



Esperando a los bárbaros

Felipe Alcaraz

Leninismo

Lenin, para ser rigurosos, no es que regrese, sino que nunca se ha ido, a pesar de que se eliminó la denominación concerniente, al grito de viva Lenin, en aquel Congreso que, con esta medida, parecía alcanzar la apertura a la modernidad del viejo PCE. Carrillo anunció aquella eliminación desde el corazón de una de las universidades más reaccionarias de los Estados Unidos y después, ya en España, dada la polvareda interna que se generó, explicó que quitando lo de "leninismo" podríamos subir al 25% de los votos.

Lenin siempre ha estado bajo el dintel de la puerta grande de la historia del PCE. Siempre profundamente admirado y querido por la militancia, desde el cerebro y el corazón (recuerdo que el corazón tiene 40.000 neuronas). Y no se trata del Lenin que nos "explicó" el historicismo oficial, sino de un Lenin profundamente dialéctico y creativo, muchas veces dueño de una capacidad de improvisación sorprendente (dados los cambios que planteaba al final, ante la perplejidad de algunos, llegó a citar, para justificarlos, a Goethe: La teoría es gris, pero el árbol de la vida es verde).

Meses antes de la revolución, en Zurich, en una conferencia a jóvenes en la casa del pueblo, llegó a decir que ellos sí verían la revolución, porque era ineluctable, aunque él, dadas las circunstancias, no llegaría a vivirla. Pocos meses después, incardinándose en el soviét de Petrogrado con los que exigían una aceleración del proceso, entre ellos Alejandra Kollontai, y al par que preparaba alianzas fundamentales que empezaban a cambiar la naturaleza del poder, gritó aquello de "Todo el poder a los soviets", superando los límites del partido y dando carta de naturaleza a un proceso constituyente en la calle, paralelo al que oficialmente estaba convocado por vía parlamentaria.

Lenin y los suyos, entre ellos los determinantes bolcheviques, armados anteriormente por Kerenski, no entraron desfilando en el Palacio de Invierno a hacerse con el Santo Grial del Poder. Un poder que no era eso, que nunca es eso; hablamos específicamente de una relación. Y Lenin supo acelerar las cosas para crear una nueva relación que contenía los elementos fundamentales de un contrapoder que era alternativa al gobierno, al estado y al modelo de sociedad; que contenía la estructura de otras relaciones sociales de producción para, como dijo en su poema a la revolución de 1905, ser capaces de edificar una vida nueva.

Es esa determinación, ese atrevimiento hasta las últimas consecuencias; es la capacidad para impedir que la hierba no te deje ver crecer la hierba de un sujeto histórico que demanda los cauces finales de una unidad amplia antes de tomar el poder (el fantasma se hace contrapoder, se hace gobierno del pueblo); es la comprensión del movimiento general y cómo este es dable de acelerar y hacer que apunte en la misma dirección; es el encuentro del partido con el sujeto histórico en la calle, abriendo las puertas de los palacios sin necesidad de disparar un tiro... De eso hablamos cuando hablamos de Lenin. Bastaría con leer "El estado y la revolución" o, simplemente, las tesis de abril.

En uno de los numerosos foros sindicales con profesionales del periodismo, un participante, muy crítico con lo expuesto, llegó a interpelarme que los estudiosos del campo andáramos en las nubes. La expresión, lejos de resultar ofensiva, se me antojó más que pertinente, considerando que, en efecto, la Comunicología está y debe continuar observando desde la nube. Pues no es sino la crítica y el razonamiento lo que nos permite comprender las complejas transformaciones que vivimos y las posibles alternativas de un nuevo modo de producción y organización de la esfera mediática en la era digital. Más aún cuando la mediación informativa afronta nuevas lógicas de enunciación, un nuevo modo de captación y proyección social de la experiencia que trasciende la división del trabajo y el modelo de producción masiva en el origen de la extensión de las industrias culturales. El cambio de paradigma que vivimos plantea, sin

Mediaciones

Francisco Sierra

franciscosierrecaballero.com



Fake News

narrativa de reciclaje y bajo coste en la producción de noticias, proyectar una nueva *mediación antiestratégica* que haga posible la utopía comunicacional del periodismo como contrapoder parece más que evidente, pero muchos profesionales siguen anclados en un imaginario de la profesión sin consistencia y capacidad de respuesta ante la dinámica de la posverdad y la cultura Twitter.

