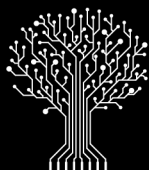




hacia una **COMUNICACIÓN CONTRA- HEGEMÓNICA**

FERNANDO BUEN ABAD DOMÍNGUEZ



LAUICOM
LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
DE LAS COMUNICACIONES

LEER

LECTURA EMANCIPADORA EN REVOLUCIÓN



hacia una *COMUNICACIÓN* CONTRA- HEGEMÓNICA

colección

EARLE HERRERA

Reúne y consolida las obras dedicadas a los temas sobre la comunicación popular y alternativa, además de tópicos propios de la guerra multifactorial que intenta contrarrestar la utopía de la liberación nacional. Por lo tanto, aspira descubrir la naturaleza de la guerra asimétrica llevada adelante por el imperialismo estadounidense con la pretensión última de borrar la memoria venezolana y nuestroamericana, popular, bolivariana, chavista.

serie

ALÓ, PRESIDENTE

Representa con contundencia las temáticas comunicacionales que abordan aristas político-ideológicas, histórico-sociales, educativas, pedagógicas y geopolíticas que favorecen el conocimiento de las acciones del poder popular organizado para lograr su liberación en el marco de una guerra asimétrica que intenta eclipsar la memoria y el alcance del proceso bolivariano.

NICOLÁS MADURO MOROS
Presidente de la República Bolivariana de Venezuela

RICARDO IGNACIO SÁNCHEZ MUJICA
Ministro del Poder Popular para la Educación Universitaria

TANIA VALENTINA DÍAZ GONZÁLEZ
Rectora de la Universidad Internacional de las Comunicaciones

FERNANDO BUEN ABAD DOMÍNGUEZ
Rector Internacional

TIBISAY ALEXANDRA LEÓN RODRÍGUEZ
Vicerrectora Académica

LUIS MIGUEL DELGADO ARRIA
Vicerrector de Investigación y Creación Intelectual

TAMARA VALENTINA DÍAZ GONZÁLEZ
Vicerrectora de Asuntos Internacionales

RAFAEL SIMÓN ROSALES BENÍTEZ
Vicerrector de Tecnología y Plataformas Digitales

WILMAN ANTONIO VERDÚ CANACHE
Secretario

Hacia una comunicación contrahegemónica

©Fernando Buen Abad Domínguez

©LEER, 2025

ISBN: 978-980-8110-18-0

Deposito Legal: M12025000780

COORDINACIÓN EDITORIAL: Alexandra Mulino

COORDINADOR DE ARTE: Iván Enrique Pernía Balza

EDICIÓN Y CORRECCIÓN: Alí Ramón Rojas Olaya

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN: JRC

FONDO EDITORIAL LEER

LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS COMUNICACIONES.

Avenida Principal de Los Cortijos, zona Transversal 3,

edificio Lauicom, piso 1, oficina Rectorado.

Caracas (Petare), Miranda 1071

lauicom2019@gmail.com | +58 416 185 9658

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

HACIA UNA COMUNICACIÓN CONTRAHEGEMÓNICA

FERNANDO BUEN ABAD DOMÍNGUEZ



LEER

LECTURA EMANCIPADORA EN REVOLUCIÓN



ÍNDICE

PRESENTACIÓN	7
EL PROBLEMA DE LA COMUNICACIÓN	
¿Qué hicimos mal?	10
Informe mundial sobre la información y la comunicación	14
Inteligencia fecal	18
Joseph Goebbels y sus retoños <i>mass media</i>	22
LAUICOM: fábrica de contenidos para la paz	27
¿Qué tan emancipada está la emancipación?	35
Guerra cognitiva contra Cuba	46
EL NOBEL DE LA PAZ Y OTROS SHOWS	
Acta de defunción para el Premio Nobel de la Paz	58
“El <i>show</i> ” como conjuro de yerros o derrotas electorales	65
La resurrección de Porfirio Díaz y la moral de Frankenstein	70
REFERENTES	
La enseñanza de la comunicación que imaginó Hugo Chávez	76
Nuestra deuda enorme con Armand Mattelart 41 años del diario <i>La Jornada</i>	82
ÉTICA Y COMUNICACIÓN	
Ética y comunicación	93
Persecución a los defensores de la Ética en la comunicación	98
ENTREVISTAS	
El rol de LAUICOM	104
La semiótica comunicacional latinoamericana	112

PRESENTACIÓN

El lunes 20 de mayo de 2024, el Rector Internacional de la Universidad Internacional de las Comunicaciones (LAUICOM), Fernando Buen Abad Domínguez, aseguró que Venezuela y los pueblos libres del mundo llevan adelante una guerra abierta contra los algoritmos dentro de las redes infoelectrónicas porque “secuestran la información, sacando datos de lo que la gente hace, dice y piensa, y con esto generan proyectos de manipulación. Tenemos una guerra abierta contra eso”. Al mismo tiempo, explicó que, los algoritmos son soluciones fundamentalmente técnicas anteceditas por un modelo ideológico, que determina su comportamiento, su utilidad y el saldo funcional al que rinden tributo a estos algoritmos. Esto lo dijo en el taller Mapa de los Monopolios Mediáticos que dictó en LAUICOM. “Es un mapa difícil, porque tiene el desafío de hacer visible las estructuras de los procesos monopólicos en materia de comunicación”.

Recalcó que “esta es una de las amenazas más fuertes que hay contra las democracias. El informe Seán McBride dice que el proceso acelerado de concentración monopólica de medios, es una amenaza contra las democracias”.

Buen Abad enfatizó en la necesidad de que se comience a explicar el tema de los algoritmos y se comience a generar el debate, en función de que el pueblo tenga más claridad sobre este fenómeno y su respuesta comunicacional ante ello, sea más efectiva.

“También podríamos generar estrategias algorítmicas que pudieran garantizar la emancipación, la libertad y la lucha revolucionaria, y esta me parece la bisagra importante que el propio presidente Maduro tiene muy claro por donde hay que orientar y dirigir la batalla”, dijo el profesor mexicano.

Por último, señaló que, es indispensable que los pueblos del mundo comiencen a dominar el tema sobre los algoritmos para que comiencen a generar inteligencia artificial que esté al servicio de la inteligencia popular, y por consiguiente para generar su emancipación. “Para casi cualquier reflexión de geopolítica emancipadora en América Latina, Venezuela hoy ocupa un lugar de referencia. No hay manera de entender las posibilidades de cambiar el mundo, que sea de justicia, de igualdad para todos los seres humanos, sin seguir el programa de Venezuela, el programa Revolucionario, Bolivariano de este país”, expresó Buen Abad.

La manipulación algorítmica es parte de la guerra cognitiva y su función es secuestrar y censurar contenidos, y ocultar o distorsionar la verdad para beneficiar intereses hegemónicos.

El peso que tiene la comunicación para la independencia y la libertad es vital, razón por la cual el fondo editorial LEER de LAUICOM ofrece este libro conformado por artículos y entrevistas de este filósofo y semiólogo mexicano.

Alí Ramón Rojas Olaya
Caracas, 19 de noviembre de 2025

EL PROBLEMA DE LA COMUNICACIÓN

¿QUÉ HICIMOS MAL?¹

Guardadas todas las proporciones, tuvimos condiciones y oportunidades concretas para generar una Revolución Comunicacional sin precedentes. Tuvimos una insurgencia semiótica parida por los pueblos, su Historia y sus luchas. Tuvimos “viento a favor” en la lucha de clases. Tuvimos líderes probados en la lucha. Tuvimos herramientas para consolidar la organización. Tuvimos en las manos un programa de acción y sus derivados incluso tuvimos el “Informe MacBride”. Tuvimos millones de voluntades dispuestas a sumarse. Tuvimos leyes, legisladores y jurisprudencias. Tuvimos la conciencia y el consenso de los pueblos. Tuvimos la prerrogativa de la crítica y de la autocrítica. Tuvimos los medios y los modos. Tuvimos y aún tenemos mucho. ¿Qué faltó? ¿Qué falló?

No faltaron las advertencias, los avisos, las amenazas ni los ataques de las oligarquías armadas, también, con ejércitos mediáticos golpeando y destruyendo todo, desde los estados de ánimo hasta los estados democráticamente constituidos. No faltaron las marrullerías, la corrupción ni las extorsiones que aceleraron el proceso de monopolización mediática a pasos agigantados y demoledores. No faltaron las bases militares ni sus compañeras las bases mediáticas. No faltó el espionaje, la siembra

1. Publicado el 20 de marzo de 2016 en <https://concienciaperiodistica.wordpress.com/2016/03/20/que-hicimos-mal-por-fernando-buen-abad/>.

de pruebas falsas (y de muertos) ni el linchamiento mediático. La burguesía hizo su tarea.

Pasó ante nuestros ojos el capítulo íntegro de una ofensiva mediática sin precedentes mientras soñamos con desactivarla e impulsar (al mismo tiempo) luchando por la nueva comunicación emancipada y emancipadora que la Historia nos exige. Y sin embargo, no. Muchos de los grandes pasos dados, de los logros y de los saltos cualitativos se nos quedaron cortos, breves o efímeros. Muchas de las tareas necesarias no se hicieron, muchas de las trincheras teóricas no se tocaron, muchos presupuestos y gastos no se ejercieron. Muchos productos se quedaron en bodega, en silencio o en papales. Muchos llamados a la unidad quedaron en el vacío, muchas asambleas olvidadas, muchos acuerdos congelados. Muchas soluciones creativas no se idearon, no se aplicaron, no florecieron. Nos ahoga nuestra crisis de dirección revolucionaria y estamos como atónitos. ¿Es esto un fin de ciclo? Sálvense las excepciones.

