

¿Ha devenido ‘la política’ en fábula?

José Antonio Díaz Díaz¹

<https://orcid.org/0000-0001-7893-3503>

Resumen

En la primera parte, planteamos los principios y conceptos que fijan el marco de nuestro trabajo. En la “hominización humanizada” explicitamos nuestra concepción de lo humano situando la “mentira” en la experiencia para relacionarla con la “fabulación” y su variante en la retórica de la prevaricación y consiguiente “reificación” del discurso político. En la segunda parte, abordamos algunas notas sobre “la reproducción económica de la vida, el capitalismo actual, la industria de la ideología y el estado de la información” a fin de preguntarnos si mentira y fabulación son representaciones necesarias del capitalismo en su actual estado de desarrollo. Terminamos con algunas conclusiones que pretenden no ser tales, sino pretextos para nuevos textos.

Palabras clave: hominización humanizada, veracidad, mentira, fabula, retórica de prevaricación, desinformación, meta mercado,

Has 'politics' become a fable?

Summary

In the first part, we set out the principles and concepts that set the framework for our work. In "humanized hominization" we make explicit our conception of the human by situating the "lie" in experience in order to relate it to "fabulation" and its variant in the rhetoric of prevarication and consequent "reification" of political discourse. In the second part, we address some notes on "the economic reproduction of life, current capitalism, the industry of ideology and the state of information" in order to ask ourselves if lies and fabulation are necessary representations of capitalism in its current state of development. We conclude with some conclusions that pretend not to be such, but pretexts for new texts.

Keywords: humanized hominization, truthfulness, lies, fable, rhetoric of prevarication, disinformation, meta market.

¹ Agradecimientos: Gracias a los rectores del IEPC por su invitación un año más a compartir el espacio de su Congreso Anual y gracias a las personas que comentaron la versión precongresual en octubre de 2023 en You Tube.

Señalar mi agradecimiento a Concepción García y Alberto Manganell por sus sugerencias en la lectura del borrador. Lo que bien hecho esté, de todos es. Ni que decir tiene, que, de los errores, yo soy el responsable.

Introducción

En la primera versión de este trabajo en la fase precongresual, octubre de 2023, titulamos nuestra ponencia “*Los instrumentos de la política neoconservadora: la mentira y el odio*” (Díaz Díaz, 2023). Esta cabecera fue criticada pues por razones distintas todo el mundo comparte el diagnóstico de Hanna Arendt:

«Nadie ha dudado jamás con respecto al hecho de que la verdad y la política no se llevan demasiado bien y nadie, que yo sepa, ha colocado la veracidad entre las virtudes políticas. La mentira siempre ha sido vista como una herramienta necesaria y justificable para la actividad no solo de los políticos y los demagogos sino también del hombre de Estado (Arendt, 2017, pág. 15)»

Una investigación sobre la mentira en España requiere de una historia del concepto de mentira que nos permita construir una historia de las mentiras (Derrida, 1995, págs. 3-4) No conozco una obra tal y dudo que sea abordable dadas las versiones tan contradictorias que de la mentira y el mentir existen. Nuestra perspectiva es modesta, fijar un concepto de mentira y analizar su papel en el capitalismo actual y su relación con la política en España.

Responder si se miente más en un espacio político que en otro, requiere de una investigación por hacer y cuya utilidad en el corto plazo es dudosa para la clase política, salvo como recurso retórico que deviene en más ruido para el público. Políticos y público comparten escenario, los primeros en forma de desmemoria interesada; el segundo, cree que “toda la política es la misma cosa”.

El espectáculo está servido: desmemoria, desafección, abstencionismo y frustración. La gran mentira en marcha.

Hago un excursu a modo de confesión con forma de explicación que pretende ser una justificación sobre el porqué del título que usé en octubre de 2023 que resumo en cinco apuntes:

1) Las notas que dieron lugar a la versión en video de la ponencia pertenecen a un “dossier de prensa” iniciado en la primera Guerra del Golfo. Su leitmotiv, siempre ha sido la perplejidad e indignación que provoca la mentira burda y grosera. Esas recopilaciones han tenido utilidad didáctica en algunas situaciones (Cancio Muiña, y otros, 1990).

2) En el periodo electoral comprendido entre abril y julio de 2023, el clima político parecía a quien suscribe, sombra, penumbra, ruido y niebla. Y toda esa confusión parecía provenir del mismo espacio.

3) En una reacción más emotiva que racional nos convencimos de la necesidad de abordar una conceptualización de la mentira desde una perspectiva moral.

4) Fue un error impropio conforme a nuestra experiencia acumulada, pues la política se desarrolla en el espacio de la fe, las opiniones y las creencias y desde este tipo de conocimiento no cabe abordar ningún contenido de este, salvo en charla con amigos a riesgo de perderlos precisamente por la perspectiva.

5) Hubo un segundo error, más grave si cabe, dado el prejuicio explícito en el título, -y no, porque los

neoconservadores² hayan destacado en su compromiso con la veracidad antes y después de las elecciones, o porque la izquierda no recurra a la mentira-, sino porque por definición, toda pregunta no acotada está mal formulada.

Lo que sigue trata de subsanar esos errores, modificando el título, la estructura formal del relato y tratando de aclarar y matizar algunas de las afirmaciones realizadas.

No hemos puesto pie en el escenario de la inteligencia artificial. Adelantamos nuestra posición, por ahora debemos verlas como herramientas, -no como una singularidad evolutiva- y será su uso quien las categorice más como problema, que, como solución o la inversa, por ejemplo, rastreando en tiempo real toda la información que se publica en la red y señalar (no censurar) su estado de veracidad (lo que requiere un previo y gran consenso sobre el particular). Ahora me preocupa más su impacto en la acumulación de desigualdad y pobreza, conforme a quienes puedan acceder o no a las inteligencias artificiales, ya que de persistir la tendencia actual las personas pobres descenderán hasta la categoría de

paupérrimos y las ricas se saldrán de la escala de medida de la riqueza.

Primera parte.

De la hominización humanizada

Lo que sigue no cabe situarlo en un escenario de derechos naturales, o una historia con un sentido apriorístico, o un mundo diseñado por algún tipo de inteligencia ajena al mismo. Entendemos “el (des)orden³ social como acción de unos animales homínidos humanizados que deviene sin plan apriorístico alguno⁴ en cultura, dejando tras de sí un relato en forma de memoria construida, la historia”.

Somos una emergencia cultural construida sobre una base fisicoquímica y biológica, que ha propiciado el desarrollo de una especie animal con competencia para crear formas culturales avanzadas incluyendo el lenguaje representativo. Nuestra humanización ha sido, sigue siendo, una respuesta adaptativa, a partir de una base biológica común, pero no idéntica y por ende abierta y programable capaz de responder a problemas semejantes con soluciones contrapuestas. “*Somos homo sapiens sapiens*”. Humanos que aprendemos sabiendo.

² Mantenemos la expresión “neoconservador” porque fue la usada en el título de la versión precongresual. Es un error dentro del ya señalado, dado que los neoconservadores no incluyen a los libertarios, los anarcos capitalistas y otras familias políticas que conforman el espacio político de las derechas.

³ Empleamos la fórmula “(des)orden” para acentuar que este es proceso, cambio y transformación con distintas intensidades a tenor de las fuerzas en disputa. La pretensión de idealizar el orden y fijarlo es

propia de las fuerzas hegemónicas y de cambiarlo de aquellas que disputan esa hegemonía. En esta década, USA-OTAN versus Rusia-China y países en vías de desarrollo.

⁴ Los denominados contratos sociales son explicaciones a posteriori, justificaciones de un orden social dado. En el siglo XXI sería la Declaración Universal de Derechos Humanos y todo el entramado de normativa internacional e instituciones de Gobierno transnacional.

Solo a título hipotético y para explicitar el marco teórico que ordena nuestro relato, les proponemos los siguientes principios prácticos.

1. La mentira ha existido siempre, está en la base de nuestra hominización y conforma nuestro “deseo-instinto constitutivo”, que deviene en el derecho supremo a la vida⁵.

2. La mentira, exige una definición operativa de la misma, es decir, plausible, aplicable, compartida, significativa y relevante para toda la población. Si preocupante es faltar al principio de veracidad al mentir, no lo es menos, decir la verdad sin medir las consecuencias de esta ⁶. Cuando la mentira se instaura en la política de forma generalizada, se legitima a la ira, al odio y la desconfianza.

3. Esta desconfianza en determinadas situaciones puede llegar a ser catastrófica, provocando crímenes de odio individuales o grupales, terrorismo y guerra, amén de un inconmensurable sufrimiento humano en la economía y el trabajo.

4. Toda ideología tiene una doble función y un potencial de uso extremado. Por una parte, ocultar la realidad, mentirla, actuar como falsa conciencia. Por otra, servir de guía, proporcionar pautas para la acción social y cultural. Y

toda ideología sin excepción contienen en su seno los elementos necesarios para que su interpretación extremada sirva de justificación a las peores acciones del ser humano.

5. La realidad en términos de conocimiento puede dividirse en dos extensiones: una muy pequeña, de la que algo sabemos en forma de sentido común, arte-técnica, religiones, ciencia, tecnología y filosofía; y otra de la que desconocemos su extensión, de la que no cabe hablar, pues nada sabemos. Paradoja, cuanto más se incrementa nuestro conocimiento, más conscientes somos de nuestra ignorancia.

6. Compartimos una mente primitiva producto del azar y la necesidad que se lleva mal con la incertidumbre y el caos de la realidad. Nos define la emoción y el sentimiento, que una racionalidad limitada trata de embridar y devenimos en personas diversas, distintas, plurales, sobre bases *neuro típicas y atípicas*.

7. Nuestros genes y cultura nos definen. No existe molde alguno para el futuro. Nuestro programa está en permanente revisión y no somos muy conscientes de qué y quiénes nos programan. Nacemos sexuados, pero no siempre reconocemos nuestro género en nuestro sexo. Deseamos en todas las combinaciones posibles. Nuestra familia, barrio o pueblo, es nuestro primer espacio de

⁵ Una posición extrema del deber de decir siempre la verdad sin considerar sus consecuencias la encontramos en Kant. Tal interpretación atenta contra el principio, a mi juicio superior, de conservar la vida, cuando así se desea Véase el estudio introductorio de: (Albiac, Kant, & Constant, 2012).

⁶ Mentir a la policía que persigue a quien defiende la libertad de expresión a través de

sus escritos es un deber de humanidad, aunque obviamente en una dictadura ello traerá consecuencias. No cabe aquí abordar la cuestión de las relaciones entre legalidad y legitimidad para una norma dada y a nadie se le escapa que la observancia de la primera prevalece. Pero no cabe ignorar que algo falla en una norma, cuando este conflicto se plantea de forma generalizada por los llamados a cumplirla.

supervivencia y de construcción social y cultural. La tecnología puede ser solución, pero también barbarie y alucinación.

8. Hemos construido un mundo donde abundan individuos volubles, caprichosos, obstinados, testarudos, tercos, tozudos, antojadizos, y empecinados, donde campa la estupidez en forma de idealismo mágico en un espacio moral egotista definido por una ideología de absolutismo individualista libertario y antropocéntrico.

9. Ello requiere de la mentira en todos los ismos que quepa imaginar: antropocentrismo, poshumanismo, posverdad, posmodernidad, pero también supremacismos y negacionismos, etc.

10. En ese contexto, solo existe un relato, conformado por la dialéctica del amo y el esclavo. Solo hay una humanidad posible, nosotros. El otro es cosa, recurso, medio, esclavo, siervo y sirviente. Se niega (se disuelve) el conflicto. El otro no existe (no al menos como ser humano). El derecho, la moral y la política solo es legítima si coincide con nuestros intereses, si la ejercemos nosotros.

Veracidad, realidad, falsedad y valor del conocimiento.