En otras palabras, del mismo modo que, en su momento, como crítica Balzac, se experimentó un proceso de cambio de la prensa de opinión y literaria a los periódicos de empresa y

de los despojos de la actualidad. En esta deriva, los mitos de la imparcialidad e independencia de la prensa han sido denegados por una praxis que dista mucho de aproximarse a los valores originarios defendidos. Prueba evidente de ello es el conformismo institucionalizado de la profesión mientras asiste perpleja a los cambios y demandas del nuevo entorno, al grado de producirse una crisis radical de confianza y de sostenibilidad económica que no sólo atañe a la interrelación de las presiones políticas y económicas, sino más allá aún afectan, además, a la razón de ser de la función de inter-

medial en Francia. En otras palabras, la era infowars podríamos decir que no empieza con las redes sociales. El neobarroco de esta cultura de la simulación se inicia con el imperio de la televisión y JFK y alcanza su clímax con Ronald Reagan, un presidente, como Trump, en la práctica incompetente pero mediáticamente proyectado como líder político por el sistema catódico en un programa semanal patrocinado por General Electric. De estos casos a la construcción de Macron como estadista hay un paso. Y es desde este marco desde donde hay que entender la imposición de la cultura *Fake News*. Una lógica que prolifera por la concentración informativa, la expansión mercantil de los medios sensacionalistas y la falta de criticismo de las audiencias, dado el decreciente nivel de lectura y la falta de conciencia política del contexto histórico sobre el que el acontecer diario de las noticias se reproduce a partir de los gabinetes de comunicación y la privatización de la



duda, retos estructurales en la *política de representación*.

La inflación informativa por la dinámica del nuevo capitalismo inmaterial ha alterado a tal punto las condiciones de control y difusión del acontecer social que los modos de hacer y pensar el oficio han implosionado, cuestionando las jerarquías y modelos de reproducción que históricamente han marcado el modelo de mediación de la modernidad. Así por ejemplo, como advierte Ramonet, la información se está volviendo un *work in progress*, un material en constante evolución, una especie de conversación, un proceso dinámico de búsqueda de la verdad, más que un producto terminado. La desmaterialización de los soportes y la propia inercia de la *destrucción creativa* del capitalismo han hipotecado, como resultado, la actividad periodística (*in cloudin*) deconstruyendo paulatinamente la función representacional del periodismo. Por ello, hoy más que nunca, conviene describir con precisión el actual escenario de conflictos e intereses, de creencias y filosofías periclitadas que entran en crisis con la revolución digital, a fin de definir una agenda común para la acción de un **Periodismo Real Ya**, aquí y ahora, que supere la abundancia de la redundante sobrecarga de información dominante. Frente a la tónica o

Esta cultura de la simulación se inicia con el imperio de la televisión y JFK y alcanza su clímax con Ronald Reagan, un presidente, como Trump, en la práctica incompetente pero mediáticamente proyectado como líder político por el sistema catódico en un programa semanal patrocinado por General Electric

grandes grupos editoriales, en las últimas décadas se ha venido produciendo una tensa dialéctica de concentración y abundancia de información, que pone en crisis la profesión periodística por la intensiva lógica extendida de colonización del capital resultando que del generalizador sublime, del profeta, del pastor de ideas que fuera antes, del publicista (que era el profesional de la información) no queda ya más que un hombre ocupado

mediación ante los avances de la convergencia tecnológica y las nuevas prácticas autónomas de los *prosumidores* en la llamada democracia 4.0. En respuesta a este cambio de ciclo y de modelo de negocio, el sector no ha hecho sino incidir en algunos de los procesos que están en el origen de la actual crisis de representación. La mercantilización a ultranza y la salida a bolsa de los grupos multimedia han significado una huida adelante que, en la práctica, está terminando por horadar las bases materiales y el sentido mismo de la acción informativa. Por ello la crisis irreversible de medios de referencia como El País no es tanto resultado de la gestión de Antonio Caño y el maléfico Consejero Delegado como de ética y política, del virtuosismo de la mediación. En IU, no olvidamos la indigna degradación del autor de "Un oficio de fracasados", en la campaña de acoso y derribo contra Julio Anguita. Existe, en fin, una solución de continuidad en la trama de aquella estrategia de cercamiento de la izquierda real y el discurso contra Unidos Podemos que el sistema de medios *mainstream* viene sosteniendo, con el acriticismo de los tertulianos de turno, partícipes de la fábula de la pinza y otras proclamas que desacreditan la función pública de la prensa. Véase por ejemplo las elecciones presiden-

esfera pública. En este escenario, el mito, como ha demostrado Noam Chomsky, de los grandes medios como guardianes de la libertad es, por lo mismo, un relato sin fundamento, salvo en algunos países, no precisamente EE.UU., como por ejemplo Venezuela o Ecuador, donde los medios operan como el partido de oposición al servicio del poder económico. Pero para nuestra prensa el populismo Trump y la izquierda bolivariana viene siendo lo mismo en cuestiones de libertad de expresión. Paradojas de la inconsistencia periodística cuando se comprueba que el ruido vende. Esto es, la falta de información es la condición del comercio cuando se confunde la libertad de prensa con la libertad de empresa informativa. Por ello el conflicto y la controversia se alimentan a diario desde las industrias culturales. En otras palabras, no son medios opositores a la Casa Blanca. Nunca lo fueron. Pero ahora tienen que convivir con una cultura que es indicio de vientos de cambio. A día de hoy, mi hipótesis es que el discurso de la simulación de la libertad de expresión como industria ya no resulta efectiva ni convincente, aún siendo en diferido. Pero, para que no nos jodan la vida, y por si acaso uno en la nube se equivoca, cosa probable, conviene pasar del *Fake News* al *Fuck Newspapers*.