La burguesía acelera sus relojes llevada por sus ansias de usura, de odio y de venganza buitres. Resulta que las contradicciones se agudizan, que el saqueo avanza y que la explotación abofetea a los pueblos en horario “prime time” entre anuncios de “empresarios” que ocuparon los gobiernos. Resulta que la “Libertad de Expresión” de los pueblos está más amenazada que nunca, que tenemos un “solo mundo con voces hegemónicas”, que el “Nuevo Orden de la Información y la Comunicación” sigue siendo un buen deseo esclerotizado

entre papeles... y, también, resulta que la Historia insiste en que demos respuestas correctas y prontas... que saquemos el diagnóstico y el pronóstico, de la etapa actual, porque resulta que no debemos ni podemos quedarnos silenciados ni resignados.

¿Y QUÉ PODEMOS HACER CON LO QUE NOS QUEDA?

1. Agendas propias capaces —desde las luchas y los frentes— de combatir todo lo que resta visibilidad a los logros a la organización y la movilización social.
2. Apoyo económico y político a todo frente de emancipación comunicacional y comunicación emancipadora.
3. Apoyo económico y político a todo frente científico para la emancipación epistemológica de la comunicación.
4. Apoyo económico y político a las escuelas de cuadros en materia de comunicación.
5. Salir de los estereotipos y de los acartonamientos; revolucionar las metodologías del relato, la ética y la estética revolucionaria.
6. Sistematizar la autocrítica. Reconocer nuestras zonas ciegas y nuestras debilidades teóricas y prácticas.
7. Combatir las egolatrías, los individualismos, los reformismos y los sectarismos.
8. Habilitar tecnológicamente a las luchas mediáticas contrahegemónicas.
9. Democratizar la semántica.
10. Garantizar la experimentación de tácticas y estrategias en medios de comunicación.

Todo se sintetiza en no repetir los que se ha hecho mal y garantizar que se haga bien aquello que no se dejó progresar. Ahí donde abandonamos nuestra responsabilidad y nuestra lucha recuperar terreno y recuperar militancias. Ahí donde nos ganaron presentar combate nuevo. Ahí donde somos fuertes, asegurar que no se nos torne en debilidades. Ahí donde somos repetitivos, exagerados y acartonados propiciar lo creativo, la frescura, el humor y la alegría inteligentes. A estas horas debemos debatir la expropiación de las herramientas de producción y distribución, medios y modos, en comunicación, discutir organizadamente la expropiación en todas las modalidades posibles. Provechar lo bueno críticamente.

Llamar a un Referéndum Continental sobre el papel de las oligarquías y sus medios, discutir leyes pertinentes para garantizar que nunca más, una actividad social estratégica y prioritaria como es la comunicación, quede en manos de capitales privados manipulados transnacionalmente. No repetir las fórmulas y los modelos burgueses, aprovechar lo mejor existente e impulsarnos desde ahí, en cantidad y calidad. Capacitarnos permanentemente, democratizar el discurso y cambiar la estética. Multiplicar los medios, formar comunicadores mejor habilitados para una praxis técnicamente, poéticamente superior y más compleja. Consolidemos un Frente Internacionalista para la Comunicación Emancipadora que cambie las relaciones de producción en comunicación. La derecha avanza, no seamos espectadores. “¿Quién dijo que todo está perdido?”.

INFORME MUNDIAL SOBRE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN²

Para asegurarnos de que el “problema de la comunicación”, es decir sus modos y sus medios de producción, su régimen de propiedad y su papel ideológico ocupe un lugar prioritario en la preocupaciones — tácticas y estratégicas — de toda agenda política, necesitamos instrumentos esclarecedores y movilizadores capaces de superar la aberración que implica saber que los medios dominantes en el planeta están en unas cuantas manos: “El problema es la concentración oligopólica de los multimedia en Occidente: 1 500 periódicos, 1 100 revistas, 9 000 estaciones de radio, 1 500 televisoras, 2 400 editoriales: ¡Todo controlado por sólo seis trasnacionales!”.

Todo lo dicho por el Informe MacBride en 1980 en materia de concentración monopólica y obturación de la pluralidad con imposición del discurso único... hoy se queda corto y parece suave. Hoy el panorama es mucho peor y el llamado a un “Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación” es un imperativo y un clamor planetario que parece invisible a los ojos de muchos que creen que el asunto “mediático” es secundario y que puede dejarse para tiempos mejores. Lo demuestran los hechos.

2. Publicado el 15 de enero de 2017 en <https://elciervoherido.wordpress.com/2017/01/15/informe-mundial-sobre-la-informacion-y-la-comunicacion-fernando-buen-abad/>.

Es verdad que respecto al rol de los “medios” se han creado (incluso con excesos) debates y exageraciones de todos los colores y tamaños. Es verdad que a veces parece tema decorativo que siempre viene bien en el menú “progre” donde el equilibrio comunicacional parece muy “democrático” y muy “justiciero” (aunque tal equilibrio suele caer hacia la derecha). Es verdad que hablar de la “igualdad de oportunidades” para la comunicación suena a “pensamiento crítico” y es verdad que con ese pretexto se han llenado horas y horas de discursos, cátedras y conferencias con sus respectivos libros, revistas y publicaciones. Pero necesitamos igualdad de condiciones. Incluso existen “premios”, “becas” y “subsidios” para fines diversos que pocas veces resuelven los problemas de fondo en el todo o de sus partes. Pero nada de eso eclipsa el núcleo duro del problema y nada de eso resta importancia a una lucha que reclama debates y, sobre todo, acciones en la médula y en el plazo corto.

Hemos aprendido, luego de estos años, es decir de la “Era del Hielo” a que fue sometido el Informe MacBride, (aproximadamente entre los años 1980 y 2000) que los informes son sólo eso y que su utilidad mayor como instrumentos para elevar el nivel de la conciencia no necesariamente repercute en el nivel y extensión de la movilización en las bases. Eso no implica que los informes sean inútiles o que nos deprimamos de manera posmoderna en el desahucio de las malas experiencias. Todo lo contrario, acaso sea la hora de que los informes, los documentos de diagnóstico y pronóstico, vivan un cambio

metodológico sustancial y se desarrollen como soporte programático crucial en la acción directa... en la praxis. Vale como ejemplo opuesto el informe sobre industrias culturales de la UNESCO (2016) que en su abrumadora utilidad cuantitativa conlleva el anestésico oportuno para hacernos sentir ínfimos frente al Goliath de las, no poco eufemísticamente llamadas, “Industrias Culturales”.

Hoy el trabajo de producir o actualizar los “Informes” conlleva la responsabilidad de contrastar el comportamiento de los hechos comunicacionales concretos que recorren las bases económico-tecnológicas y conlleva, también el trabajo de visibilizar los efectos subjetivos de cuanta operación psicológica o pedagógica se ensaya sin control con (y por) los “medios”. Especialmente, el trabajo de producir “Informes” o documentos diagnósticos, ha de ser capaz de sustentarse en las luchas que se despliegan en todos los ámbitos sin desprecio por las luchas en el campo de las artes, de las ciencias, de la didáctica o de la ética... en paralelo con las luchas de la clase trabajadora en defensa de su bienestar económico y su dignidad intelectual. Y si es verdad que los informes no sustituyen las luchas también es verdad que sin informes correctos las luchas suelen caminar con debilidades enormes.

Por la trascendencia de impulsar un “Informe MacBride” actualizado que sea capaz de ponerse a salvo de una nueva “Glaciación”. Un nuevo Informe MacBride podrá ratificar lo dicho por el primero y podrá echar luz sobre todo lo que empeoró exponencialmente en casi 40 años de aceleración de los

procesos monopólicos, del uso de los medios de comunicación como máquinas de Guerra Ideológica y consumista, del desarrollo desigual y la asimetría en la adquisición de tecnología, el desarrollo incipiente de leyes...en fin de las tareas que debemos encarar con urgencia.

Y, particularmente, desarrollar un Informe emancipador vigente que sea herramienta didáctica general, que muestre todos los “mapas” resultantes de la gran revolución comunicacional del capitalismo, de sus territorios y sus reinos en la geografía espacial, terrestre y submarina sin olvidar las geografías complejas del cerebro humano que es blanco de todos los ataques e invasiones al servicio del dominio de las conductas, de los valores y de los gustos.

Por la Unidad. Un informe nuevo, revitalizador del Informe MacBride, habrá de ser espacio colectivo, centro de reunión, “patio de armas” para la crítica y crítica de las armas mediáticas. Habrá de ser plataforma de despegue hacia una nueva fase de comprensión y articulación que permita a los miles y miles de medios emancipadores, realmente existentes, verse con la autocrítica necesaria para resolver — de una vez y por todas — la tarea de la unidad, de la articulación y del trabajo conjunto que tanta falta nos ha hecho en momentos en que, en materia de comunicación, hemos sido muy débiles, a veces muy irresponsables, y muy frágiles. Nunca más.

INTELIGENCIA FECAL³

Un bombardero de excrementos protagonizado por el reyezuelo Trump. Ahora la historia política contemporánea registra, con un aire de estupor y alarma ética, la degradación sistemática de la esfera pública, la inversión absoluta de los valores colectivos y la manufactura deliberada del estiércol simbólico. Donald Trump se erige como un caso paradigmático de “inteligencia fecal”, modalidad de acción política y mediática que utiliza la excreción como herramienta de poder y desprecio, instaurando su lógica de la boñiga contra la protesta de masas.

