



Facultad de Comunicación
Grado en Periodismo

Curso académico 2016 - 2017

LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN SEGÚN GEORGE ORWELL Y ALDOUS HUXLEY

**UN ESTUDIO DE LAS LÓGICAS CULTURALES DE LA SOCIEDAD
CONTEMPORÁNEA**

CRISTINA BAQUERIZO CASTILLO
TUTOR: JUAN CARLOS FERNÁNDEZ SERRATO

Firma del tutor

Firma de la alumna

JUAN CARLOS FDEZ. SERRATO

CRISTINA BAQUERIZO CASTILLO

*Agradecimientos especiales a los profesores
de la Facultad de Comunicación de Sevilla*

*Miguel Vázquez Liñán,
Rafael González Galiana
y Ramón Reig García.*

Sin sus asinaturas, este trabajo habría sido mucho más difícil.

ÍNDICE

Introducción.....	4
Hipótesis, objetivos y metodología.....	8
Resultados y discusión	10
○ Estadio político y económico, y medios de comunicación.....	10
○ Cibercultura, soma y control.....	35
○ Lenguaje y control	50
Conclusiones	57
Referencias bibliográficas	61

INTRODUCCIÓN

"En el pasado, ningún Estado tenía el poder necesario para someter a todos sus ciudadanos a una vigilancia constante. Pero el invento de la imprenta facilitó el manejo de la opinión pública, y el cine y la radio contribuyeron a acentuar el proceso. Con el desarrollo de la televisión (...) terminó la vida privada. (...) Por primera vez en la Historia existía la posibilidad de forzar a los gobernados, no sólo a una obediencia plena a la voluntad del Estado, sino a la completa uniformidad de opinión" (Orwell, 1983, págs. 221-222).

Entre 1932 y 1953 se publican “una tríada de obras de ciencia ficción científicas” (Riva Palacio, mayo de 2014), que incluyen los libros *Un mundo feliz*, de 1932, de Aldous Huxley; *1984*, de 1949, de George Orwell; y *Fahrenheit 451*, la última, de 1953, de Ray Bradbury. Cada uno de ellos representa unos mundos futuristas, con modelos políticos muy diferentes, pero que coinciden en el control que ejerce el gobierno, aunque es llevado a cabo de maneras muy distinta para cada autor.

Por un lado, Huxley plasma en su obra un mundo basado en el consumismo, en el soma, en la comodidad, en el entretenimiento vacío, que convierte a la sociedad en productos de una cadena de montaje, en esclavos voluntarios e ignorantes. Por su parte, Orwell describe un universo comunista dominado por el miedo y el terror, por la vigilancia constante y el control extremo de la historia y de los medios de comunicación por parte del gobierno. Por último, Bradbury muestra una sociedad que rechaza el conocimiento en todas sus formas, en la que los poderosos utilizan esta incultura para ejercer su soberanía.

“No habrá arte, ni literatura, ni ciencia. No habrá ya distinción entre la belleza y la fealdad. Todos los placeres serán destruidos”. (Orwell, 1983, pág. 261)

A partir de las dos teorías políticas que plantean Huxley y Orwell, se realizará un estudio de su vigencia en las sociedades contemporáneas, analizándose las posibles similitudes y cómo inciden en las lógicas culturales. Se indagará, de este modo, en el

control de los medios por parte de los poderes económicos y políticos, y en cómo los diferentes modelos de intervención en el periodismo influyen en su desarrollo y ejercicio.

La diferencia más abismal entre las dos teorías que se nos plantean en *1984* y en *Un mundo feliz* es la forma de controlar a la población: mientras el gobierno londinense de Orwell lleva a cabo un control directo y personalizado – vigilando desde cerca e individualmente a cada ciudadano –, en el Londres de Huxley el placer está al alcance de todos, y no parece haber nada más importante que este. En esta última obra, se nos muestra un mundo en el que parece dictar el libre albedrío, solo que, en realidad, la libertad no está al alcance de ninguna persona: ¿cómo es posible ser libre si las cosas que haces o que te gustan hacer son aquellas a las que la educación te ha condicionado para amar?

Cuando superamos este contraste entre ambos libros – a priori, una diferencia que parece insalvable a la hora de comparar las teorías – nos damos cuenta de que los métodos utilizados por sendos gobiernos, así como las normas por las que se rigen, son, si no paralelas, idénticos. La propaganda masiva, la educación controlada, la fuerza del lenguaje, el rechazo al conocimiento, a los libros, a la racionalidad y a la ciencia, la intervención en la historia y en los medios de comunicación, el uso del ocio – siempre vacío – o los discursos políticos como fuente de poder son las principales herramientas mediante las cuales las *élites* dirigen la consciencia y la vida de los ciudadanos. Ciudadanos que dejan de ser vistos como individuos para ocupar el concepto de *masa*: en ambas historias, lo importante es la masa y su control, y aquellos individuos que se salen de sus límites solo encuentran dos caminos: la muerte o el aislamiento, siempre, siempre, volviendo a la masa. Todos estos mecanismos constituirían, tanto para George Orwell como para Aldous Huxley, formas de “controlar la realidad”, que persiguen una deseada estabilidad social, un estado social de bienestar: ¿nos suena? Sin embargo, en ambas sociedades se afirma estar ofreciendo la felicidad a sus ciudadanos, y estos mismos se creen felices – o, al menos, lo más felices que pueden, o aspiran, ser – siendo esta idea fruto de una constante propaganda y de un desconocimiento de otras opciones o caminos a tomar. Esto se consigue, en gran parte, gracias al lenguaje y a la comunicación, lo que tiene gran relación con los medios de comunicación contemporáneos, a través de los cuales estudiamos la realidad.

Una realidad, al fin y al cabo, no tan lejana de la que estos autores dibujan en sus obras – de ¿ciencia ficción? – y que es difícil de analizar, como suele ocurrir con el tiempo presente. Nuestra actualidad, la de España, la de los países capitalistas – pues, obviamente, Corea del Norte, por ejemplo, es un calco de la sociedad de 1984 – es un contexto que podríamos creer totalmente opuesto a cualquier tipo de control. ¿Prohibir los libros, como hicieron los *salvajes* de los nazis en la Alemania de Hitler, ese gobierno autoritario al que no nos queremos parecer en absoluto? ¿Controlar a los ciudadanos en nuestras democracias, libres y de derecho? ¿O ejercer una propaganda a través de los medios de comunicación y de la educación, para conducir el pensamiento común? Por supuesto, todo esto está lejos de suceder en nuestros países, en los que se defiende la libertad, la igualdad, la soberanía popular, la justicia, la tolerancia. Conceptos muy lejanos de las teorías de Orwell y Huxley. Conceptos que, quizás, ni siquiera tendrían una palabra para definirlos en ambas sociedades londinenses, donde el lenguaje define la realidad. Una realidad que, si no se puede expresar, no existe.

“Nosotros creemos en la felicidad y en la estabilidad. [...] Imagine una fábrica donde todos fuesen [...] individuos diferenciados y [...] acondicionados para ser capaces, con ciertas limitaciones, de escoger libremente y asumir responsabilidades. ¡Imagínela!”. (Huxley, *Un mundo feliz*, 2007, pág. 162)

Sin embargo, toda esta vorágine actual de acontecimientos, noticias, intereses, redes sociales, internet... guarda una similitud con las novelas a tratar. Por un lado, estudiaremos como hoy día se vigila a la población mediante la tecnología, de un modo que Orwell habría encontrado fascinante si hubiera podido siquiera imaginar la idea del Internet. Por otro lado, veremos cómo, en muchos aspectos, la sociedad contemporánea se parece más al modelo de Huxley, con el apaciguamiento de la población gracias a la comodidad, al placer, al entretenimiento vacío que aportan las redes sociales o la televisión, al ocio desmesurado, etc. Una civilización que oscila peligrosamente entre el control directo y estricto, disfrazado de placer y necesidad. Necesidad ante el nuevo enemigo mundial del terrorismo; necesidad por la seguridad nacional y personal. Una necesidad – perturbadora y ¿real? – tan defendida por los medios de comunicación que es aceptada comúnmente. ¿Estamos dispuestos a vender nuestra privacidad, e incluso nuestra libertad, a costa de una supuesta mayor seguridad? ¿Es real el control ejercido por el poder? Y, lo que es aún más aterrador, ¿somos conscientes de dicho control?

En todo esto, el periodismo y la comunicación tienen un especial protagonismo, pudiendo ser los principales difusores de la propaganda de control o aquellos que luchen por la verdadera libertad y democracia.

Para una mejor esquematización del estudio, se dividirá el presente texto en tres partes:

- Estadio político y económico, y medios de comunicación: en este epígrafe, se debatirá sobre conceptos como democracia, propaganda, infoxicación o desinformación, en relación con el periodismo y la comunicación. Se estudiará el control gubernamental y empresarial de la población, y el papel de las estructuras de información en este, así como la relación con la selección de noticias, la educación o los discursos políticos.
- Cibercultura, soma y control: se dedicará al control cibernético, a Internet y a las nuevas tecnologías, así como al soma actual, mediante las redes sociales y el ocio. La espectacularización mediática, la felicidad, los mundos de ficción, la globalización o la información personalizada son los temas imprescindibles que tratar bajo este título.
- Lenguaje y control: en este último epígrafe analizaremos la importancia del lenguaje, elemento elemental de las teorías de ambos autores, y su control de las lógicas culturales contemporáneas. La censura, la manipulación de la historia y el actual concepto de *posverdad* serán tratados en esta parte. Asimismo, también la degradación del lenguaje tendrá su hueco, sobre todo con el tema de la incomunicación.

HIPÓTESIS Y OBJETIVOS

Las **hipótesis** de las que parte este estudio son:

- Vivimos en una sociedad que promete justicia y libertad, pero realmente estamos controlados, y nuestras vidas programadas dentro de un camino del que es difícil salir.
- Internet y las redes sociales nos vigilan, somos vulnerables ante ellos.
- Nuestro modelo consumista y occidental se está exportando al resto del mundo, buscando más una homogeneización que una globalización.

El **objetivo general** es analizar la teoría de ambos autores y estudiar su aplicación en las lógicas culturales de la sociedad contemporánea, indagando en si actualmente está vigente alguna de sus ideas teóricas y de qué manera; y se investigará qué modelo es el imperante en la comunicación coetánea.

Además, se considerará la incidencia de Internet y de las redes sociales, así como de los recientes medios de comunicación, como la televisión, y la globalización, en el modelo actual, y de qué forma lo moldean.

Los **objetivos específicos** son:

- El estadio político: la investigación de los entes que controlan hoy día los medios; la comparación de la actualidad con las teorías de Orwell y Huxley; el estudio de las paradojas de los modelos sociales y comunicativos contemporáneos; y la influencia de todo esto en el periodismo.
- El estudio del *soma*: la incidencia en la sociedad y en la comunicación de las drogas audiovisuales, las redes sociales, los mundos de ficción y el entretenimiento vacío.
- El lenguaje y la comunicación: el estudio de la importancia de la lengua en los medios de comunicación y en la información, y su control de las lógicas culturales contemporáneas.

- La *cibercultura*: la indagación en la globalización, la sobreinformación y la incomunicación, desde el punto de vista de las teorías de ambos autores.

Desde el punto de vista del análisis del discurso y de la sociología, se realizará un estudio del tema propuesto, basado en la investigación del modelo comunicativo actual, así como el análisis de las teorías de Orwell y Huxley, y la comparación con la sociedad contemporánea; y la investigación de los modelos políticos imperantes.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

ESTADIO POLÍTICO Y ECONÓMICO, Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Actualmente los medios de comunicación son, en gran proporción, propiedad de entes ajenos al periodismo, y cuya intervención en su ejercicio, bajo sus propios intereses, afecta directamente al desarrollo de la profesión e, incluso, a sus valores. Así, este control influye en la selección de noticias que se comunican, dando lugar a un círculo vicioso: los discursos surgen de lo que la sociedad demanda, y los medios hacen un mal uso de este poder concedido, al estar bajo intereses propios que no tienen por qué estar relacionados con el periodismo. Encontramos un paralelismo entre democracia y periodismo, con la búsqueda del equilibrio entre libertad y control: Orwell y Huxley criticaban con sus obras a los modelos políticos dictatoriales, sobre todo a la política estalinista y al fascismo, pero, paradójicamente, en nuestra sociedad democratizada encontramos continuas tensiones entre la libertad ansiada y el control político y económico ejercido, lo que podría ser considerado como totalitarismos encubiertos. La función pública del periodismo ha dejado de estar supeditada a la realidad, pasando ésta a servir al mecanismo comunicativo y no al revés, y considerándose la comunicación un elemento en beneficio del progreso económico.

El primer punto importante que abordar es la situación política y económica. Como ya ha sido indicado en la introducción, el estudio va a centrarse en los gobiernos occidentales, ya que los sistemas comunistas o dictatoriales que rigen más comúnmente el resto del mundo son una situación diferente a nuestra actualidad. En España, así como en la mayoría de países europeos y en Estados Unidos, el sistema político que se desarrolla, con variaciones, es la conocida democracia. Un país democrático se rige por principios máximos como la libertad, la justicia, la igualdad y la tolerancia. Hoy día, las naciones de esta índole buscan promover y mantener un Estado de Bienestar, basado en una cierta estabilidad social, que permita el acceso de los ciudadanos a una mejor calidad de vida y una posible felicidad en consecuencia. Asimismo, nuestras sociedades están sustentadas en el capitalismo, el sistema económico que parece casi inseparable del concepto de democracia moderna. Según el filósofo Santiago Alba Rico, en el contexto de los años treinta, el capitalismo es un modelo parecido al estalinismo, que necesita poca

represión, ya que induce a la *autodestrucción placentera* (Alba Rico, 2017): aparece el término *placer*, y Huxley viene a nuestra cabeza a todo correr. No necesitamos represiones ni castigo, ni siquiera estrictas leyes prohibitivas, pues vivimos en un ambiente de bienestar social, en el cual el alcance de la felicidad está a solo un paso de distancia. Ese – posible – acceso a la felicidad nos adormece, nos destruye, nos *autodestruimos*. Rico llega más lejos en su definición de capitalismo, haciendo una similitud entre objetos y humanos: “en el mundo mágico de las mercancías, donde nada se usa y nada envejece, los cuerpos se esfuerzan por parecerse a sus electrodomésticos y a sus coches” (Alba Rico, 2017, pág. 245), es decir, todos – cosas y humanos – esperamos en el Mercado, listos para ser consumidos, destruidos. Winston, el protagonista de *1984*, pensará en una ocasión: “Los proletarios no se sublevarán ni dentro de mil años ni de mil millones de años. No pueden. [...] El Partido no puede ser derribado por ningún procedimiento” (Orwell, 2013, pág. 256), refiriéndose al sistema de *Oceanía*. Hoy repito estas palabras, pensando en el capitalismo.

La democracia es definida por algunos autores como una *dictadura de la palabrería* (Combs & Nimmo, 1998), con campañas que integran acciones, y una frontera difusa entre información, publicidad, propaganda, etc. En su definición original, la democracia es sinónimo de la libertad y de la soberanía nacional: el pueblo deja el poder en manos de unos representantes, elegidos entre todos los ciudadanos, los cuales deben ser vigilados por los medios de comunicación en su labor de llevar a cabo los deseos populares de la mayoría, en post de una felicidad común. Sin embargo, lejos de esa noble imagen, nos vemos rodeados de una clase política elitista, que no representa muchas veces a su ciudadanía, y de un periodismo que, más que ejercer su función de vigilar el buen funcionamiento del poder, se encuentra a merced de intereses políticos y económicos. El ser humano se cree lejos de estar bajo el dominio de un totalitarismo, viviendo bajo la ilusión de la libertad, pero se ve en muchas ocasiones limitado, dominado y controlado (Reig, 1995). Cada vez nos encontramos más alineados, pero sin ser conscientes de dicha alineación (Castilla del Pino, 2001, pág. 36). Edward Herman y Noam Chomsky fueron directos en su definición de democracia, en el contexto estadounidense, comparándola con el universo de *1984*: "Como otros términos del discurso político, la palabra 'democracia' tiene un significado técnico orwelliano cuando se usa en exaltaciones retóricas, o en el 'periodismo' habitual, para referirse a los esfuerzos estadounidenses para restablecer la 'democracia'. El término hace referencia a sistemas en los cuales el control

de los recursos y los medios violentos aseguran el mando a elementos que servirán a los intereses del poder estadounidense" (Herman & Chomsky, 1990, pág. 15).

¿Por qué se aleja actualmente la democracia de la libertad? Principalmente, porque estamos inmersos en una gran crisis. Esta decadencia presente no es solo económica, aunque lo parezca, sino que es, ante todo, biológica. Esto lo defiende, entre otros muchos autores de diversos campos, Aldous Huxley, al escribir una breve tesis sobre su propia obra *Un mundo feliz*, en el año 1958. Huxley analiza los problemas del mundo en relación con su libro, e incluso propone algunas soluciones. Para él, el mayor problema de la humanidad – que sigue siendo vigente – es la sobrepoblación mundial: “En el Mundo Feliz de mi fábula, el problema del número de seres humanos en su relación con los recursos naturales había quedado solucionado de un modo efectivo. Se había calculado una cifra óptima para la población mundial y el número se mantenía en los alrededores de esta cifra (algo inferior a los dos mil millones, si no recuerdo mal) generación tras generación. En el mundo contemporáneo real, el problema de la población no ha sido solucionado. Por el contrario, se está agravando y haciendo más formidable con cada año que pasa. Es con este sombrío telón de fondo biológico como se están representando todos los dramas políticos, económicos, culturales y psicológicos de nuestro tiempo” (Huxley, 1998, pág. 12). El autor continúa exponiendo este problema en las siguientes páginas, afirmando que “allí donde la vida económica de una nación se hace precaria, el gobierno central se ve obligado a asumir responsabilidades adicionales para el bienestar general”, concentrándose el poder en manos del ejecutivo. Según Huxley, este exceso de población provoca una inseguridad económica, lo que puede llevar a la agitación social. Para evitar esto, los gobiernos aumentan la intervención y el poder. El escritor termina diciendo que “dentro de veinte años, todos los países excesivamente poblados y poco desarrollados del mundo estarán bajo una u otra forma de gobierno totalitario” (Huxley, 1998, pág. 16).