Comencemos por recuperar algunas de las notas que dieron lugar a nuestra intervención precongresual en materia de “verdad (veracidad), realidad y falsedad”.

Primero, hablar de la verdad (entiéndase veracidad)¹, implica a su vez afirmar que la realidad existe y que cabe conocerla, entendiendo por esta, objeto, sujeto, fenómeno, hecho, documento, situación,

o caso que pensamos y tratamos de describir y representar.

Segundo, las relaciones entre el conocimiento² y lo que decimos conocer son un producto histórico en el sentido más amplio de la evolución cultural.

Tercero, no cabe reducir la realidad a lenguaje³.

Luego entendemos por saber fundado, veraz, o verdadero, al conocimiento provisional, cuyo grado de certeza es conforme al saber disponible (veracidad intersubjetiva); al conocimiento que no ha sido falsado por persona o instituciones reconocidas como competentes para ello, por ejemplo, científicos, médicos y jueces, o reconocido como verdadero, por esas mismas instituciones; al saber del que existen, al menos, verificaciones parciales, que serán mayores a tenor de las características del sujeto-objeto-fenómeno-situación del conocimiento y del grado de desarrollo de las herramientas, conceptos y teorías disponibles.

Nuestro conocimiento es limitado y siempre lo será, a pesar de la acumulación de este, o tal vez por ello. Dicho de otra forma, siempre será mayor lo que desconocemos, que lo que sabemos. En el mundo reina la incertidumbre, no la certidumbre, lo que debiera propiciar el cultivo de la prudencia como principio rector de nuestra acción tecnológica, económica y política.

El conocimiento es parcial y está permanentemente sujeto a revisión e interpretación, es una construcción social interesada en todos sus ámbitos, aunque más en unos que en otros, especialmente en la política y la economía.

No todo el conocimiento tiene el mismo valor social, instrumental y económico, ni goza del mismo estatuto de veracidad conforme a ámbitos, métodos y resolución pública de sus disputas. De forma resumida y breve cabría hablar de:

1. El sentido común, las religiones, las artes, las técnicas y la política son conocimientos donde reina la opinión y la creencia. Son la base de la cultura. Conocimiento acumulado con escasas revoluciones hasta el siglo XIX. El gusto, el sentimiento, la emoción y los intereses contextualizan su espacio. De este participamos todas las personas. Los criterios que lo estructuran nos vienen dados, es la ciudad vieja en la que nacemos (a veces en los arrabales). Lo aprendemos en la familia, en el barrio y con los iguales.
2. Las artes y la tecnología, al menos en parte, crece con nosotros, es la ciudad nueva, la que vemos construir. Modas y mercaderes aparecen de forma más explícita. Las primeras, a veces se conforman como agentes de denuncia y crítica que corren sobre la segunda. Es el espacio de conflicto entre las artes y la política⁴. Es espacio de intersección, entre el conocimiento mundano y el académico.
3. El derecho, la ciencia y la tecnología, las aprendemos en los centros educativos, coexisten con el conocimiento mundano y debiera determinarlos, pero no es el caso. Sus disputas, -presuntamente-, se resuelven vía pautas y procedimientos de resolución de conflictos normalizadas salvo situaciones extraordinarias (revolucionarias). Existen instituciones ampliamente aceptadas en democracia que resuelven estas disputas, vía refutación y contraposición argumental pública (Parlamentos, Congresos científicos y

Tribunales). No conviene obviar el creciente trabajo de los lobbies tanto corporativos como del tercer sector.

4. La filosofía, es aprendizaje académico y su relevancia tema de debate recurrente. Para muchos está en el limbo y otros piensan que *entre todos la mataron y ella sola se murió*, o no, pues su función de crítica sigue siendo, al menos igual de necesaria que siempre. Ese asentarse en quien precede pareciera que juega en su contra, pero en realidad es lo que ocurre con toda la historia. La frase "*La historia no se repite, pero rima*" atribuida a Mark Twain, debiera ser argumento suficiente para justificar su conocimiento. No tiene la última palabra, nunca la tuvo (aunque lo creyera) y no cierra por tanto ningún circuito virtuoso. Malvive en las Universidades y se ha puesto de moda en los denominados laboratorios de ideas y algunas revistas y medios le dan cobijo. Básicamente hace arqueología argumental, genealogía, desconstrucción y reconstrucción del lenguaje, que no es poco, a través de su cuerpo doctrinario y las técnicas de segundo grado. Nosotros intentamos conocer que se connota, cuando se nos cuenta esto y lo otro, es una llamada a la acción y a la esperanza.
5. La falsedad goza de buena salud, está bien financiada, contrata a las mejores y más capaces mentes de la academia (también a profesionales de la filosofía) y accede a la mejor tecnología. Los indicios apuntan a que la gente, nosotros, el votante, las opiniones publicadas, prefiere de relatos que confirmen sus ideas, que otros que les cuestionen.
6. En el juego del engaño, cuando este es construido partiendo del sentido común, de los elementos constitutivos de la cultura, sus mitos, tradiciones, imaginarios, preocupa-

ciones, miedos e incertidumbre, la falsedad gana, juega en campo propio y parte con ventaja, pues básicamente refuerza nuestros a priori, prejuicios, e ideas propias, nos da seguridad, buenas noticias y sobre todo no nos cuestiona, es la función del camuflaje en la naturaleza.

7. Esa fue la cuestión que no supimos ver en octubre de 2023, en la fase precongresual, pues no cabe construir una urdimbre que nos permita señalar las mentiras en política, jugando solo en el campo del conocimiento mundano o del sentido común.
8. Y caímos de lleno en el espacio de la paradoja, del caos, del ruido, de las sombras, penumbras y nieblas, pues ese es el campo en que juega la representación de la política (en el que se “decide” a quién y qué se vota). Que no es el espacio donde se fijan objetivos, se diseñan campañas y se toman decisiones.
9. En cualquier caso, mienta o no el responsable político, la denuncia de tal situación requiere de demostración indubitable⁵ y no solo por razones reputacionales del afectado, sino, porque una denuncia de un comportamiento inverificable es una acción mentirosa pues sabes que no puedes ni explicarla, ni justificarla.

De la mentira

Convengamos que el común era proclive (al menos en la primera parte del siglo XX) a admitir como comportamiento mentiroso al incumplimiento de las promesas, la palabra dada, las calumnias y las declaraciones falsas. Era la versión mundana de parte del derecho y la religión ambos hoy relativizados en su observancia, salvo el primero, cuando se derive una potencial acción punitiva.

La mentira implica una actuación. Y presupone la intención consciente de engañar. Sino demostramos el propósito consciente de engañar no hay mentira. Cabe añadir en el campo del derecho, el perjuicio, el daño a terceros.

Solo se miente cuando el mentiroso afirma con expresa intención de engañar que existe una realidad, de la que tenemos constancia que no es verdadera, que lo es. Por ejemplo, cuando te venden un alimento contaminado o en mal estado a sabiendas sin advertirte del hecho.

La mentira se conforma pues como una acción intencional realizativa que requiere de un sujeto con una intención expresa de falsear una realidad usando enunciados constatativos⁶. Sin estos últimos no cabe hablar de mentira. En consecuencia:

1. La mentira no es un hecho, tampoco es un estado, es un acto. Una promesa incumplida nunca será una mentira, salvo que pueda demostrarse que se hizo a sabiendas de que no podría cumplirse.

2. Se miente siempre a otro sujeto, sea singular o colectivo.

3. Una mentira es siempre un relato de uno o varios enunciados enunciativos conformados por expresiones significativas de las que quepa predicar valor de verdad, es decir susceptibles de ser falsos, verdaderos o de dudosa veracidad.

4. El relato, no puede ser calificado de mentira [solo] por la carga de veracidad de sus enunciados porque no se ajusten al conocimiento disponible, *sino por el conocimiento que el emisor tenga de esa carga de verdad y la forma en que lo difunda*. El que yerra, no miente, comete

un error, es un ignorante, pero no un mentiroso⁷. Solo miente aquel, que sabiendo que un relato es falso total o parcialmente lo difunde o lo usa contra otra persona⁸.

5. Probar que alguien miente más allá de toda duda razonable se torna imposible si el presunto mentiroso, dice que lo siente, que se ha equivocado, o que lo dicho, no es lo que quería decir. Además, puede alegar circunstancias retóricas o contextuales, es decir proclamar que ha habido un malentendido, e incluso que no ha entendido la pregunta, o que cuando se la hicieron no se encontraba bien de salud. De ello saben mucho los abogados defensores y los asesores de prensa a la hora de mitigar las consecuencias de las declaraciones de presuntos culpables o de responsables políticos o económicos.

6. En política, no cabe imputar mentira conforme a lo que sepa [y deba saber] quien habla del ámbito del conocimiento sobre el que se dispute. Aunque es el pie para continuar preguntando o debatiendo.

7. No nos mentemos a nosotros mismos (*salvo caso de personalidad múltiple*), el autoengaño no es una mentira⁹.

11. Nuestra hipótesis es que la clase política y corporativa del siglo XXI no requiere de la mentira en su sentido fuerte. Aunque a veces algunos lo hagan y además de forma grosera y burda. Mentir no es rentable. Sus costes reputacionales no justifican el esfuerzo, al menos, de los dirigentes. Otra cuestión sería el caso de asistentes y colaboradores, elementos siempre prescindibles y con una larga lista de espera para ocupar el puesto.

12. La mentira en su sentido fuerte, falseamiento instrumental y consciente de la realidad, ha devenido en ámbito profesional que ha quedado reservado al estado, en materia de investigación criminal, inteligencia militar, y lucha contra el crimen organizado. Ni que decir tiene, que también es usada por bandas criminales, empresarios y financieros corruptos, traficantes y un largo etc.¹⁰.

De la fabulación

La mentira y la fabulación son ambas producto de la imaginación, hemos hablado de la primera, pero no de la segunda. De la fabulación en su significado estricto, no cabe exigir verdad, tampoco falsedad. Fabular es simular, lo que a su vez cabe emparentar con el denominado realismo virtual. En pureza no hay engaño, tampoco falso testimonio o perjurio. Luego el fabulador no miente, tampoco dice verdad.

Cuando aún no existía saber fundado nuestros ancestros tratando de explicar su mundo, crearon un tipo de relato, las fábulas, los mitos. Es nuestra memoria, las primeras narraciones que trataban de ordenar las “explicaciones mágicas” del mundo, donde dioses y héroes daban cuenta de este. Ya en esos tiempos apostamos por el eclecticismo y el conocimiento era una urdimbre de arte, técnica, magia, religión, física y filosofía. Hoy la urdimbre ha cambiado, pero la magia persiste en nuestra forma de valorar y usar la tecnología (Eco U. , Ciencia, tecnología y magia, 2007, págs. 123-131).

Pensemos la cultura, como una cebolla¹¹, donde sus elementos se superponen y a esta no cabe reducirla a capa alguna. No hay cebolla sin yema. No hay cultura sin

conocimiento mundano, sin significados e intereses comunes y contrapuestos. Somos el problema, pero poseemos la solución: escucha, diálogo y negociación.

Somos animales imaginativos y nuestro primer uso de la imaginación fue la magia, filtrada, ordenada y vuelta a imaginar aparecieron las religiones y todo ello se empaquetó en narraciones que conformaron memoria, mitos. Explicar y comprender fue la causa, sus efectos, la magia y la religión y la facultad mediadora, la imaginación. La técnica y los primeros intentos de explicar materialmente el mundo físico y social, devino en física y filosofía, en racionalidad y saber fundado.

La imaginación es madre e hija del relato, de la ficción, las narrativas y los imaginarios compartidos. La imaginación nos ayudó a cohesionarnos como grupo, a defendernos de otros humanos que nos atacaban o así lo creíamos, o a justificar nuestras agresiones a terceros. También fue la responsable del mito de la madre tierra que nos alimentaba y del mito padre dios castigador que nos exigía sacrificios para acallar la ira que sentía por nuestro comportamiento. Pero, sobre todo, tanto ayer como hoy, nos ayuda a sobrellevar la inevitabilidad de la muerte.