Ese video difundido por Trump, en el que exhibe como “bombardero de excrementos”, es ejemplo de su inteligencia fecal en acción, no se trata de un simple gesto cómico o provocador, sino de un dispositivo semiótico para atacar con imágenes grotescas. En este material audiovisual, el acto de arrojar excrementos se convierte en metáfora de su odio de clase, la lógica del desprecio como espectáculo con IA. Cada gesto, cada edición y cada efecto visual refuerza la lógica de contaminación simbólica, mostrando cómo la política y la comunicación pueden transformarse en un vertedero donde la de la diarrea neonazifascista que él mismo produce y distribuye.

Su “inteligencia fecal” no se refiere aquí a un ejercicio metafórico menor, sino a estrategia de semiosis Calígula que añade desechos a todas sus

3. Publicado el 3 de noviembre de 2025 en <https://rebellion.org/inteligencia-fecal/>.

mentiras, injurias, rumores y desinformación, con la intención explícita de degradar la capacidad de juicio y la moral colectiva, convirtiendo todo en sociedad mediática. En este sentido, el “bombardero de excrementos” se erige no como un actor fortuito, sino como un operador consciente de la destrucción del sentido, consciente de que cada palabra, cada gesto, cada publicación, puede ser convertida en instrumento de contaminación social.

Trump ha construido un estilo capaz de generar un flujo constante de desechos comunicacionales contra cualquier intento de pensamiento crítico y eso no es un accidente histórico ni un producto del azar cultural, su “inteligencia fecal” que es inseparable del capitalismo tardío, de la lógica de la acumulación sin límites y de la espectacularización de la política como bacinica mediática. La excreción funciona como un arma semiótica que genera placer burgués y anuncia el terreno para una etapa escatológica donde el cinismo, la simulación y la crueldad se convierten en herramientas de gobierno.

Su “inteligencia fecal” actúa como un agente de represión ideológica, insulta la solidaridad, fragmenta los sentidos colectivos y trivializa los conflictos fundamentales que estructuran la realidad social. Una mierda capitalista sistemática con la exaltación de la burla constante que produce anestesia ética del reyzele Trump que no es sólo un personaje grotesco, sino un operador de la dominación simbólica de los desechos semióticos burgueses.

Su “inteligencia fecal” requiere, por tanto, una lectura crítica de la relación entre poder, lenguaje y

sociedad. El fenómeno no se agota en la mera provocación o en la insolencia mediática, sino que forma parte de un esquema planificado de desorganización social y cada video, cada escándalo, cada tuit, cada intervención pública, produce un efecto acumulativo de descomposición cultural. Es una guerra semiótica donde los excrementos reemplazan la razón, donde la estética del horror y la vulgaridad se convierten en instrumentos de poder, y donde la política deja de ser un espacio de construcción colectiva para transformarse en un excusado o W.C.

Nuestro análisis, desde la Filosofía de la Semiosis, revela que Trump, como “bombardero de excrementos”, no ensucia sólo la política formal, sino también la voluntad de los ciudadanos para construir sentido y proyectar su malestar y su hartazgo. Es violencia simbólica que refuerza la dominación de clase, pues la capacidad de cagarse sobre la realidad desnuda la ideología de la clase dominante que controla, también, los medios de producción y circulación de signos.

Ahora el “bombardero de excrementos” se presenta como un emblema desembozado de la descomposición del capitalismo y no se trata únicamente de confrontar a un individuo grotesco, sino de desactivar la maquinaria de contaminación que ha sido institucionalizada, normalizada y rentabilizada. La lucha contra la inteligencia fecal no es sólo ética, sino estratégica, requiere la recuperación de la claridad conceptual, la reconstrucción de la capacidad de juicio colectivo y la recuperación de la semiosis como herramienta de emancipación y conciencia histórica.

Esto huele muy mal. Trump y la inteligencia fecal exponen la verdad de su basura semiótica y ponen de relieve la necesidad urgente de educación crítica, alfabetización mediática y cultura de discernimiento. Ya es demasiado, desde hace tiempo. Con las armas de “inteligencia fecal” se cristaliza la perversión de la política y de la mentalidad burguesa que con el bombardeo constante de excrementos simbólicos no sólo degrada a la humanidad, sino que abre un camino de reyezuelo como la encarnación contemporánea de la suciedad semiótica sobre la construcción de sentido.

El bombardero de los excrementos ideológicos vuela coronado por la inmundicia del espectáculo fecal que es su cabeza, por tanto, es un objeto de análisis crítico indispensable que no sólo revela la degradación de la política y la comunicación, sino también los desafíos que enfrentamos en la lucha por la emancipación de estas podredumbres. La lucha contra semejante fenómeno implica recuperar la capacidad de denunciarlo, de pensar, juzgar y actuar críticamente, transformando la semiosis en instrumento de emancipación y superación del capitalismo que hace del excremento su lenguaje y arma de represión y dominación.

JOSEPH GOEBBELS Y SUS RETOÑOS *MASS MEDIA*⁴

Ya que las derechas y ultraderechas están desplegando tácticas y estrategias mediáticas “nuevas”, y ya que la mayoría de sus “globos de ensayo” se basa en calumnias e insultos, en individualismos y supremacismos, se hace urgente precisar y denunciar las constantes en los modelos discursivos, patentes y latentes, que transitan hoy en brazos de la ideología de la clase dominante. Necesitamos combatir organizadamente a las máquinas del ilusionismo manipulador, cada día más impúdicas e impunes. Necesitamos unidad y organización contra los estereotipos propagandísticos que anhelan controlarnos, como si se tratase de un logro novedoso, para dirigir a las masas, milimétricamente, en lo objetivo y en lo subjetivo. Necesitamos combatir a esa especie de “talento” mediático financiado para acarrear al “rebaño” por el camino de la subordinación placentera y rentable.

El mito del “genio” goebbeliano es también un fetiche que el sistema vende para hacerse pasar por invencible. Con sus máquinas de guerra ideológica atacan nuestras “debilidades”, mientras nos imponen su dominación cultural por no haber sabido defendernos, organizadamente, contra la balcanización de nuestras propias fortalezas. Venden su mercancía propagandística para que creamos que

4. Publicado el 22 de mayo de 2023 en <https://www.cubaperiodistas.cu/2023/05/joseph-goebbels-y-sus-retonos-mass-media/>.

“una frase”, “una imagen”, “un mensaje”... tienen el poder de convencernos de ser y hacer lo que quieren los “genios de la comunicación” disfrazados de periodismo, cine, televisión, radio o *influencers* con “redes sociales”. Es fetichismo de la comunicación individualista y mercantilizada impregnada por la lógica de la humillación. Despliegan su odio de clase y el “disciplinador” llamado “miedo”. Tal como dicta la propaganda nazi desarrollada por el Ministerio de Educación Popular y Propaganda, creado de Adolf Hitler en 1933 mientras Goebbels pergeñaba su obra “comunicativa” en el horno del Partido Nazi, perseguía y anulaba publicaciones y medios fuera de su control.

Sus “principios” son: simplificación del enemigo único. Contagio. Estigmatizar a otros por los errores y canalladas propias. Distracción. Exageración y desfiguración. Vulgarización. Discurso único organizado. Calumnias y agresiones permanentes. Verosimilitud de las falacias. Fragmentación y disociación. Omisión y silencio. Sistema de odios y prejuicios racistas naturalizados. Espejismo e ilusión de “elección” y “libertad”. Borrar o desfigurar la Historia a toda costa. La vigencia y propagación espejizante de los “principios” goebbelianos desnuda hoy a las armas de guerra ideológica que luchan por cercenar derechos y amenazar a las democracias.

Muchos entre nosotros se han quedado paralizados en la perplejidad y el azoro ante el histrionismo macabro del nazifascismo y su propaganda. Necesitamos politizar la denuncia contra la amenaza de los retoños nazifascistas y exhibir el paquete macabro

de su ofensiva de mercado. No perdamos de vista el peligro. Toda la derecha está reagrupándose, sacará fuerza de sus debilidades, y de las nuestras, para atacarnos con más furia financiera, militar e ideológica. Que nuestros debates más honestos no nos fragilicen ni fracturen. Ellos nos quieren divididos y desorganizados. Su miedo los hace más amenazantes.

Un frente crucial es la lucha, sin atenuantes, contra todo fanatismo. Se disfrace de lo que se disfrace, se muestre como progre o destile agua bendita. Los propagandistas neonazifascistas son soldados de un plan de la ultraderecha que dice amar la “libertad”. Pero no la libertad humana, no la libertad política ni la libertad jurídica... Aman la libertad de mercado y muy particularmente la libertad de saquear recursos naturales y mano de obra humillada. Su plan de largo alcance consiste en perfeccionar el saqueo de riquezas naturales, de la mano de obra barata y la subordinación de la conciencia de los pueblos. Secuestrar los vocabularios de las luchas sociales para esclavizar libertades colectivas. Quieren la libertad de transas y chapuzas burguesas. Y nos quieren esclavizados, felices y aplaudiendo que nos roben. Así sea a punta de bayoneta.

Es el viejo negocio de asustar al burgués para que financie ciegamente toda represión. Para eso se empeñan en imponer “información” y silogismos esclavizantes y eso lo logran con el desarrollo de un modelo de humillación tozuda. No importa cuántas realidades haya que silenciar o cuántas falacias haya que infiltrar para garantizar el reino del engaño. Cultura fake. Tal metodología de la

manipulación sólo funciona al precio de silenciar a los pueblos. Cortarles toda posibilidad de comunicación independiente en su lógica y su estética. Y, principalmente, tal metodología de la comunicación esclavizante tiende a convertirse en cultura que aprende a amar y defender toda la parafernalia alienante, sus ídolos y sus héroes, sus fiestas y sus ritos. Y convencerse de que es lo mejor que la humanidad ha conseguido, que debe defenderlo con su vida y ha de heredar a su descendencia.