Con este futuro panorama tan poco esperanzador – y que, por desgracia, se está cumpliendo – debemos intentar situarnos en nuestro propio contexto. España, al igual que los países occidentales, está aún inmersa en una grave crisis económica. Esta, como predecía Huxley, ha dado lugar a numerosos momentos de tensión política y de agitación social, hasta el punto actual, en el que movimientos políticos extremos están triunfando a lo largo de toda Europa. En Estados Unidos, el gobierno ha caído en manos de Donald Trump, un político que tiene más de magnate económico que de político. La élite

económica se mezcla – *engulle* – a la élite política, y las preocupaciones de unos se convierten en las prioridades de los otros. La democracia *es* capitalismo, y el capitalismo es producción. Y la producción conlleva siempre alineación, un espacio donde es inservible la libertad. La democracia *debería ser* libertad, pero la democracia es capitalismo, es ya un producto; es ya hoy crisis y mañana riqueza, pero nunca libertad. Henri Lefebvre dijo: “Lo que caracteriza la formación del capitalismo en Occidente no es la prisión del individuo, sino el hecho de ponerlo a trabajar. [...] Lo admirable, lo asombroso, es que la operación haya tenido éxito. La clase dominante hizo que los trabajadores amasen el trabajo” (Lefebvre, 1978, pág. 43). Como en *Un mundo feliz*, los ciudadanos, en su mayoría, creen fervientemente en la idea del trabajo como único camino hacia la felicidad. Una felicidad que solo es posible alcanzar, en nuestra sociedad capitalista y consumista, a través del dinero y de los objetos materiales, o de las experiencias, a comprar con el dinero. Amar el trabajo, amar la forma de vida que llevamos, da bienestar y paz, pero ¿da libertad? ¿Es preferible la felicidad sin libertad, que la libertad a costa de todo? En ambos libros, la respuesta sería clara, como podemos ver según la descripción del liberalismo que se hace en *Un mundo feliz*: “[El liberalismo son] discursos sobre la libertad del individuo. La libertad de no servir para nada y ser desgraciado” (Huxley, 2007, pág. 37).

En resumen, la crisis actual, que está ganándose poco a poco la etiqueta de “permanente”, provoca una inestabilidad social que amenaza nuestro querido Estado de Bienestar – “no hay civilización sin estabilidad social” (Huxley, 2007, pág. 33) – y, con él, nuestra felicidad. Para hacer frente a esto, el gobierno hace uso de dos herramientas: el control y la propaganda.

“Nada le es más útil al Estado que una libertad proclamada y una vigilancia oculta” (Dupont de Nemours, 2012, pág. 89).

Nos sentimos constantemente vigilados: hay cámaras por todas partes, carnés de identidad, mecanismos de identificación, sistemas para vigilar el cumplimiento de los horarios laborales, radares de velocidad... incluso a través de los datos recogidos por la Seguridad Social, en una sociedad en la cual la “autonomía personal es considerada el principal valor” (Mattelart & Vitalis, 2015, pág. 14). En el seno del Estado de Bienestar, que prometía esa independencia y esa libertad personal, ve la luz la vigilancia masiva.

Pero ¿qué motivos puede tener el gobierno para vigilarnos? ¿qué motivos, al menos, puede esgrimir el poder para legitimar nuestro control? La respuesta es clara: la seguridad nacional.

Vivimos en un mundo globalizado, es decir, con interconexiones que nos unen a lo largo y ancho del globo, sobre todo actualmente, con las redes sociales. Y, en países democratizados, este concepto significa aún más libertad, lo que se resume en una palabra: libre circulación. Si me gustaría visitar París, hoy en día es tan simple como comprarme un billete hacia esta mágica ciudad, solamente equipada con mi documento de identidad nacional. Si quisiera trasladarme a trabajar a Bélgica, no necesitaría realizar un papeleo mucho mayor que si decido vivir en Barcelona en vez de en Sevilla, mi ciudad natal. Hasta ese punto soy libre. Sin embargo, cada vez más, las cosas se están poniendo complicadas, y todo es debido a una idea: el terrorismo, o más bien, la guerra contra el terrorismo. Estamos inmersos en un conflicto a gran nivel, uno nuevo y diferente, que inmiscuye a varios países. El grupo terrorista yihadista – ¿ya mundial? – Estado Islámico, también llamado Dáesh, que comenzó siendo una amenaza a nivel territorial en Irak y en los países colindantes, es actualmente un enemigo claro de Europa y Estados Unidos, aparte de la ola masiva de inmigrantes que ha provocado, proveniente en su mayoría de Siria, país que ha quedado reducido a escombros por este brutal grupo armado. Tras auto señalarse como los culpables de los atentados producidos en ciudades europeas como Berlín, Londres o Bélgica, así como tras auto difundir vídeos de las atrocidades que cometen contra la población y el patrimonio de los lugares que van *conquistando*, los países occidentales se han posicionado enemigos del terrorismo y han fortalecido el control – o quizás solamente lo hayan hecho público – sobre los ciudadanos. La excusa de este duro control es la seguridad nacional y esta lucha contra el terrorismo, ante todo. Pero ¿es posible conciliar el control y la vigilancia masiva con la libertad personal?

Huxley afirma “la libertad, como todos sabemos, no puede florecer en un país que está permanentemente en pie de guerra o aún en pie de casi-guerra” (Huxley, 1998, pág. 17). Y en ese limbo nos encontramos ahora mismo nosotros, en un contexto histórico en el que las guerras ni se declaran ni, por consiguiente, se terminan, pero los mecanismos de control se refuerzan y los movimientos políticos y sociales en post de una mayor intervención del Estado se reiteran, cada vez más fervientemente. Sin olvidar el papel de los medios de comunicación en estas guerras, continuándolas o legitimando su existencia,

ganando beneficios a costa de ellas. Julian Assange afirma, en el documental Sombras de libertad: “Creo de verdad que las guerras las empiezan los principales medios de comunicación. Que la prensa se está acercando demasiado al gobierno. De hecho, podríamos hablar de un cruce entre las estructuras de los principales medios y los servicios militares de inteligencia” (Tremblay, 2012).

En 1789, en la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano, se garantizó el derecho a la seguridad, que hoy esgrime el poder. El Estado encuentra así motivos para convertirse en un *Estado vigilante*: “Más allá de la clásica función soberana del Estado – la seguridad y el mantenimiento del orden-, se va a asistir a una verdadera revolución del control que va a generar graves problemas a las democracias preocupadas por la preservación de las libertades individuales” (Mattelart & Vitalis, 2015, pág. 114). Por lo tanto, el concepto de libre circulación que representaba nuestra libertad se ve alterado, es puesto en peligro debido al principio de la seguridad. Matterlart & Vitalis afirman que, a más libertad de circulación, mayor espacio para la libertad, y, por lo tanto, “mayor es la necesidad de intensificar el control” (De Orwell al cibercontrol, 2015, pág. 26). La libertad, que se demuestra casi exclusivamente en esta circulación libre, empieza cada vez a estar más controlada y limitada. El terrorismo se convierte en el “nuevo enemigo global” tras el Comunismo, “guerra que va a internacionalizarse hasta convertirse en el denominador común de las políticas de seguridad en gran parte del mundo, con los países de la esfera occidental en primera fila” (Mattelart & Vitalis, 2015, pág. 17).

Esta lucha contra el terrorismo no solo les da a los gobiernos la necesidad de vigilar masivamente, sino que genera en la ciudadanía la aceptación de dicho control, e, incluso, la idea de que es una medida necesaria para restablecer la seguridad nacional e individual. Somos conscientes de esta vigilancia y lo permitimos. En Estados Unidos, se vota a Trump como manera de protegerse frente al *enemigo*, creando muros, llevando a cabo espionaje militar, aunque sea a costa de menos libertad. Orwell definía el sistema de *1984* como una “estructura piramidal, idéntica adoración a un jefe semidivino, la misma economía orientada hacia una guerra continua” (Orwell, 2013, pág. 194): los líderes económicos y políticos arriba, los pobres abajo del todo; Trump como un líder que desata pasiones enfermizas – y que suma, cada vez más, enemigos cuantiosos, como cualquier líder adorado –; y una guerra continua contra, podríamos decir, el terrorismo, pero puede

que la respuesta más cercana a la verdad sea contra cualquier modelo político o grupo – de cualquier tipo – que amenace la supremacía de Estados Unidos. Esto, sumado al control patente del gobierno estadounidense hacia sus propios ciudadanos, ¿muestra mucha diferencia entre el gobierno democrático de Trump y el sistema orwelliano de *Oceanía*? *Espiar* se vuelve una protección, pero cuando se vigila a civiles, ¿es información militar o información privada lo que estamos recabando? La bandera de la transparencia se iza en nombre de la democracia, pero parece que son solo los ciudadanos aquellos que tienen que ser netos ante la ley. ¿Es esta transparencia total una destrucción de la libertad o solo debe temerla la persona que hace algo *mal*? El control se lleva a cabo en defensa de unas libertades que, paradójicamente, desaparecen bajo la presión de un control casi sin límites. ¿Existe libertad si existe control? Por ejemplo, ¿actuamos con naturalidad y libertad cuando nos sabemos observados? Esto se ve respondido en nuestro comportamiento en Internet, donde nos sentimos todo el tiempo analizados, y nuestras acciones observadas, por otros usuarios a nuestro mismo nivel: todo lo que subimos, compartimos, damos *like*, comentamos... en nuestras redes sociales, es minuciosamente pensado antes de hacerlo, llegando incluso a actuar mediante máscaras. Elegimos nuestras mejores facetas y las mostramos, ocultando lo que no nos gusta de nosotros mismos o de nuestra vida, en un juego de poder, de control. La información es poder, el poder da control, y nosotros nos quedamos en la superficie del juego, creyendo que todas las cartas están puestas sobre la mesa y que somos nosotros los que llevamos las riendas de la partida, conociendo datos de otros usuarios, seguros de que el intercambio de poder – de información – es entre nosotros y el resto de internautas. No nos paramos a pensar que el verdadero movimiento de control se produce en la capa más profunda, conociendo información sobre nosotros que considerábamos privada, que ni siquiera teníamos intención de *colgar* de ningún modo en la red. Y esos datos que creíamos secretos son conocidos por empresas, por personas que ni conocemos, que ni siquiera tienen por qué vivir en nuestro mismo continente. No es este un mundo tan lejano al ideado por Huxley: en el universo cibernético social, todos somos amados, e intentamos mostrar belleza, juventud, diversión, éxito, relaciones. Mientras tanto, manos orwellianas tejen y deshacen los hilos de nuestras máscaras, dejando nuestra privacidad totalmente desnuda.

Este tema lo trataremos más profundamente en el siguiente epígrafe. Ahora, por rematar este punto, decir que el peligro de la vigilancia por empresas o gobiernos no es el único del que somos consciente. También sabemos que hay ciertos individuos solitarios

– o casi –, que controlan los movimientos de los demás, sus datos e informaciones, lo que puede llevar a casos de pedófilos o secuestros. Por ello, el control en manos de la élite de poder se ve excusado como única vía de atrapar a este tipo de personas peligrosas.

Ante todo esto, no podemos esgrimir la idea de que el poder controla a la población porque esta no es consciente de que esa vigilancia se lleva a cabo. Puede que sea cierto que una parte de la ciudadanía no sepa hasta qué punto puede llegar un gobierno o una empresa con este control, pero la masa se sabe observada, y más aún desde la aparición de Internet. Además, después de casos como el de WikiLeaks y, sobre todo, el de Edward Snowden, se hizo enteramente público el potencial que tiene un ente para controlar a un Estado entero de personas. Sí, nos sabemos observados, aunque quizás lo que no tengamos del todo claro es para qué se utilizan nuestras informaciones, lo que puede suponer la diferencia entre actuar ante esta invasión de la privacidad, o, simplemente, dejarse vigilar.

Hagamos un breve inciso para explicar el caso Snowden, ya que es clave en el tema del control de la población. El caso sucedió entre 2004 y 2013: Edward Joseph Snowden fue un estadounidense patriota que trabajó para la CIA y para la NSA, las dos agencias de seguridad e inteligencia de Estados Unidos. Trabajando para la NSA descubre un programa llamado XKeyScore, el cual es como una interfaz de búsqueda de todos los datos que se deseen saber: “es como una búsqueda en Google, solo que, además de ver lo que la gente hace público, también vemos todo lo demás, como e-mails, chats, SMS...” (Stone & Fitzgerald, 2016). También podía activar cámaras y micrófonos de ordenadores, incluso si estos estaban apagados. Tras ver, además, otras acciones de control llevadas a cabo por Estados Unidos – como *pinchar* todas las infraestructuras de Japón, México, Alemania, etcétera; o como se puede lanzar una bomba con un dron, sin casi comprobar que el objetivo sea el correcto o que no haya víctimas inocentes ahí – Snowden se siente cada vez más alejado de su propia ética. Intenta alertar a sus compañeros y a la estructura de inteligencia del país del atentado contra la libertad personal y la intimidad que supone *espíar* a los ciudadanos. Pero lo que recibe son amenazas: “no le cuentes la verdad al poder: te machacaremos”. Finalmente, acabo aceptando una verdad que para él se vuelve cada vez más insoportable: “esto no es por terrorismo: el terrorismo es la excusa. Esto es para lograr un control económico y social”. Ante esto, decide acudir al periódico The Guardian, consiguiendo sacar pruebas desde el mismo corazón de la NSA y haciendo

pública toda la información. Para él, es importante que sea el pueblo el que decida si el gobierno ha hecho algo mal o no. La noticia fue publicada y él se exilió en Rusia, donde aún continúa teniendo asilo, ya que el gobierno de Estados Unidos le acusa de haber puesto en peligro la seguridad nacional.

“Política, amigo mío: la cultura del miedo vuelve a vencer” (Stone & Fitzgerald, 2016).

Sin embargo, una vez que se supo la verdad, la población – en su mayoría – no tomó ninguna acción. La vida continuó igual. Vemos así que la una gran parte de la población se sabe controlada, pero se deja vigilar ante el fantasma de una amenaza mayor que la de perder su privacidad. ¿Cómo consigue el poder que el pueblo le ceda libremente el control de su privacidad? Gracias, principalmente, a la propaganda.

Citando a Weber, “cualquier forma genuina de dominación implica un mínimo de conformidad voluntaria, es decir, un interés basado en motivos ocultos o una aceptación y obediencia genuinas” (Weber, 1993). En ambos libros, la utilización de la propaganda por el gobierno es algo que se sabe públicamente. Y no solo se acepta, sino que ambas ciudadanía están concienciadas del poder y de la importancia de esta herramienta, hasta el punto de creerse necesaria por todos. En ambas novelas, la propaganda alcanza un grado tal de control sobre la mente, que la consigna de los dos mundos se podría resumir en una frase: NO ES CREER, ES SER. Es una propaganda tan abusiva, tan presente en todos los momentos y lugares de su vida, que termina convirtiéndoles en la misma propaganda: “La consigna de todos los despotismos era: 'No harás esto o lo otro'. Nuestra orden es: 'Eres'. Ninguno de los que traemos aquí puede volverse contra nosotros. Les lavamos el cerebro” (Orwell, 2013, pág. 249).

“Somos gobernados, nuestras mentes moldeadas, nuestros gustos formados y nuestras ideas sugeridas en gran parte, por personas de las que nunca hemos oído hablar” (Bernays, 1928).

Hoy día, la propaganda nos ofrece unas expectativas de progreso y de vida exitosa, que, por ejemplo, se difunden a través de las redes sociales: los llamados *instagramers*, o los *youtubers*, muestran una vida de belleza, juventud, locura, diversión, dinero, marcas

de ropa, hoteles de lujo, viajes sin fin... una vida a la que aspiramos, con fotos profesionales, siempre enseñando la parte buena de todo, y ocultando la mala – que parece no existir, su vida es ¿perfecta? –, alentándonos así a consumir esas marcas, esa ropa, esos hoteles. *Hola de nuevo, Huxley*.

En *Oceanía* no existían leyes, nos contaba Winston. En *Un mundo feliz*, tampoco. En nuestra sociedad española existen leyes, pero tenemos una Constitución que no prohíbe nada explícitamente. Solamente nos explica las consecuencias que tienen nuestros actos: si matas, vas a la cárcel, por ejemplo. No se prohíbe nada, pero los caminos ya están señalados, y aquel que se sale de ellos, corre el peligro de ser infeliz, de echar su vida a perder. “Si escoge usted otras normas diferentes de las nuestras,” – dice Mustafá Mond al salvaje en *Un mundo feliz*, sabiendo que existe, como en nuestra sociedad, la posibilidad de no sentir como propias las normas establecidas – “quizás pueda decir que está degradado” (Huxley, 2007, pág. 172). Todo poder quiere mantener su dominio. Actualmente, la propaganda que se lleva a cabo en nuestras sociedades es una propaganda del conformismo, del consumismo, no tan diferente a las que se realiza en ambas novelas. Esto sería llamado como propaganda de integración, por el teórico francés Jaques Ellul, en su obra *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*.

Ellul parte de la idea de que la propaganda es un ataque contra la democracia y la libertad de las personas, ya que una parte de la realidad se convierte en toda la realidad, ofreciendo una situación sesgada, no permitiéndonos tener toda la información para tomar decisiones. Por este motivo, para él no tendríamos una gran calidad democrática actualmente, porque, además, una democracia se da cuando el poder viene del pueblo, y, no tenemos casi ningún acceso al discurso, es decir, casi ningún acceso al poder. La propaganda debe ser estudiada en su contexto, al cual llama *sociedad tecnológica*, que podría equipararse a nuestra sociedad de masas. El objetivo principal de la propaganda es integrar a los individuos en la sociedad tecnológica, lo que es indispensable para su establecimiento, buscando adaptar al individuo a un estilo de vida (Ellul, 1973). Un ejemplo de esta propaganda de integración es el consumismo: no podríamos continuar en nuestra sociedad actual si nouviésemos como estímulo una constante propaganda sobre ella, inculcándonos la necesidad y el placer de consumir como mecanismo. Anuncios de ropa, de coches, nuestros ídolos siempre con cosas nuevas, “si se te rompe un móvil, tráenoslo y te hacemos descuento en uno nuevo” ... No existe una ideología de reparar los

objetos estropeados, aunque tal vez sería factible. Nuestro mundo es de *usar y tirar*, ahora incluso, a veces, con las personas.