La fabulación por tanto es un producto cultural que nos humaniza, que nos lleva más allá de la hominización y elemento necesario e indispensable de la inteligencia que a veces de forma reduccionista se plantea como nuestra principal facultad, obviando a emociones y sentimientos.

Lo que nos hizo y nos mantiene como humanos, fue nuestra capacidad de

imaginar explicaciones, que nos permitieron comprender nuestra realidad inmediata, lo que devino en cohesión grupal de la mano de nuestra capacidad para justificar (o perdonar en lenguaje religioso) y, por último, o posiblemente en paralelo, llegó la convivencia con otros grupos, ya por necesidades o por extrapolación de nuestra competencia gregaria al interior de la familia y otros linajes. De la familia al clan y tras muchos inviernos a la tribu. Lo de la Polis está en proceso.

Pero no debemos obviar que el combustible de la imaginación son las emociones. Y que la inteligencia llegó después. Esa es la clave del terrible potencial que tiene en política la fabulación. Un ejemplo, reinterpretemos el mito del auriga, donde este representa el orden social actual, la clase política (tal vez no toda) el buen hacer, el conductor de la política y la economía; el caballo negro, la explotación laboral, el sufrimiento, la ira, la frustración, pero también la fuerza coercitiva que mantiene el sistema; y el caballo blanco, la ideología, el derecho, los jefes, sacerdotes, artistas, científicos, periodistas y parte de la clase política que no es auriga. No es exactamente la versión que dio Platón del mito y posiblemente sea una manipulación grosera, simplona e imperdonable para los estudiosos de Platón, pero sí es un ejemplo de que puede hacerse con una fábula o mito, por ejemplo, a través de un juego digital, una novela, una obra de teatro, una serie de televisión o un artículo de opinión.

Fabular es representar realidades y sus tareas, educar, entretener, e ideologizar en cualquiera de sus sentidos. En definitiva, conformar mitologías desde las ya existentes o creando otras nuevas

(el núcleo de la cultura). Pueden ser la mejor y más potente herramienta para manipular y crear pseudo realidades, sin mentir en su sentido estricto, propiciar una falsa conciencia, que se vende como ideología, creencia, opinión, ergo nunca será mentira, pero cuyo objetivo es conseguir un beneficio o perjudicar a un tercero, hacer negocios y conseguir el poder. La razón de ser de la economía y de la política.

La fabulación solo cabe calificarla de mentira, si la presentamos como un relato veraz (recuerde lo dicho más arriba sobre las promesas), si la presentamos como una realidad existente¹²

Sin embargo, en la política se fabula, se construyen quimeras en su acepción de ilusión, fantasía, sueño, ensueño y a veces, alucinaciones.

Piense el lector en una convención donde confluyan personas que participan de teorías de la conspiración tan dispares como: terraplanismo, negacionismo lunar, antivacunas, reptilianos, estelas químicas, gran remplazo y todas las formas de supremacismo y fobias culturales que quepa imaginar. Trate de buscar un nombre para la convención. En ningún caso, cabe la expresión de “La Gran Mentira”, o cualquier otra similar, pues esas personas creen en las ideas que sostienen más allá del valor de verdad de estas.

Escribió Marx:

“Toda mitología supera, domina y transforma las fuerzas de la naturaleza en el campo de la imaginación y por la imaginación; ella [la mitología] desaparece por tanto cuando dichas fuerzas están

dominadas realmente (Marx, 1989, pág. 158)”.

Marx, como casi todo el mundo en el siglo XIX, creía en el mito del progreso y que este guiaba y daba sentido a la historia ordenando las contradicciones y sus soluciones, luego la llegada del socialismo y la construcción de un hombre nuevo en una sociedad más justa era inevitable.

Pero no, dos Guerras Mundiales, dos bombas atómicas, regímenes totalitarios en nombre de todas las ideologías políticas y religiones, crisis económicas creadas expreso, desastres medioambientales por doquier, nuevos genocidios, amén del cambio climático, nos informan, nos gritan que ni las artes, ni la ciencia, ni el derecho y tampoco la filosofía, han conseguido civilizar al leviatán, que ni es monstruo, ni es divino, es de este mundo y creatura humana.

La mitología socialista se mostró como lo que era funcionalmente hablando, ideología, falsa conciencia incapaz de ocultar la realidad y en ese momento dejó de ser funcional.

Y Marx no yerra al afirmar que mientras las fuerzas representadas en el mito sigan vigentes, este tendrá alguna funcionalidad. Es lo que ocurre con los mitos que conforman el capitalismo: el progreso, el mercado, el crecimiento sin fin y la creación de riqueza, la libertad y el antropocentrismo. Pero los mitos son falsa conciencia, ideología que falsea la realidad.

Coincido con Marvin Harris cuando afirma que:

“la ciencia constituye un modo superior de adquirir conocimiento

*en el mundo en que vivimos”
(Harris, 1985, pág. 20).*

Y añadido, que ciencia y tecnología deben estar orientadas política, jurídica y moralmente hablando, no por religiones e ideologías particulares, sino por los representantes electos de la ciudadanía vía mayorías cualificadas.

Luego está la cuestión de profundizar en el reconocimiento de la fábula¹³, (cuentos, leyendas, parábolas, apólogos, alegorías y mitos, los rumores, bulos y habladurías en la representación de la política y la economía) considerando especialmente la connotación potencial y sus relaciones con los valores de la población a quienes se dirigen los mensajes¹⁴ y posiblemente ello solo será asumible con inteligencia artificial, si pretendemos analizar el relato en tiempo real.

Esto no va solo de verificar y contrastar bulos, trabajo que ya hacen algunos medios responsables, sino de explicar científicamente el funcionamiento de la sociedad y su cultura. Se trata de investigar la funcionalidad y sus consecuencias de mitos como el del mercado y la presunta perfección de las leyes de la competencia, la posibilidad del crecimiento sin fin en un planeta finito, el impacto de la desigualdad, o las relaciones entre forma y contenido de todas las regulaciones que afectan al tópico de la libertad, y especialmente la construcción de un nuevo sostén cultural que sustituya al antropocentrismo.

De la política cotidiana: la reificación y la razón instrumental como envoltorio de la retórica de la prevaricación.

Ya hemos insinuado las dificultades para señalar a los mentirosos en política. Algunas declaraciones realizadas con

plena conciencia de la falsedad de contenido son simples tácticas en una estrategia del ruido, cuyo objetivo es alimentar falsos debates, o acallar otros, o ambas a la vez. Se trata de generar titulares uno o dos días, a lo más tres y rara vez generan una crisis mediática. Suelen ser globos que pinchan en cuanto no soportan la verificación de los datos y declaraciones que los sostienen.

Se miente o se fabule, judicializar el discurso político, o las artes, es una vía que no debe usarse. La justicia jamás podrá resolver los problemas de la política. Cuando esta recurre a la primera, es el reconocimiento explícito de su fracaso. Un epitome de la sentencia anterior: el proceso soberanista de Cataluña.

En materia de libertad de expresión, siempre será preferible pasarse, que quedarse corto. Se trata en suma de proteger la interpretación más amplia del derecho a decir y contar lo que se piense. Y, dicho sea de paso, con la misma fuerza y contundencia, debe protegerse el derecho de réplica de cualquier afectado con los mismos elementos formales, espaciales y temporales por una información dada, amén de la obligación de contrastar la información dejando constancia de los elementos de prueba.

Lo que sigue es un intento por nuestra parte de tratar de entender por qué se están utilizando en España tácticas y procedimientos de comunicación que pretenden polarizar el necesario intercambio habitual de críticas entre oposición y gobierno en el control de este último.

Los parlamentos y consejos no son claustros. Sus señorías tampoco visten

togas y birretes. Ni los partidos son corrientes y escuelas. Ni el tema de debate es la *Risus monasticus*. No estamos abogando por una versión amable e idealizada de la política. La política es la cruda representación del poder y este no admite límite alguno, salvo el de otros poderes. Los contratos sociales son versiones metafísicas, producciones escolásticas, idealizaciones de la clase social hegemónica, que fija la forma del recipiente y lo que en el cabe. En las sociedades democráticas, el derecho es el recipiente, aunque nunca la espada, -metafóricamente hablando- renuncia al derecho de tutela. Permítaseme la metáfora cinematográfica de identificar al poder cuando no admite contra poder alguno, con un Alien, que por si acaso ha dejado en cada uno de nosotros un huevo, que solo requerirá para eclosionar, ruido, niebla, confusión, oscuridad y poco o ningún oxígeno. No cabe exterminarlos, están y estarán en nosotros (Eco U. , 2000, pág. 57). Solo cabe evitar su eclosión cultivando la escucha, la buena vista, buscando la luz, a través de la racionalidad, la empatía, la política y la educación y el cuidado de las personas y el planeta.

En política, la tentación de picar piedra, o carne, destruir para reconstruir, nunca desaparece. Y no nos referimos a la ironía, a la búsqueda de la flaqueza argumental del adversario, o a la dureza inteligente de la dialéctica.

Sabemos que, en situaciones de crisis existenciales para una sociedad dada, o como en este momento, para la especie humana, tal forma de proceder se intensifica, amplificando los problemas y minimizando las posibilidades de resolverlos.

Si transformamos al adversario en enemigo entramos en una fase de política reificada o cosificación de razón instrumental. Reducimos a los seres humanos a medios y recursos para conseguir fines, siendo estos los criterios de demarcación entre lo que es asumible, deseable y plausible y lo que no. Si lo hacemos con sus señorías, cosificamos por extensión a la población que les vota. Estamos dualizando a España, no en bandos de personas, sino en personas de bien y en otras que no son ni de bien, ni personas.

Se crean imaginarios donde se identifica a los rivales políticos del espacio alternativo con corrupción, latrocinio, miseria, pobreza, mentira, cobardía, traición, adversidad, destrucción, violencia, etc. Solo cabe maniqueísmo. Espacio binario.

Presuntamente, el objetivo es ganar elecciones y gobernar por el bien de España, pero si fuera el caso de perderlas, no cabe renunciar al poder, hay que ocupar la calle y para ello se necesitan crisis mediáticas en cascada, que promuevan situaciones de desconfianza hacia las personas que ocupan las instituciones, de tal forma que no puedan realizar su trabajo.

Siguiendo a Umberto Eco, denominaremos retórica de la prevaricación, al uso “de argumentos retóricos para justificar el propio abuso del poder” (Eco U., 2007, pág. 57) Es una falsa retórica que sigue un proceso donde a cada fase le corresponde un imaginario con procedimientos pautados que siguen un patrón: fábula, casus belli, argumento indemostrable, complot, somos los mejores y encarnamos el bien. Y todo eso envuelto en un procedimiento donde no cabe la cordialidad, el mensaje se

hace drama y performance, entretenimiento, discurso vacío a fin de movilizar a la ciudadanía llegado el caso.

Desaparición de la cordialidad

Se renuncia al buen trato y al respeto personal en los espacios institucionales y en los medios, amplificando este proceder en las redes sociales. El debate es una bronca continua, con un uso intensivo y continuado de respuestas cortas, zascas y palabras gruesas, aunque a continuación se retiren conforme a las críticas recibidas. Ya está dicho, algo quedará. El daño hecho está, es lo que cuenta, En las redes sociales memes distorsionadores, en la prensa titular disonante, la televisión y la radio amplifican o certifican o desmienten. Y los agregadores de contenido de los navegadores ordenan y secuencian a partir de tu huella digital.

Drama y performance

La política deviene en drama. Solo hay héroes y víctimas que se intercambian a tenor del bando. Es un espectáculo. Desaparece el público, quedan los partidarios, los seguidores. Solo importa ganar el juego. El cómo se haga, no cuenta. Las trampas solo lo son, si te pillan.