Tal paradigma de la dominación es un dispositivo ideológico amasado, larga y corporativamente, en la progresión que implica acumulación de las herramientas de producción de sentido y la dominación de los campos semánticos. Al servicio de esto compiten desafortadamente personas y empresas que con sus “campañas” y sus “ideas” resucitan a Goebbels no sin desesperar cuando las fórmulas de la dominación no funcionan como dicen sus manuales. A veces olvidan la inteligencia dinámica del pueblo trabajador que es infatigable en su resistencia simbólica, aunque luche en condiciones asimétricas. Los retoños de Goebbels viven opíparamente de nuestras debilidades comunicacionales, de nuestros presupuestos, de nuestras divisiones y egos. No atinamos a organizarnos para que las victorias populares, que no son pocas, se conviertan en fuente de creatividad y produzcan humor, sarcasmos, ironías, cancioneros, dramaturgias y todo tipo de guerrilla semiótica que, más temprano que tarde, nos ayude a conjurar los efectos de las ofensivas hegemónicas. Pero ha de convertirse en lucha

(o conjunto de luchas) desde el campo laboral, el campo de las ciencias, el campo de las artes o de cualquier género, dialéctica y combinadamente. Revolución de conciencias en lucha organizada desde ahí donde fluyen la agenda del malestar y la agenda de las transformaciones verdaderas, con humanismo práctico y de nuevo género.

LAUICOM: FÁBRICA DE CONTENIDOS PARA LA PAZ⁵

No perder tiempo. Esa afirmación encierra un mandato histórico del pueblo revolucionario de Venezuela, mandato filosófico y político que exige comprender el sentido profundo de las comunicaciones como praxis emancipadora. No se trata de una consigna moralista ni de un programa administrativo, sino de una orientación estratégica de la semiosis social hacia la construcción de una nueva hegemonía cultural capaz de derrotar el belicismo estructural del capitalismo. En una época donde la guerra ha sido convertida en espectáculo y mercancía, donde los medios son arsenales simbólicos al servicio del odio, la mentira y la deshumanización, la tarea de producir contenidos para la Paz es una tarea revolucionaria, científica y profundamente humanista. La Universidad Internacional de las Comunicaciones, nacida como instrumento de cooperación solidaria entre pueblos que resisten el colonialismo mediático, no puede permitirse la neutralidad ni el eclecticismo. Debe actuar como una fábrica de pensamiento y acción, como una maquinaria de conciencia que desmonte la lógica de la violencia estructural y reconstruya las bases comunicacionales del convivir humano sobre los cimientos de la verdad, la justicia y la fraternidad. En revolución.

5. Publicado el 7 de noviembre de 2025 en <https://rebellion.org/toda-la-universidad-internacional-de-las-comunicaciones-debe-transformarse-en-una-fabrica-de-contenidos-para-la-paz-2/>.

Esta Paz no es la ausencia de guerra sino la presencia organizada de la justicia. Esa fórmula, tantas veces tergiversada, cobra un sentido materialista cuando se entiende que la guerra, en el capitalismo, es la forma más extrema de la acumulación por desposesión. Cada guerra mediática, cada guerra económica, cada guerra cognitiva es un dispositivo semiótico diseñado para reproducir el dominio del capital sobre la vida. Por eso, transformar la Universidad Internacional de las Comunicaciones en una fábrica de contenidos para la Paz significa construir una ingeniería semiótica contrahegemónica que desarme los aparatos simbólicos del odio. Significa producir significaciones capaces de disputar la subjetividad, reorganizar el deseo y rescatar el sentido de la vida común. No se trata de llenar pantallas con mensajes “positivos” ni de practicar un pacifismo naïf; se trata de comprender la Paz como proyecto histórico de emancipación, como construcción colectiva del porvenir socialista, como revolución de la comunicación y de la cultura.

No perder tiempo implica asumir la claridad dialéctica que exige la hora. Las desviaciones abundan, academicismos vacíos que discuten tecnicismos sin praxis, burocratismos que asfixian la creatividad, neutralismos que confunden la objetividad con la cobardía, fetichismos tecnológicos que subordinan el pensamiento a la moda. Cada desviación es una forma de distracción funcional al enemigo. La fábrica de contenidos para la Paz no puede ser un laboratorio de egos ni una vitrina de simulacros; debe ser un taller colectivo donde cada palabra, cada imagen

y cada sonido estén cargados de responsabilidad histórica. El contenido para la Paz es el contenido que desmantela la mentira, que libera la verdad cautiva bajo la propaganda, que devuelve la voz a los pueblos silenciados por el ruido de las oligarquías mediáticas. Hacer comunicación para la Paz es hacer lucha de clases en el terreno del sentido.

Nuestra Universidad debe ser una trinchera creativa. No puede limitarse a la enseñanza de técnicas, sino que debe generar pensamiento emancipador, metodologías de investigación comprometidas con la transformación del mundo. Toda investigación que no contribuya a desmontar las estructuras de dominación mediática es estéril. Toda pedagogía que no enseñe a pensar la comunicación como instrumento de liberación es cómplice de la alienación. La Universidad Internacional de las Comunicaciones está llamada a ser el cerebro colectivo de la semiosis emancipadora, un lugar donde el conocimiento se transforme en acción y donde la acción retroalimente al conocimiento. Fábrica de contenidos, sí, pero entendida en el sentido marxiano de la producción, como proceso social en el que los seres humanos producen su mundo material y simbólico al producirse a sí mismos. Una fábrica de Paz significa un espacio donde el trabajo intelectual y creativo se organiza colectivamente para poner en común las fuerzas de la imaginación, la razón y la sensibilidad.

Ese capitalismo depredador necesita la guerra porque necesita mercados, despojos, destrucción de comunidades. Necesita enemigos para sostener la

maquinaria del miedo que garantiza su dominación. Por eso ha convertido los medios de comunicación en armas. La propaganda imperial, el entretenimiento embrutecedor, el sensacionalismo, el racismo mediático, son las municiones de una guerra sin fronteras. Los algoritmos que manipulan las emociones, las redes que uniformizan la opinión, los discursos que demonizan a los pueblos que se rebelan, son instrumentos de combate. En ese contexto, la comunicación para la Paz debe ser una ofensiva intelectual y ética. Una fábrica de contenidos para la Paz no produce silencio, produce pensamiento crítico, produce conciencia. Es la fábrica que combate con la verdad, con la memoria, con la belleza y con la organización. No se trata de moralizar, sino de revolucionar la cultura del sentido.

Nuestro reto consiste en transformar el aparato universitario en un sistema dinámico de producción simbólica articulado con las luchas populares. La Universidad no puede estar aislada de la realidad ni de las necesidades concretas de los pueblos. Cada taller, cada aula, cada laboratorio debe estar conectado con las comunidades, con sus medios, con sus luchas, con sus sueños. Producir contenidos para la Paz significa producir herramientas para la defensa de la soberanía comunicacional. Significa formar profesionales que sean militantes de la verdad, constructores de un lenguaje descolonizado, capaces de desmontar los mitos del poder. Significa crear sistemas de producción audiovisual, gráfica, radiofónica y digital que acompañen las luchas sociales, que visibilicen las resistencias, que

construyan una narrativa común de emancipación. La Universidad debe ser una red viva de productores de sentido comprometidos con el destino de la humanidad.

Para que esa fábrica de contenidos para la Paz funcione, debe operar bajo una lógica cooperativa, científica y ética. Cooperativa, porque la producción simbólica emancipadora no se concibe desde el individualismo sino desde la comunidad. Científica, porque la lucha en el terreno de la comunicación exige conocimiento riguroso de la realidad, de la ideología, de la historia y de la técnica. Ética, porque el contenido para la Paz no se fabrica desde el cálculo propagandístico sino desde la convicción de que la verdad y la justicia son inseparables. El comunicador de la Paz no es un repetidor de consignas, sino un investigador del sentido, un trabajador del lenguaje que comprende que cada palabra puede ser instrumento de liberación o de dominación. En la Universidad de las Comunicaciones debe formarse una nueva generación de obreros del signo, capaces de comprender la lucha semiótica en todas sus dimensiones.

No perder tiempo significa también entender que la comunicación no es un adorno del proceso político, sino su nervio. Cada desviación en el discurso, cada concesión a la banalidad o al oportunismo, fortalece la hegemonía enemiga. La fábrica de contenidos para la Paz no puede caer en la lógica de la “industria cultural” que mercantiliza la sensibilidad. No se trata de producir mercancías simbólicas que compitan en el mercado de la atención, sino

de producir significaciones que abran conciencia, que siembren organización. La Paz no se comunica como espectáculo, se construye como relación dialéctica entre los pueblos y su historia. Por eso la fábrica de la Paz es también una escuela de rigor epistemológico, enseña a pensar la comunicación como producción material de relaciones humanas, como lucha por el sentido, como praxis histórica del humanismo de nuevo género.

Toda comunicación emancipadora es un acto de desobediencia frente al discurso dominante. Producir contenidos para la Paz es rebelarse contra el lenguaje de la guerra, contra la gramática de la dominación. Es devolverle a las palabras su potencia creadora, su capacidad de unir en vez de dividir, de construir en vez de destruir. La fábrica de contenidos para la Paz debe trabajar el lenguaje como territorio de emancipación, rescatar las palabras expropiadas por el enemigo, devolverles su verdad, su música, su energía popular. Por eso la Universidad Internacional de las Comunicaciones tiene la tarea de investigar la semiótica del poder para desmontarla y convertir sus mecanismos en herramientas de liberación. Cada mensaje emancipador debe ser el resultado de una investigación rigurosa, de una crítica materialista del signo, de una comprensión dialéctica de la historia y de una creatividad transformadora.

