pulpo americano se extiende por más de 140 países de los cinco continentes. Afganistán es pieza clave y, en torno a ella, procede EEUU a establecer una cadena de bases que, además, se asientan en el patio trasero de la antigua URSS. Uzbekistán, Kirguizistán, Azerbaijón, Tayikistán y Georgia cumplen ese cometido. La *Silk Road Strategy* o “Estrategia de la Ruta de la Seda” tiene la misión de establecer lazos de seguridad económico-militar entre Eurasia y USA, propósito que se complementa con el “Plan América” que apunta al dominio del área latina de esa región. Proceden además a un “desembarco sigiloso” en Filipinas y sus aviones peinan sistemáticamente Somalia. El objetivo de la fase militar es el de promover y servir de soporte a las inversiones de las multinacionales. La “guerra contra el terrorismo” es, en realidad, una guerra a favor de las multinacionales americanas **Chevron**, **Exxon** y **Arco**, a la francesa **Total** **Final Elf** y a la británica **Royal Dutch Shell**. En el caso de Afganistán, de lo que se trata es de garantizar la apertura de un oleoducto hacia Karachi, como ruta

óptima y más barata para llevar el combustible al Sudeste asiático, orillando a Rusia y China como competidores. La multinacional americana Unocal había cerrado ya un trato con los talibanes pero los nuevos planteamientos estratégicos requieren allí un nuevo gobierno para ese plan, pues la región sigue siendo crucialmente importante de cara a Europa, ya que el citado oleoducto se complementaría con otro transbalcánico que, desde el Mar Negro y pasando por Bulgaria, Macedonia y Albania llegaría hasta el Mar Adriático, desde donde uno de sus brazos tendría por término Europa Central.

La globalización es, así, “el signo omni-explicativo de los tiempos que corren” La mencionada estrategia TINA se presenta como “discurso único”, plantea el fin de la historia en cuanto a novedades políticas y anuncia otra inminente revolución tecnológica en microelectrónica, en informática, robótica, láser y biotecnología. En la práctica, se vislumbra ya la creación de bancos inter-regionales, la asunción de interdependencia por parte de las transnacionales consolidadas a nivel mundial con miras a la superación de los viejos *trusts* y *cártels* y que pasan a adquirir el rango de “organismos internacionales”, produciéndose, de hecho ya, una aun mayor concentración de la propiedad. Por ejemplo, de los anteriores 6,8 millones de unidades propietarias en la pequeña propiedad agraria, se ha pasado ya a una concentración en 2,1 unidades de grandes propietarios alimentarios internacionales, y, en el campo del petróleo, de la comunicación y de las computadoras, las cinco principales compañías controlan ya más del 40% de las ventas.

El imperialismo de un solo signo nacional se va sustituyendo por una alianza estratégica, dirigida, eso sí, por los Estados Unidos. Tal alianza se plantea cómo desarrollar una estrategia militar general que mida, a cada paso, la fuerza del enemigo y calibrar la entidad de cada “guerra localizada”, para las que se establecen hasta 200 escalas diferentes de guerra. Desde el inicio del proceso, allá por los años sesenta, se contabilizan unas 160 guerras sectoriales y locales con un montante de unos 40 millones de muertos.

En cuanto al sector concreto de la comunicación, ya por los años sesenta del siglo pasado, Harold Innis, maestro de Mc Luhan, había discernido con claridad que la tecnología de la información determinaba las formas de poder y, más concretamente, las de carácter imperial, lo que debe entenderse no solo concerniendo a quienes ejercen el poder, sino, y principalmente, incluyendo a los que padecen tal ejercicio. En el mismo

sentido, el filósofo Henri Lefebvre sentenciaba que el lenguaje analógico de la información oculta el hecho de que la intensificación de la circulación de información sólo consigue reforzar, reintensificar, la cohesión de un sistema históricamente definido por el dominio del dinero y de los bienes materiales, conclusiones que se complementan con la denuncia de Jacques Ellul quien califica el fichaje informático como uno de los mecanismos de neutralización de todas las formas de protesta.

Esta es la sociedad que nos toca vivir, una Sociedad de Masas porque los mensajes y decisiones normativas que los poderes, en forma de grupos selectivos, lanzan sobre los entes sociales son lanzados masivamente sobre los individuos como masa, y, en la homogeneización de la sociedad de masas, los medios de comunicación son el instrumento fundamental, lo que les hace pasar del cuarto poder al segundo, por delante del poder legislativo y judicial. Es Sociedad Post-industrial porque el desarrollo tecnológico de los modos de producción y la organización del mismo va dejando masivamente en la pura pasividad manipulada a ingentes y crecientes cantidades de entes sociales, y es Sociedad Post-moderna, porque, en el desencanto de lo esperado crece la incredulidad y el escepticismo, y, en este clima, una suerte de intelectualidad que podría clarificar a esas masas pasivas, manipuladas y maltratadas en un proyecto de vida manumitida, ven más pertinente dedicarse al juego lingüístico de la diferencia y el disenso.