La ideología se disfraza de estilo de vida, por eso no notamos tanto la propaganda. Sin embargo, la sociedad de masas no se puede entender sin la propaganda de masas, en la cual la verdad no es importante, sino la verosimilitud, la credibilidad. La propaganda usa habitualmente "hechos" en sus mensajes, que suelen interpretarse como 'reales', no opinable. Por ejemplo, estudiar la historia dando por hecho que nuestro modo de vida es el mejor, o que el capitalismo es el único modelo social posible, cerrando así las vías creativas o utópicas. Para Ellul, la integración se organiza en campañas a largo plazo, que se 'auto reproducen', es decir, nosotros que estamos integrados en un determinado sistema, somos propagandistas de dicho sistema, lo sepamos, queramos o no; y así, con nuestra forma de actuar y hablar, reproducimos dicho modelo, y, de este modo, lo legitimamos y lo afianzamos. Según el autor, en nuestra sociedad tecnológica, la gran campaña de integración que se ha realizado es la propaganda para el conformismo, en la que es mejor aguantar lo que hay ante el miedo al cambio real, al peligro del cambio, de salir de la *zona de confort*. No es suficiente un acto circunstancial de adhesión (como el voto), sino que busca una adhesión total a las *verdades* y las pautas de comportamiento que exige esa sociedad. El individuo se integra en el todo, para que el sistema funcione de la forma más efectiva posible (Ellul, 1973). Como decíamos antes, NO ES CREER, ES SER.

Por ejemplo, en 1984, la propaganda del partido es repetida tantas veces y por tantos sitios, que la mayoría de la población asume que las máximas del gobierno son la *verdad*: “los tres eslóganes sobre la blanca fachada del Ministerio de la Verdad le recordaron que: LA GUERRA ES LA PAZ, LA LIBERTAD ES LA ESCLAVITUD, LA IGNORANCIA ES LA FUERZA” (Orwell, 1983, pág. 33). Por su parte, en *Un mundo feliz*, la comodidad y el placer son tan fáciles de aceptar como modo de vida para la sociedad, que aquel que se sale del modelo establecido parece un loco, más que alguien peligroso para la estabilidad:

“– Pero yo no quiero la comodidad. Yo quiero a Dios, quiero la poesía, quiero el verdadero riesgo, quiero la libertad, quiero la bondad. Quiero el pecado.

– En resumen – dijo Mustafá Mond –: usted reclama el derecho a ser desgraciado”
(Huxley, 2007, pág. 175).

Toda esta *construcción de consenso* (Lippman, 2003) implica la toma vertical de decisiones sobre lo que es importante como para ser propagado, así como implica el control de la opinión pública, expresando lo políticamente correcto y censurando lo incorrecto – lo decidido como incorrecto por la élite –, y difundiéndolo por los medios de comunicación y por la cultura, como la educación. La pregunta que nos hacemos es ¿es esta *construcción del consenso* una forma de dominación? La ciudadanía tiene un cierto grado de acceso al discurso, y en la desigualdad de acceso, de participación en la construcción de los discursos y su propagación, está la base del autoritarismo. El acceso al discurso se da por la educación y por la economía política de los medios.

La educación – educación reglada – es vista por algunos autores como propaganda, por otros como antídoto de la misma, y muchos se posicionan entre ambas visiones. Por un lado, hay autores que opinan que la escuela es un *aparato ideológico del Estado* (Althusser, 2003), es decir, equivalente a la propaganda, porque tiene el objetivo de inculcar una ideología, unos valores, a través de unos medios. En general, los Estados Nación que se crean en Europa, tal y como los conocemos hoy, son una invención casi exclusivamente de siglo XIX, con la idea de nación y de identidad nacional. Por ello, estos autores ven a los Estados y a los sistemas de educación *nacionales* como sistemas propagandísticos, que, entre otros fines, sirven para construir el sentimiento de identidad nacional y de unidad. Además, el propio sistema educativo está sometido a las necesidades del mercado consumista: por ejemplo, con los másteres: nos sentimos obligados a hacerlos, pero realmente es como una imposición de mercado, que además ha mermado la calidad. El mejicano Iván Illich decía al respecto que los sistemas educativos reglados sirven para crear la *necesidad* de más educación reglada, lo conocido como “titulitis”. Aunque pudiéramos aprender más de forma autodidacta, lo que cuenta es tener el título. Esto es otra forma de propaganda de consumismo: “La escuela inicia [...] el Mito del Consumo Sin Fin. Este mito moderno se funda en la creencia de que el proceso produce inevitablemente algo de valor y que, por consiguiente, la producción produce necesariamente demanda. [...] Una vez que se ha desacreditado al hombre o a la mujer autodidactos, toda actividad no profesional se hace sospechosa” (Illich, 1978). La idea de que la producción – de algo de valor – produce necesariamente demanda, impregna nuestro mundo, así como los de Orwell y Huxley. Así, se construye una ciudadanía disciplinada y obediente, que se adapta a un determinado sistema y funciona todo de manera efectiva (Ellul, 1973).

La ciencia es la gran legitimadora del saber, pero la academia lo legitima de manera automática. De este modo, en *1984*, la educación es estricta y se nutre de una propaganda abusiva, hasta el punto de que los niños denuncian a sus propios padres cuando ven que incumplen alguna idea del Partido. Por otro lado, en *Un mundo feliz*, vemos como la educación se hace por estímulos y por genética, sin que los niños sean ni conscientes. A lo largo de toda la educación, les someten a una serie de experimentos (por ejemplo, a rechazar la naturaleza mediante descargas eléctricas al tocar una flor, cogiéndole miedo) y a repeticiones de eslóganes mientras duermen, para que crean que esas ideas son propias y básicas, de sentido común. En ambas sociedades, los libros y la ciencia no están al alcance de la ciudadanía – en *1984*, ni siquiera escribir algo de imaginación propia está permitido –, ya que aprender y leer conocimiento emancipa las mentes, permite pensar, enseña a pensar, y, así, a crear nuevo conocimiento. Un conocimiento que solo pondría en peligro el poder del gobierno, y que, además, no supondría ningún tipo de enriquecimiento en una sociedad consumista: “No se consume gran cosa cuando se pasa uno las horas muertas leyendo libros” (Huxley, 2007, pág. 39). Ambos mundos se basan en sociedades en las que a cada persona se le *impone* una función, la cual aprenden a amar o creen amar desde siempre, por repeticiones y descargas eléctricas. El gobierno controla así las profesiones y su desarrollo, para que nadie se salga de los límites establecidos. Por eso, además, se establecen clases sociales: “porque si todos disfrutasen por igual del lujo y del ocio, la gran masa de seres humanos, a quienes la pobreza suele *imbecilizar*, aprenderían muchas cosas y empezarían a reflexionar por sí mismos; y si empezaran a reflexionar, se darían cuenta más pronto o más tarde que la minoría privilegiada no tenía derecho alguno a imponerse a los demás y acabarían barriéndoles. A la larga, una sociedad jerárquica solo sería posible basándose en la pobreza y en la ignorancia” (Orwell, 2013, pág. 189).

Por último, en sendos libros, el final es desolador: quien se sale del camino marcado por la propaganda, es desgraciado, no halla la felicidad. La felicidad se muestra incompatible con el conocimiento, con la verdad, con la razón y con la libertad: “la verdad es una amenaza y la ciencia un peligro público” (Huxley, 2007, pág. 166). En *1984*, Winston es torturado hasta el punto de perder la razón, y seguir viviendo una existencia vacía e infeliz. Él habría preferido la muerte a ese tipo de existencia, y la muerte es lo que encuentra el Salvaje de *Un mundo feliz*, no sabiendo escapar de un mundo totalmente dichoso, pero igualmente vacío. El Salvaje, que era capaz de razonar gracias a que había

leído diversos libros a lo largo de su vida, cuando habitada fuera de la civilización, era capaz de ver la falta de libertad de ese mundo, y no estaba dispuesto a aceptarla. Termina suicidándose, expresando así la idea de que una vez que nos sabemos encerrados, por muy hermosa que sea la jaula, es difícil – desquiciante – aceptar vivir bajo el yugo de otros. Quizás, al final, el salvaje sí que consigue su ansiada libertad, dejándonos una pregunta: ¿es, pues, posible ser libres sin acceso al conocimiento?

En nuestra sociedad, la situación no es tan drástica – si no, no estaría escribiendo este ensayo, ni ustedes leyéndolo –, aunque hay ciertos aspectos a exponer. La educación reglada no es la gran emancipadora, y, cada vez más, no ayuda a forjar una mirada crítica. Vemos como la música, el arte, la filosofía o las letras universales son consideradas como materias secundarias, apartadas del camino, por un gobierno que hace cambios en la educación a pesar de enfrentarse a la mayoría de profesionales y alumnos. En España, las ciencias y las letras se separan drásticamente desde el principio de la educación, como si no hubiera posibilidad de conciliarlas – ¿qué queremos ser: medio tontos o medio listos? –, dándoles, además, un estatus superior a las *ciencias*. Obviamente, estas son muy necesarias, pero los conocimientos artísticos, sociales, de humanidades, etc., aportan algo también imprescindible en una mente racional: un espíritu crítico, capaz de pensar, de tener curiosidad, de cuestionarse lo incuestionable, de desarrollar la imaginación. Y la imaginación es tan necesaria como saber sumar, pues todo nace de ella. Hoy día, las escuelas – siempre hablo de la *mayoría* – se basan en clases rígidas, con conocimientos rígidos, que se enseñan de cara a unos exámenes que aprobar, no a un aprendizaje real. La historia se da como algo fijo, la ciencia se da como algo innegable, la música se da como un *hobbie* – cuéntenle esto a Mozart, por favor – y la filosofía se da en el bachillerato, y optativamente. A algunos profesores, incluso, parecen molestarles las preguntas, cuando de ahí sale la creatividad. A los niños se le mandan deberes, y, cuando los terminan, se sientan frente a la televisión, y no piensan en mucho. Cuando se enseña lengua en el colegio, a lo que más énfasis se le da es a la sintaxis – al final, resulta que todo es resumible en *ecuaciones* – y los jóvenes llegan a la universidad sin saber debatir, ni exponer trabajos, ni hablar frente a un grupo de personas con diversas opiniones. Muchos, además, no saben formarse una opinión propia, distinta de la que oyen en casa o ven en los medios de comunicación. Winston se preguntaba “¿Qué conocimiento tenemos de nada si no es a través de nuestro propio espíritu? Todo ocurre en la mente y sólo lo que allí sucede tiene una realidad” (Orwell, 2013, pág. 271).

Tal vez el problema sea que nadie nos ha enseñado nunca a pensar, a dejar a la mente divagar: “La educación moral, que no debe nunca ser racional en modo alguno” (Huxley, 2007, pág. 23). Puede que nuestra realidad no esté basada en la estricta educación que rige la existencia de los mundos de Orwell y Huxley, pero ¿es posible que la mayoría de nosotros llegue a tener una identidad distinta que la que se desea que tengamos? ¿Es posible que lleguemos a imaginar una sociedad diferente a esta, que lleguemos a vivir a nuestro propio modo? ¿Tenemos escapatoria del consumismo, de la corrupción, de la economía por encima de todo? No me veo capaz de elegir un camino propio, que se salga de lo establecido, de vivir de manera diferente a esta existencia que nos ahoga. Aunque vea que lo que nace a mi alrededor esté mal, nazca podrido y muera pudriéndolo todo a su paso; aunque sienta que algo diferente de este mundo de acero y humo pueda ser algo bueno; no me veo capaz de llevarlo a cabo, de tirarme a ese abismo. Criada como una niña de familia cristiana, recuerdo preguntarle – aún muy pequeña – a mi madre, saliendo de la Iglesia, que por qué nuestro Dios existía y los otros no. Recuerdo pensar que, si no conocía todas las religiones del mundo, no iba a ser capaz de elegir a cuál pertenecer, o si no me sentía representada por ninguna. ¿Cómo tomar una decisión, si solo conozco una opción entre mil? ¿Si solo conozco la cultura en la que he nacido? Me pregunto lo mismo que tantas veces se cuestionaba el protagonista de *Un mundo feliz*: “¿Qué es lo que experimentaría si pudiese, si fuese libre, si yo no estuviera esclavizado por mi acondicionamiento?” (Huxley, 2007, pág. 68). ¿Cómo sería yo si hubiera nacido hombre, y no fuera nunca juzgado por mi físico o por mis debilidades? ¿Cómo sería yo si hubiera nacido mujer hace cincuenta años, o si naciera dentro de cien? ¿Es acaso posible separar la identidad del contexto en el que se nace y vive, del *acondicionamiento*?

Esto es un ejemplo personal de la conocida como Espiral del Silencio (Noelle-Neumann, 2011): la opinión pública es una forma de control social, en la que los individuos adaptan su comportamiento a las actitudes predominantes ante el miedo al aislamiento. Enmudecemos y aceptamos la postura o el comportamiento de la mayoría, para no quedarnos excluidos de la sociedad, incluso aunque esa sociedad sea una tan denigrante para el espíritu como la de *1984*: “El individuo solo detenta poder en tanto que deja de ser un individuo. Ya conoces la consigna del Partido: <<la libertad es la esclavitud>>. [...] El ser humano es derrotado siempre que está solo, siempre que es libre” (Orwell, 2013, pág. 258). Como Winston o los protagonistas de *Un mundo feliz*, que son amenazados con ser excluidos de la sociedad; o como Julia, la novia de Winston, que

finge ser fiel al partido, que grita más que nadie apoyándolo, mientras por dentro lo odia: “Por falta de comprensión, todos eran políticamente sanos y fieles” (Orwell, 2013, pág. 158). Todos somos libres, aunque sea de pensamiento, pero si ese pensamiento está adoctrinado, si esa capacidad racional solo ha aprendido a moverse entre ciertos límites... ¿es cierta esta libertad? ¿Aceptamos la política porque no la comprendemos, porque no tenemos una rica educación política ni buena información?

Por otro lado, también hay teóricos que luchan contra este sistema de *escuela-fábrica*: “Queremos hombres capaces de evolucionar incesantemente; [...] hombres cuya independencia intelectual sea la fuerza suprema, que no sujeten jamás a nada; dispuestos siempre a aceptar lo mejor, dichosos por el triunfo de las ideas nuevas y que aspiren a vivir vidas múltiples en una sola vida. La sociedad teme a tales hombres: no puede, pues, esperarse que quiera jamás una educación capaz de producirlos” (Ferrer i Guàrdia, 1976, pág. 147).

Ken Robinson, por ejemplo, es un orador y escritor que defiende que “bailar es tan importante como sumar” (Robinson, 2006), rechazando el sistema estadounidense de “exámenes estandarizados” que se está trasladando también a España: “su modelo pasa por una escuela que promueve disciplinas como la danza o el teatro, y que experimente con técnicas novedosas como el aprendizaje basado en proyectos” (Álvarez, 2016). Robinson es directo: “la gente piensa que es una excentricidad decir que la escuela funciona como una fábrica, pero es cierto. Se divide en compartimentos separados, a los que la gente acude durante unas horas fijas; los días se distribuyen en bloques de tiempo y los alumnos son evaluados de forma periódica para saber si son aptos para seguir ahí. A los que no se adaptan se les responsabiliza de su fracaso, pese a que es el sistema el que les ha fallado” (Robinson, 2016). Aunque Robinson ve que el sistema cambia lentamente, en países como Finlandia o Singapur, sigue creyendo que el sistema actual perjudica a la libertad: “Cuando ves a niños a los que la escuela les da un mal servicio, que abandonan las aulas pensando que son estúpidos [...], creo que un mejor comienzo vital les brindaría la oportunidad de descubrir sus auténticas cualidades y elegir su camino. [...] Cuando digo que es una cuestión de derechos humanos no es una exageración: la gente tiene derecho a dirigir su propia vida” (Robinson, 2016). ¿No será que es más fácil tener poder sobre una ciudadanía *educada en una fábrica*, que sobre una

población racional, responsable y activa? ¿Tendrán los gobiernos intereses reales en cambiar el sistema educativo, o les conviene mantener el actual, *vacío*?

En la educación, además, cabe señalar un aspecto muy mencionado, sobre todo, en la obra de Orwell: el uso propagandístico de la Historia. El pasado es imprescindible para construir nuestra identidad: “El que controla el pasado – decía el eslogan del Partido –, controla también el futuro. El que controla el presente, controla el pasado” (Orwell, 2013, pág. 41). La memoria colectiva – el discurso de lo que hemos decidido recordar y silenciar – nos viene dada por la comunicación. A esto lo llamamos el uso político de la historia, es decir, el uso – o abuso – del pasado para justificar las políticas del presente: “Son los poderes dominantes (estados, iglesias, partidos políticos, intereses privados) quienes poseen o financian los medios de comunicación y difusión de los mensajes, sean manuales del colegio o cómics, películas o programas de televisión. Cada vez más, nos están llevando a un pasado uniforme. La rebelión viene de aquellos a los que se les ha ‘prohibido’ la Historia” (Ferro, 2003). Este discurso es, como ocurre en propaganda, una selección interesada de acontecimientos históricos, una construcción *coherente* que nos da una identidad. Su uso propagandístico tiene consecuencias políticas, pues es un proyecto político para el presente y el futuro; el cual necesita a su vez un proyecto mediático que le apoye, para cambiar las preocupaciones de la sociedad y trasladarlas a ese pasado determinado.

Esto sucede en *1984*, en el que se establece una vinculación directa entre tres factores: historia, realidad y comunicación. El gobierno selecciona las partes de la historia que le interesan – silenciando otras –, lo que provoca que nuestra realidad sea una u otra: “¿Y si el pasado y el mundo exterior solo existen en nuestra mente y, siendo la mente controlable, también puede controlarse el pasado y lo que llamamos realidad?” (Orwell, 2013, pág. 86). Y todo esto no es posible sin los medios de comunicación: cine, radio, televisión, prensa, libros... Winston, el protagonista de *1984*, trabaja en el Ministerio de la Verdad, falsificando – *rectificando* – artículos de periódicos y libros, así como se hacía con revistas, carteles, películas, etc., es decir, con cualquier elemento con un significado político o ideológico. Gracias a los medios de comunicación, el gobierno controlaba la realidad de los ciudadanos, un elemento imprescindible para mantenerse en el poder: “Todos los documentos han sido destruidos o falsificados, todos los libros han sido otra vez escritos, los cuadros vueltos a pintar [...] y todas las fechas han sido alteradas. Ese

proceso continúa día tras día y minuto tras minuto. La Historia se ha parado en seco. No existe más que un interminable presente en el cual el Partido lleva siempre la razón. Naturalmente, yo sé que el pasado está falsificado, pero nunca podría probarlo, aunque se trate de falsificaciones realizadas por mí. Una vez que he cometido el hecho, no quedan pruebas. La única evidencia se halla en mi propia mente y no puedo asegurar con certeza que exista otro ser humano con la misma convicción que yo” (Orwell, 2013, pág. 157).