No hay Paz posible mientras el capitalismo domine la comunicación. La guerra no se limita a los misiles, se libra también en los discursos, en las imágenes, en los algoritmos, en los silencios. La

fábrica de contenidos para la Paz debe comprender esa guerra en todas sus dimensiones y actuar con precisión estratégica. Debe saber identificar los puntos neurálgicos del conflicto simbólico, intervenir con inteligencia y crear relatos que desarmen la manipulación. Debe construir nuevas sensibilidades, nuevos modos de ver, de sentir, de pensar. La Paz como proyecto histórico es inseparable de una nueva estética de la solidaridad, de la ternura, de la justicia. La fábrica de la Paz produce belleza comprometida, verdad encarnada, razón sensible. No puede producir para el mercado; produce para la humanidad.

Nuestra tarea al servicio de “la revolución bonita” es inmensa, pero el tiempo es breve. Las desviaciones son tentaciones del reformismo, del espectáculo, del ego académico. Hay que mantener la brújula. Toda la Universidad Internacional de las Comunicaciones debe militar en la claridad, saber quién es el enemigo, cuál es la verdad que se defiende, cuál es el horizonte que se construye. Fábrica de contenidos para la Paz significa fábrica de conciencia crítica. Significa articular pensamiento, técnica y ética en una unidad de acción. Significa formar comunicadores capaces de intervenir en la historia, no de contemplarla. Significa que la Universidad se reconozca a sí misma como sujeto político y no como institución pasiva. No perder tiempo en desviaciones es no perder el hilo de la historia. Es entender que cada minuto cuenta cuando la humanidad se juega su destino entre la barbarie imperial y la civilización solidaria.

Hacer de la Universidad una fábrica de contenidos para la Paz es, en última instancia, hacer de la comunicación un proceso de humanización consciente. Cada signo emancipador que produzca la Universidad debe ser un gesto de amor organizado, un acto de inteligencia colectiva, un paso hacia la superación de la lógica del capital. No hay mayor urgencia que esa. No hay tarea más alta que poner el conocimiento, la palabra y la imagen al servicio de la vida. No perder tiempo en desviaciones significa entender que la historia no espera, exige compromiso, exige acción, exige verdad. Y la verdad, en nuestro tiempo, sólo puede ser revolucionaria. Comunicación para la liberación.

¿QUÉ TAN EMANCIPADA ESTÁ LA EMANCIPACIÓN?⁶

Preguntar por el grado de emancipación de los “emancipadores” no es devaneo retórico ni capricho incómodo, es ocuparse por una herida abierta en el corazón mismo de los procesos revolucionarios. Interroga no sólo la coherencia subjetiva de quienes luchan por revolucionar las conciencias, sino la estructura semiótica, ética y epistemológica de toda praxis transformadora. Es preguntar, también, por la dialéctica entre conciencia y acción, entre subjetividad y totalidad social, entre discurso y hecho. En ella se condensan siglos de contradicciones no resueltas entre el ideal emancipador y las formas concretas —a veces corrompidas o burocratizadas— de su realización. Preguntarnos qué tan emancipados están los emancipadores es también preguntarnos qué tan libre es el pensamiento que los anima, qué tan descolonizada está su lengua, qué tan radical es su crítica de las formas del poder y qué tan capaces son de revolucionarse a sí mismos mientras intentan revolucionar al mundo. Con una semiótica de combate a fondo.

Urge una crítica sistemática de la cultura y una autocrítica profunda de la intoxicación cultural burguesa que todos, en mayor o menor medida, padecemos. No basta con denunciar los contenidos de la dominación mediática, hay que desentrañar

6. Publicado el 25 de octubre de 2025 en <https://rebellion.org/que-tan-emancipada-esta-la-emancipacion/>.

sus mecanismos, sus ritmos, sus estéticas, sus lógicas de seducción que han penetrado incluso en la subjetividad de los revolucionarios. La intoxicación cultural burguesa no sólo habita las pantallas, también se infiltra en el lenguaje, en el humor, en los deseos, en las formas de amar y de imaginar el futuro. Esa contaminación simbólica es tan peligrosa como la represión directa, porque actúa desde dentro, disfrazada de gusto, de modernidad, de diversión. La crítica de la cultura, entonces, no puede ser un ejercicio académico; debe ser un acto político y autotransformador, una purificación dialéctica del pensamiento y de la sensibilidad que permita reconstruir el horizonte estético del pueblo como fuente de emancipación real.

I. LA PARADOJA DEL EMANCIPADOR ATRAPADO EN LA SEMIOSIS BURGUESA

Un emancipador no surge fuera del mundo que combate; se forma en sus entrañas, en el fango de las relaciones sociales que lo determinan y condicionan. Marx lo comprendió con una lucidez insuperable, “Las ideas dominantes de una época son las ideas de la clase dominante”. El emancipador nace en medio de esas ideas, las respira, las reproduce a veces sin advertirlo. Su conciencia crítica, por más elevada que sea, arrastra los signos, los lenguajes y las matrices simbólicas del orden que busca superar. De ahí que la emancipación — si se la entiende como ruptura total con las formas alienadas de conciencia — sea un proceso infinitamente inacabado.

También el emancipador está atrapado en una lucha semiótica, liberar el mundo exige liberar los signos que lo interpretan, y eso implica también liberar el pensamiento que los produce. La burguesía no domina sólo por la fuerza material; domina por la hegemonía semiótica, por la naturalización de su gramática del sentido, por su control del imaginario, del deseo, del tiempo, del valor. El emancipador, si no desmonta críticamente esa maquinaria simbólica, puede reproducir en su discurso los códigos del dominador, disfrazados de consignas redentoras. El capitalismo ha aprendido a neutralizar la radicalidad de los signos, a vaciar de contenido subversivo las palabras que antes ardían en las calles, “revolución”, “democracia”, “pueblo”, “libertad”. Cuando esas palabras se convierten en etiquetas de consumo político o en eslóganes electoralistas, el emancipador corre el riesgo de quedar prisionero del simulacro. Y si no advierte esa trampa semiótica, puede convertirse, sin saberlo, en portavoz de una liberación domesticada. Disfrazada, incluso, de cancionero “popular”.

II. EMANCIPAR LA CONCIENCIA EMANCIPADORA

No hay emancipación verdadera sin autocritica radical. Toda revolución que no enfrenta el fardo ideológico, estético y cultural burgués, mata la posibilidad de seguir emancipándose. El emancipador debe emanciparse también de sus certezas, de su propio ego mesiánico, de la tentación de creer que ya “posee” la verdad. La verdad revolucionaria no es propiedad de nadie, es proceso dialéctico,

construcción colectiva, crítica viva. Marx lo advirtió en su *Crítica de la Filosofía del Derecho* de Hegel, “Ser radical es atacar el problema por la raíz. Y la raíz del hombre es el hombre mismo.” Esa radicalidad exige que el emancipador se examine como producto de las contradicciones históricas. No se trata de purismo moral, sino de coherencia científica, sin emancipación del pensamiento no hay emancipación de la praxis. El peligro está en que los emancipadores se burocraticen. Cuando la organización revolucionaria pierde de vista las tareas de liberación en los territorios de las subjetividades, cuando se fetichiza a sí misma con autoproclamaciones de superioridad, el proceso emancipador degenera en dogmatismo. Entonces el lenguaje revolucionario se transforma en lengua muerta, conserva la forma de la rebeldía, pero pierde su contenido dialéctico. En ese punto, la emancipación se vuelve decorativa; el emancipador, un funcionario del ideal.

III. EMANCIPARSE DE LA IDEOLOGÍA DOMINANTE

Quien ha pasado toda su vida combatiendo por la emancipación del proletariado puede creer que él es la revolución. La historia está llena de emancipadores que, en nombre del pueblo, terminaron reprimiendo al pueblo; de liberadores que fundaron nuevas servidumbres; de tribunos que confundieron la autoridad moral con el derecho a decidir por los demás. El narcisismo revolucionario es una forma sofisticada de alienación burguesa. Consiste en sustituir la praxis colectiva por el culto al yo heroico. Y esa forma del yo es producto del mismo

individualismo burgués que el emancipador decía combatir. El héroe solitario es la caricatura liberal del sujeto emancipador. La revolución no necesita héroes sino sujetos colectivos con programa anti-capitalista, hombres y mujeres en los que la conciencia individual se reconoce como parte de una totalidad social y simbólica más amplia. El emancipador que no se emancipa del poder ideológico y su falsa conciencia, del prestigio, del reconocimiento, de la vanidad intelectual o política, reproduce dentro del movimiento la lógica del capital simbólico. Así como la burguesía acumula plusvalía económica, hay emancipadores que acumulan “plusprestigio”, “pluspalabra”, “plusautoridad”. Son formas de fetichismo del liderazgo que corrompen la confianza colectiva y debilitan la potencia creativa del pueblo.

IV. LA EMANCIPACIÓN COMO PROCESO SEMIÓTICO

Hay que insistir en que la emancipación no puede reducirse a un acto económico, es una transformación semiótica del mundo. Implica dismantelar los signos que sostienen la dominación y crear nuevos modos de significar la realidad. En este sentido, la emancipación es también una revolución del lenguaje, de las metáforas, de los imaginarios, de la sensibilidad. Nuestra Filosofía de la Semiosis enseña que los sistemas simbólicos son, en última instancia, sistemas de poder. Quien domina los códigos domina las posibilidades del sentido. Por eso, el emancipador verdaderamente emancipado debe actuar como un creador de signos nuevos, no como

un repetidor de consignas. Debe poner en crisis las gramáticas heredadas, desmontar las estructuras de clase que definen qué puede decirse, qué puede pensarse, qué puede soñarse.

