

El asesinato de la verdad

Aram Aharonian

—

Editorial: Ediciones CICCUS, Argentina, 2017

Año: 2017

Páginas: 224

ISBN: 978-987-693-723-8

—

Con parecida sensibilidad y desde la misma preocupación que la de una serie de obras aparecidas en Europa reciente y no tan recientemente como conocido *Informe sobre la información* de Manuel Vázquez Montalván, la *Sociedad desinformada de la información* de Scott Lash, *La Era de la información* de Manuel Castells o *Desinformación* de Pascual Serrano, este libro Aram Aharonian parte de una constatación: “Nuestras sociedades consumen hoy grandes dosis de información sin siquiera saber que es falsa. La clave es un sistema de instantaneidad que nadie puede verificar y que en muchas ocasiones es una aviesa manipulación de laboratorios y estudios de cine o televisión”.

Hace diez años, Aram Aharonian, periodista, fundador y director general de la cadena TELESUR escribió un libro que llevó por título *Vernos con nuestros propios ojos. Apuntes sobre comunicación y democracia*, el primero de una trilogía que culmina con el aquí reseñado, larga reflexión que ya tenía como *leit motiv* la construcción de un pensamiento propiamente latinoamericano sobre sobre el periodismo y sus vicisitudes. Ese texto está antecedido por una frase de George Orwell: “¿Dónde está el periodista? En estos momentos de impostura universal, decir la verdad es un acto revolucionario”.

La preocupación por la verdad en el periodismo es la punta del ovillo de una compleja problemática contemporánea frente a la que ahora Aharonian desarrolla y profundiza su postura crítica, a partir de otra frase, esta vez de pronunciada por el dramaturgo Esquilo, un pensador de hace aproximadamente 25 siglos: “La verdad es la primera víctima de la guerra”.

Para Aharonian, la verdad se le aparece como una obligación política y como una objeto sacrificial por parte del poder. En un tiempo de relativismos extremos donde la verdad epistémica que opera en el campo científico ha perdido asidero e interés por parte de las mayorías, la verdad informativa que debería marcar la ruta de la vida cotidiana y orientar los sentidos comunes, se ha tornado el blanco del ataque de dispositivo global de control y manipulación del capitalismo en su versión **neo-con**: neoliberal en una de sus caras, conservadora en la otra, modelo triunfante y en alza hoy en día.

Y es que como se dice en este libro, “la ‘verdad’ que se vislumbra a través de la televisión, los medios cibernéticos y gráficos no necesariamente corresponde a la realidad. Esta verdad virtual posee como característica la rapidez y el dinamismo en su construcción, pretendiendo abarcar todo el espectro social y agotándose hasta lo efímero en un abrir y cerrar de ojos, con imágenes espectaculares y lenguaje publicitario”, En cambio, acota, “la Verdad con mayúscula, que es simplemente lo que en la realidad aconteció, que excede a las miradas que hablan sobre ella y procuran contenerla bajo sus argumentos, está desapareciendo de los medios”

Y entonces entran en contradicción dos formas **de verdad mediática**, la “virtual” o “ficcional” como también la nombra, aquella que preocupó tanto desde hace más de medio siglo filósofos como Jean Baudrillard, Guy Debord o el propio Louis Althusser, y la “verdadera verdad”, la que preocupó tanto a la Ciencia en general y luego a las Ciencias de la información al Periodismo o a la disciplina comunicacional,

Aquella verdad, cuya búsqueda Orwell la asimila con la postura revolucionaria del periodismo, está desapareciendo y entrando en extinción, fruto de una cacería salvaje a la que llama “Guerra de Cuarta Generación”, y en la que las *fake news*, la mayoría de contenidos de entretenimiento y la publicidad, son sus mejores recursos, puesto que no sólo apelan a la destrucción de la racionalidad por la vía de la “conquista emocional”, sino que facilitan la sobrevivencia de los medios, pero a costa de su total sometimiento a las lógicas e intereses del poder hegemónico.

Este libro nos alerta de lo más grave que es que tal discurso hegemónico se contrapone con un sistema democrático de gobierno, pues la democracia requiere la aparición de una pluralidad de información que permita a quienes participan de la opinión pública decidir con libertad libremente. El “asesinato” de la verdad se consume mediante su modelación estandarizada: la verdad única es el arma del poder económico, y así la realidad-virtual, improbable, nos adormece dulcemente y nos doblega.

Pero hay un tercer aspecto en el libro que resulta crucial: “¿Cómo combatimos en esta guerra de ideas, en esta batalla cultural donde las viejas armas, las viejas herramientas ya no son útiles?”. Para resistir y luchar contra la desinformación que deviene en pesimismo e indiferencia políticas hay que repensar hoy en día lo que significa “democratizar la comunicación”, a sabiendas que por las condiciones contextuales la comunicación ya no es lo que era ni hace 35 años, cuando se publicó el Informe McBride ni hace 10 años cuando la tendencia dominante en América Latina parecía ser la consolidación de gobiernos de tendencia progresista.

También recoge Aharonian otro de los problemas nodales a los que se enfrenta la comunicación: el descomunal peso económico, político y cultural de las tecnologías digitales y las mega-corporaciones que dominan este mercado. Y frente a esta realidad, entender temas tales como la neutralidad de la red, la

invasión de la privacidad y en especial, la cuestión de los contenidos y de los nuevos formatos informativos, la segmentación algorítmica de contenidos según ciertas preferencias de los usuarios, se convierte en “la caja de herramientas” imprescindible para la lucha política y cultural desde las izquierdas sociales y políticas. Lo anterior implica reconocer que la academia es cada vez más impotente para sumar la teoría a la praxis, o para generar teoría desde una praxis de la que está lejana

Un último aspecto que hay que resaltar como central en el libro se refiere a las limitaciones que se tiene para enfrentar la des-información desde el campo popular-alternativo, tanto desde el uso social de las redes como desde la práctica periodística. Aharonian no tiene problema en afirmar que “las redes sociales no han logrado el objetivo de masificar los mensajes y menos aún de democratizar la información y la comunicación (y mientras) el periodista era analista de un período”. Cuando dicho período se diluye en la instantaneidad y los mensajes apelan mayoritariamente a la superficial emocionalidad de las personas y no a su raciocinio; no hay tiempo ni lugar para el análisis. Ante esto, Aharonian no vacila en lanzar una pregunta que a la vez es una estruendosa señal de alarma: *¿No hay lugar para el periodista?*”

Útil y provocador, entonces, este “compendio de verdades ocultas” del periodismo que armado laboriosamente por Aram Aharonian, es un antídoto indispensable ante la desesperanza o la indiferencia que siempre acechan los procesos destituyentes como los que hoy vivimos en varias latitudes latinoamericanas.

Hernán Reyes, Secretario General de Ciespal

CIESPAL, Ecuador / hreyes@ciespal.org