Si nuestros recuerdos cambian, inevitablemente cambia nuestra realidad. Los medios de comunicación tienen un importantísimo papel en la construcción de la realidad en la que vivimos. Por ejemplo, para nosotros actualmente, la guerra en Siria es algo crucial, con consecuencias inabarcables. Pero ni siquiera sabemos ya nada de la guerra de Sudán, a pesar de que este conflicto bélico se ha llevado por delante a tantas personas que incluso las organizaciones internacionales han perdido la cuenta. Los medios eligen qué es importante y qué no lo es, qué necesitamos conocer y qué no. De este modo, crean nuestro presente, que en un breve espacio de tiempo – realmente breve, los seres humanos tenemos una capacidad brillante para olvidar problemas ajenos – será nuestro pasado. Y todo esto conforma la realidad, nuestra realidad, la que nos identifica, la que nos lleva a comportarnos de una manera u otra, a tener unos imaginarios sociales y no otros: “Si uno ha de gobernar, y de seguir gobernando siempre, es imprescindible que desquicie el sentido de la realidad” (Orwell, 2013, pág. 209). Ni siquiera la guerra en Siria sería una noticia con las consecuencias que tiene ahora, sino fuera por el terrorismo que nos afecta.

La historia, pues, es también una forma de controlar lo que pensamos y cómo nos comportamos, y es manejada por la educación y por los medios de comunicación, entre otras vías, como por ejemplo la televisión: la serie de *Cuéntame cómo pasó* muestra la historia española, pero siempre – recordemos – desde una selección interesada de los hechos. Cuando, en un futuro, alguien cuente nuestra época actual, con los acontecimientos más importantes, ¿nos sentiremos identificados con un mundo en el que nuestra forma de vida realmente no tendrá protagonismo, con unos hechos, unos políticos y unas ideas con las que, incluso ahora, en el presente, no nos sentimos representados? “La historia” – sostenía *Un mundo feliz* – “es una patraña” (Huxley, 2007, pág. 28).

Entonces, aparte de la educación, ¿cómo se convierte la propaganda en un elemento de masas? Debido a los medios de comunicación (Lippman, 2003). Debido al

periodismo. Pero si, como hemos dicho, la propaganda produce y difunde significados, este proceso es algo neutral, y, por lo tanto, no podrá ser nunca ético, según opinan muchos autores. De este modo, la propaganda, como proceso comunicativo, es imposible de conjugar con el periodismo, que si debe seguir una cierta ética. Sin embargo, ambos procesos se mezclan, siendo entre ellos hoy día tan fina la línea que los separa, que a veces es imposible distinguirlos. Van Dijk establecería la relación entre propaganda y periodismo: “Aquellos que gozan de mayor control sobre más y más influyentes discursos (y sobre más propiedades discursivas) son también [...] más poderosos” (Van Dijk, 1999, pág. 23). Es decir, el control del discurso otorga el poder: el acceso al discurso de los medios de comunicación es, por lo tanto, poder. ¿Cuánto grado de acceso al discurso tenemos, pues, la ciudadanía, en esta nuestra gran y fuerte democracia? ¿Cuánto acceso al discurso tiene la soberanía popular?

Como dijimos antes, recapitulando, el acceso al discurso se da por la educación y por la economía política de los medios. Los sistemas de comunicación son los grandes constructores del consenso. La economía política de los medios es la idea de los medios de comunicación como empresas, cuyos objetivos fundamentales consisten en la obtención de beneficios.

“La comunicación en masa, en pocas palabras, no es ni buena ni mala; es simplemente una fuerza y, como toda fuerza, puede ser bien o mal utilizada. Utilizados de un modo, la prensa, la radio y el cine son indispensables para la supervivencia de la democracia. Utilizados de otro modo, figuran entre las armas más poderosas del arsenal de un dictador”. (Huxley, 1998, pág. 39).

Noam Chomsky y Edward S. Herman esbozaron un modelo de propaganda, cuando estaba acabando la presidencia de Reagan, en Estados Unidos, y lo aplicaron a los medios de comunicación norteamericanos, para demostrar que “éstos sirven para movilizar el apoyo en favor de los intereses especiales que dominan la actividad estatal y privada” (Herman & Chomsky, 1990, pág. 11). De este modo, vieron, por ejemplo, que el 80% de la información internacional que fluía por el mundo venía de 5 grandes empresas mediáticas, lo que es imprescindible para analizar cómo se construyen los consensos a nivel mundial. Esto es, según ellos, claramente contradictorio con la base de independencia sobre la que, supuestamente, se construye el periodismo: “Según el

postulado democrático los medios de comunicación son independientes y tienen la obligación de descubrir la verdad e informar de ella, y no reflejar pura y simplemente la percepción del mundo que desearían los grupos de poder” (Herman & Chomsky, 1990, pág. 11). En sus teorías, parten de la siguiente idea: "Los medios de comunicación de masas actúan como sistema de transmisión de mensajes y símbolos para el ciudadano medio. Su función es la de divertir, entretener e informar, así como inculcar a los individuos los valores, creencias y códigos de comportamiento que les harán integrarse en las estructuras institucionales de la sociedad. En un mundo en el que la riqueza está concentrada y en el que existen grandes conflictos de intereses de clase, el cumplimiento de tal papel requiere una propaganda sistemática" (Herman & Chomsky, 1990, pág. 21). En el ensayo actual, esta obra es representativa no solo porque siga siendo vigente la mayoría de hechos que expone, sino porque la concentración de medios va en aumento, a nivel internacional. Y más cuando la teoría que se expresa es difícil de advertir, ya que tenemos una sociedad liberal y democrática, con medios de comunicación privados que incluso atacan al gobierno, que compiten, autocalificándose como “portavoces de la libertad de expresión y de los intereses generales de la comunidad” (Herman & Chomsky, 1990, pág. 21). A nuestros ojos, la censura – formal – no existe, por lo que inapreciable la propaganda que se esconde detrás del periodismo.

A finales del siglo XIX aparecen las grandes empresas de medios de comunicación, como Hearst, que podía publicitar una empresa a lo largo de todo el país gracias a su imperio periodístico, lo que era muy difícil en aquella época. Hoy día, por ejemplo, el grupo PRISA es una gota en el océano, en comparación con las grandes empresas periodísticas, como Time Warner, Disney; etc. Esas compañías, que eran sólo de medios, empiezan a tener inversiones en otros sectores, como el petróleo, las armas, la industria farmacéutica... lo que, inevitablemente, afecta a los mensajes que se difunden, y al cómo se transmiten: “En el Este totalitario hay censura política y los medios de comunicación en masa están dominados por el Estado. En el Oeste democrático hay censura económica y los medios de comunicación en masa están dominados por los miembros de la Élite de Poder” (Huxley, 1998, pág. 39). Afecta, directamente, a lo que los medios deciden contar o no, es decir, a la selección de noticias: aunque los medios afirmen que esta selección se basa en “criterios objetivos e imparciales”, la realidad es que “quienes ostentan el poder tienen capacidad para fijar los términos del discurso, para decidir qué es lo que el público en general puede ver, oír y pensar, y para 'dirigir' la

opinión pública por medios de campañas de propaganda regulares” (Herman & Chomsky, 1990, pág. 11).

Así, los medios versionan y difunden las historias que les interesan, haciéndolo un tema noticiable, familiar. Difunden la información como cierta, y así es entendida por el público: de esta forma, las opiniones disidentes, las observaciones divergentes, son restringidas. La ética es olvidada por el periodista, y el ciudadano queda a merced de unos observadores del poder que están controlados por este mismo: “Mienten los periódicos cuando dicen y cuando no dicen. Cuando no dicen que el dueño del periódico tiene intereses económicos en ese país en el que se han cansado de que las plusvalías se las lleven tan totalitariamente el dueño de periódico y sus colegas del capital. Cuando no dicen que el crítico literario que hace la crítica de tal libro editado por tal editorial es un autor que publica y colabora laboralmente con esa misma editorial” (Alba Rico, 2010, pág. contraportada). Se crea un círculo vicioso en esta selección de noticias: los medios ayudan a que nos preocupemos por ciertas cosas – y otras no – y así alimentan a los monstruos que crean nuestros vicios sociales más arraigados; y, a su vez, al convertirse estos vicios, intereses o preferencias en esenciales, los medios tienen el deber de hablar de ellos e informarnos sobre lo que – ya – es parte de nuestras preocupaciones.

Herman y Chomsky continúan afirmando que un acontecimiento debe pasar por ciertos filtros antes de reproducirse en los medios de comunicación; cinco, según ellos. El primero es la concentración de la propiedad, la riqueza del propietario, la orientación del beneficio de las empresas dominantes: ¿qué necesitamos para ser un medio con poder? Lo principal, dinero. Tenemos que pedirles un préstamo a los bancos: “muchas de las grandes empresas de medios de comunicación están totalmente integradas en el mercado” (Herman & Chomsky, 1990, pág. 31); el resto, bajo presiones de accionistas, directores o banqueros. La tendencia hacia la integración de los medios en el mercado se ha acelerado por la desaparición de las normas que limitaban la concentración, la propiedad cruzada y el control por parte de compañías ajenas a los mismos: “en resumen, las empresas dominantes en los medios de comunicación son grandes negocios, están controladas por personas muy poderosas o por directivos sometidos a severas limitaciones por parte de los propietarios y otras fuerzas orientadas hacia los beneficios del mercado, y están estrechamente unidas y tienen importantes intereses comunes con otras grandes empresas, con los bancos y con los gobiernos” (Herman & Chomsky, 1990, pág. 42). Para ganar

beneficios, los medios ofrecen una información que no quieren dar. Al pasar por los cinco filtros, los poseedores del periodismo se aseguran de que lo *noticiable* sea de su interés. Así, el público no tiene forma de “expresar la demanda de unos productos que no le son ofrecidos” (Herman & Chomsky, 1990, pág. 42).

El resto de filtros son: la publicidad como principal fuente de ingresos medios – por ejemplo, El Corte Inglés tiene comprado a muchos de los medios de comunicación... la publicidad nos da un modelo, etnocentrista, que *auto reproducimos*, como explicamos antes con Ellul –; la dependencia de los medios de la información proporcionada por el gobierno, las empresas, los expertos, etc., proveedores y fuentes oficiales, agentes del poder – por ejemplo, las ruedas de prensa –, lo que sigue dejando el periodismo en manos de los intereses de quienes ofrecen esta información *oficial* – una información puede ser oficial, porque sea dada por fuentes consideradas oficiales, pero ser errónea, inexacta o, directamente, una forma de manipulación... recordemos la tergiversación de los hechos ofrecida por el gobierno del Partido Popular de Aznar, ante los atentados del 11 de marzo de 2004, sosteniendo que había sido ETA la culpable, para poder así ganar las elecciones el 14-M (Abellán, 2005)–. Por último, los dos filtros restantes son los correctivos para disciplinar a los medios, como las presiones, los incentivos, etc.; y el *anticomunismo*, muy presente en la obra de Orwell como manera de mantener el odio entre los ciudadanos. Y el odio justifica muchas políticas que la paz no aceptaría jamás. El anticomunismo como mecanismo de control es el filtro ideológico que te invalida como fuente. Son censuras ideológicas: por ejemplo, si no hablas mal de ETA, o si intentas enfocar la existencia de ETA desde otro punto de vista, eres criticado. Igual que en 1984, esta ideología moviliza a la población contra un *enemigo*. Estos cinco elementos determinan las “premisas del discurso y su interpretación” (Herman & Chomsky, 1990, pág. 22).

De este modo, los profesionales de la comunicación se creen estar haciéndolo objetivamente, de manera voluntaria, pero si transmiten una información oficial sin contexto, ni evaluación, ni crítica, ni contraste, para comprobar que no sea un intento de manipulación, se están dejando dirigir. Los autores defienden que se ha creado una enorme “burocracia” de gabinetes de prensa y fuentes oficiales, con lo que se está perdiendo el periodismo de calle y el de investigación propia: “las grandes burocracias de los poderosos subvencionan a los medios de comunicación, obteniendo así un acceso especial a los mismos” (Herman & Chomsky, 1990, pág. 56).

Las condiciones laborales de los periodistas están influidas por todo esto – por ejemplo, si quieres ejercer un periodismo más investigativo, normalmente tienes que ser freelance – lo que, a su vez, provoca un círculo vicioso: el sistema empobrece las condiciones laborales, y estas, empeoradas, no tienen fuerza para revertir el sistema, y lo continúan, legitimándolo. Se ejercen presiones directas contra los periódicos y los periodistas. La censura, directa, quizás no exista como tal en nuestro país, porque esta es “en gran medida autocensura” (Herman & Chomsky, 1990, pág. 14).

Los medios “deben satisfacer una demanda diaria de noticias, así como unos horarios apremiantes para la emisión de estas” (Herman & Chomsky, 1990, pág. 50), y esto es más rápido – y barato – tomando la información de fuentes oficiales, *creíbles*. De nuevo, hablamos de verosimilitud disfrazada de credibilidad. Toda esta emisión diaria de noticias, en un mundo, además, digital, produce una sobreinformación, que, a su vez, lleva a la desinformación. La sobreinformación empaña la verdad, ya que es más importante ser el primero en contar una noticia que la veracidad de la misma. Además, sabemos mucho de todo, pero no profundizamos, no contextualizamos. No llegamos a entender los hechos, así que estos avanzan imparables en una corriente de *inmediatez*, que ni produce conocimiento real ni produce, por lo tanto, inquietudes que nos puedan llevar a protestar por nuestros derechos. Eso sí, siempre sabiendo, exclusivamente, de aquello que les interesa a los poderosos, mientras lo demás cae en el silencio, en la censura de lo que nadie quiere hablar: “Hay demasiada información sobre lo que ocurre. De lo que no ocurre, en cambio, no se ocupa nadie y no sabemos nada, y eso que a menudo lo que no llega a suceder puede ser, si no más real, mucho más verdadero que lo que sí ha sucedido” (Alba Rico, 2010, pág. contraportada). Los periodistas, actualmente, están desprestigiados, porque la población es consciente de la *mano invisible* que mueve los medios de comunicación, consciente de la existencia de estos intereses, pero no de las estructuras de poder reales, de qué medio dice qué porque le debe *lealtad* a qué empresa.

Pero, aun así, la ciudadanía sabe que los medios son la manera de mantenernos informados – ¿la información parcial entrena conocimiento o desconocimiento? –, así que los siguen consumiendo. Los periodistas aparentan muchas veces ser independientes porque actúan en contra de los gobiernos, denuncian malas acciones de políticos y critican a los partidos. La realidad es que los medios tienen intereses económicos o empresariales, más que políticos, aunque esos intereses financieros puedan afectar a las noticias

políticas: por ejemplo, a muchos grupos de poder, como los bancos – propietarios del periodismo – Pablo Iglesias, Podemos y su tendencia al comunismo les afecta, y eso convierte a este partido político en un *enemigo* de las estructuras de poder y, por lo tanto, en punto de mira de los medios de comunicación. La relación existente entre política y periodismo es debido a la inversión publicitaria de las instituciones públicas, de tal manera que los medios han estrechado las distancias entre sus principios editoriales y los planteamientos ideológicos de los partidos políticos. Por otro lado, los medios pueden criticar, por ejemplo, a Pedro Sánchez, pero no tocan temas en los que salga dañado el gigante empresarial Inditex.

En *Un mundo feliz*, el periodismo era sinónimo de emociones. ¿Esto podría ser equiparable al sensacionalismo, a dejarse llevar por emociones y cotilleos, en vez de por la veracidad y la información? Hoy día, los sentimientos son apelados muchísimas veces en los medios, pero este enfoque emocional parece volverse en nuestra contra: hablando más de bullying o de suicidios, se dan más casos de estos, como si se despertara algo en la sociedad. Quizás la solución es centrarse más en las causas que en las noticias en sí – el famoso *por qué* olvidado del periodismo –, buscar la sensibilización desde el conocimiento. Es evidente que no podemos seguir con el enfoque comercial actual que tiene el periodismo.

Además, en el Londres de Huxley, existía un tipo de medio diferente para cada estamento social, es decir, una información personalizada – una propaganda personalizada –. Esto no ocurre en nuestro mundo: todos leemos la misma información, tenemos acceso a los mismos medios, a pesar de que cada uno vaya dirigido a una porción distinta de la sociedad. Si queremos leer un periódico, podemos comprarlo y leerlo, por lo que no existe esa *información personalizada*. Pero ¿y si hablamos de Internet? ¿Y si hablamos de las *cookies*, la publicidad individualizada, el seguimiento en la red? De esto hablaremos en el siguiente epígrafe.

Si estamos en un mundo en el que los medios están controlados, en el que solo nos enteramos de ciertos acontecimientos, en el que no se nos enseña a tener un espíritu crítico – si lo tuviéramos, protestaríamos en masa por la mala calidad informativa – ¿qué nos separa del mundo de control de 1984, aparte del Terror que invade *Oceanía*? La mezcla entre los universos de Orwell y Huxley se hace cada vez más clara: “la ciudadanía

paga por recibir la propaganda que le interesa a los grupos poderosos” (Herman & Chomsky, 1990, pág. 56).

Además, el ser humano, actualmente, tiene una avidez sorprendente para el entretenimiento, dejando olvidada la información: “No previeron lo que en realidad ha sucedido, sobre todo en nuestras democracias capitalistas occidentales: el desarrollo de una vasta industria de comunicaciones en masa, interesada principalmente no en lo cierto ni en lo falso, sino en lo irreal, en lo más o menos totalmente fuera de lugar. En pocas palabras, no tuvieron en cuenta el casi infinito apetito de distracciones que tiene el hombre” (Huxley, 1998, pág. 40). De esto también trataremos en el siguiente punto.