Un pueblo emancipado es aquel que puede nombrar su mundo con sus propias palabras también emancipadoras. Y un emancipador emancipado es aquel que no teme aprender de ese pueblo en lucha permanente, nuevas formas de lenguaje, nuevas poéticas del sentido. No hay emancipador emancipado si no se deja transformar por la semiosis del pueblo en lucha, si no escucha la sabiduría de las masas rompiendo cadenas.

V. EMANCIPARSE DE LAS HEGEMONÍAS DEL DOGMA

Toda doctrina, incluso la revolucionaria, si se descuida tiende a fosilizarse. Lo que nació como crítica viva puede convertirse en ortodoxia petrificada. La emancipación de los emancipadores radica entonces en desdogmatizar su pensamiento, por mantener la dialéctica abierta, por defender el espíritu crítico incluso frente a sus propias tradiciones. No se trata de relativismo ni de eclecticismo posmoderno. Se trata de fidelidad a la verdad en movimiento revolucionario. El marxismo, en su forma más elevada, no es un sistema cerrado sino una ciencia crítica abierta a su propia autotransformación. “No es tarea nuestra — escribió Marx en una carta de 1879 — anticipar dogmáticamente el mundo nuevo, sino encontrarlo en el movimiento de la realidad.” El emancipador que se aferra a fórmulas, que sustituye la investigación por la cita, que confunde el estudio con el ritual, que

teme el pensamiento nuevo, se desemancipa. Vuelve a ser esclavo de la tradición, aunque esa tradición sea revolucionaria. La fidelidad al marxismo exige creatividad, no repetición. Exige praxis, no liturgia.

VI. LA DIMENSIÓN ÉTICA DE LA EMANCIPACIÓN

Emanciparse es también asumir una ética. Pero no una ética abstracta, sino una ética materialista, nacida del trabajo, de la solidaridad, de la verdad objetiva del sufrimiento humano y de su búsqueda de la felicidad de los iguales. El emancipador que no vive en coherencia con esa ética, que traiciona con su conducta los principios que proclama, destruye la credibilidad de la revolución. No hay emancipación posible sin honestidad, sin autocrítica, sin humildad ante el pueblo. Fidel Castro lo expresó con claridad, “Revolución es sentido del momento histórico; es cambiar todo lo que debe ser cambiado.” Ese “todo” incluye también los vicios internos del movimiento revolucionario, las rutinas mentales, las corrupciones simbólicas, las inercias burocráticas. El consumismo, la tolerancia, la vulgaridad, a la mediocridad y el mal gusto burgués. Un emancipador emancipado es aquel que se somete al juicio del pueblo y no al de su propio ego o sus placeres. Que se mide por la eficacia colectiva de su acción, no por el brillo personal de su celebridad. Que comprende que la emancipación no se decreta, se conquista; y que esa conquista comienza por uno mismo, por la renuncia a toda forma de privilegio, incluso el privilegio moral de sentirse “más consciente” que los demás.

VII. EMANCIPAR LA INTELIGENCIA, CIENCIA Y CONCIENCIA

Emancipar sin ciencia es imposible. Pero la ciencia emancipadora no es la ciencia positivista, sino la ciencia dialéctica que comprende la totalidad como proceso y el conocimiento como praxis transformadora. Emancipar la inteligencia implica liberarla del pragmatismo, del empirismo fragmentario, del utilitarismo ideológico. El emancipador debe ser un trabajador de la verdad, no un propagandista del entusiasmo. Su tarea no es sólo movilizar, sino organizar. No se trata de “motivar” emocionalmente al pueblo, sino comprender científicamente las causas de su opresión. La conciencia revolucionaria no es un estado de ánimo, es una forma superior del conocimiento social y su praxis. Pero esa ciencia no puede ser elitista. La emancipación científica del pensamiento debe democratizar el saber y su crítica, debe transformar el conocimiento en fuerza productiva de la conciencia colectiva. Cuando la ciencia se encierra en academias o se convierte en propiedad de minorías ilustradas, el emancipador se aleja del pueblo. La verdadera emancipación intelectual consiste en socializar el pensamiento revolucionario, en convertir la crítica en bien común.

VIII. EMANCIPAR EL TIEMPO Y LA ESPERANZA

Un emancipador también debe emanciparse del tiempo burgués, el tiempo lineal del productivismo, del éxito, del resultado inmediato. La revolución no se mide en calendarios electorales ni en plazos de marketing político. Es un proceso histórico que

requiere paciencia estratégica y simultáneamente urgencia ética. Emanciparse del tiempo burgués es recuperar el tiempo de la esperanza en pie de lucha, que no es pasividad sino conciencia de la historia. Es entender que cada acto, por pequeño que parezca, participa de una totalidad de luchas que trasciende generaciones. El emancipador emancipado no se desespera por los lentos ritmos de cierta transformación, sabe que su tarea hoy es preparar el futuro, sembrar y fructificar las condiciones de la emancipación, incluso si no verá algunos frutos.

IX. LA AUTOCRÍTICA

COMO FORMA DE EMANCIPACIÓN PERMANENTE

Un emancipador no debe bailar ni cantar la basura mediática burguesa porque en cada ritmo prefabricado, en cada letra vaciada de sentido, se reproduce la colonización simbólica del capital. La industria cultural no produce arte, produce obediencia estética, domestica los cuerpos, anestesia las conciencias y uniforma la sensibilidad. Cuando el emancipador se deja arrastrar por esa coreografía del mercado, su cuerpo se vuelve signo de rendición; su gestualidad, mercancía; su energía, espectáculo. La burguesía ha convertido el goce en anestesia y la música en dispositivo de control. Frente a eso, el emancipador debe construir otra sensibilidad sonora y visual, un arte de la emancipación, no del adormecimiento.

Por eso el proceso de emancipación del emancipador no tiene fin. Cada conquista abre nuevas contradicciones, cada victoria encierra sus peligros. El único antídoto contra la degeneración del

poder revolucionario es la autocrítica colectiva, sistemática, científica. Autocrítica no significa autoflagelación ni confesionalismo moral; significa análisis dialéctico de las contradicciones internas. Significa reconocer los errores, pero también comprender sus causas estructurales, sus raíces en las condiciones materiales y simbólicas del proceso. La autocrítica es la forma superior de la lealtad revolucionaria. El emancipador que se autocritica no se debilita, se fortalece, porque fortalece la inteligencia del colectivo. Sin autocrítica no hay aprendizaje histórico, y sin aprendizaje no hay emancipación.

No se trata de moralismo ni de puritanismo estético. Se trata de comprender que el capitalismo organiza el deseo y el gusto para convertirlos en mercancías de alienación. Cuando el emancipador se apropia del repertorio burgués —sus “rolas”, sus bailes, sus modas—, no está siendo “popular”, está siendo funcional a la hegemonía del enemigo. La cultura del capital infiltra su gramática en los cuerpos; enseña a moverse, a hablar, a sentir, según las coordenadas del consumo. El emancipador no puede repetir esos signos sin corromper su mensaje, sin diluir la potencia simbólica de la revolución. Debe, por el contrario, crear una nueva estética de la dignidad, donde el cuerpo no se mercantilice sino que exprese libertad, donde la música sea comunión y no mercancía.

Un emancipador no necesita los histrionismos ególatras de la farándula ni las poses vacías de la celebridad. Su presencia no debe ser espectáculo sino

testimonio. Su palabra no debe competir con los “*influencers*” del mercado, sino brillar por la verdad que porta. Cada gesto suyo, cada modo de vestir, de hablar, de reír, debe nacer de la ética revolucionaria que lo guía. La revolución también se libra en el terreno de la estética cotidiana, en el modo de mirar, de escuchar, de amar. Por eso el emancipador emancipado no baila la música del opresor ni canta sus himnos, compone otros ritmos, otras palabras, otros gestos donde el pueblo se reconozca libre, sin máscaras ni sometimientos.

GUERRA COGNITIVA CONTRA CUBA⁷

Además de todos los bloqueos económico-políticos, el imperialismo despliega contra Cuba la guerra cognitiva más prolongada, sistemática y sofisticada en el inventario de dominación semiótica en nuestra época. No se libra solamente contra un territorio, ni contra un gobierno, se libra contra una posibilidad histórica del pensamiento humano. Cuba no es sólo un país; es una semiosis emancipadora, una arquitectura simbólica que condensa la experiencia de la dignidad organizada. Atacar a Cuba es atacar la hipótesis de la libertad consciente. Por eso, el enemigo despliega sobre ella todo su arsenal de distorsión cognitiva, manipulación perceptiva y colonización emocional.

I. SEMIÓTICA DE UNA AGRESIÓN PROLONGADA

Toda guerra es una disputa por el sentido. Pero en la guerra cognitiva, el sentido mismo es convertido en arma. Se ataca la capacidad de una sociedad para interpretar su realidad, para amarse en su historia, para pensarse desde su propia experiencia. Contra Cuba se ha diseñado una maquinaria de des-semantización, cuyo objetivo no es destruir físicamente, sino vaciar semánticamente los signos de la Revolución, hacer que “soberanía” signifique aislamiento, que “socialismo” signifique atraso, que “revolución” signifique dictadura. El imperialismo

7. Publicado el 15 de octubre de 2025 en <https://rebelion.org/guerra-cognitiva-contra-cuba/>.

semiótico consiste precisamente en imponer el diccionario de la dominación como si fuera lenguaje universal.

Durante más de seis décadas, Cuba ha sido laboratorio y espejo, el laboratorio donde se ensayan nuevas tecnologías de persuasión imperial, y el espejo donde el mundo observa, según su conciencia, la dignidad o la rebeldía de un pueblo que decidió pensarse sin amos. La agresión cognitiva no se limita a los titulares de prensa o los guiones de Hollywood, infiltra las matrices de percepción, los algoritmos de la emoción, las estructuras de deseo.