Que modelamos nuestras herramientas y luego ellas nos modelan a nosotros: que llevamos a la humanidad en nuestra propia piel; que nos convertimos en lo que contemplamos, son cosas sobre las que ya McLuhan nos había avisado desde los años sesenta del siglo pasado. Las transformaciones operadas por los medios de comunicación sobre el propio yo, en cuanto circuido en su intimidad y en cuanto ente social son profundas y no deben ser ignoradas por quienquiera que quiera saber algo de sí mismo y del mundo en que vive. El puro sentido de lo local y temporal como contexto de la vida personal resulta alterado por la contracción de las nociones de espacio-tiempo que los medios de comunicación nos hacen experimentar. Vivir, presencialmente, en cualquier parte del mundo y en una pluralidad de momentos diferentes en forma simultánea, acaba por influir en el sentido de la pertenencia y de la propia identificación. Esta misma eliminación de las dimensiones espacio/tiempo por los medios electrónicos, suprimen, de paso, también la premisa de causa-efecto. Como ha visto agudamente Lapham, se hace

creer al hombre gráfico, subyugado por el imperio de la imagen, que vive en el jardín encantado de un presente eterno. Si el mundo entero puede verse simultáneamente, y, si todas las penas y alegrías de la humanidad están siempre presentes y en todas partes, entonces, nada sigue necesariamente a nada. Las secuencias se quedan en meras adiciones de imagen, en lugar de causas, con las graves consecuencias psicológicas que tal eliminación conlleva. Son éstos, así por encima, algunos de los rasgos transformativos con que nos regala el sistema de la comunicación. Junto a ellos, como hecho significativo en el inicio de la vida social y como ejercicio de preparación al lanzamiento a un escenario social donde el hombre ha de ser un lobo para el hombre, nos encontramos con que el sistema educativo ha dejado, hoy, de ser la fábrica que tendía a reforzar las desigualdades sociales evitando la exageración de las mismas, para convertirse en el lugar en el que “el individuo flexible”, aquel que el Sistema fuerza a construir, construye su empleabilidad futura ya en el marco de la competitividad escolar. Y, como culminación del dibujo que venimos haciendo, tenemos por elocuente el hecho de que, a pesar de que la nueva sociedad necesita primariamente el cultivo de la especialización para su desarrollo, los Estados siguen gastando, en construir cárceles y en mantenerlas, más que en la enseñanza superior.

.....

Este es el panorama, nada halagüeño y al que hay que enfrentarse si es que todavía queremos seguir pensando en la esperanza de libertad, conciencia, igualdad y justicia, si es que, verdaderamente, deseamos que desaparezca, de una vez, la época, aún duradera, en que los esclavos construyan las pirámides para que los faraones les den su nombre. Baudrillard dijo, con clarividencia que si no se deconstruyen los *media*, no hay posibilidad de intercambio de la palabra. La reciprocidad, dice, pasa por la destrucción del medio. Difiere un tanto de él Humberto Eco, que opina que hay que modificar los códigos, pero no su contenido. Sin embargo, es un hecho que la censura está presente en los sistemas mass-mediáticos de una manera que hace innecesarios los mega-sistemas policíacos de control del Sistema. Esto significa que los sistemas de comunicación actuales integran en sí mismos por el método feed-back de re-alimentación, los mega-sistemas de control, lo que habla más bien a favor de Baudrillard que de Eco. Vivimos encerrados en la cárcel del

código, pero es cierto también que todavía hay una parte nuestra fuera de él, lo que hace que la sociedad del consumo o de la restricción pueda ser también la sociedad de la denuncia del consumo o de la restricción. La evolución de la tecnología permite también escapar de la condena que se refleja en el “si no apareces en los medios no existes”. Un ejemplo lo encontramos en la función de Internet. Sabemos, como Andrew Grove (de la “**Intel CEO company**”) nos recuerda, que, por este medio, se mueven 350 billones de dólares americanos y que es fácil que pronto o alguna vez se convierta en un oligopolio global, pero, momentáneamente y hoy por hoy, a la búsqueda y espera de la “pantalla total” que anhela Baudrillard, la salida a Internet rompe la obligada pasividad del receptor, permitiéndole una actividad indagante de noticias e imágenes. Se puede luchar contra la pretendida mentalidad anti-ideología del