Terminamos este epígrafe con una significativa frase: “la Humanidad sólo podía escoger entre la libertad y la felicidad, y para la gran masa de la Humanidad era preferible la felicidad” (Orwell, 2013, pág. 256).

CIBERCULTURA, SOMA Y CONTROL

El mayor fallo de las obras de Huxley y Orwell fue uno: no vivir en nuestra época. Ya predecía *1984* el fin de la vida privada debido a la tecnología: “en el pasado ningún Estado tenía el poder necesario para someter a todos sus ciudadanos a una vigilancia constante. Sin embargo, el invento de la imprenta facilitó mucho el manejo de la opinión pública, y el cine y la radio contribuyeron en gran escala a acentuar este proceso. Con el desarrollo de la televisión y el adelanto técnico que hizo posible recibir y transmitir simultáneamente en el mismo aparato, terminó la vida privada” (Orwell, 2013, pág. 201). Si algunos de estos dos autores pudieran ver la evolución incesante de las tecnologías y la enorme revolución de Internet, sus libros seguirían tratando de lo mismo, pero con muchas más formas de demostrar sus teorías. *Un mundo feliz* hablaría sobre gente virtual, personas que no necesitan ni salir de casa para vivir en un profundo y eterno soma. *1984* se *inventaría* una sociedad en la que el gobierno del Gran Hermano vigilara también en secreto a sus ciudadanos – desde las cámaras de sus dispositivos electrónicos –, leyera sus emails, controlase lo que buscan en la web, y les mandara propaganda personalizada a cada uno – *recién hecha* – para *comerles* individualmente el cerebro. El problema de estos posibles mundos utópicos que podrían haber escrito es que ya son reales.

Hoy día, pues, vivimos inmersos en la cultura del entretenimiento, al más antiguo modelo pan y circo romano, en la que se busca la *espectacularización*, sobre todo en la televisión, en un intento de sedación de la sociedad, mediante las drogas audiovisuales, como las redes sociales, Internet o la misma televisión, con programas vacíos que se emiten todos los días a varias horas. Todo esto, aparte de formar parte de una elección voluntaria de adormecimiento, sirve a la sociedad de auto-legitimación: vemos a los protagonistas de estos programas como inferiores culturalmente, como personas y situaciones con los que nos podemos sentir identificados o representados, en procesos en los que no hace falta realizar ningún tipo de análisis ni reflexión. Estas drogas audiovisuales son parte del soma que invade la sociedad actual y sus lógicas culturales. Vivimos inmersos en mundos de ficción, debido a la literatura, el cine, el teatro, la música, y, ahora también, Internet y las redes sociales; mundos inventados y virtuales en los que sentimos, vivimos, criticamos, aprendemos, etcétera, en una mimesis de personajes y situaciones tan verosímiles como las tramas en las que se mueven, que se anudan con las

lógicas causales de nuestro mundo. Esto nos permite tener un enfoque diferente del mundo actual, con nuevas interpretaciones y puntos de vista alternativos. Pero si los mundos ficticios en los que nos movemos están vacíos, este proceso no ocurre, se queda estancado, no reflexionamos ni somos capaz de aprender ni de cambiar las perspectivas; simulamos tan solo un mundo asimilable, para sedar a la gente. Además, estos mundos ficticios, en los que también se mueve el periodismo, determinan una sociedad y una cultura.

La tecnología dio cuerpo a una idea que, hasta entonces, no había podido tomar forma real: la globalización. Los países occidentales ondean hoy con orgullo la bandera de la globalización, sonriendo ante la idea de que el mundo es todo la misma tierra, que, en definitiva, pertenecemos todos al mismo planeta, que somos todos lo mismo e iguales. Pero, en realidad, lo que quieren decir es: “occidente no es parte del mundo, el mundo ES occidente”. Nos disfrazamos con máscaras de mundialización e igualdad, pero lo que buscamos es la homogeneización. La homogeneización del mundo, a imagen y semejanza de occidente: “Oceanía es el mundo entero” (Orwell, 2013, pág. 259). Nosotros somos Oceanía. Siguen existiendo civilizados, salvajes y racismo, países ricos y países pobres. Se utilizan expresiones como *países en vías de desarrollo...* ¿qué desarrollo? ¿Lo que nosotros calificamos como *desarrollo*? Colonizamos esos países, los calificamos de pobres, los hicimos más pobres aún. Luego los descolonizamos, los dejamos a su suerte – normalmente en manos de déspotas y dictadores, o en medio de un total caos – y les seguimos haciendo pobres. Aún hoy en día, robamos su coltán, ponemos fábricas baratas – con barata mano de obra –, cogemos el petróleo y dejamos allí los residuos, la pobreza, los totalitarismos y las guerrillas. Luego, les ponemos límites que nosotros nunca tuvimos – y que nosotros aún no cumplimos – como medioambientales: a la polución de fábricas, por ejemplo. Y empiezan a recibir nuestra publicidad y nuestro mercado y, por lo tanto, a vestir como nosotros, a querer las cosas que queremos nosotros, a comer nuestra comida. El pluralismo muere cada día, pero nosotros seguiremos hablando de globalización. Los medios de comunicación tratan temas relativos a occidente, Internet se expande sin cesar, alcanzando todos los lugares del mundo, llevándoles también a ellos las noticias casi exclusivamente de Occidente, nuestras ideas y lo que nosotros consideramos importante o necesario. Puedes ser pobre, y tener un móvil – y Facebook, Google y la idea incoherente de que unas zapatillas Adidas o Nike son mejores que cualquier otras –, mientras nosotros seguimos ondeando la bandera de la mundialización: *todos vivimos en*

un mismo planeta lleno de culturas variadas, pero solamente seréis felices si vivís como nosotros. El sueño americano es la globalización: es el sueño de todo el mundo.

Aquellos que no concuerden con el prototipo occidental son considerados un fracaso del sistema: “¿Quiénes tienen cuerpo? Los inmigrantes y refugiados, los pobres, los enfermos, los viejos, los muertos” (Alba Rico, 2017, pág. 254), y el cuerpo es considerado este fracaso, porque este nuevo *sueño americano* está hecho de pantallas – “sea como fuere, recaer en otro cuerpo es cada vez más difícil. Siempre caemos en una pantalla” (Alba Rico, 2017, pág. 224) – y cada vez buscamos más ser entes virtuales.

Nuestra identidad está constituida por Internet, por las redes sociales, por la tecnología, e intentamos deshacernos del cuerpo, ser inmatrimales en la red. Todos queremos, sobre todo, *tener cosas* – como máxima aspiración – como si pudiéramos formar con ellas nuestra identidad. Lo material define lo que somos, y lo mostramos en las redes sociales, lo mostramos al mundo – literalmente, *a todo el mundo*, gracias a Internet – despojándonos voluntariamente de toda privacidad, de todo misterio. Incluso nuestro tiempo se convierte en un producto, y, como el resto de ellos, no somos dueños de él. El espacio de tiempo que consideramos *nuestro* es el tiempo de ocio. Como hemos expuesto anteriormente, nos creemos vivir en una sociedad de placer, cuando realmente nuestro ocio está estandarizado y comercializado (Stiegler, 2002).

Esta tecnología, con el Internet y la globalización, nos mantiene inter-conectados y, por ende, con facilidades para llevar a cabo una fluidez comunicativa exitosa. Sin embargo, a pesar de tener todas las claves para crear un hilo comunicativo e informativo constante y útil, somos testigos de cómo esta globalización y contacto inmediato provocan una sobreinformación que, en última instancia, da lugar a la incomunicación y a la pasividad del público. Todos los días, nuestros aparatos electrónicos se llenan de un gran número de informaciones: nuevas noticias, nuevos vídeos en YouTube, nuevos libros, nuevas canciones, nuevas películas, nuevos atentados, nuevas actualizaciones de las redes sociales, nuevas peticiones de amistad en Facebook. Nuestra vida actual podría resumirse en hacernos *selfies*, mostrando lo que hacemos y dónde estamos a cada momento; pero, realmente, lo que creamos son mundos de ficción.

Mundos ficticios, utópicos, en los que nos creamos un prototipo de vida perfecta y de imagen perfecta, en los que huimos de lo que no es bello y joven: como en *Un mundo feliz*, creamos un estereotipo, una identidad utópica y platónica, que nadie alcanza pero que todos deseamos. Lo que se aleja de esta identidad – inventada e imposible – nos produce rechazo. Esto es lo opuesto al amor, según Santiago Alba Rico: “cuerpos que se ocupan de cuerpos: ése es el sentido más banal y radical del amor, prohibido en nuestro mundo por la emancipación del deseo de toda atadura terrestre” (Alba Rico, 2017, pág. 255). Buscamos la liberación del cuerpo, ser iguales y perfectos, adelgazar, teñirnos el pelo, depilarnos, hacer deporte, broncearnos... liberarse del cuerpo, según el autor, es creernos mercancías, objetos, inmortales, bellos, falsos... Esto sucede debido a la tecnología y a la sociedad de consumo, que intentan que nunca dejemos de buscar la felicidad: ser felices es lo más importante para el ser humano, pero si para serlo cree que debe cumplir unos ciertos requisitos – ser guapo, tener dinero, etc. – nunca dejará de buscar esa felicidad. Y estará demasiado ocupado buscándola como para preocuparse por nada más. Mientras nuestras mentes permanezcan enfrascadas en objetivos – tan vitales e importantes – como tener un buen cuerpo, vestir a la última moda o ver la serie del momento, nuestro ocio – básicamente, “tiempo-basura” (Alba Rico, 2017, pág. 246) – estará dedicado al entretenimiento, no al conocimiento o a la información. Mientras almorcemos, preferiremos ver una serie o leer una revista de moda, que ver las *desgracias ajenas* de las noticias.

9:00 h am. El despertador del móvil suena, y su propietario se pasa diez minutos mirando redes sociales antes de levantarse de la cama. De camino al trabajo, caminando por la calle, varias tiendas llaman su atención: dos de ropa, una de depilación láser, un gimnasio y una peluquería. Porque, por supuesto, en la panadería no se fija. “Quizás es hora de cambiar de peinado”, piensa. Quizás sería ideal dejar de tener pelo en los brazos. Quizás debería renovar el armario, pero mejor dejarlo para después de adelgazar una talla. “Eso me hará más feliz”, piensa. Y eso creemos la mayoría, buscando la felicidad en el placer del “más”: más comida, más ropa, más delgado, más rubio, más guapo; más. La naturaleza del ser humano le lleva a buscar el placer, el camino fácil. Se podría decir que somos *vagos* por condición, que buscamos el disfrute y el ocio. El problema es cuando ese placer está controlado, pues es una vía directa para controlar, pues, la misma naturaleza humana. ¿Perdemos libertad cuanto más tiempo libre tenemos?

De forma común, preferimos ver un vídeo antes que leer un texto; ver un vídeo corto antes que uno largo; ver el telediario antes que leer el periódico. Tener la mente en esos mundos de ficción, *pensar en nada*, nos cuesta menos que razonar, intentar comprender o crear – ideas, pensamientos, objetos, costumbres... –. Actualmente, los medios audiovisuales están expandiéndose a todos los aspectos de nuestra vida, en detrimento, sobre todo, de la lectura y la escritura; lo que se traduce igualmente a los medios de comunicación. Incluso hay profesionales que ya hablan de la extinción del periodismo escrito en unos años, de la prensa como la conocemos hasta ahora. Este hecho – la preferencia a lo audiovisual – no es *malo*, dejando a un lado las consecuencias que pueda tener sobre la mente, como, por ejemplo, sobre la memoria. Pero si se utiliza por un grupo de individuos para mantener controlado al resto de sujetos, puede ser perjudicial para el total de la población.

La mayoría del contenido audiovisual induce menos al pensamiento, al razonamiento y, sobre todo, a la refutación. Los vídeos y las imágenes tienden a verse como ciertos, como una verdad absoluta, pues nuestros ojos son testigos del acontecimiento. Sin embargo, lo audiovisual – y más en los vídeos cortos que la mayoría preferimos ver, de menos de cinco o seis minutos – no profundiza en los contextos, en los porqués o en las intenciones. Solamente se basan en el acto, en el acontecimiento; pero, sacada de contexto una acción puede cambiar todo su significado. Un comportamiento es resultado de un pensamiento, una emoción y una situación personal e histórica. Si conocemos el porqué se ha dado lugar a una situación – o a unas declaraciones – y el momento contextual en el que se ha dado, juzgamos el acontecimiento de manera diferente que si solamente lo vemos, ya que la mente humana tiende a prejuzgar, con una rapidez asombrosa, cualquier persona, idea, hecho, etc. Ese es uno de los peligros de la priorización actual de la información audiovisual. Además, Internet nos proporciona una mayor documentación, pero, también, parece estar llevándonos a una menor sensibilidad. Quizás, como en *Un mundo feliz*, nuestro placer nos aleja del sufrimiento ajeno. Cada vez estamos más acostumbrados a ver vídeos violentos, reales o no, sobre el sufrimiento ajeno. ¿Cuántas películas hay ya sobre la Segunda Guerra Mundial? Nuestra mente no distingue las imágenes de los mundos de ficción – películas, series, etc. – con la realidad – personas sufriendo – por lo que perdemos empatía, que es precisamente lo que se busca con lo audiovisual.

La idea del *placer ante todo* se repite una y otra vez en ambos libros: en *Un mundo feliz*, es la razón de la existencia para los individuos; en *1984*, se muestra en pequeñas dosis – la ginebra, el chocolate – que le dan sentido al sujeto para seguir viviendo bajo tanta presión. En ambas obras, el *soma* es la evasión de los ciudadanos de la realidad. Y, además, en sendos mundos existen drogas que ayudan a los humanos a alcanzar el placer. En nuestra realidad, las drogas – el alcohol y el tabaco incluidos – existen, pero también existen otras emociones y sustancias que actúan como adictivos y evasivos de la realidad: el azúcar y los mundos ficticios *vacíos*. Esos mundos, como ya hemos dicho, se pueden dar en la televisión, en el contenido audiovisual, en textos de entretenimiento y en la creación de un prototipo humano utópico. Aquí encontramos las conocidas como *drogas audiovisuales*, que te mantienen atado a la pantalla, *tragando* contenido vacío. ¿Cuántas horas perderemos al día en el Facebook, YouTube o viendo series? ¿Está avanzando el mundo hacia un nuevo tipo de sociedad, cada vez *menos social*?

Los medios de comunicación también influyen en la propagación de todo este entretenimiento vacío, de este ocio evasivo: por ejemplo, a través de la *espectacularización – infoentertainment* – que afecta también a esa pérdida de sensibilización y de empatía, así como en la difusión de contenido falto de credibilidad o de conocimiento y de cultura. Además, al producir *información* con extremada rapidez, en gran cantidad y a través de diferentes formatos, los individuos se sienten sobrepasados y acaban deteniendo su tiempo en lo que les acerca al placer, no haciéndoles sentir agobiados.

Por otro lado, las redes sociales son, hoy por hoy, las grandes integradoras de los sujetos en esta cultura de entretenimiento vacío. Llenan nuestro tiempo con la vida de los demás, mientras envidiamos todo lo que no tenemos – y creemos que otros sí –, e intentamos hacer de nuestra vida un *selfie* perfecto. Nos escondemos detrás de pantallas, incluso para cosas tan importantes de contacto humano como confesar unos sentimientos amorosos o confesar algo que nos enfada. Las redes sociales nos ayudan a no enfrentar la realidad, viviendo en un presente constante, en el *carpe diem*: “fui y seré me ponen triste” (Huxley, 2007, pág. 78). La nueva generación – ¿los *millennials*? – se cría entre algodones, acostumbrado a tener lo mejor y aspirar a lo mejor, con la creencia de que una buena cuenta de Instagram es capaz de hacerte famoso y bien asalariado con veintidós años.

Pero ¿las redes sociales son solamente soma, o pueden incitar a la acción política y social? Es cierto que las redes fomentan una cultura participativa, lo que puede inducir hacia un cambio social. Sin embargo, ¿dónde están los límites de esta participación? Por ejemplo, pongamos el caso de YouTube, en el cual nosotros no podemos tomar las decisiones de organización o de empresa. Es una plataforma que se beneficia de nuestras creaciones y que comercializa nuestro contenido, y vemos que el modelo participativo cambia cuando lo hace el modelo de negocio. Por ejemplo, para motivar que la gente haga más vídeos, se hace uso de la publicidad y de acuerdos comerciales (Montero Sánchez, 2017). Nuestra participación está – pues – conducida. Algunos factores que podrían marcar la diferencia entre soma y acción política: el país y su contexto; la edad de los usuarios – por ejemplo, las nuevas generaciones, sin educación mediática ni internauta, parecen tirar hacia el soma –; y la red social en sí – Twitter es más participativa, de diálogo, mientras que Instagram es menos utilizada para la acción social y política –. Estos factores interaccionan entre sí: por ejemplo, en España hace unos años, con el 15M, hubo una gran acción política a través de Internet, con gran influencia de Twitter, sobre todo, en un contexto de indignación ciudadana con el gobierno, y llevada a cabo por gente joven, pero casi recién estrenada en el mundo internauta. Sin embargo, actualmente, en una época de más resignación con la política española, las redes sociales han sido tomadas por las nuevas generaciones – que nacen con un móvil bajo el brazo – sin inquietudes políticas fuertes, por lo que han ganado importancia redes como Instagram o YouTube – con canales de ocio – y Twitter ha perdido fuerza: “Se produce un aumento de redes sociales por usuario, se usan unas 4,7 redes por usuario, aunque se conocen 10 de forma sugerida. Facebook sigue siendo la red social por excelencia (94% usuarios), seguida de WhatsApp (88%), YouTube (66%) y Twitter (52%). Según datos declarativos, Instagram es la que más aumenta su uso (+8pp), seguida de Pinterest (+5pp). Y disminuyen: Facebook (-2pp), Twitter (-4pp) y Google+ (-5pp)” (infoperiodistas.info, 2016). Los jóvenes estamos ya en Internet, ni siquiera en la televisión, y menos desde que existen aplicaciones como Netflix, que te permiten ver el contenido televisivo, películas y series desde tu pantalla personal. Esto es posible, sobre todo, por la normalización de poseer un ordenador individual – casi – para cada persona del hogar.