II. ARMAS COGNITIVAS,

DEL RUMOR A LA NEUROSEMIÓTICA DEL ODIO

Sus armas cognitivas son “invisibles” pero letales. No disparan balas, sino metáforas envenenadas. No ocupan territorios, sino cerebros. La inteligencia imperial trabaja sobre un principio que la semiótica crítica debe desnudar, dominar es controlar la interpretación. Por eso se fabrican microclimas semióticos —escenarios donde las palabras se cargan de pasiones inducidas—, y se suplantán las categorías de análisis por estímulos emocionales prefabricados.

Sus redes sociales imperiales se han convertido en los nuevos campos de batalla, algoritmos de inteligencia artificial monitorean reacciones, segmentan poblaciones y adaptan mensajes según los puntos de quiebre psicológicos de cada grupo. Esta es la neurosemiótica del odio, una maquinaria que busca detonar emociones disolventes, desactivar la memoria

histórica, inducir frustración y culpar al socialismo de los efectos del bloqueo. La estrategia no es debatir ideas, sino saturar la conciencia de afectos tóxicos hasta anular la capacidad crítica. Cuba es sometida a una agresión donde las *fake news* son una bala simbólica y cada silencio mediático es una bomba de vacío. Así opera la ingeniería del desprestigio, no se busca refutar la Revolución, sino intoxicar la percepción de tal modo que el concepto de Revolución pierda su poder convocante. Y entonces dicen que es una “dictadura”.

III. ONTOLOGÍA DEL BLOQUEO COGNITIVO

Su bloqueo económico, político y financiero tiene correlatos en el bloqueo cognitivo. Se trata de impedir que el mundo piense a Cuba como posibilidad, de aislarla del pensamiento planetario mediante una muralla de prejuicios. El bloqueo cognitivo produce una realidad invertida, el agresor aparece como defensor de la libertad, y la víctima, como represor. Es el terrorismo semántico del lenguaje colonial. Nuestra filosofía de la semiosis propone que cada acto de interpretación es una batalla por el ser. Lo que se bloquea en Cuba no es sólo la entrada de mercancías, sino la circulación de significados emancipadores. El imperialismo necesita impedir que las palabras “educación gratuita”, “médico internacionalista” o “solidaridad” se vuelvan deseables para los pueblos. Por eso promueve un sistema mundial de intoxicación semiótica donde la pobreza espiritual se disfraza de progreso.

IV. INGENIERÍA DE LA PERCEPCIÓN, EL MITO DE LA “SOCIEDAD CERRADA”

Una de las operaciones más finas del ataque cognitivo es el mito de la “sociedad cerrada”. Se construye una narrativa que pinta a Cuba como un enclave detenido en el tiempo, sin libertades, sin creatividad, sin alegría. Es la vieja retórica colonial, pero ahora con estética de Netflix y gramática de *influencer* burgués. Se confunde deliberadamente la crítica con la calumnia, el análisis con el sarcasmo. Su objetivo es inducir una culpabilidad ontológica, que el pueblo cubano sienta vergüenza de su revolución, que parezca vieja, que la juventud interiorice como “atraso” lo que es en realidad coherencia ética y futuro pleno. Así se pretende vaciar de sentido el heroísmo cotidiano, las colas compartidas, la invención colectiva frente a la escasez. El enemigo quiere que cada carencia material se traduzca en desmoralización simbólica. En derrota moral.

V. RESISTENCIAS COGNITIVAS, SEMIOSIS DE LA DIGNIDAD

Pero hay otra guerra — silenciosa, profunda, creadora — que Cuba libra con genialidad, la guerra por el sentido emancipado. Cada alfabetizador, cada médico internacionalista, cada músico o maestro, son guerrilleros de la semiosis. En ellos, el signo no se vende ni se arrodilla, se comparte. La cultura revolucionaria cubana ha demostrado que el signo liberado del fetiche mercantil puede ser fuente ética de belleza y conciencia. Cuba resiste no sólo con vacunas, sino con símbolos. En su cine, su poesía,

su educación y su comunicación, late una epistemología de la dignidad. En la palabra y la presencia imborrable de Fidel, de Raúl, del Che y de Camilo. Se trata de una praxis semiótica de nuevo género, no busca “competir” en el mercado simbólico, sino desmercantilizar la producción del sentido. En un planeta donde el entretenimiento se ha convertido en anestesia global, Cuba insiste en la memoria, en la palabra crítica, en el arte como forma de verdad.

VI. FILOSOFÍA DEL ATAQUE, EL MIEDO A LA CONCIENCIA

¿Por qué tanto odio contra un pequeño país pleno de dignidad que cura enfermos y enseña a leer? Porque el imperialismo teme más a una idea que a un ejército, teme a la conciencia. La guerra cognitiva contra Cuba no se explica por la geopolítica, sino por la semiótica del miedo. Cuba demuestra que es posible una sociedad donde los medios, los modos y las relaciones de producción de sentido no sean propiedad privada, donde la cultura sea bien común, donde la inteligencia colectiva venza al lucro. Esa demostración, aunque imperfecta y asediada, es insoportable para el orden burgués mundial. El capitalismo necesita que la humanidad crea que no hay alternativa. Cuba demuestra lo contrario. Por eso hay que destruirla no físicamente —sería demasiado evidente— sino simbólicamente, de manera que el mito del “fracaso socialista vetusto” se imponga como verdad psicológica. La guerra cognitiva es la forma contemporánea del terrorismo epistemológico.

VII. HACIA UNA CONTRAOFENSIVA SEMIÓTICA

Responder a esta guerra requiere más que comunicación, requiere una Filosofía de la Semiosis revolucionaria. Es preciso crear inteligencia de la conciencia, sistemas científicos para detectar, analizar y desmontar las operaciones cognitivas del enemigo. No se trata de propaganda, sino de epistemología militante. Cuba puede ser vanguardia también en este frente si convierte su acumulado cultural en un laboratorio mundial de comunicación emancipadora. Cada escuela, cada radio comunitaria, cada red de pensamiento puede ser un nodo en la red de la semiosis liberadora. La defensa del pensamiento es la defensa de la vida. Hay que alfabetizar cognitivamente a los pueblos, enseñar a leer los signos del enemigo, a detectar las trampas de la emocionalidad inducida, a desarmar las metáforas del poder. La semiótica de la Revolución debe volverse un método cotidiano, pensar críticamente cada imagen, cada palabra, cada gesto.

VIII. CONCLUSIÓN, EL SIGNO EMANCIPADO Y EMANCIPADOR COMO TRINCHERA

Esa guerra cognitiva contra Cuba es la expresión más avanzada del colonialismo simbólico, pero también el escenario donde se forja la nueva ciencia de la emancipación comunicacional. Frente a los arsenales del engaño, Cuba responde con la lucidez de su pueblo, con el poder de su cultura, con la ética de su memoria. Cuba no es sólo víctima, es maestra. Enseña que la dignidad, cuando se vuelve método de pensamiento, desarma imperios. Enseña que el

signo, cuando se libera del fetiche capitalista, puede ser trinchera y horizonte. Enseña que la conciencia, cuando se organiza, es invencible. En la era de la inteligencia artificial y la manipulación masiva, la Revolución cubana sigue siendo el acontecimiento semiótico más audaz del siglo XX que aún pulsa en el XXI, una revolución del sentido, un acto de soberanía cognitiva. Defenderla es defender la posibilidad misma de pensar libremente. Porque la guerra cognitiva contra Cuba es, en el fondo, una guerra contra la humanidad pensante. Y resistirla —con ciencia, arte y conciencia— es la forma más alta de amor por la verdad.

Por todo eso, la operación para quebrar la fuerza simbólica de Fidel Castro combina la técnica fría del sabotaje con la arquitectura emocional de la difamación, no basta con conspirar para eliminar al líder físicamente, había que corroer su aura, transformar su presencia pública en fábula de fracaso y ridículo. Desde planes encubiertos descritos en documentos oficiales hasta campañas de radio y folletos diseñados para sembrar desconfianza, la estrategia fue siempre doble, desautorizar la palabra de Fidel y, simultáneamente, reescribir la memoria colectiva que lo legitimaba.

Todos los expedientes desclasificados muestran que la CIA y redes asociadas ensayaron tanto la aniquilación física como la degradación simbólica —desde el asedio mediático hasta propuestas grotescas pensadas para humillar (los famosos ‘cigarros’, la manipulación de su imagen, el sabotaje de discursos)— porque sabían que la huella moral

de Castro excedía cualquier blanco militar, atacarlo públicamente era atacar el epicentro narrativo de la Revolución. La violencia semiótica fue por tanto una prolongación instrumental de la agresión política. A ese repertorio se sumaron actores exógenos y locales que alimentaron una guerra total de rumores, falsas atribuciones y operaciones de prensa —desde militantes anticastristas hasta grupos de la diáspora que trabajaron como multiplicadores—. La desinformación se alimentó de una lógica precisa, convertir la excepcionalidad ética del proyecto cubano en anécdota escandalosa; traducir la solidaridad internacional en fraude; hacer creer que el liderazgo moral de Fidel no es otra cosa que cinismo y simulacro.

Filosóficamente, el ataque a Fidel revela la desesperación del poder hegemónico ante la posibilidad de un *ethos* alternativo, no se trata sólo de vencer a un hombre, sino de neutralizar una forma de hablar, de actuar y de convocar a la esperanza colectiva. Por eso la contraofensiva emancipadora debe reparar en la dimensión simbólica de la lucha, recuperar la narrativa, reinstalar la memoria crítica, desactivar la bomba semántica del descrédito y volver a convertir la palabra en praxis. Sólo así se desarma la operación que quiso convertir a Fidel en una advertencia y no en un ejemplo de insurgencia moral. “Impedir que sea Dios”.