El espectáculo deviene en un conjunto de performance, previamente diseñadas para cada tipo de públicos. Estos están segmentados a partir de su huella digital. Son obras de un solo acto, que conforman hilos persistentes en las redes sociales y titulares simples en los medios. Su guion, el zasca, que nada denota, pero que todo connota a tenor de las expectativas y que se empaqueta en un meme reconocible, una marca y una consigna. Simulación, apariencia y magia.

Entretenimiento

La política queda reducida a entretenimiento, envuelto en una estética simplona de trazo emocional. Vale para hablarlo en familia (a veces a gritos), para charlar en el trabajo (o para no hacerlo), para echar unas risas en el club o en la taberna (o dejar de hablar con parte de la cuadrilla) y para las sobremesas de los restaurantes de toda índole o condición (aunque debemos suponer que el coste del cubierto baja la intensidad del debate).

Discurso vacío, la vida deviene en ensueño alucinado

La realidad se representa como ilógica, desaparecen las causas (y la responsabilidad propia, pero no la ajena, que carga con todos los males del mundo), todo se repite, nada tiene sentido, solo hay actores estereotipados, claustrofobia, opresión y humor negro. Es la peor plasmación posible del teatro del absurdo, solo resuenan palabras, cháchara simplona o inentendible, prescindible.

Este lenguaje inútil o palique es un discurso vacío, que no denota, pero sin embargo connota con el malestar existencial que nos atrapa cual calima asfixiante, aunque nadie sepa precisar los síntomas de este. Se traslada el debate al cielo en forma de cometa perceptible día y noche, es la huella que seguir.

Es básicamente una gran campaña de publicidad, donde se repiten hasta la saciedad las consignas ¹⁵ en todos los medios y redes sociales. En los propios para justificar y ampliar el mensaje, en los críticos, para ridiculizarlos ¹⁶. Capítulo aparte, es la televisión y sus tertulias, algunas de ellas prolongación del espectáculo y donde algunos de los

participantes, actúan como altavoces o personajes de la denominada “*tele-realidad*”¹⁷.

Es una campaña de publicidad permanente en manos de portavoces, asesores y oficinas de comunicación. No sabemos si los grandes aparatos partidarios, pueden chequear en tiempo real las acciones informativas y las respuestas de las audiencias y tampoco si han desarrollado capacidades para corregir el mensaje cuando el guion lo exija a fin de proteger a los distintos niveles del liderazgo, cuando el relato por fondo o por forma puedan perjudicar sus expectativas electorales. En cualquier caso, ello es posible. Es simplemente una cuestión de dinero.

Estas campañas no se improvisan, ni siquiera cuando son producto de un hecho inicialmente incidental, pues requieren de equipos multidisciplinares, expertos en comunicación, comportamiento humano, tecnología y sobre todo con la memoria del pasado reciente asociada a todos los tópicos de la realidad presente para usarla donde convenga, pues es ahí donde se juega la partida. Se necesita exploración inicial (efectos en las redes y los medios), análisis de los escenarios posibles, diseño y coordinación de acciones, examen de audiencias y consecuencias y soporte jurídico para no cruzar líneas que den lugar a responsabilidades patrimoniales y reputacionales.

Quiero dejar constancia por un elemental principio de prudencia y de profundo respeto y admiración al necesario y buen trabajo político ilustrado y comprometido con el bien general desde posiciones ideológicas a veces contrapuestas, que no toda la clase política

participa de esta demagogia actualizada tecnológicamente.

Sin embargo, tengo mis dudas de si un responsable político o corporativo, contrario al uso de la mentira y la fabulación en política y economía, puede salirse del guion que le marca su aparato partidario, u órgano de gobierno corporativo. No parece casual que todas las declaraciones públicas sean protagonizadas por muy pocas personas especialmente en el ámbito parlamentario, así como que el matiz o la más mínima divergencia se amplifique por propios y extraños. No me gusta la unanimidad, me recuerda la paz de los cementerios.

Los parlamentos son el templo donde se debe producir la sacralización laica del logos, necesitan que la gente los considere útiles y necesarios y eso es imposible si el trabajo que se percibe (no digo que sea el único que se realiza) queda reducido a ver votar lo que les indica la portavocía.

La política se visibiliza más como villancico, que como tratado o ensayo, todo se reduce a repetición, ritmo, tema y lenguaje sencillo y directo.

El que los sujetos políticos colectivos, los partidos, parezcan corporaciones, abandonen identidades tradicionales (fábula del lobo con piel de cordero) y conformen un ecosistema definido en términos de acciones y reacciones en los telediarios, noticiarios y primeras planas (mercado informativo oficial) y en las redes sociales (mercado oficioso), junto a la opinión de que son aparatos caducos, que deben ser sustituidos por movimientos ciudadanos presuntamente transversales es posiblemente, el síntoma más claro de que la economía se ha

tragado a la política. Si la ha digerido o no, lo sabremos. Lo que resulta obvio, es que la mentira y la fabulación está progresando e infectando todo el cuerpo social.

- Luego, si, solo hay capitalismo, pensamiento único, ¿para que necesitamos partidos?

- Algo sabemos con certeza, este capitalismo nos conduce a la extinción como especie. Luego, hoy más que en ningún otro momento de la historia reciente necesitamos del pensamiento alternativo. Nos jugamos nuestra existencia.

- Respondiendo, sí, necesitamos partidos que analicen el (Des)orden social y que propugnen soluciones. La derecha y la izquierda existen. La Declaración Universal de Derechos Humanos y la Agenda 2030 también. Amén de liberalismo, socialismo y anarquismo y todas las familias aledañas, e ideologías como el feminismo, el ecologismo, el multiculturalismo y toda la sensibilidad LGTBI.

Partidos políticos y movimientos ciudadanos son niveles distintos de organización y respuesta política, no se sustituyen, se complementan, al igual que los sindicatos y el tercer sector.

Como conclusión, creemos que estamos ante un proceder estandarizado, proveniente del concepto de crisis mediática y el uso parcial de la ventana de Overton (Lehman, 2023). Estamos en una estrategia que define a la acción política como una crisis mediática continua, que se corresponde con la idea de entender la acción económica como una sucesión de crisis. Si tal estrategia, el modo crisis en la economía política funciona, lo sabremos, porque la única

salida de un conflicto generalizado deviene sí o sí, en colapso del sistema. En ese escenario, no hay público, solo fan, hincha, fanático, adepto, fiel.

¿Qué hacer?

Solo tenemos tres opciones: seguir el juego, abandonarlo, o cambiar de escenario, compañía y argumento. Obviamente habrá quien quiera seguir en el juego en el interior de la caverna, es su ejercicio de la libertad y responsabilidad. Algunos otros, así lo quiero y lo necesito creer desarrollaremos *una fatiga sináptica* selectiva que nos protegerá, no por medio del abandono en forma de abstencionismo electoral ni informativo, sino seleccionando mejor nuestros estímulos, cambiando de escenario compañía y argumento a representar, que nos lleve a abandonar la caverna, y admirar y observar lo que hay fuera, esa es la pretensión, entre otras, de este trabajo.

Desinformación y posverdad

Su uso en un sentido amplio cabe rastrearlo a lo largo de la historia, como una de las armas básicas de la guerra, que en frase atribuida a Esquilo (525-456 a.C.) afirmó: “la primera víctima de la guerra es la verdad”.

En la actualidad, según el *Oxford Dictionary*, la palabra inglesa *disinformation* procede del ruso *desinformatsiya* y comenzó a usarse en la década de 1950, aunque su origen moderno data de 1923. La expresión se definió formalmente en el diccionario de la lengua rusa de S. Ojegov en 1949, como “la acción de inducir a error mediante el uso de informaciones falsas”. La estrategia fue utilizada por todas las agencias de inteligencia implicadas en la Guerra Fría. En 1980, el

periodista Pierre Charles Pathé ¹⁸ fue condenado por desinformación activa en contra de los intereses nacionales franceses.

En la desinformación convergen múltiples tipos de información desde las mentiras en su sentido fuerte (información falsa contrastada como tal), fabulaciones de todo tipo, e información veraz a fin de mostrarla como falsa.

En la actualidad está incardinada en el arsenal de la guerra híbrida (Sánchez García, 2012). Sus objetivos son manipular, explotar, e intensificar controversias con fines políticos, militares y comerciales, usando información engañosa e intentando manipular las creencias, emociones y opiniones del público “diana”. Básicamente es una campaña de propaganda (publicidad) y falsas noticias.

Marco temático de la desinformación 2023 en España:

El objetivo estratégico de la desinformación pasa por deslegitimar cualquier contenido relacionado con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Agenda 2030, las políticas igualitarias, las migraciones, el cambio climático, la guerra en Ucrania, y las relaciones internacionales: UE-Rusia, China-UE, USA-OTAN, África-UE.

Las campañas de desinformación están activas siempre, pero encuentran su cenit en las campañas electorales donde se concretan temas y acciones, conforme a sensibilidades territoriales y expectativa electoral de quienes las promueven.

En cualquier caso, requieren de dos conjuntos de condiciones, la participación proactiva de los medios de

comunicación social mediante falsas noticias y la articulación de estas en campañas de desinformación, por ejemplo, usando la ventana de Overton como marco en las redes sociales, son condiciones que podemos crear (subjetivas), pero se necesita todo un caldo de cultivo, básicamente: una sociedad dualizada por la economía o polarizada por la política en forma de conflictos políticos profundamente divisorios y claramente localizados territorialmente, como fue el Brexit en el Reino Unido, o el Procés en España (condiciones objetivas que dependen de la concertación de múltiples instancias que van más allá de los medios).

Posverdad

En octubre, caímos en la trampa de usar la expresión “posverdad”. La moda nos pudo. Es decir, esa mentira emotiva, que define a la posverdad, donde se apela a las emociones y las creencias personales, funcionó, la dimos por buena.

Fue un error, a diferencia de la desinformación, al menos por ahora, la expresión es a nuestro juicio, un palabro disfrazado de neologismo, pues el recurso a las emociones ha sido una de las estrategias más antiguas de la humanidad (véase fabulaciones) y básicamente ha conformado la estrategia de ajuste de la realidad de creyentes religiosos, políticos o fanáticos de cualquier índole.

Literalmente la expresión, posverdad, nos lleva a terreno ignoto. Y me recuerda esa expresión del lenguaje cotidiano, “bueno, no, lo siguiente”, que debo reconocer, en mi caso tiene la rara virtud de hacerme callar.

En resumen, creo que lo útil y conveniente, es obviar su uso, pues no es

cierto, que inventando palabras creemos realidad, dependerá de lo que se denote. Usemos el diccionario y llamemos a las cosas por su nombre. Manipulación, falsedad, mentiras y corrupción¹⁹, fabulaciones, estafas, propaganda, conspiraciones, etc.²⁰

¿Polarización o ruido interesado?

Si focalizamos nuestra atención en los árboles a primera vista, es posible que perdamos la visión de conjunto del bosque que los hace posible y si prestamos atención a este, no veremos los detalles de los anteriores.

En octubre de 2023, en plena resaca electoral, nos salimos de la perspectiva, queríamos explicar el estado de la política y la conclusión necesariamente tenía que ser errónea, porque la pregunta lo fue.

En España, había ruido, mucho ruido, niebla, también mucha, penumbra y ecos y todo ello desde el fondo de la caverna platónica. Sonido y vista distorsionada. Al frente y detrás, muros, los resultados electorales. Pudo la emoción, parecía, que estábamos entrando en un proceso de polarización política. Pues no. No se dan las condiciones económicas ni tampoco las políticas por ahora. No vivimos en el mejor de los mundos posibles y este es además manifiestamente mejorable y por otra parte el fenómeno político más divisorio que nos atrapa está en proceso de salir de la justicia para volver al terreno del que nunca debió salir, la política.