La popularización de la posesión de un ordenador personal llegó con la crisis de la democracia y del crecimiento económico, con lo que se debilitó el Estado de Bienestar. De este modo, “la visión de la informática como amenaza” (Mattelart & Vitalis, 2015,

pág. 17), muy vigente en los años de su aparición y expansión, pierde fuerza, pero vuelve con el 11-S. El día que caen las torres gemelas en Estados Unidos, el mundo occidental comienza a librar una nueva guerra: la guerra contra el terrorismo. Así, los gobiernos comienzan a llevar a cabo el conocido perfilado de la ciudadanía: “Un conjunto diverso de medidas progresivamente establecen las bases de una estructura de control renovada, a través del incremento de los ficheros y sus interconexiones, de la mejora en la identificación de las personas -especialmente a través de la biometría- y de la experimentación de métodos automáticos de clasificación y de detección” (Mattelart & Vitalis, 2015, pág. 18). Con la excusa del terrorismo y de la seguridad nacional, de la que comenzamos a hablar en el epígrafe anterior, surge un nuevo tipo de vigilancia – masiva – de la población: el *cibercontrol*.

El cibercontrol es el control de los individuos por medio de las herramientas de la cibercultura, y que constituye lo que algunos autores se han atrevido incluso a calificar como la “condición postorwelliana” (Mattelart & Vitalis, 2015, pág. 189). La diferencia entre este tipo de vigilancia y la que caracterizaba el Londres orwelliano es que en 1984 esta se hacía directamente, mientras que el cibercontrol es invisible, e incluso inverosímil para una parte de la población: “Mientras que la disciplina actúa mediante control directo, con total transparencia, y exige del individuo un trabajo sobre él mismo para adaptarse a las normas, el perfilado generalmente se efectúa sin que el individuo se entere, a la vez que no pide participación alguna por su parte. Es invisible, y esta invisibilidad, potenciada por la creciente desmaterialización de los soportes, condiciona su eficacia a la vez que explica su banalización” (Mattelart & Vitalis, 2015, pág. 14). Con *banalización* se refiere a que nos importa menos aquello que no podemos cambiar o controlar, aquello que escapa de nuestras manos.

Casi todo es gratuito en Internet, lo que significa que el producto somos nosotros (LaSextaColumna, 2016). Pero ¿qué significa que nosotros seamos el producto y qué tiene que ver con la vigilancia? Según este mismo documental, una de las cinco claves para que Google, Amazon, Microsoft, Facebook y Apple sean las empresas que más cotizan en bolsa es la venta de sus propios usuarios: el conocido como Big-Data, que mejora la productividad, y que les permiten tener millones de datos sobre nosotros. Esto se consigue con el “data mining”, es decir, “la extracción y la exploración de las informaciones” (Mattelart & Vitalis, 2015, pág. 161), y es importante hasta el punto de

que en la NSA estadounidense buscan expertos en esto – en 2010 reclutaron al máximo responsable de la seguridad de Facebook –.

Con esto se consigue conocer al detalle la identidad del consumidor, “para así poder proponerle productos y servicios adaptados a sus necesidades, e incluso ayudarle a definirlos. Esto es lo que van a permitir las nuevas herramientas de captación, de medida y de previsión de actitudes que ofrecen las tecnologías en red de la economía digital. El individuo será considerado como una fábrica de datos. Cediendo estos datos a las empresas, de forma voluntaria o sin que el individuo se aperciba, éste se convierte en coproductor, de forma que el valor añadido de un producto o servicio va a adecuarse cada vez más y de manera más refinada a la demanda” (Mattelart & Vitalis, 2015, pág. 71).

El ejemplo más característico son las llamadas *cookies*. Estas consisten en registrar las búsquedas y decisiones interactivas de los individuos en Internet, recordándolas y usándolas para ejercer una publicidad individualizada. Busco online hoteles en Barcelona porque estoy planeando una escapada, y las páginas en las que me meto venden automáticamente la información de lo que busco – y de lo que hago en esas páginas – a, por ejemplo, Google. Luego, mientras estoy en el buscador – o en Facebook, o buscando información para documentar mi trabajo de fin de grado, o incluso leyendo cualquier diario digital... – la publicidad que se me ofrece es sobre aquella búsqueda que realicé: “hoteles baratos en Barcelona”, “venga a visitar Barcelona”, “vuelos a Barcelona al mejor precio”. Por ejemplo, la empresa Amazon hace gran uso de estos datos (Molina, 2017).

Esta publicidad personalizada nos recuerda, como hablamos anteriormente, a los periódicos por *clases sociales* presentes en *Un mundo feliz*. Esto se está trasladando también a la información: si leemos más noticias sobre Podemos, esta preferencia se reserva, y luego se nos ofrecen noticias similares – otra vez, por ejemplo, en Google –. También concerniente a Google es el caso del control por ubicación: vamos de compras al centro comercial Nervión, y Google nos manda una notificación: “¿Qué tal está el Centro Comercial Nervión? Deje su opinión”; o, aún más inquietante es la notificación que nos llega al montarnos en un autobús, diciendo “le quedan 22 minutos para llegar a casa”. Uno de los motivos por el que este tipo de *control* no parece preocuparnos es porque parece que su objetivo es *hacernos la vida más fácil*: nos ofrece productos

personalizados, nos informa sobre lo que nos interesa – ¿qué nos interesa más que nuestra propia vida? –, recuerda nuestras búsquedas y no tenemos que volver a hacerlas... Aunque cada vez hay más personas que se inquietan ante esta vigilancia disfrazada de interés económico: la Unión Europea, por ejemplo, acusa a Google de ofrecer publicidad, alegando que como buscador es algo que no debería hacer.

Otro ejemplo, más específico y personal, es que en Gmail se analizan robóticamente nuestros correos privados. ¿Nos compensan los servicios gratuitos, a pesar de saber que nuestros datos son negocio? Estas cinco empresas – Google, Amazon, Microsoft, Facebook y Apple – dominan tanto nuestras vidas que nuestros datos y perfiles – incluso las imágenes – siguen existiendo tras nuestra defunción: “La muerte del cuerpo no se lleva nada si el lugar donde realmente vivimos – y donde se deciden en público nuestras vidas privadas, sin vergüenza ni aburrimiento – es la red” (Alba Rico, 2017, pág. 278). Incluso existe el rastreo en línea: en 2007, Google compró la sociedad DoubleClick, que registraba cada *click* que el usuario realizara en Internet. Google lo utilizaba con todos los individuos, pero se convocaron manifestaciones en contra de esta vigilancia, por lo que Google, en 2012, recurrió a dar cheques regalo a aquellos que aceptasen que se utilizase este seguimiento en línea – que incluía incluso los movimientos del ratón, no ya solo el *click* – (Mattelart & Vitalis, 2015, pág. 172).

Pero el control va más allá de violar nuestra privacidad por Internet: se están empezando a integrar en diferentes aeropuertos internacionales – por ejemplo, en el de Málaga – un “nuevo sistema de seguridad y control de fronteras”, con el que “mediante un escáner de rostro, el DNI o pasaporte electrónico y la huella dactilar, los propios pasajeros podrán auto verificar su identidad en una máquina en cuestión de segundos” (elmundo.es, 2014). Según el artículo de El Mundo, así se consigue eficiencia y rapidez, pero manteniendo la seguridad.

Como último ejemplo, pongamos uno que nos pilla aún más cerca: los electrodomésticos. Hoy día, los nuevos electrodomésticos *inteligentes* que se fabrican están diseñados para estar conectados y, a su vez, para recopilar datos. Esto se hace para que funcionen más eficientemente, recuerden nuestras preferencias e, incluso, trabajen de manera *inteligente*. Por ejemplo, un termostato es capaz de saber, gracias a su recopilatorio de datos diario, si somos frioleros o no – midiendo la temperatura exterior

y la temperatura a la que decidimos poner la calefacción – y funciona acorde a tus preferencias. Pero ¿qué pasaría si esos datos se vendieran a empresas de edredones, por ejemplo? La publicidad sería individualizada y específica para *ti, friolero*: “hay compradores dispuestos a pagar por ello, sobre todo Google, Amazon o Apple. Estos gigantes ya han lanzado diferentes asistentes personales (Google Home, Alexa o HomePod) y les vendría genial esta información para optimizar la experiencia de sus usuarios” (Cid, 2017). La información de la que habla el artículo es, sobre todo, la de los mapas de nuestras viviendas que registran los robots de limpieza. En particular, el autor habla del directivo de iRobot – la empresa en la que destaca el robot Roomba –, quien había decidido vender los datos a los compradores dispuestos. La duda está clara: ¿es una buena idea, debido a que eso mejorará la eficiencia – *siempre se habla de eficiencia* – de los hogares inteligentes? El artículo se plantea el tema de la privacidad: “¿Cómo van a establecer esos acuerdos para que datos privados de las casas no acaben vendidos a terceros? Y más importante: ¿nos fiamos de que no 'hackeen' iRobot y los datos de nuestras casas acaben publicados en internet?” (Cid, 2017). El autor explica en el siguiente párrafo que este asunto está recogido en los términos y condiciones que el usuario – no lee – acepta. Sin embargo, debido a la difusión de esta información – que provenía, como indica el texto, de Reuters – muchos clientes “mostraron su total rechazo” (Muñoz, 2017), ante lo cual iRobot se ha retractado y ha afirmado que solo se vendería “en el futuro, [si] esta información puede aportar más valor a sus clientes al permitir que su casa y sus dispositivos inteligentes trabajen mejor juntos. “Pero siempre con el consentimiento explícito de ellos”, remarca” (Muñoz, 2017). Reuters se ha disculpado y ha explicado, según la periodista, que todo fue una confusión. También existe el peligro de las impresoras, todas ya con conexión a Internet, funcionando como auténticos ordenadores sin que las percibamos como tal: “sólo el 18% de los expertos en seguridad de las empresas están preocupados por estos elementos, mientras que el 90% se preocupan por los ordenadores. Esta estadística podría explicar cómo se produjeron muchos de los ataques recibidos en compañías en los últimos años” (Cid, 2017).

El peligro comparece cuando vemos este control como un interés puramente económico. Este Big-Data es utilizado de diferentes formas: “A medida que las tecnologías de la comunicación se sofisticaban, esta vanguardia del orden global de la mercancía no ha cesado de perfeccionar sus métodos de observación y de análisis de los comportamientos de los consumidores, para así poder establecer perfiles y segmentos, de

cara a conocer sus públicos objetivos” (Mattelart & Vitalis, 2015, pág. 18). Por ejemplo, en bolsa se predicen las bajadas por los datos de sus inversores. Otro ejemplo es en la campaña de Trump, en la que se dieron cuenta de que muchos votantes a los que les preocupaba la inmigración veían la serie de televisión *The Walking Dead*, y metieron en la publicidad de la serie anuncios de Trump hablando de construir un muro y cerrar fronteras para frenar la inmigración (LaSextaColumna, 2016).

Sin embargo, desconocemos los usos reales que pueden esconderse detrás de este intercambio de datos. ¿Por qué esta venta de información sobre usuarios hace millonarias a las empresas? En el caso Snowden ya pudimos ver usos políticos del cibercontrol, gracias al programa confidencial de datos llamado PRISM (Planning Tools for Resource, Integration, Synchronization and Management), el cual permite acceso a los datos de los internautas extranjeros de Microsoft (desde 2007), de Yahoo, de Google, de Facebook (desde 2009), de Youtube y de Apple (desde 2012). ... Como ya dijimos anteriormente, se utiliza la excusa de la crisis y de la guerra contra el terrorismo, para el intercambio masivo de datos.

La población no ve el peligro en todo esto, porque desconocen los límites y los potenciales usos de la venta de sus datos. No conocemos tampoco nuestros derechos en algo tan reciente como es Internet: por ejemplo, cuando Facebook compró WhatsApp e Instagram, hace dos años, intercambiaron los datos que poseían de los usuarios, y solamente una persona tomo acciones contra este intercambio en Estados Unidos (LaSextaColumna, 2016). Además ¿cómo proteger nuestra privacidad y luchar por ella, si nosotros la ponemos libremente al descubierto? El soma de las redes sociales nos invita a compartir toda la información de nuestra vida – nuestros gustos, viajes, preferencias, relaciones, empleos nuevos, quejas... – y esto da lugar a un círculo vicioso: “El círculo que se está construyendo es vicioso. El asalto a la vida privada habitúa a todo el mundo a que ésta desaparezca. [...] quienes atentan contra nuestra vida privada actúan en la convicción de que las mismas víctimas consienten tal atentado, de forma que no se detendrán ante ninguna violación” (Eco, 2007). ¿Se podría decir que, actualmente, es cierto que consentimos – conscientemente o no – este control?

De este modo tan sutil, vivimos en la sociedad del bienestar, mientras basamos nuestra autoestima en *likes* y copiamos nuestros actos de *influencers*, mientras cada vez

se diagnostican más casos de depresiones y suicidios. La tecnología se ha hecho imprescindible en nuestra vida, junto con Internet y las redes sociales.

Esto incluso ha cambiado el modelo de periodismo – como ya hemos destacado, replegándolo en la inmediatez antes que en la calidad – pero también ha dado lugar a un *nuevo* tipo de periodismo: el ciudadano. Sin embargo, esta manera de recoger y transmitir información no debería ser considerada *periodismo*. Los ciudadanos graban, fotografían y difunden información por las redes sociales, lo que puede tener alcance global – por la difusión *viral* a la que da acceso Internet – y despertar entre los receptores sentimientos, como indignación, confusión, entretenimiento o desconfianza. Estos sentimientos están fuertemente adheridos al elemento que se difunde, ya que son informaciones con una reacción implícita. El problema es que esta información se acepta como verdadera, pero normalmente ni siquiera se contrasta – ni por los emisores ni por los receptores –, lo que da lugar a la creación de bulos o de noticias inexactas, que hacen el mismo daño que el periodismo mal ejecutado del que hablamos antes, solo que con un alcance incluso aún mayor. Quizás no todo el mundo lee la prensa o ve los telediarios, pero si que casi toda la población tiene algún tipo de red social. Cada vez más gente acude a las redes sociales – también – para estar informada. ¿O sería más exacto decir que acuden a las redes sociales para estar desinformadas? ¿Está el futuro del periodismo amenazado por el futuro de las redes sociales? La red social Facebook, por ejemplo, está desde 2015 negociando para estar integrada en prensa: mejor dicho, para que la prensa se integre en ella. Así, algunos “periódicos de renombre” – como The New York Times – publicarían “sus contenidos directamente en la red social” (Adeva, 2015). Según el periódico, uno de los aspectos negativos para los periódicos de esta *unión* sería perder “todos los datos de esos lectores ya que este tipo de información sería ahora propiedad de Facebook”.

Igualmente, es inevitable hablar del papel de la guerra en el *infoentertainment*: o podríamos decir que más que la guerra – hoy día no se declaran guerras, ¿estamos nosotros en guerra? – la difusa frontera entre guerra y paz. La guerra tiene una espectacularidad que capta nuestra atención, una relación entre guerra, propaganda y espectáculo que viene de lejos, y que es analizada por P. Hammond. Existe una atracción estética de la violencia, que es utilizada como espectáculo, lo que sirve de forma de alienación y colonización del ocio de los ciudadanos (Debord, 2012). Esta espectacularidad – unido a la existencia de víctimas occidentales, o, en su defecto,

muchísimas víctimas inocentes – da lugar inmediatamente a que un hecho se convierta en noticia. De esta forma, se crea el debate de si existiría terrorismo sin publicidad mediática del mismo. El lenguaje se utiliza en la guerra, sobre todo en el discurso humanitario: se hace un uso propagandístico de este, justificando las guerras *por la paz*. Así, según los gobiernos occidentales, entramos en guerra para defender o garantizar la paz, convirtiéndose esta en la justificación jurídica y moral de la guerra, de unos Derechos Humanos escritos exclusivamente desde la mirada occidental, y que, por ello, se utilizan como justificación universal. Ya no tienen los países el monopolio de la violencia legítima – se supone que en el derecho internacional son los Estados los únicos legítimamente permitidos a ejercer la guerra – sino que se abren nuevos frentes: contra el terrorismo, contra las *injusticias* – a nuestros ojos –, contra las drogas, contra las guerrillas, contra los dictadores de otros países – que casualmente lo son de suelo lleno de petróleo –, etcétera (Hammond, 2007). Estas guerras por la paz se sustentan en la responsabilidad de proteger a las víctimas, pero ¿qué influye en que un país intervenga en un conflicto y no en otro? Según Eric Hobsbawm, tres condiciones: “El argumento humanitario a favor de la intervención armada en los asuntos de los estados descansa en tres presupuestos: que en el mundo contemporáneo existe la posibilidad de que surjan situaciones intolerables - por lo general matanzas, o incluso genocidios- que la exijan; que no es posible hallar otras formas de hacer frente a tales situaciones; y que los beneficios derivados de proceder de este modo son patentemente superiores a los costes” (Hobsbawm, 2007, pág. 8).

Es importante, pues, el papel de los medios de comunicación en la espectacularidad de las guerras, y, sobre todo, en su defensa y legitimización de estas. Un ejemplo de esto es la guerra del Golfo, según A. Pizarroso: fue una guerra espectacular – de *espectáculo* – llena de mentiras, en la que la información fue visual, destacando la importancia de las imágenes en la guerra. Se presentó como una guerra *transparente*, ya que iba a ser televisada, en directo: la guerra se *espectaculariza*, cual programa de televisión. Por contextualizar la guerra: en 1990, Sadam Hussein – entonces presidente de Irak – invade Kuwait – al sur de Irak – lleno de petróleo; ante lo que Estados Unidos, apoyado por la mayor parte de países de la ONU, se sitúa en contra de Sadam Hussein. Hasta el comienzo del conflicto, en 1991, fue la guerra más anunciada del siglo. Aquí cabe preguntarse si con esta *preparación mediática* no comenzarían los medios de comunicación a expandir el racismo, con una cobertura tan masiva y tan *mala* sobre esos países. Volviendo al tema: la guerra del Golfo arrasó con todo, no había más noticias en

la televisión ni en los medios. Sadam Hussein, ante la difusión de su mala imagen, expulsa a todos los periodistas extranjeros del país. Las cadenas habían prometido al público una guerra en directo, así que usaron material propagandístico – cedido por ambos gobiernos, tanto de Irak como de la OTAN; y de la CNN, todo pasando siempre por la censura – para satisfacer al público: la guerra prometida como *transparente* se convierte en la más controlada de la historia. Otra forma de controlar a los periodistas era llevarlos con los grupos militares – lo conocido como periodistas empotrados, o *pools* –, con lo que se conseguía el control más cómodo sobre el periodismo: la autocensura. Y, por supuesto, una alta dosis de desinformación por ambos frentes: por un lado la iraquí, por parte de Sadam Hussein, que definía dicha guerra como “la madre de todas las guerras”, y la vendió como un ataque occidental al Islam; y, por otro lado, la desinformación occidental, que apelaba a la cuestión ecológica – Sadam Hussein bombardeaba pozos de petróleo, lo que afectaba al medio ambiente, aunque en realidad los aliados también lo hacían – y llamaban al ejército iraquí “el cuarto ejército más fuerte del mundo”, aunque en realidad era un ejército destrozado, ya que acababan de salir de la guerra contra Irán (Pizarroso, 1991).