“no hay salida”. El triunfo definitivo de la sociedad del código sería la pura y resignada aceptación de lo que hay. El primer paso hacia la libertad ha de ser la conciencia de estar envenenados y de la urgencia de la búsqueda del antídoto, tarea que requiere decisión y esfuerzo, sobre todo porque se trata de un veneno disfrazado de salud. Ya Eric Fromm estudió con nitidez los efectos del enmascaramiento originado por una presión social sometida al bombardeo permanente de los medios, situaciones en las que se cree tener conciencia de libertad, cuando, en realidad, se está sometido a una sumisión inconsciente; situaciones en las que se cree ser



conscientemente sincero, cuando, realmente, uno es objeto de una falsedad inconsciente, o cuando se hace alarde de individualismo en medio de una clara disposición a dejarse influir. Quiero decir con esto que la búsqueda de cambio ha de comprometer, simultáneamente, a la sociedad y al propio yo. La resistencia puede empezar por la prevención crítica hacia la figura del periodista, ateniéndonos al consejo de Derrida, *surtout pas de journalistes et pas de notice*, “sobre todo, nada de periodistas ni de noticia”, y al consejo de huir de la tentación del culto pagano a la imagen,

como, en su día, hubo quienes se negaron a rendir culto al emperador, o bien atendiendo a la conclusión de Francisco García Wiedemann de que, en un mundo en el que los medios audio-visuales son archivos de imágenes para espectáculo del periodista, éste ha dejado de ser el actor-mediador de la noticia, ya no es el analista del día (*jour, giorno*) y, por ello, ha de dejado de ser propiamente “periodista”, es decir *journaliste, giornalista*. La disposición anterior de la información era triangular, había el acontecimiento, el mediador del mismo que era el periodista, y el ciudadano. Ahora, por el principio mediático que equipara la comprensión a la visión directa, entre el acontecimiento y el ciudadano, ha desaparecido el mediador, cargando sobre el ciudadano la responsabilidad del error. Y, puesto que ya la sociedad es “sociedad de la información”, el periodista ha pasado a ser puro mensajero de profecías, es decir, una especie de cura, de sacerdote social.

La acción definitiva es romper la espiral del silencio, es decir, no silenciarse ante la opinión mayoritaria fabricada por los medios sólo por sentirse acompañados, porque únicamente los que no temen el aislamiento son los que pueden cambiar la opinión pública (Noelle-Neumann), y porque la ruptura del aislamiento debe buscarse en la compañía de la denuncia, de los denunciantes del Sistema, ya que la razón humana es débil, tímida y precaria en soledad, pero es confiada y fuerte si se siente acompañada (James Madison) y estar en una muchedumbre descarga al individuo de la necesidad de vigilar el medio. Evitar subjetivismos, dando siempre prioridad al objeto sobre el sujeto, buscar al compañero en la denuncia, esa es la estrategia, confiados y conscientes de que es la acción conjunta la que crea las normas que se van formando y reformando, ya que es el proceso social el que genera las normas y no éstas las que lo sustentan (Teresa Sádaba).

El Sistema, es un sistema cerrado y completo en sí mismo que busca y vive del permanente equilibrio entre sus partes y que está, sin embargo en permanente e impredecible riesgo de implosión. Si las relaciones hombre/máquina funcionan, la cosa va bien para el Sistema. Pero, si hay desequilibrio, el Sistema se conmueve. En previsión de tales conmociones, los medios de comunicación son el fundamental elemento de la autorregulación, que, dándose a sí mismo una función homeostática, oscurece y oculta la alienación del hombre por el hombre. La estrategia debe comportar, por ello, el ir siempre a los extremos como modo de contrarrestar el equilibrio del sistema. Y, para no sentirnos impotentes y

paralizados ante el gigantesco poder del Sistema, dar oído al consejo del filósofo Henri Lefebvre de que un modo de borrar las pistas y sembrar la confusión en el orden y en los equilibrios cibernantrópicos es utilizar la táctica que, en los combates de gladiadores de la época romana, empleaba el reiciario frente al mirmillón, aprovechando la ligereza y



movilidad que le permitía el solo uso de la red, frente a la mayor pesantez del segundo, dotado de escudo, casco y espada. Hay que multiplicar en hechos la misión que, en el campo de los signos, cumplen los grafitti, que no se dan para ser descifrados como textos que compiten con el discurso publicitario, sino para transgredir tal discurso. Lo fundamental es la actitud crítica y activa, y puesto que, en actividad o pasividad, todos formamos parte de la sociedad de la información, quiere decir que todos podemos ser un poco periodistas, creando situaciones donde el sujeto individual pasa a ser sustituido por el sujeto colectivo, ya que, dado que, en el actual mundo audio-visual, siempre permanece la imagen como testigo de la prueba, sólo quedarán las herramientas humanas para descodificar el sentido de la noticia (Francisco García Wiedemann). En ese campo nos encontramos. Nos han enajenado buena parte de nuestra humanidad, pero aún nos queda lo suficiente para atender al principio de la rebelión y recuperar el resto.

De esta necesidad de cambio son partidarios, por ejemplo, Simon Nora y Alain Minc, quienes, en su obra *L'informatisation de la société* nos dicen: “Gracias a un nuevo modelo global de regulación de la sociedad, el sistema nervioso de las organizaciones y de la sociedad entera deberá crear un ágora informativa ampliada a las dimensiones de las comunidades modernas, y dejar florecer el desarrollo de la sociedad civil”. Estamos de acuerdo, compañeros Nora y Minc, muy de acuerdo, si bien estamos, más que convencidos, seguros de que tal deseado y urgentemente necesitado cambio es imposible que pueda darse, en plenitud, dentro, desde y por obra del Sistema.