No hay polarización política. En resumen, hay ruido y mucho y proviene de casi todo el espacio de la política, aunque en algunos rincones, se grita más que en otros.

Segunda parte.

Del capitalismo actual y el estado de la información.

En la versión precongresual nos preguntábamos por las relaciones entre capitalismo, medios de comunicación y demás empresas de producción ideológica y las formas de control de la acción política a través de la producción informativa²¹. Mantenemos la pregunta y lo que sigue son algunos brochazos sobre nuestra representación del capitalismo a fin de que el lector saque sus propias conclusiones.

En principio cabe hablar de cuatro etapas en el capitalismo a tenor del sector hegemónico: capitalismo comercial, industrial, financiero y digital²², a lo que debemos añadir quien detenta la propiedad mayoritaria del capital que señala a quien toma las decisiones²³.

Neoliberalismo

Es un fenómeno que, simplificándolo mucho cabe representar como una estrategia de desregulación normativa radical para toda la economía, disminución impositiva y libertad de capitales y mercancías. Su origen en la década de los setenta en USA y Reino Unido. Le define el abandono de la convertibilidad del patrón oro del dólar, el cambio flotante de todas las divisas, la ruptura de los pactos entre las rentas del capital y las rentas del trabajo y la consiguiente crisis del estado del bienestar y el modelo socialdemócrata de gobierno.

Esta desregulación normativa en todos los órdenes de la economía trajo consigo la globalización económica actual epitome del (des) orden internacional²⁴, así como un incremento de la

desigualdad sin parangón, que amenaza al capitalismo mismo. Imaginemos que toda la riqueza del mundo son 100€ y toda la población son 100 personas. Una de ellas posee 50€, las restantes 99 se reparten de manera desigual los 50€ restantes. (Oxfam Internacional, 2023).

Capitalismo e igualdad

Escribe Yanis Varoufakis, que “Las dinámicas tradicionales del capitalismo ya no gobiernan la economía. Lo que ha matado a este sistema es el propio capital y los cambios tecnológicos acelerados de las últimas dos décadas, que, como un virus, han acabado con su huésped (Varoufakis, «El capitalismo está muerto, las grandes tecnológicas lo han matado», 2024)”.

En otra línea el profesor Thomas Piketty, cree que aún existe alguna esperanza para el capitalismo (Piketty, 2014), siempre y cuando la política asuma su papel, posición que parece haber hecho suya en España Unidas Podemos y algunas formaciones que conforman Sumar.

Varoufakis cuestiona esa tesis y el debate nos parece esencial, pero excede con mucho las pretensiones de este trabajo y la competencia de quien suscribe, dejamos en las notas la referencia, para que el lector saque sus propias conclusiones, si así lo estima oportuno²⁵.

“No hay más capitalismo que el existente”, es un hecho, al igual que “tenemos un capitalismo peor que el ensayado tras la II Guerra Mundial”. Pero caben alternativas, unas para mejorar y otras para empeorar. Asumir, que el capitalismo es un programa autónomo e independiente de la política y de la acción humana es en sí mismo, un

programa de desinformación que naturaliza el orden económico y político.

El origen del programa está en las corporaciones económicas. Y sus agentes en la política. De estos, algunos colaboran de forma entusiasta como la clase política neoconservadora, aunque libertarios y anarcocapitalistas quieren ir más allá. En la izquierda, los integrados, creen que las políticas redistributivas resuelven los problemas y no cuestionan el sistema y tampoco sus excesos. Luego están los críticos que querrían, pero no pueden, aunque a veces logran presionar a los anteriores y consiguen pequeñas mejoras. Los revolucionarios, posiblemente convencidos de la imposibilidad del levantamiento popular, tratan de salvarse pues revoluciones y religiones salvan la conciencia de sus seguidores. Y por último los apocalípticos que han conseguido que el espacio bidimensional de la política devenga en tridimensional y que la imaginación y la fabulación se adueñen de la realidad.

Sin ánimo de introducir ruido en el relato, queremos señalar que la perspectiva económica ni explica ni agota a la economía y la política, se requiere de todas las miradas, de toda la ciencia, la tecnología, el arte y la filosofía. Y solo una pandemia de estupidez pre apocalíptica podría explicar la dejación de la responsabilidad humana en manos de un grupo de tecnócratas aislados del mundo, que reducen este a algoritmos diseñados desde perspectivas mendaces y poshumanistas siendo incapaces de proyectar, medir, cuantificar y valorar los efectos de sus acciones, pues confunden la acción real de las personas que trabajan, estudian, sufren, aman y disfrutan de la otredad, e imaginan que

otro mundo es posible, con el reino del deseo egotista, el nihilismo consumista y la realidad de los videos juegos.

¿Es toda la información mercancía?

Somos animales conscientes. Y la conciencia es información. Luego si admitimos que toda la información tiene precio, admitimos que nosotros también. Gran parte de la población ha interiorizado que todo lo que existe es mercancía. Todo es comprable y vendible. Todo tiene precio. Y sí, «todo necio confunde valor y precio» o “solo el necio confunde valor y precio” según lo diga Don Antonio Machado o Don Francisco De Quevedo y Villegas. Al admitir tal principio, nos cosificamos y renunciamos a la dignidad de lo humano. Todo queda sometido a los mercados, a las leyes de la oferta y la demanda²⁶. Por ello analizar la funcionalidad de la información pasa por saber quién es su dueño y sobre todo preguntarnos si somos dueños de nuestra conciencia, de nuestra identidad, de nuestra información, pues nuestra privacidad y autonomía son los elementos esenciales de nuestro poder.

La información es un meta mercado

La información posibilita un meta mercado, que trata al resto de los mercados, como objeto de su curiosidad y competencia. Tiene capacidad y poder para modificar las condiciones y determinantes de los mercados.

Ese meta mercado es una conjugación de la triada poder, representación y acción. Esa triangulación, podemos representarla como una pirámide ideal que se desenvuelve en el espacio y el tiempo virtual, donde cabe recorrer “la piel” de la pirámide a través del poder, sus representaciones y sus acciones. Ese

recorrido es difuso en su rastro para diluir la responsabilidad de los intervinientes en cadenas de ceros y unos. No existe representación corporal alguna ni persona física o jurídica. En esos recorridos, el poder fija puntos de intersección que definen coyunturas y estrategias en forma de niveles al interior de la pirámide. Su eje conductor, sus ascensores, no serán los beneficios, sino el mantenimiento de la hegemonía, conforme a las leyes de una competencia solo comprensible a determinados actores privilegiados del mercado que conocen las reglas operativas de la pirámide. Estas reglas son señales no explícitas y dinámicas, aplicaciones de la indeterminación constante de los mercados y están ocultas a los reguladores que solo conocen normas explícitas conformadas por el derecho. La partida entre capital y supervisión está amañada y siempre pierde esta última²⁷.

En ese juego, el capital quiere obviamente ganar dinero, pero su fin primario es controlar la autoría intelectual colectiva pues esta es la palanca que coadyuva a dar forma a la realidad. Es básicamente la industria de la ideología en su versión de falsa conciencia y también paradójicamente de crítica y denuncia.

Hagamos un breve excursos sobre la funcionalidad limitada de la crítica y la denuncia, paradoja ampliamente denunciada por Marcuse y Chomsky entre otros. La democracia y los valores que la sustentan requieren de igualdad con contenido. Forma con materia. Sin ambas no cabe hablar de libertad de elección y decisión. La democracia no cabe reducirlas a meras formas jurídicas carentes de materialidad. Criticar y denunciar es un primer paso, y es

esencial, el segundo legislar, pero si la acción política acaba ahí estamos legitimando el sistema con nuestra acción. Legislamos medidas de equidad, por ejemplo, pero luego no se presupuesta el dinero que se requiere para implementarlas o se ponen múltiples dificultades vía desarrollo reglamentario. Dicho eso, necesitamos creer, que el *quantum* represivo (las trampas y minas del sistema) nos deja espacios de libertad que podemos aprovechar para trabajar en pos de “*otro mundo posible*”, pues nuestro mundo con ser malo, lo es menos que otros y posiblemente algo tenga que ver el trabajo de crítica y denuncia.

La vida social se materializa y se conforma como espacios de opiniones, actitudes y saberes que responden a intereses individuales y de grupo. Cuando estos relatos responden a intereses contrapuestos e irreductibles, devienen necesariamente en espacios enfrentados y se achica el área disponible para la moderación o el consenso. El resultado es la polarización, el frentismo y la materialización del conflicto por cualesquiera de los medios ya conocidos, incluida la guerra, amén del incremento de la violencia estructural y las consecuencias de esta.

La industria de la ideología: el estado de la información (Digital News Report 2023 ESPAÑA)

Nada más lejos de nuestra intención que enfocar de forma reduccionista la cuestión de la información, pero no cabe hablar de representación de la realidad, sin conocer a los que tienen la capacidad de generarla, difundirla, pero también secuestrarla o manipularla. Tres notas antes de entrar en materia: tamaño del

mercado, desinformación y redes sociales.

El mercado informativo en España está conformado por 47 millones de personas, de las cuales solo un 7% no accede a Internet.

El 71% de la población española consumió noticias falsas. El 84% manifiesta preocupación por esta situación y un 63% tiende a evadirse de la información. Fue la COVID-19 y la guerra ruso-ucraniana los dos temas sobre los que se produjeron más artículos falsos o con contenido engañoso en el bienio 2020-2022.

Las redes sociales y los blogs son ya el segundo medio preferido para mantenerse al día de la actualidad de la población en España, apareciendo nuevas figuras como el “periodista ciudadano” y el influenciador. El primero la televisión, la radio y la prensa (Fundación BBVA-Departamento de Estudios Sociales y Opinión Pública., 2023).

¿Quién controla la información?

Una veintena de grandes conglomerados de comunicación mundiales controlan buena parte de la información y la opinión publicada en el mundo.

Seis conglomerados transnacionales controlan la información en Estados Unidos y el 70% de toda la información del Planeta: Time Warner, Disney, NewsCorp (recientemente fusionada con 21st Century Fox), NBC Universal, Viacom y CBS (estas dos últimas se podrían volver a fusionar pronto).

En Europa, son cinco los grandes grupos multimedia, el alemán Bertelsmann, la británica BBC, el francés Vivendi y Lagardère (FRANCE 24, 2023), el

italiano MediaSet y el español Prisa (Vicent Bolloré controla Lagardère y es accionista del Grupo Prisa).

El 80% de las audiencias de televisión y radio en España dependen de cuatro consejos de administración.

Televisión y radio

En el ámbito televisivo, Mediaset y Atresmedia seleccionan lo que ve el 58% de la audiencia y captan el 89% de los ingresos por publicidad de la televisión en formato abierto (Media Pluralism Monitor 2016). TVE y FORTA tiene una cuota de pantalla del 20%.

En el caso de la radio, Prisa (Cadena SER), la Iglesia católica (COPE), Planeta (Onda Cero) y el grupo Godó (RAC1) deciden lo que escucha el 80% de la audiencia total de la radio española y controlan el 97% de la publicidad. RNE y radios públicas autonómicas tienen una cuota del 15% de la audiencia. En Cataluña domina el grupo Godó.

Prensa

Ha perdido un 60 por ciento de sus lectores en siete años (2008-2015). Los datos apuntan a una ralentización de la caída a partir de 2017. Las cifras son dispares y proceden de fuentes abiertas, aunque existe cierto acuerdo sobre la existencia de unos seis millones de lectores.

La prensa generalista lidera el ranking, con tres millones y medio de lectores y la prensa deportiva se acerca a los 2 millones. Ese ranking de prensa generalista se reparte a la mitad entre medios locales y cabeceras de ámbito estatal, aunque la información cercana interesa al 93% de todos los lectores.