La inmediatez de la que hablábamos en los medios de comunicación se ve potenciada por Internet. Cada vez que parpadeamos frente a un aparato tecnológico, las novedades cambian, se *actualizan*: la idea de que no hay libertad frente a la pantalla, salvo la de apagarla (Alba Rico, 2017) resuena como un eco lejano en nuestras cabezas. Un segundo, y ya es sólo una imagen perdida entre los millones de símbolos que vagan por la web. Ya no existe.

LENGUAJE Y CONTROL

Por último, un punto también esencial en las correspondientes obras de Huxley y Orwell es la importancia del uso del lenguaje. Ambos autores coinciden en darle a la lengua y a su utilización un papel fundamental en el control de la población.

De este modo, Orwell crea la *neolengua* y el concepto colindante de *doblepensar*: “Doblepensar significa el poder, la facultad de sostener dos opiniones contradictorias simultáneamente, dos creencias contrarias albergadas a la vez en la mente. [...] Decir mentiras a la vez que se cree sinceramente en ellas, olvidar todo hecho que no convenga recordar, y luego, cuando vuelva a ser necesario, sacarlo del olvido sólo por el tiempo que convenga, negar la existencia de la realidad objetiva sin dejar ni por un momento de saber que existe esa realidad que se niega...” (Orwell, 2013, pág. 208), lo que necesita la existencia de una lengua – la *neolengua* – que sustente el control de la población y limite el pensamiento. Sin palabras para definir nuestras ideas, estas mueren al no poder ser expresadas. Son imágenes en nuestra cabeza que no pueden tomar forma, pues no existen las palabras necesarias para ello. Orwell lo expone claramente: “Lo que no tiene un nombre no existe, de lo que no se habla no ha sucedido” (Orwell, 2013, pág. 47), y así se disminuye el pensamiento, al tener un número de palabras mínimo, solamente aquellas indispensables para mantener una comunicación básica. De esta manera se consigue la “mutabilidad del pasado” (Orwell, 2013, pág. 33), gracias a limitar la libertad de la mente: “un pensamiento divergente de los principios del Ingsoc fuera literalmente imposible, o por lo menos en tanto que el pensamiento depende de las palabras” (Orwell, 2013, pág. 293). Orwell había sido periodista en The Observer y en la BBC, lo que “es un hecho que añade especial valor a [...] sus continuas referencias al uso que el poder hace del lenguaje y, en concreto, al propagandístico papel que desempeñan los medios” (Toledano Buendía, 2006, pág. 2).

Por su parte, Huxley sigue esta base de creer que aquello que no se puede decir no existe: “fue como si nunca antes le hubiera realmente odiado, pues nunca había podido decir cuánto le odiaba. Pero ahora poseía las palabras” (Huxley, 2007, pág. 97). De esta forma, concede un poder enorme al lenguaje: “las palabras, como los Rayos X, atraviesan cualquier cosa, si no las emplea bien” (Huxley, 2007, pág. 53).

Así, ambos autores defienden la idea, ya comentada, de que quien controla el discurso tiene el poder, y sin lenguaje no es posible tener el control ni de nosotros mismos: “El discurso contiene, por así decirlo, dos objetivos: 1) el propio del discurso, lo-que-se-desearía-decir, y 2) lo-que-conviene-decir” (Castilla del Pino, 2001, pág. 9). La ideología conforma el lenguaje, que conforma a su vez la realidad, la cosmovisión – la idea que tenemos del mundo –, siendo capaz de formar y moldear la sociedad. ¿Es el límite del lenguaje el límite de mi propio mundo? El lenguaje conforma el mundo y la realidad: “la realidad, el lenguaje y mundo van íntimamente conexos” (Castilla del Pino, 2001, pág. 23). El mundo solo existe en la medida en que yo puedo expresarlo, y tiene una realidad, que yo creo en mi mente, gracias a mi lenguaje. No puedo pensar en aquello que no tengo palabras para construir en mi cabeza.

Cuando la estructura de poder controla el lenguaje, crea una realidad ilusoria que le auto beneficia. Esta estructura utiliza los medios de comunicación en su lucha por el control, pudiendo producir realidades paralelas: por ejemplo, al decir *bombardeo humanitario*, cambiamos el concepto de bombardeo como algo negativo y cruel, y se crea una realidad paralela en la que justificamos un acto – precisamente – tan *inhumano*. Con esa expresión, no representamos lo terrible de la situación, sino que disfrazamos la realidad (Alba Rico, 2017). Nuestros medios desprestigian con el lenguaje al partido político Podemos – con expresiones como –, al grupo terrorista Estado Islámico, y al resto de *enemigos del poder*. Y así lo hace cada estructura de poder desde su propio alcance: incluso el Estado Islámico, en la era mundial de la guerra contra el terrorismo, utiliza los medios para su propaganda. Por ejemplo, en el gobierno nazi de Hitler, se usaban eufemismos en su lenguaje oficial: “no se escribía “exterminación” sino “solución final”, no “deportación” sino traslado, no “matanza con gas” sino “tratamiento especial”, etcétera” (Levi, 1998, pág. 196).

Los enunciados se orientan hacia una conclusión determinada, intentando favorecer una interpretación concreta en el receptor. Así, la argumentación posee una finalidad perlocutiva (finalidad de persuadir). Las formas de manipular a través de la lengua son: mediante uso de conocimiento que no tenemos y no podemos juzgar; mediante el principio de autoridad; cuando se da por hecho que algo es de tal modo, como cuando los bolcheviques hicieron su propaganda ateísta en la URSS, partiendo de la base en los colegios de que la idea de la no existencia de Dios era de sentido común; y a través

de falacias que nos hacen llegar a una conclusión equivocada, lo que hoy día se acerca a la posverdad (Fuentes Rodríguez & Alcaide Lara, 2002).

Un ejemplo de esta propaganda burocrática basada en el lenguaje, en la argumentación y en la retórica es la Guerra de Vietnam, según los autores Altheide y Johnson: en Vietnam, el ejército estadounidense tenía graves problemas para evaluar la eficiencia de sus tropas, debido a un terreno desconocido y difícil como era la selva, a un tipo de conflicto basado en guerrillas enemigas, sin un claro frente, etc., por lo que la situación provocó la dependencia de informes oficiales propios para evaluar la eficacia de las operaciones. Las tropas más efectivas en batalla, según los informes, eran las más recompensadas y reconocidas. Esto dio lugar a que la intención de los militares se centrara más a mostrar cómo cada equipo contribuía a la guerra antes que luchar en ella. Por ejemplo, los tripulantes del USS Walden percibieron que el principal criterio que se usaba para medir el éxito de los barcos era la obtención de “condecoraciones a la eficiencia en combate”, por lo que el objetivo de la tripulación era conseguir tales condecoraciones, más que conseguir la eficiencia en sí. Se genera de este modo una gran burocracia para demostrar esa eficiencia, y una gran competitividad para conseguir tales condecoraciones. Así, el lenguaje administrativo especializado era utilizado para convencer de la eficacia: por ejemplo, uno de los criterios de eficiencia era el número de proyectiles usados para eliminar un objetivo determinado, y aquellos proyectiles que se perdían eran denominados “objetivos de oportunidad” alcanzados, pero no reflejados en los planes (Altheide & Johnson, 1980).

Esto mismo se sigue repitiendo actualmente, con el poderío de los medios de comunicación para repetir una y otra vez los *lenguajes oficiales* – el periodismo actual, siempre dependiente de la información oficial... – que le aportan los gobiernos: “Hoy por hoy, no queda bien decir ciertas cosas en presencia de la opinión pública: el capitalismo luce el nombre artístico de economía de mercado; el imperialismo se llama globalización; las víctimas del imperialismo se llaman países en vías de desarrollo [...]; el oportunismo se llama pragmatismo, la traición se llama realismo; los pobres se llaman carentes, o carenciados, o personas de escasos recursos; la expulsión de los niños pobres por el sistema educativos se conoce bajo el nombre de deserción escolar; el derecho del patrón a despedir al obrero sin indemnización ni explicación se llama flexibilización del mercado laboral...” (Galeano, 2000, pág. 41).

Los medios consiguen con sus etiquetas, su lenguaje, su retórica y sus juicios de valor, poner a la población a favor o en contra incluso de ciertas razas. Por ejemplo, actualmente – en un mundo globalizado, qué ironía – existe un odio y un temor – el odio nunca surge sin el miedo – hacia las razas árabes, que los medios tienden a uniformizar. Cualquier persona de origen de un país árabe es englobada dentro de ese colectivo, y se determina su procedencia solo cuando es necesario. Por ejemplo, si tenemos una noticia de maltrato de género o sobre un asesinato – delitos que cometen las personas de cualquiera nacionalidad, sin diferencias – se especifica la procedencia del culpable en caso de ser de origen árabe. ¿Es necesario esta distinción, teniendo en cuenta que son acciones que podría realizar cualquier otra persona, y no son limitadas a una nacionalidad concreta? Aunque encontramos diferencias básicas con el mundo de 1984, la cada vez más común uniformidad de los medios nos acerca a un modelo igualmente uniforme en su lenguaje y etiquetas: “Ahora no existe teóricamente un partido único, sin embargo, el mundo y nuestra percepción de éste nos pone de frente ante una realidad que está cada vez más globalizada, con noticias cada vez más uniformes, con medios de comunicación conglomerados en grandes emporios empresariales y con una sociedad cada vez más apática y reticente a buscar su propio criterio y que opta por repetir modelos mayoritarios” (Toledano Buendía, 2006, pág. 3).

Además, el poder hace uso igualmente de la influencia del poder judicial, utilizando el miedo para controlar las libertades: por ejemplo, en el caso de la chica condenada a un año de cárcel por los tweets sobre Carrero Blanco se hizo uso del poder judicial para controlar lo que la gente dice o hace en Internet, es decir – inevitablemente – para controlar los límites de la libertad de expresión. Pero ¿dónde están esos límites y quién los impone?

Si hay límites en el lenguaje, eso significa que hay privilegiados que pueden hablar con más libertad que el resto, aquellos que ponen los límites para el resto de la población. Nuestra realidad es paralela a la de ambos libros, controlando la realidad con el lenguaje y con los medios de comunicación, gracias a este mismo. No inventamos un nuevo lenguaje, pero se dan significados a ciertas palabras que esconden una realidad más profunda, así como se censuran ciertas ideas o pensamientos en los medios: “¿No se debe hablar, entonces, de aquello que no ‘puede decirse’?” (Castilla del Pino, 2001, pág. 22). El periodismo – con todos sus problemas actuales de los que ya hemos hablado, como la

falta de veracidad y contraste, o la inmediatez y la falta de investigación – nos acostumbra a un nivel de calidad bajo, pero que no termina de ajustarse a nuestras exigencias comunicativas: “la comunicación existe. Pero en cada caso hay que preguntarse qué es lo que se comunica y cuánto queda por comunicar” (Castilla del Pino, 2001, pág. 20). Actualmente, no recibimos la información adecuadamente, lo que produce una desinformación, que puede llevarnos a la incomunicación: “la incomunicación – en forma de comunicación parcial o comunicación distorsionada – compone el rasgo característico de nuestra actual pauta de conducta” (Castilla del Pino, 2001, pág. 21). En *Un mundo feliz*, se muestra el problema de la incomunicación en los medios de comunicación, mostrando que hay temas que se censuran y temas de los que se dice tan poco, o tan mal, que no aportan absolutamente nada: “¿Puede decirse algo sobre nada?”, le dice Helmholtz Watson, periodista, a Bernard Marx, protagonista, ya que su trabajo como reportero consistía principalmente en escribir sobre fragancias, publicidad más que información y sensacionalismo, ante todo.

Esta degradación del lenguaje – esta incomunicación – se da también por medio de la censura, la cual es imprescindible en ambos libros. Se califican ciertas publicaciones como “peligrosas”, estigmatizándolas, para poder evitar el verdadero peligro: la educación, la información que aporta conocimiento y forma a los intelectuales. El conocimiento – y el lenguaje – nos dan libertad, nos dan posibilidades divergentes de pensamiento, y eso es peligroso para mantener una estructura de poder. Hoy día no se censura directamente nada, pero si con otros medios: económicamente o con el lenguaje, es decir, con etiquetas negativas. Si las élites económicas poseen la mayoría de editoriales – y van absorbiendo las pequeñas que nacen independientes – no van a publicar libros que perjudiquen su imagen y estatus; y si estas mismas élites controlan también la mayoría de medios de comunicación – y van intentando absorber los independientes – tienen igualmente el control de la crítica cultural y de la opinión pública.

El lenguaje contiene también la mentira, lo que supone a la par una degradación del mismo. Aunque es cierto que una lengua basada en la verdad constante no se sostendría – “Una sociedad en la que la comunicación de todo lo que se deseara comunicar fuera posible nos llevaría a la guerra de todos contra todos” (Castilla del Pino, 2001, pág. 9) –, los medios de comunicación deberían luchar por una correcta y veraz comunicación. Esto está relacionado con el reciente término de posverdad (del inglés, *post-truth*), tal y

como se cita del Diccionario Oxford en un artículo de El País, “denota circunstancias en que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública que los llamamientos a la emoción y a la creencia personal” (Amón, 2016), y el autor la explica así en el mismo artículo: “Es una verdad que Trump ha ganado las elecciones. Y es también una posverdad o una metaverdad, precisamente porque no se hubiera producido sin las variables de la emoción, de la creencia o de la superstición”. El autor del análisis no duda en relacionar el término con “resonancias orwellianas”, desarrollando que aquello que “se siente verdad” pero no es real discrimina “la verdad revelada de la verdad sentida” gracias a la semántica. De este modo, se podría decir que la posverdad es un sentimiento creado y compartido en sociedad, sin importar si es verdad o mentira: incluso admitiéndose como mentira por la propia sociedad. Es una forma de definir la propaganda. Por poner un ejemplo, si el atentado del 11M – 11 de marzo de 2004, en Madrid, por Al-Qaeda – hubiera tenido lugar actualmente, el hecho de que el entonces presidente José María Aznar negara la culpabilidad de Al-Qaeda y culpara al grupo terrorista ETA, pese a que las pruebas y la realidad demostraban la inocencia de los vascos, sería un exponente de la política posverdad. La pregunta es si los medios de comunicación hacen frente a esta ola de mentiras políticas o, por el contrario, la alimentan y la reproducen: “Estamos viviendo dos historias distintas: la de verdad y la creada por los medios de comunicación. La paradoja, el drama y el peligro están en el hecho de que conocemos cada vez más la historia creada por los medios de comunicación y no la de verdad” (Kapuszcinski, 2002, pág. 124). ¿Nos alejan hoy día los medios de comunicación de la verdad y, por lo tanto, del conocimiento y de la libertad?

La libertad puede no ser aquello que hemos sido enseñado que es. Creemos que la libertad es, por ejemplo, viajar, elegir tu ropa, tu carrera profesional, pero ¿y si el concepto estuviera equivocado de base? La definición fue impuesta por alguien, ¿bajo qué criterios y con qué intereses? Podemos elegir nuestra ropa... entre las prendas que se nos ofrecen en las tiendas. Podemos elegir nuestro futuro profesional, pero ¿podemos elegir uno completamente diferente de lo que ofrece el Estado? ¿Es tan fácil salirse del camino marcado? Entendemos libertad como parte de una democracia, pero en otros países que no viven en un sistema político democrático también entienden que tienen libertad en sus vidas. Quizás debamos cambiar la forma de entender la libertad, para poder así ser más libres.

La libertad sea quizás un estado mental, basado en el conocimiento, que nos da la posibilidad de elegir nuestra propia felicidad. Una palabra que, para entenderla completamente, debería ser inseparable de algunos otros términos: verdad, conocimiento, decisión, discurso, imaginación. Cuanto más conocimiento tenemos y más luchamos por acercarnos a la verdad – o a las verdades – más poder de decisión tendremos sobre nuestra vida. Y a más posibilidades de discurso a nuestro alcance – o a nuestra creación - más poder sobre nosotros mismos – más inmunidad a la propaganda, a los discursos de otros – tendremos. ¿Y la imaginación? Para abrirnos las puertas de la creación, para poder tener la creatividad de tener ideas nuevas. Si fuéramos capaces de identificar cuándo otros nos controlan, si tuviéramos el conocimiento para saber las consecuencias del control y evitarlo si quisiéramos, nuestra vida y nuestras decisiones diarias serían más *nuestras que nunca*. Y si nuestra vida pudiera depender de nosotros mismos, ¿por qué tendríamos que elegir entre felicidad o libertad?

CONCLUSIONES

“Muchos americanos no quieren libertad, quieren seguridad”, le decía Corbyn O’Brien a Edward Snowden (Stone & Fitzgerald, 2016). Tras analizar las obras de Huxley y Orwell y nuestra sociedad, esta frase se repite como un eco de la verdad que se esconde tras todo esto. ¿Y si la mayoría de la población solo quiere vivir en tranquilidad y paz, con la seguridad que esto supone, aunque sea a costa de una vigilancia constante? Un control que sin duda solo puede seguir avanzando, seguir siendo cada vez más fuerte e implacable, pues le hemos dado un *consentimiento implícito* a los que nos vigilan.

“- Bueno, no es para tanto.

- ¿No es para tanto? ¿Que puedan estar observándote ahora mismo?

- No tengo nada que ocultar.”

(Stone & Fitzgerald, 2016)

Quizás ese es el pensamiento de gran parte de la población: ¿qué más da que me vigilen, si no he hecho nada malo ni ilegal, si no tengo nada que ocultar que puedan utilizar en mi contra? ¿Qué más da, si así pueden controlar a aquellos que sí son malos, a los que son peligrosos?

La pregunta importante – como única respuesta a las anteriores – es cómo podemos combatir este control, si la ciudadanía no lo teme, si la ciudadanía lo legitima. Si la ciudadanía ha olvidado la palabra *libertad*. Snowden les afirma en todo momento a los periodistas de The Guardian: “lo que más miedo me da es que no cambie nada, que vaya a peor. [...] Que venga un líder autoritario y se aproveche” (Stone & Fitzgerald, 2016). Oliver Stone, el director de la película documental que muestra la revolución de Snowden, coloca *estratégicamente* imágenes de Donald Trump – el actual presidente estadounidense – mientras Snowden dice estas palabras. Nada ha cambiado y la tiranía mueve los hilos de la democracia, aunque no solo en Estados Unidos.

La cosmovisión que blande orgullosa Europa – su democracia, su capitalismo, su consumismo – “goza, en buena parte del mundo, de un considerable consenso social, al que se ha llegado sin grandes opciones de presentar, en pie de igualdad, alternativas. [...]

En el mejor de los casos, las alternativas «asumibles» (aquellas que no ponen en peligro la base del sistema), se presentarán como inocentes, inmaduras, propias de proyectos sociales irrealizables y, en el peor caso, como peligrosas y punibles. Ejemplo de cómo opera esta campaña es el «maltrato» mediático que ha sufrido el discurso libertario, calificado habitualmente de «antisistema». Previamente, se ha construido mediáticamente, en torno al concepto de «antisistema», un imaginario determinado. El término pretende activar imágenes mentales de violencia callejera, enfrentamiento y riesgo para la seguridad de los ciudadanos. Lo antisistema es violento. El discurso hegemónico, de hecho, ha explotado bien el miedo al abismo post-capitalista, como si la única alternativa al capitalismo fuera la dictadura” (Vázquez Liñán, 2012, pág. 105).

A nuestros ojos, entre capitalismo o dictadura – por supuesto, el comunismo es visto como tal, hasta ahí el poder de la propaganda – solo hay una decisión posible. Nos resignamos ante el miedo al cambio, nos resignamos al no saber cómo luchar. No hay alternativas a que nuestros datos no sean recogidos, vendidos y comprados por Internet; tampoco las hay a controlar quién puede saber – y qué – la información que le plazca de nosotros. No vemos soluciones a ser vigilados, y esto nos lleva a la pasividad.

Como el tema de este estudio está en constante cambio, hay noticias significativas que han visto la luz en los últimos días. No es ya posible incluirlas en el trabajo, pero es necesario mencionarlas. En eldiario.es, una noticia habla de cómo Amazon está comenzando a adquirir cadenas de supermercados, como Whole Foods, y cómo piensa utilizarlas para seguir adquiriendo información sobre nosotros: “Imagine si el supermercado al que va lo vigilara tan de cerca como lo hacen en Internet Facebook y Google. No solo sabría qué productos compró, sino cuánto tiempo se detuvo delante de qué artículo y qué ruta siguió dentro del establecimiento. Esta información oculta un valioso conocimiento acerca de su personalidad y preferencias que Amazon utilizará para venderle más productos en Internet y en el mundo real” (Tarnoff, 2017). Amazon ya hizo una prueba de un supermercado inteligente en Seattle, según el artículo, y esto puede ser trasladado a cualquier lugar. El autor nos habla así, también, de “Echo, un pequeño altavoz que ofrece las funciones de una asistente llamada Alexa y que se activa por voz, igual que la aplicación del iPhone Siri. Alexa puede decirnos cómo está el clima, leernos las noticias, hacernos una lista de tareas y cumplir con infinidad de otras tareas. Es muy buena para escuchar. Registra fielmente nuestras interacciones y las transmite a Amazon

para su posterior análisis. De hecho, es posible que no solo esté registrando nuestras interacciones, sino absolutamente todo”. Del mismo modo, la noticia resalta que Amazon puede igualmente “vigilar nuestra casa desde el aire”, con unos drones que se encargan – en teoría – de repartir las entregas, aunque aún están en período de prueba. Es interesante, sobre todo, el final del artículo, en el que comenta cómo hace años era impensable que la población fuera a permitir que nos vigilasen por Internet, por lo que no sabemos qué estaremos dispuestos a permitir dentro de varios años. El autor aporta una solución sugestiva: “Los defensores de la tecnología dirán que los consumidores siempre tienen la opción de no usarla: si están en contra de las prácticas de una empresa, que no utilicen sus servicios. Pero en esta nueva era de monopolio del capitalismo, la elección del consumidor es un concepto sin sentido. Empresas como Google, Facebook y Amazon dominan la esfera digital. Es imposible evitarlos. La única solución es política. Como consumidores casi no tenemos poder, pero como ciudadanos podemos exigir un control más democrático de nuestra información. La información es un bien común. La hacemos juntos y le damos sentido juntos, ya que los patrones útiles solo surgen como resultado de la recolección y el análisis de grandes cantidades de información”.

En un borrador de la entrevista que le realizaron para el documental *Los nuevos amos del mundo*, emitido en *LaSexta Columna*, Javier de Rivera, “miembro del grupo de investigación *Cibersomosaguas* (UCM) y coeditor de *Revista Teknokultura*”, esgrime una posible solución futura: “La única forma de afrontar esta situación es desde el software libre y la soberanía tecnológica, que es un concepto basado en la soberanía alimentaria, que quiere decir que los países, las comunidades o incluso las personas sean realmente dueñas de los recursos que necesitan para comunicarse, y no como sucede ahora, que dependemos totalmente de estas empresas privadas” (Rivera, 2016). En esta misma entrevista, de Rivera explica que esto sería posible si los estados invirtiesen en “promocionar el software libre y los proyectos basados en software libre, facilitando la creación de sistemas de comunicación que se pudieran ofrecer como bienes públicos o bienes comunes, y no como los sistemas propietarios de los que dependemos actualmente, que explotan nuestros datos y vulneran nuestra privacidad”.

La educación es sin duda un buen lugar por el que comenzar a concienciar a las futuras generaciones a ser, sobre todo, creativos: con la imaginación podemos crear todo un mundo nuevo de posibilidades, buscando soluciones, nuevos modelos. No podemos

dejarnos llevar por el consumismo, que nos ahoga en un mar de preocupaciones *vacías*. Si no podemos cambiar la existencia de una propaganda desde los gobiernos y los medios de comunicación, al menos debemos estar preparados para pensar autónomamente y poder protegernos ante esa manipulación masiva y, cada vez, más directa. Como dijo una vez la autora y dibujante Marjane Satrapi: “La educación es un arma de construcción masiva”. En nuestras manos está que no se convierta en un arma de *destrucción* masiva.

Ante el Big Data, Javier Molina, periodista, propone una solución: “mientras algunos indican que hay que añadir el Big Data al capital, tierra y trabajo como factores de producción, el protocolo bitcoin puede cambiar la forma en la que se utiliza nuestra información. Esa es mi apuesta. Se llegará al momento en que, como proveedores de datos que somos, cobraremos en formato micro pagos por cada aporte a la red que hagamos. Desde recibir dinero por subir fotos a Instagram, hasta por utilizar YouTube para que se visionen nuestros vídeos o compartir un artículo en LinkedIn. Y será el consumidor de esos datos el que pague por ello” (Molina, 2017).

Por último, tenemos que aprender a usar Internet y, sobre todo, las redes sociales de una manera responsable, sin volcar toda nuestra información, sin la necesidad de los *likes*. Debemos dejar de tratarnos como productos de una cadena de montaje, abriendo las mentes, no creyendo todo lo que llega a nosotros sin verificarlo primero, no estigmatizando ni prejuzgando. No podemos olvidar que somos humanos, que nuestra fuerza está en el amor, en la formación de sociedades, en la creatividad, en la creación. Debemos usarlas para crear, pues la muerte de la creación es la destrucción del ser humano. Tenemos que usar las redes para el arte, para la globalización real, como forma de potenciar todas las culturas y mantenerlas, no como forma de homogeneización. Occidente no es el mundo entero, occidente no es ni siquiera occidente entero. Necesitamos más culturas, más puntos de vista, más ideas, más formas de vivir. A más opciones, mayor grado de elección personal, mayor libertad individual.

Ya lo dice el cantautor español Andrés Suárez: las redes sociales son redes, porque atrapan, pero nunca sociales (Suárez, 2017). Solo me queda pedir disculpas por el tono pesimista de este estudio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abellán, M. (Dirección). (2005). *Documental: 72 horas, del 11M al 14M* [Película]. España. Recuperado el 01 de 07 de 2017, de <https://www.filmaffinity.com/es/film109806.html>
- Adeva, R. (24 de marzo de 2015). Facebook quiere crear su propia plataforma de prensa online. *cincodias.elpais.com*. España. Recuperado el 1 de julio de 2017, de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/03/24/lifestyle/1427212604_228266.html
- Alba Rico, S. (2010). *Noticias*. Madrid: Caballo de Troya.
- Alba Rico, S. (2017). *Ser o no ser (un cuerpo)*. Barcelona: Seix Barral.
- Altheide, D., & Johnson, J. (1980). *Bureaucratic propaganda*. Boston: MA: Allyn & Bacon.
- Althusser, L. (2003). Ideología y aparatos ideológicos de Estado. En S. Žižek, *Ideología : un mapa de la cuestión. 2003* (págs. 115-156). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Álvarez, P. (Miércoles 13 de julio de 2016). Entrevista: Ken Robinson: "Pagamos un alto precio por sacar los sentimientos de la escuela". *El País Semanal*, pág. Página web . Recuperado el 14 de julio de 2017
- Amón, R. (17 de noviembre de 2016). 'Posverdad', palabra del año. *El País*. España. Recuperado el 30 de junio de 2017, de https://elpais.com/internacional/2016/11/16/actualidad/1479316268_308549.html
- Aubena, F., & Ayad, C. (2014).
- Bernays, E. L. (1928). *Propaganda*. New York: Horace Liveright.
- Castilla del Pino, C. (2001). *La incomunicación*. Barcelona: Península.
- Cid, G. (31 de 07 de 2017). Las amenazas de ciberseguridad más preocupantes del año (y las que vienen). *elconfidencial.com*. Recuperado el 31 de 07 de 2017, de https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2017-07-31/amenazas-ciberseguridad-windows-impresoras-hp-drones-wannacry_1422444/
- Cid, G. (25 de 07 de 2017). Tienes un 'espía' en el hogar: las Roomba ahora venderán los planos de tu casa. *elconfidencial.com*. España. Recuperado el 04 de 08

de 2017, de https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2017-07-25/roombas-vender-planos-casa-datos-espia-irobot_1420404/

- Combs, J., & Nimmo, D. (1998). *Ensayo: La nueva propaganda. La dictadura de la palabrería política contemporánea*. Diana, México.
- Debord, G. (2012). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos.
- Dupont de Nemours, P.-S. (2012). *Observations présentées au Roi par les bureaux de l'Assemblée des notables: Sur Les Memoires Remis a L'Assemblee Ouverte Par Le Roi, A Versailles, Le 23 Fevrier 1787 France*. París: Nabu Press.
- Eco, U. (2007). *A paso de cangrejo: artículos, reflexiones y decepciones, 200-2006*. Madrid: Debate.
- Ellul, J. (1973). *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. Nueva York: Vintage Books.
- elmundo.es. (1 de julio de 2014). El aeropuerto inaugura un sistema de seguridad y control de fronteras. *elmundo.es*. Málaga, España. Recuperado el 20 de julio de 2017, de <http://www.elmundo.es/andalucia/2014/07/01/53b2e3c3268e3e20768b4585.html>
- Ferrer i Guàrdia, F. (1976). *La Escuela Moderna*. Barcelona: Tusquets .
- Ferro, M. (2003). *The use and abuse of history or how the past is taught to children*. London: Routledge.
- Fuentes Rodríguez, C., & Alcaide Lara, E. (2002). *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*. Madrid: Arco/Libros.
- Galeano, E. (2000). *Patas arriba*. Madrid: Siglo XXI.
- Hammond, P. (2007). *Media, War and Postmodernity*. London: Routledge.
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (1990). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona: Editorial Crítica.
- Hobsbawm, E. (2007). *Guerra y paz en el siglo XXI*. Barcelona: Crítica.
- Huxley, A. (1998). *Nueva visita a un mundo feliz*. (T. d. Hernani, Trad.) Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Huxley, A. (2007). *Un mundo feliz*. Barcelona: Edhasa.
- Illich, I. (1978). *La sociedad desescolarizada*. Barcelona: Barral.
- infoperiodistas.info. (21 de 04 de 2016). *IAB: "El 85% de los internautas sigue a influencers a través de redes sociales"*. Obtenido de infoperiodistas.info:

<http://www.infoperiodistas.info/noticia/20504/IAB-El-85-de-los-internautas-sigue-a-influencers-a-traves-de-redes-sociales>

- Kapusczynski, R. (2002). *Los cínicos no sirven para este oficio : sobre el buen periodismo*. Barcelona: Anagrama.
- LaSextaColumna (Productor). (2016). *Documental: Los nuevos amos del mundo* [Película]. La SExta. Recuperado el 10 de 05 de 2017, de http://www.atresplayer.com/television/programas/lasexta-columna/temporada-1/capitulo-167-los-nuevos-amos-mundo_2016120200694.html
- Lefebvre, H. (1978). *De l'Etat. 4, Les contradictions de l'Etat moderne, la dialectique et/de l'Etat*. París: Union générale d'éditions.
- Levi, P. (1998). *Si esto es un hombre*. Barcelona: El Aleph Editores.
- Lippman, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Cuadernos de Langre.
- Mattelart, A., & Vitalis, A. (2015). *De Orwell al cibercontrol*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Molina, J. (28 de julio de 2017). Saben quién eres, qué haces y cómo sacarte dinero. *elconfidencial.com*. España. Recuperado el 1 de agosto de 2017, de https://blogs.elconfidencial.com/mercados/de-vuelta/2017-07-28/big-data-datos-rommba-statista_1421763/
- Montero Sánchez, D. (12 de 05 de 2017). Redes y cambio social. *Clase de comunicación para el cambio social*. Sevilla, Universidad de Periodismo, España. Obtenido de https://ev.us.es/bbcswebdav/pid-2335394-dt-content-rid-7690780_1/courses/201617-2100045-210-E1/teor%C3%ADa_de_redes.pdf
- Muñoz, A. (31 de 07 de 2017). No, Roomba no venderá nuestros datos. *ticbeat.com*. España: Axel Springer. Recuperado el 04 de 08 de 2017, de <http://www.ticbeat.com/seguridad/no-roomba-no-vendera-nuestros-datos/>
- Noelle-Neumann, E. (2011). *La espiral del silencio : opinión pública , nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- Orwell, G. (1983). *1984* (5ª edición en Colección Destino libro ed.). Barcelona: Destino.
- Orwell, G. (2013). *1984*. Barcelona: Debolsillo.
- Pizarroso, A. (1991). *La guerra de las mentiras. Propaganda, desinformación y guerra psicológica en el conflicto del Golfo*. Madrid: Eudema.

- Reig, R. (1995). *El control de la comunicación de masas : bases estructurales y psicosociales*. Madrid: Libertarias-Prodhufi.
- Riva Palacio, R. (mayo de 2014). *Introducción de Un mundo feliz, de Aldous Huxley* (Edición del Sindicato Nacional de Trabajadores del Infonavit ed.). México: D.F.
- Rivera, J. d. (28 de 12 de 2016). Los nuevos amos del mundo. *blogs.publico.es*. Recuperado el 30 de 07 de 2017, de <http://blogs.publico.es/el-cuarto-poder-en-red/2016/12/28/los-nuevos-amos-del-mundo/>
- Robinson, K. (2006). Charla TED: ¿Matan las escuelas la creatividad? *ted.com*. Recuperado el 2017 de 06 de 29, de https://www.ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity/up-next?language=es
- Robinson, K. (miércoles 13 de julio de 2016). Ken Robinson: "Pagamos un alto precio por sacar los sentimientos de la escuela". (P. Álvarez, Entrevistador)
- Stiegler, B. (2002). *La técnica y el tiempo*. Hondarribia (Guipuzkoa): Hiru.
- Stone, O., Fitzgerald, K. (. (Escritores), & Stone, O. (Dirección). (2016). *Snowden* [Película]. Estados Unidos.
- Suárez, A. (2017). Ahí Va la Niña [Grabado por A. Suárez]. De *Desde una ventana*. España: Sony Music Entertainment España. Recuperado el 06 de 20 de 2017, de [https://www.vevo.com/watch/andres-suarez-1/ahi-va-la-nina-\(audio\)/ES1021700324](https://www.vevo.com/watch/andres-suarez-1/ahi-va-la-nina-(audio)/ES1021700324)
- Tarnoff, B. (27 de 08 de 2017). Tu vida lejos de internet tampoco tendrá secretos para Silicon Valley. *eldiario.es*. Recuperado el 03 de 09 de 2017, de http://www.eldiario.es/theguardian/Silicon-Valley-informacion-petroleo-llegar_0_679632156.html
- Toledano Buendía, S. (7 de enero de 2006). La neolengua de Orwell en la prensa actual. La literatura profetiza la manipulación mediática del lenguaje. *Revista Latina de Comunicación Social*(61), 7. Recuperado el 10 de julio de 2017, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200601toledano.htm>
- Tremblay, J.-P. (Dirección). (2012). *Documental: Sombras de libertad* [Película].
- Van Dijk, T. A. (1999). *“El análisis crítico del discurso*. Barcelona: Anthropos.
- Vázquez Liñán, M. (2012). Capítulo de libro: La propaganda como producto cultural. En J. Abellán Muñoz, & J. [J. Herrera Flores, *Las praxis de la paz y los derechos humanos : Joaquín Herrera Flores "In memoriam"* (págs. 81-107).

Granada: Universidad de Granada. Recuperado el 07 de 30 de 2017, de
file:///C:/Users/CRISTINA/Desktop/lapropagandacomo.pdf

- Weber, M. (1993). *Economía y sociedad*. Madrid: S.L. FONDO DE CULTURA ECONOMICA DE ESPAÑA.