El consumo de prensa digital supera al de la prensa impresa, con un 76% de los lectores accediendo a noticias a través de medios digitales y un 34% leyendo periódicos impresos. Ocupan los primeros puestos por número de lectores "El País", "El Mundo" y "La Vanguardia" y el nativo digital "el Diario.es".

La línea editorial de los medios

Tres variables condicionan la línea editorial, audiencia, publicidad, y deuda con los bancos o fondos²⁸. En términos ideales, la independencia de un medio de comunicación (UNESCO, 2021)²⁹ es la que tenga la propiedad y la redacción, de anunciantes, bancos y gobiernos y será directamente proporcional al peso de su audiencia, la solvencia empresarial del medio, y la participación de la redacción en el gobierno de este³⁰. En cualquier caso, la línea editorial será un producto conjugado de los intereses de esos tres sectores, a tenor del peso relativo de estos.

La percepción de la línea editorial de los medios por parte de las opiniones públicas sitúa al 81% de estos en el espacio político que va del centro hacia la derecha (44% y 37% respectivamente) y al 19% en la izquierda. Dicho de otra forma, los españoles ubican en la izquierda solo a uno de cada cinco medios (CIS, 2023).

Algunos apuntes:

- El 85 % de la población mundial ha experimentado una reducción en la libertad de prensa en su país en los últimos cinco años.
- Desde 2016 hasta 2021, la UNESCO registró 455 asesinatos de periodistas. Las nuevas medidas legales socavan, en

lugar de reforzar, la libertad de prensa (UNESCO, 2021).

- El modelo de negocio tradicional de los medios de comunicación se encuentra en un punto de ruptura (UNESCO, 2021).
- Google y Meta, recaudan aproximadamente la mitad de todo el gasto global en publicidad digital.

Libros y comics

Aproximadamente el 68% de la población española lee libros al menos una vez al trimestre, el 52% lo hace de manera habitual, al menos una vez a la semana. El formato impreso sigue siendo el más popular, leen libros digitales un 28%. La novela, la autoayuda y el desarrollo personal son los géneros más leídos. Destaca el incremento de la lectura de libros y comics entre los adolescentes y jóvenes con un diferencial de 12 puntos con respecto al resto de los grupos de edad. Un tercio de la población española no compra libros por ocio, tampoco entra nunca en una biblioteca, ni pisa un museo, ni acude a espectáculos que no sean deportes o música (CONNECTA, 2023).

Videojuegos y Deporte

El videojuego tiene la ideología que sus diseñadores cargan en el programa. Es una herramienta que corre por uno de los canales de transmisión de mensajes con mayor audiencia, más de un tercio de la población mundial. Culturalmente hablando ha generado un fenómeno de *video-ludificación* que ha difuminado el ocio digital en todos los ámbitos de la vida cotidiana. Más información en (La verdad del videojuego. Ideología, manipulación y ruptura de estereotipos a través del ocio digital)

Más de 100 millones de espectadores, 250000 empleos (1,2% población activa) y un 3,3% del PIB de España de 2023. Es la cara macro del fenómeno. Pero no es esa la funcionalidad relevante en este trabajo. Recordemos el papel del deporte y en menor medida de las artes en la Guerra Fría y la competencia entre la URSS y USA. La ideología se produce y reproduce en una cadena de montaje donde toda la realidad conocida se usa como soporte.

La utilidad política del deporte es un fenómeno viejo, recordemos las olimpiadas clásicas y el circo romano. Lo nuevo es su dimensión. Son potencialmente hablando, fuentes de “troquelado moral”. Son el modelo de millones de niños, bastante menos de niñas, lo que ya debiera hacernos reflexionar sobre el papel del deporte. Su lema, ayer y hoy, el éxito social. Mito y fábula. La constancia y el trabajo todo lo puede. El niño o la niña nacidos pobres que triunfan y les compran una casa a sus progenitores. El sueño americano, la fábula de la cigarra y la hormiga o el patito feo. Lo que no se cuenta, son los millones de niños y niñas traumatizados por haber fracasado. O la insalubridad de la práctica deportiva profesional. Tampoco se habla de la instrumentalización de la infancia por progenitores poco escrupulosos que ven a sus hijos como proyectos de segunda oportunidad. O algo peor, máquinas para hacer dinero.

Del deporte cabe decir, que puede ser lo que es el fútbol masculino, pero también lo contrario, es el caso del balompié femenino (o al menos así lo parece). Pero sea una situación u otra, en su versión digital como pedestre, es un juego transversal a culturas, sexos, edad, naciones e ideologías y por tanto un

espacio para mejorar o empeorar. De hecho, es lo que ocurre con la música o el cine.

Nos preocupan dos cuestiones: la primera, ¿pueden llegar a ser los deportes y los videojuegos las grandes autopistas de manipulación cultural del siglo XXI? La segunda, ¿es el deporte profesional el espejo donde mirarse? ¿No es justamente todo lo contrario de lo que dice representar, amén de un espacio económico poco transparente? (Álvarez-Ossorio, 2015)

Redes sociales

España cuenta con aproximadamente 29 millones de personas usuarias activas en redes sociales o 40,7 si incluimos a YouTube. Las redes sociales más populares, -si no incluimos a YouTube como red social-, son WhatsApp, Facebook, Instagram y TikTok. WhatsApp es utilizada por el 86% de los usuarios de redes sociales y se dejan aproximadamente cada día dos horas de su tiempo.

Los smartphones (...) más de un 23% de la población pasa entre dos y cuatro horas diarias conectada a Internet a través de sus teléfonos inteligentes y un 14% hasta ocho horas. (Fernández, 2024). Más información en (Fernández, X (Twitter) en España - Datos estadísticos, 2024) (Fernández, Las redes sociales en España - Datos estadísticos, 2024)

Si consideramos a YouTube una red, esta posee 40, 7 millones de personas usuarias activas. Las chapuzas en casa, el dislate, el chisme, la música, los influenciadores y “periodistas ciudadanos” y “todólogos”, conforman la oferta, aunque entre video y video, se cuelean campañas publicitarias y

propaganda de todo tipo. Alrededor del 80% de las personas usuarias de Internet en España consumen contenido en video regularmente.

Aparentemente, estamos en un escenario de sede vacante, donde lo viejo no termina de morir y lo nuevo no termina de definirse, pero las redes sociales reinan e influyen.

Ahora la buena noticia y la paradoja:

“Los niveles de confianza en la información que proporciona cada medio de comunicación no están directamente asociados a su nivel de utilización. Con independencia de la incidencia de Internet en el seguimiento de la actualidad, los sitios con contenidos exclusivamente digitales no obtienen hoy el nivel de confianza que consigue la mayoría de los medios convencionales. Asimismo, los periódicos impresos y la radio son los medios que se sitúan en lo más alto del mapa de confianza, aunque no sean los más utilizados. La imagen y nivel de confianza no parecen obedecer tanto al canal de acceso a la información, sino a quien genera y respalda la información en cada caso” (Fundación BBVA-Departamento de Estudios Sociales y Opinión Pública., 2023).

En los aledaños de la industria de la ideología.

Confidencial, secreto y la seguridad del estado.

De forma breve, señalar, que los defensores de la libertad de expresión, es posible que no estén en donde dicen, no al menos en las redes sociales, estas no se hicieron eco del Wiki Leaks:

“Nuestros resultados indican que, en la era de la sociedad red, la popularidad de un fenómeno digital y antisistema como WikiLeaks (y el impacto de sus mensajes) depende, paradójicamente, de su difusión en la prensa tradicional de papel (prensa de calidad) que aún conserva su influencia y poder legitimador” (Quian, 2018)

Tres considerandos, percibimos el tratamiento a Asange como un aviso a navegantes, aunque no a todos; las redes no promueven espacios de libertad política, salvo de parte, y una gran fracción de la clase política del mundo y de España ignora que la salud de la democracia pasa por la transparencia y por la reducción del secreto.

El mito de la caverna en el siglo XXI: burbujas y cámaras de eco

Todo saber o tecnología nueva crea un lenguaje por necesidad epistemológica y para demarcar ámbito de actuación. La red fue una metáfora en su origen, lo que ha venido después es más de lo mismo. Cámaras de eco, burbujas. Lo explica Platón de forma universal en el Mito de la Caverna. Estamos prisioneros sin saberlo, podemos gritar lo que queramos y a quienes deseamos hacerlo. Solo nos escuchan otros prisioneros. “Matrix”, el “Show de Truman”, la denominada telerrealidad, ejemplo de oxímoron. Solo hay sombras y ecos y estamos encadenados, pero no conocemos otra existencia. Eso son las burbujas y las cámaras de eco. Por ello, no debe sorprendernos, que algunas personas que ya tienen una edad digan, cuando pierden el teléfono móvil, que han perdido parte de su vida, si *“santa copia de seguridad no lo remedia”* pero si eres un adolescente, sospecho que sienten que han perdido su vida, aunque estos

conocen algunos vericuetos de la caverna. Y por seguir reclamando a los clásicos, estos ya del siglo XX, Don Julio Cortázar, en Rayuela nos ilustraba: *“No hay mensaje, hay mensajeros y eso es el mensaje, así como el amor es el que ama.”* (Cortázar, 1984, pág. 448)

Tecnología y usos indebidos de la misma

No creo que quepa dudar de la buena voluntad del legislador al “establecer que todos los individuos tienen derecho no solo a recibir información y opinión, sino también a difundirla por cualquier medio de expresión”.

En su literalidad no hay duda alguna, pero si pensamos en la forma en que se producía la información en los años sesenta y setenta, resulta obvio, que no se ha legislado para proteger a las personas de usos indebidos de información con las actuales tecnologías, pensemos, por ejemplo, en las campañas de acoso escolar, juvenil, o laboral en las redes sociales.

La tecnología siempre va por delante de los usos mundanos de la misma y el derecho llega tarde, al igual que la educación en el sentido más amplio de la misma (los escolares saben más de tecnología que sus progenitores y profesorado). Pero la cuestión al final converge toda en una misma necesidad: información veraz y ciudadanía informada no crédula.

Solución, *zanahoria y palo*, es decir, formación y derecho en materia de tecnología, pero también en el de la política. No me gusta la expresión alfabetización digital y política, ya estamos alfabetizados. Creo que las empresas tecnológicas y los medios de comunicación, vía convenios con los

gobiernos y bajo su supervisión, tienen una ingente tarea con las tecnologías de la información y comunicación en un contexto de inteligencia artificial, que puede ser solución y no problema, transformando a las tecnologías de información y comunicación (TIC) en tecnologías de aprendizaje y comunicación (TAC).

Entretenimiento y publicidad.

Asistimos a un proceso de inmersión no consciente de publicidad política y económica en el entretenimiento, que llegará de forma segmentada e individualizada al consumidor final. El resultado comienza a ser una realidad social distribuida en clases de *“homo consumens in domo”* egotistas. El sujeto se autoconviene de que es una individualidad única y excepcional, con una personalidad irreductible. El resultado, una sociedad colmena con sujetos aislados por sus funciones y recursos e identidades a juego.

Privatización de la red.

Todo el mundo tendrá acceso a la tecnología, pero no a toda ella. El acceso a las herramientas de última generación estará en función de criterios económicos y si continúa la deriva *“iliberal”* se generarán espacios de oscuridad territorial y temática.

Internet está en un proceso acelerado de privatización con las nuevas aplicaciones que implementan inteligencia artificial (o al menos, esa es parte de la explicación). Las denominadas herramientas gratuitas de antaño han sido una permuta de uso, por datos siendo estos las materias primas que han permitido desarrollar los actuales algoritmos.

La tecnología 5G estará disponible, pero no los terminales. Lo mismo cabe decir del realismo virtual inmersivo, la domótica y la internet de las cosas, la biotecnología, (asistentes virtuales, reconocimiento de voz, imágenes y patrones) y las finanzas descentralizadas.

Creemos que de aquí a 2030 la denominada brecha digital ya observada en la pandemia de COVID de 2019 se incrementará en cuanto habrá un acceso desigual tanto por tecnología asequible (véanse precios de terminales de última generación y versiones de pago de las aplicaciones) como por formación de usuario (puedes tener dinero, pero no formación suficiente para usar las aplicaciones).

La brecha digital imposibilita directamente el logro de las metas recogidas en la Agenda 2030 en materia de tecnologías digitales, especialmente en los ODS, 4 (educación), 5 (igualdad de género), 8, 9 y 10 (trabajo, crecimiento económico y desarrollo humano sostenible, industria, innovación e infraestructura y reducción de las desigualdades) y por extensión al 16 (paz y justicia).

A modo de pretexto para nuevos textos.

El común ha desarrollado dos estrategias aparentemente contradictorias pero que pueden llegar a ser inclusivas para convivir con la política: el descreimiento y el papel de adepto. No creer jamás en las promesas políticas, o adoptar el papel de adepto con filias hacia los representantes propios y fobias hacia todos los demás, o ambas por si acaso, en este caso guardando silencio. *Yo de política no entiendo.*

Tanto una estrategia como otra son perjudiciales para la ciudadanía y

obviamente para la Polis. Y solo cabe una solución, la zanahoria, en forma de educación cívica y promoción del rechazo y la expulsión de la política de los mentirosos no votando a los partidos que la permitan en sus cargos electos y dirigentes.

Esa estrategia no es tarea ni de un día, ni de un año y requiere de cambios generacionales. Pero ahora, exige dos compromisos: el primero a cargo de la clase política actual, promoviendo un código deontológico breve pero que deberá cumplirse de forma taxativa de no mentir en su sentido fuerte en sede parlamentaria o en cualquier institución financiada con dinero público. El segundo en la industria mediática promoviendo el comportamiento veraz en la misma.

Intuimos que abordar las relaciones entre capitalismo y política requiere de una tesis fuerte de la cultura en la línea de Marvin Harris y su estrategia de investigación (Harris, 1985). Sin embargo, el conocimiento mundano ha impuesto una visión dual de la cultura, herencia de la religión, pero también del dualismo griego clásico, en la línea de Hanna Arendt (Arendt, 2018, págs. 251-288). La cultura se define en consecuencia como una ideación para las élites, un estado de conciencia, una realidad virtual ignota en sus límites, una obra del espíritu humano solo asequible a una pequeña parte de la humanidad. Un dualismo que el capitalismo vende a

través de la industria cultural abarcando todo lo que produce el ser humano. Se requiere por tanto investigar las bases materiales de la cultura, sus mitos y fábulas, su urdimbre, sus códigos de transformación, cómo y en que soportes se reproducen y difunden y con cuales intereses connotan.

Por último, debemos recuperar el debate sobre los valores que solo tienen valor de uso y que no cabe cambiarlos por nada. No tienen precio. Un recordatorio, hoy pagamos el agua que bebemos y que procede una naturaleza de todos de la que unos pocos se han apropiado, mañana podríamos pagar el aire que respiramos. Segundo recordatorio, ya lo hacemos con nuestra salud.

¹ La expresión 'verdad' se usa para referirse a una 'proposición' o a la 'realidad'. Conforman una de las grandes cuestiones modulares de la filosofía y por extensión de todo saber y conocimiento. En breve, cabe distinguir entre verdad lógica (principio de no contradicción), epistemológica (adecuación entre entendimiento y realidad), ontológica (realidad y apariencia) y semántica (significado y signifi-

cante). En cualquier caso, no está de más suponer que la "verdad es hija del tiempo", aunque ello nos arroje a los dominios del relativismo y el historicismo y esperemos que también a los de la prudencia.

² Al igual que la expresión 'verdad', la pregunta por el conocimiento ha dado lugar a una disciplina propia en la filosofía, "la teoría del conocimiento", ¿Qué puedo conocer? Es la

pregunta kantiana que da lugar a La crítica de la Razón Pura y solo en la medida en que seamos capaces de responder a esta pregunta, estaríamos en disposición de abordar el mundo del engaño y la mentira.

³ Tres argumentos, a favor de esa tesis: el primero, si no existiera la especie humana, la realidad seguiría existiendo (posiblemente la mejor noticia para el planeta). Segundo, el lenguaje es un proceso constante de ganancia, pérdida y recuperación de opiniones, creencias, conjeturas, proposiciones, conceptos, ideas y teorías. Y tercero, la teoría de la gravedad fue formulada por Newton y actualizada por Einstein, pero el fenómeno de la atracción de los cuerpos y la relación entre estos existía antes de que ambos la describieran

⁴ Algunos ejemplos: el Arte degenerado (1937) en el nazismo, el Macartismo (1950-1956) en USA, la Revolución Cultural China (década de los 60-70). En España, el periodo de la Dictadura de Primo de Rivera ((1923-1930) y la Dictadura de Franco son dos periodos negros para las artes. Véase la Ley de Prensa del 22 de abril de 1938 (primer franquismo) y la Ley de Prensa e Imprenta (Ley Fraga) del 18 de marzo de 1966.

⁵Lo que sigue es una relación incompleta de grandes crisis mediáticas. Relatos ya contados, negro sobre blanco, sentencias judiciales, millones de documentos, donde convergen verdad, mentira, y fabulación. *Quantum* de cada una, por establecer. De la intencionalidad de los sujetos intervinientes, solo cabe confesión propia. Algunos ejemplos: la Transición Española y el Pacto (nunca escrito, por tanto, presunto) del Olvido, la memoria de España en el siglo XX. El Caso GAL (Grupos Antiterroristas de Liberación) y resto de episodios de Guerra sucia contra el terrorismo. La relación completa de los asesinatos de ETA, ejecutores y responsables "intelectuales". El "Milagro Español" y la Burbuja Inmobiliaria de finales del siglo XX. La Guerra de Irak (2003) y el atentado del 11-M en Madrid (2004) y la posterior manipulación informativa sobre su autoría. ¿Crisis Financiera (2008) y rescate bancario? O ¿Rescate bancario so pretexto de la Crisis Financiera? El tratamiento del Estatuto de Autonomía de Cataluña por el TC y su relación con el "Procés" y lo que ha venido después. Las historias, como siempre, por escribir y contar.

⁶ Los enunciados constativos informan, mientras que los realizativos o ejecutivos llevan a cabo una acción, como la de prometer, sugerir, por ejemplo. Los enunciados

realizativos pueden ser adecuados o inadecuados, pero nunca verdaderos o falsos, en contraposición a los enunciados constativos. Por ejemplo, Oviedo es la capital de Asturias, cuya verdad o falsedad puede verificarse.

⁷ Ese es el fundamento de la negación plausible, básicamente el recurso que permite a las personas negar el conocimiento o la responsabilidad de cualquier acción condenable cometida por otros.

⁸ Piense el lector que todos los programas políticos, las programaciones académicas, los proyectos empresariales, son proyectos, promesas. De ellos solo cabe predicar coherencia, conformidad con la normativa, condicionalidad, ... Luego ante el incumplimiento solo cabe juzgar las razones de este, pero no predicar acción mentirosa, salvo que pueda probarse que la promesa se realizó a sabiendas de que era imposible su realización, por ejemplo, costes de obras, cumplimiento de objetivos, etc.,

⁹ En esta segunda aproximación al concepto de mentira hemos seguido el desarrollo realizado por Jacques Derrida en 1995 en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Buenos Aires "Historia de la mentira: Prolegómenos".

¹⁰ Discriminar entre mentiras necesarias, útiles y conveniente de aquellas que no lo son, requeriría de una información no está disponible por razones obvias. Es el mundo del secreto de estado. Solo cabe afirmar, que debiera estar guiado por un principio regulativo: uso mínimo, tasado, autorización judicial y levantamiento del secreto igualmente tasado. En el caso de las empresas y corporaciones, no cabe renuncia alguna a su control por parte de los poderes públicos.

¹¹ El uso de las metáforas tiene una utilidad didáctica indiscutible desde el origen mismo de la filosofía, pensemos en el Mito de la Caverna. Ni que decir tiene, que las analogías deben explicarse, dados sus potenciales usos contradictorios. Es el caso de la "cebolla y sus capas" para representar la cultura. Creo haber conocido su uso de la mano de Manuel Sacristán, del que me apropié para explicar los modelos de explicación y los tipos de conocimiento que producen a fin de salvar el mecanicismo inherente a la fórmula tradicional de explicar la filosofía como una sustitución "del mito por el logos". Hanna Arendt usa la imagen de la cebolla para representar a las organizaciones totalitarias y sospecho que no lo hizo, porque desconociera el significado señalado, sino por la forma en

que entiende la cultura. No cabe tratar el tema aquí, pero al lector interesado le recomiendo ver *“La crisis de la cultura: su significado político y social”* en Arendt, Hannah, 2018. *Entre el pasado y el futuro. Ocho ejercicios sobre la reflexión política. Edita Península.*

¹² Dependemos del contexto, por ejemplo, les contamos cuentos, fábulas, a los hijos e hijas y se las presentamos como reales ¿Les estamos mintiendo?

Un caso aparte es la ficción sobre conspiraciones ampliamente tratada en el cine, siendo uno de sus temas el programa MK ULTRA de control mental desarrollado por la CIA entre los años cincuenta y setenta del siglo XX. Tales ficciones, han contribuido, más que ninguna campaña gubernamental a legitimar la mentira política. La verdad también miente, en cuanto tales programas resultan tan disparatados, inverosímiles y ridículos, que no caben en el sentido común. Pero existen y están financiados por los impuestos de la ciudadanía y se lucran las grandes corporaciones que los promueven y los sufren quienes los financian. ¿Cómo resulta ello posible? Recuerde parte de lo dicho en la pandemia de la COVID, no cabe distinguir entre ficción y realidad. *“Si la verdad ha muerto, entonces todo es posible”*. Las denuncias ya no son tales, son historias de ficción. Y ahí cabe todo.

¹³ La expresión ‘fábula’ proviene del latín “fabūla” y está emparentada con los términos griegos “mythos” y “logos”.

¹⁴ Recordemos el enorme caudal de información que dejamos en la red (especialmente con los navegadores, correo electrónico y redes sociales). Nuestra huella digital, donde le gritamos al mundo que sentimos (deseos y frustraciones), que hacemos, en dónde y con quiénes. Contamos a la red, lo que no decimos nuestra familia y nuestros amigos. Y toda esa información puede usarse para responderte vía mensajes políticos y económicos, en elecciones y decisiones de consumo.

¹⁵ Los estrategias de estas campañas obvian un principio elemental: las instituciones las conforman personas y cuando destruimos a las segundas, afectamos a la institución misma. No es casual que esta forma de hacer política traiga consigo abstencionismo informativo, desafección institucional y finalmente abstención electoral. Los abstencionistas ya son el primer partido en términos de resultados electorales sin presentarse a las elecciones. Apagar un incendio con fuego controlado, es un procedimiento que usan los

bomberos forestales en todo el mundo. Aplicar la estrategia a la política, obvia que las sociedades no son bosques y las personas no son árboles.

¹⁶ Presten atención a la forma en que algunas de sus señorías colocan el micrófono al terminar su intervención. Es un zasca físico.

¹⁷ Posiblemente sea verdad lo que dice el Gran Wyoming con el eslogan del Intermedio “Ya conocen las noticias. Ahora, les contaremos la verdad”. Y sea a través del humor, como cabe conocer la realidad.

¹⁸ Pathé fue arrestado el 5 de julio de 1979 y sentenciado el 23 de mayo de 1980 a cinco años de prisión por haber aceptado dinero y difundir desinformación soviética desde 1959. Pathé es considerado el primero y el único agente de influencia detenido en Francia.

¹⁹ No es casual, que el término esté relacionado con la crisis de 2008 o las mentiras del trío de las Islas Azores. Ni fue una posverdad económica, ni hubo armas de destrucción masiva en Irak.

²⁰ Sí, Dios ha muerto, todo está permitido. La verdad, entre todos la matamos y ella sola se murió. ¿Qué queda? Y una de sus consecuencias el *nihilismo consumista*, todo tiene cura y está permitido, siempre y cuando usted pueda pagarlo.

²¹ Véase más adelante la noción de “mercado de información como meta mercado”. Por ahora queremos llamar la atención sobre dos usos extremos del lenguaje económico que van desde el lenguaje tecnocrático y la econometría hasta el empleo de expresiones ambiguas, propias del conocimiento mundano como el ejemplo del FMI, haciendo uso de expresiones como: “suave, lento o con cicatrices” para describir el comportamiento de la economía. ¿Existe algún tipo de tabla de datos que intersubjetive esos presuntos indicadores? ¿Qué explica y justifica tales usos? Tal vez el refranero nos permita entenderlo: *“Donde dije digo, digo Diego”* <https://www.imf.org/es/Search#sort=relevancy>

²² Si Yaris Varoufakis está en lo cierto, estamos en una fase de transición hacia un tipo de capital de comportamiento feudal, el denominado tecnofeudalismo (Varoufakis, 2024).

²³ Aunque requiere de un estudio pormenorizado, posiblemente uno de los programas más eficaces de desinformación del capitalismo ha consistido en hacernos creer en la posibilidad del capitalismo popular y democrático (Rodríguez, 2022).

²⁴ Por citar algunos ejemplos referentes a Europa, la caída del Muro de Berlín (1989), la disolución de la URSS (25 de diciembre de 1991), la guerra en la ex-Yugoslavia y la actual guerra en Ucrania.

²⁵ Dice Varoufakis *“Leyendo el Capital en el Siglo XXI me recordó como la causa por el igualitarismo es a menudo socavada por sus principales y más famosos proponentes. John Rawls, a pesar de su elegancia y sofisticación de su ‘velo de la ignorancia’, hizo un incalculable daño a la ‘causa’ ofreciendo una teoría estática de la justicia que sucumbió en el momento que un talentoso libertario se ensañó con él. El libro del profesor Piketty, estoy convencido, será presa aún más fácil para los equivalentes de Robert Nozick del hoy o del mañana. Y cuando esto ocurra, las multitudes que están ahora celebrando el Capital en el Siglo XXI como un incondicional aliado en la guerra contra la desigualdad correrán en busca de cobijo.”* (Varoufakis, 2014)

²⁶ Ejemplos de ese proceder: los denominados vientres de alquiler, el tráfico de órganos y sangre y la esclavitud moderna, sin mencionar la destrucción medioambiental, el trabajo infantil, la prostitución, etc.

²⁷ Piense el lector en cuestiones como el secreto bancario, los paraísos fiscales y los tiempos de la justicia en una investigación por blanqueo de capitales.

²⁸ ¿Hasta qué punto los bancos mandan a los grandes medios de comunicación? Peter Osborne, director del *Daily Telegraph*, dimitió en 2015 para protestar ante la nula cobertura del escándalo Swissleaks en su periódico porque, “no se quería irritar al banco HSBC”, uno de sus principales anunciantes. Pere Rusiñol, autor de la introducción del libro *Papel mojado* sobre la relación entre banca y medios en España explica “los bancos siempre han sido importantes para los medios, pero con la crisis se ha [producido] un salto cualitativo: han pasado a ser sus dueños

³⁰ En la fase precongresual, se criticó que abogara por el pago de la información. Obviamente me refería a las empresas privadas especialmente la antaño prensa en papel, hoy digital. Mantengo lo dicho, no cabe hablar de medios privados de información si estos dependen de anunciantes y fondos de inversión. Ello no entra en contradicción con la necesidad de una radio y una televisión pública, que nada tiene que ver con el lamentable espectáculo de la FORTA, o antaño RTVE. Solo en un modelo de gestión de lo público independiente de la tradición de las

cesantías y las puertas giratorias cabe abogar por un servicio público de comunicación.

Fuentes

- AIMC. (2022). *Marco general de los medios en España*. Obtenido de Marco general de los medios en España: https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2023/02/Marco_General_Medios_2023.pdf
- Albiac, G., Kant, I. K., & Constant, B. (2012). *¿Hay derecho a mentir? (La polémica Immanuel Kant y Benjamin Constant sobre la existencia de un deber incondicionado de decir la verdad)*. Madrid: Tecnos.
- Álvarez-Ossorio, S. F. (27 de julio de 2015). *Fútbol y Manipulación Social (o la Estrategia del Capital en el Deporte)*. Obtenido de Kaos en la red: <https://archivo.kaosenlared.net/futbol-y-manipulacion-social-o-la-estrategia-del-capital-en-el-deporte/index.html>
- Arend, H. (2018). *Entre el pasado y el futuro. Ocho ejercicios sobre la reflexión política*. México: Partido de la Revolución Democrática.
- Arendt, H. (2017). *Verdad y mentira en la Política*. Barcelona: Edita Página Indómita.
- Cancio Muiña, P., Díaz Díaz, J. A., Fernández del Castro, J. I., García Fernández, R., García López, T., & Hidalgo Tuñón, A. (1990). *El Conflicto del Golfo (Problemas morales contemporáneos)*. Madrid: Proyecto CIVES.
- CIS. (2023). *3421 'Estudio sobre audiencias de medios de comunicación social'*. Cuantitativo. Audiencias medios comunicación social., Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid. Obtenido de <https://www.cis.es/es/detalle-ficha-estudio?origen=estudio&codEstudio=3421>
- CONNECTA. (2023). *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España | 2023*. Federación de Gremios de Editores de España CONNECTA. Obtenido de <https://www.federacioneditores.org/lectura-y-compra-de-libros-2023-presentacion.pdf>
- Cortázar, J. (1984). *Rayuela*. Barcelona: Seix Barral.

- Derrida, J. (1995). *Historia de la mentira: Prolegómenos*. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.
- Díaz Díaz, J. A. (1990). *Los medios de comunicación social*. Madrid: Proyecto CIVES.
- Díaz Díaz, J. A. (Octubre de 2023). *Los instrumentos de la política neoconservadora: la mentira y el odio*. Obtenido de IEPC España: https://youtu.be/Hb76yCpJwus?si=V0xodQ_6BGQR-voL
- Eco, U. (2007). El lobro y el cordero. Retórica de la prevaricación. En H. Eco, *A paso de Cangrejo* (págs. 54-72). Madrid: Debate.
- Eco, U. (2000). *Cinco escritos morales*. Barcelona: Península.
- Eco, U. (2007). *Ciencia, tecnología y magia*. Barcelona: Debate.
- Fernández, R. (1 de julio de 2024). *Las redes sociales en España - Datos estadísticos*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/temas/6566/las-redes-sociales-en-espana/#topicOverview>
- Fernández, R. (4 de 4 de 2024). *Tiempo de conexión diario a Internet de los usuarios de teléfonos móviles o smartphones en España en 2023*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/655207/tiempo-de-conexion-diario-de-los-usuarios-de-smartphone-en-espana/>
- Fernández, R. (4 de enero de 2024). *X (Twitter) en España - Datos estadísticos*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/temas/3595/twitter-en-espana/#editorsPicks>
- FRANCE 24. (21 de 11 de 2023). *El grupo francés Vivendi completó la toma de control de Lagardère*. Obtenido de <https://www.france24.com/es/minuto-a-minuto/20231121-el-grupo-franc%C3%A9s-vivendi-complet%C3%B3-la-toma-de-control-de-lagard%C3%A8re>
- Fundación BBVA-Departamento de Estudios Sociales y Opinión Pública. (7 de junio de 2023). *Estudio Fundación BBVA sobre pautas de consumo de información*. Obtenido de <https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2023/06/Estudio-Consumo-de-Informaci%C3%B3n-Fundaci%C3%B3n-BBVA.pdf>
- Gutiérrez Vidrio, S. (2011). *Reseña de "How to Do Things with Words" de John Langshaw Austin*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199518706022>
- Harris, M. (1985). *El materialismo cultural*. Madrid: Alianza Universidad.
- Lehman, J. (3 de agosto de 2023). La "ventana de Overton", el modelo que explica cómo ideas políticas consideradas tabú en una época se vuelven aceptables en otra. (G. Lissardy, Entrevistador) BBC News Mundo. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/articulos/c9ekg9mej8po>
- Marx, C. (1989). *Contribución a la crítica de la economía política*. Moscú: Progreso.
- Masip, P., Ruiz, C., Suau, J., & García Castillejo, Á. (2016). *Media Pluralism Monitor 2016*. Obtenido de https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/46812/Cover_Spain_Overview.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Oxfam Internacional. (2023). *La Ley del más rico*. Oxfam Internacional. Oxfam. Obtenido de <https://www.oxfam.org/en/research/la-ley-delmas-rico>
- Piketty, T. (2014). *Capital en el siglo XXI*. El Belknap Press de Harvard University Press.
- Quian, A. &. (2018). Estrategias y razones del impacto de WikiLeaks en la opinión pública mundial / Strategies and Reasons for the Impact of WikiLeaks on World Public Opinion. *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 162, 91-110. Obtenido de <http://www.jstor.org/stable/44841774>
- Rodríguez, E. (7 de octubre de 2022). *El enigma del capitalismo popular. 'El efecto clase media'*. Obtenido de El salto diario: <https://www.elsaltodiario.com/el-rumor-de-las-multitudes/el-enigma-del-capitalismo-popular-el-efecto-clase-media-de-emmanuel-rodriguez>
- Sánchez García, F. (2012). *Ministerio de Defensa. Instituto Español de Estudios Estratégicos*. Obtenido de El conflicto híbrido ¿Una nueva forma de guerra?

-
- "El enfoque multidisciplinar en los conflictos híbridos":
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4555572.pdf>
- Simposio: La verdad del videojuego. Ideología, manipulación y ruptura de estereotipos a través del ocio digital. (s.f.). La verdad del videojuego. Ideología, manipulación y ruptura de estereotipos a través del ocio digital. Obtenido de <https://comunicacionypensamiento.org/simposios/s21/>
- UNESCO. (2021). *El periodismo como bien común*. UNESCO. Obtenido de <https://www.unesco.org/reports/world-media-trends/2021/es/journalism-public-good>
- UNESCO. (2021). *La libertad de prensa en tiempos de crisis y de transformación*. UNESCO. Obtenido de <https://www.unesco.org/reports/world-media-trends/2021/es/global-trends>
- UNESCO. (2021). *Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios: Informe mundial 2021/2022*. UNESCO. Obtenido de <https://www.unesco.org/reports/world-media-trends/2021/es>
- Vara, A., Negredo, S., Moreno, E., Kaufman, J., & Amoedo, A. (21 de junio de 2023). *Digital News Report 2023 ESPAÑA*. Obtenido de Reuters Institute for the Study of Journalism: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2023/espana>
- Vaoufakis. (2024). *Tecnocapitalismo. El sigiloso sucesor del capitalismo*. Deusto.
- Varoufakis, Y. (26 de octubre de 2014). *El último enemigo del igualitarismo: una revisión crítica del libro de Thomas Piketty, El Capital en el Siglo XXI*. Obtenido de Sin Permiso: <https://www.sinpermiso.info/textos/el-ultimo-enemigo-del-igualitarismo-una-revisin-crtica-del-libro-de-thomas-piketty-el-capital-en-el>
- Varoufakis, Y. (21 de enero de 2024). «El capitalismo está muerto, las grandes tecnológicas lo han matado». *Valor social*. (L. Teclleme, Entrevistador) Obtenido de <https://valorsocial.info/el-capitalismo-esta-muerto-las-grandes-tecnologicas-lo-han-matado/>