Tal Guerra Semiótica contra el socialismo es el laboratorio donde el capitalismo fabrica su gramática del miedo. Se trata de una ofensiva total sobre el lenguaje y la imaginación, el enemigo no combate

una doctrina económica, sino una forma de sensibilidad. Se manipula el signo “socialismo” hasta saturarlo de connotaciones negativas, fracaso, represión, miseria. Es una guerra donde los conceptos se sustituyen por reflejos condicionados, donde la palabra “colectivo” se asocia a pérdida de libertad y la palabra “mercado” a sinónimo de vida. El capitalismo, maestro en la fabricación de fetiches, necesita que el socialismo sea percibido como una patología de la historia, una desviación contra natura del individuo moderno. Así se implanta la semiótica del miedo al nosotros, la anestesia de clase que impide imaginar cualquier comunión solidaria que no pase por el consumo.

Pero la semiótica socialista, aunque asediada, guarda una potencia latente que el capitalismo teme, su capacidad de traducir la justicia en belleza, la cooperación en conocimiento, la equidad en horizonte simbólico. Por eso el enemigo no deja de atacar su lenguaje, infiltra sarcasmos en la educación, banaliza su historia, caricaturiza sus logros. Quiere envenenarlos a toda costa. Es un intento de vaciar de alma a la idea misma de emancipación. Sin embargo, allí donde la palabra “socialismo” logra recuperarse de la calumnia y volver a ser semilla de esperanza, se produce un milagro epistemológico, la conciencia se emancipa del fetiche, el signo vuelve a ser instrumento de verdad y la lucha de clases se convierte en lucha por la significación del mundo.

Por eso necesitamos la dialéctica de la autocrítica como antídoto científico frente a la petrificación del signo revolucionario en medio de la Guerra

Simbólica. Ningún proyecto emancipador puede sostener su potencia si no revisa, con rigor y valentía, las formas en que produce y comunica sus propios significados. En un escenario donde el enemigo domina la semiosis global —las emociones, los relatos, los algoritmos—, el peligro no es sólo ser derrotado por la mentira, sino repetirla sin advertirlo. Síndrome de Estocolmo semiótico. La autocrítica es la forma más alta de inteligencia colectiva, la conciencia de que incluso las causas justas pueden enmudecer bajo los escombros de su propia retórica si no renuevan sus modos de decir y de sentir. En la guerra del sentido, el error no se paga sólo con confusión, sino con desafección. La revolución que no se analiza a sí misma, que no indaga sus fallas comunicacionales, se vuelve su propio enemigo simbólico.

Es extremadamente urgente, para todos nosotros, una redirección en la batalla semiótica por la emancipación. De la mano de Cuba. Autocriticarse no es autodestruirse, sino garantizar que la verdad de los fines no sea traicionada por los medios. Es un ejercicio de higiene semiótica, una pedagogía de la lucidez, una práctica que impide que la conciencia se fosilice en consignas vacías. En la Guerra Simbólica, donde el adversario convierte cada debilidad en espectáculo y cada contradicción en prueba de “fracaso”, la autocrítica es una forma de ofensiva, revela la madurez ética de un movimiento capaz de pensarse y corregirse sin pedir permiso al enemigo. Sólo una semiosis viva —capaz de autorregularse, de integrar el error como aprendizaje— puede

mantener la iniciativa cultural. Allí donde hay autocrítica, hay revolución pensante; allí donde falta, comienza la domesticación del símbolo y el triunfo de la impostura. Y no hay tiempo que perder.

EL NOBEL DE LA PAZ Y OTROS *SHOWS*

Requiescat in pace

ACTA DE DEFUNCIÓN PARA EL PREMIO NOBEL DE LA PAZ⁸

I. DECLARACIÓN INICIAL

Se extiende el acta de defunción al llamado “Premio Nobel de la Paz”, muerto por causas estructurales y degenerativas propias del sistema capitalista que lo engendró. Su muerte ocurrió en plena era de la guerra económica, militar, financiera y mediática, bajo la presión del golpismo imperialista de una burguesía que convirtió la “paz” en mercancía macabra y espectáculo de inmoralidad. No fue un fallecimiento súbito. Fue una agonía lenta, sostenida por discursos de filantropía hipócrita, por aparatos mediáticos que anestesiaron conciencias, por fundaciones que hicieron de la guerra un negocio y de la paz un pretexto.

La fecha de defunción se inscribe en la cronología difusa del capitalismo tardío, cuando las guerras preventivas se declararon “humanitarias”, cuando las bombas se presentaron como portadoras de democracia y cuando los premios —en lugar de la justicia— se convirtieron en absoluciones para los verdugos.

II. CAUSAS DEL FALLECIMIENTO

Murió el Premio Nobel de la Paz de sobredosis de cinismo. La paz que decía exaltar fue consumida

8. Publicado el 14 de octubre de 2025 en <https://rebellion.org/acta-de-defuncion-para-el-premio-nobel-de-la-paz/>

por la misma lógica del capital que fabrica enemigos, que necesita de la guerra para reproducirse, y que lava su rostro ensangrentado en los templos del prestigio burgués. Murió envenenado por su propia contradicción: pretendía celebrar la concordia en un mundo edificado sobre la competencia, la violencia y la expropiación.

El acta “médica”, firmada por la historia, indica que su sistema inmunológico-ideológico fue destruido por la hipocresía. Cada vez que premiaba a un asesino con palabrerío de estadista, su cuerpo sufría una hemorragia de sentido. El Premio Nobel de la Paz murió porque la paz dejó de ser un horizonte emancipador y se volvió un pretexto de dominación. En manos del imperialismo, el galardón fue degradado a sello de legitimación política, a máscara moral que disimula los intereses del poder mundial. Murió de asfixia semiótica: el signo “paz” perdió su contenido emancipador y fue reemplazado por un significante hueco, dócil, rentable.

III. LUGAR DEL FALLECIMIENTO

Murió en la catedral del espectáculo macabro global. En el altar de los noticiarios, en los palcos diplomáticos, en los banquetes donde los empresarios de la guerra brindan con champagne por la “paz”. Murió en los pasillos de las cancillerías, en las oficinas de marketing político, en las pantallas que transforman el sufrimiento en rating y la hipocresía en virtud. Murió rodeado de cámaras, aplausos y discursos. No hubo silencio respetuoso ni duelo verdadero. Fue un funeral mediático: los

mismos que lo mataron transmitieron su sepelio en vivo, con comentarios sobre “el legado” y “la inspiración humanitaria”. El espectáculo de su muerte fue su última función: un cadáver que aún servía para simular moralidad. Ella sonreía.

IV. CERTIFICADO DE CAUSAS ESTRUCTURALES

Causa primera:

El divorcio entre ética y economía política.

La paz fue transformada en símbolo desvinculado de la producción material de la vida. En lugar de cuestionar las causas de la violencia —la explotación, el saqueo, la dominación imperialista—, el Nobel de la Paz se dedicó a premiar los síntomas. Esa abstracción idealista fue su sentencia de muerte.

Causa segunda:

El fetichismo mediático.

La medalla, el discurso, la ceremonia: todo se convirtió en simulacro. La “paz” fue estetizada hasta volverse irreconocible. En el brillo del oro del medallón se reflejaba el oro del capital.

Causa tercera:

La complicidad institucional.

Las academias, los parlamentos, las corporaciones y los medios se alinearon para canonizar a los verdugos. Así se construyó la narrativa de una paz funcional al orden establecido.

Causa cuarta:***La desfiguración del signo “humanidad”.***

Murió el Premio Nobel de la Paz cuando se divorció la palabra “humano” de su contenido histórico. La humanidad fue reducida a un concepto sentimental, vacío, despolitizado. Ganó el golpismo.

V. AUTOPSIA SEMIÓTICA

Al abrir el cuerpo semiótico del difunto, se hallaron rastros de discursos en descomposición. En el interior del tórax: promesas incumplidas. En los pulmones: aire viciado de diplomacia hipócrita. En el estómago: residuos de marketing humanitario. En el corazón: una cicatriz profunda con forma de dólar. Todo intoxicado con clamores de inasión, muerte, antidemocracia y entreguismo obscuro.

Las vísceras ideológicas mostraron que su metabolismo simbólico dependía de la aprobación mediática. Cada aplauso era una transfusión de legitimidad. Cada silencio cómplice, un analgésico. Se detectaron múltiples infecciones: relativismo moral, neutralidad cobarde, universalismo abstracto.

El cerebro del Premio Nobel de la Paz mostraba una atrofia avanzada de pensamiento crítico. Las áreas dedicadas al análisis de las causas estructurales de la violencia estaban atrofiadas, sustituidas por una hiperactividad de relaciones públicas. En su memoria, fragmentos de discursos se repetían como bucles sin contenido: “esperanza”, “diálogo”, “compromiso”, “valores compartidos”... Palabras que habían perdido toda conexión con la praxis emancipadora.

VI. CONTEXTO HISTÓRICO DE LA DEFUNCIÓN

Murió en el siglo XXI, cuando la guerra se volvió digital, cuando los ejércitos se camuflaron en redes sociales, cuando las sanciones económicas mataron más que las balas, y cuando los drones bombardearon en nombre de los derechos humanos. Murió cuando el capital aprendió a vender la destrucción como desarrollo, la ocupación como libertad, la tortura como justicia preventiva. En ese contexto, el Premio Nobel de la Paz se convirtió en un fetiche global. Su muerte fue la muerte de una semiosis humanista. Lo que alguna vez pretendió ser símbolo filantrópico burgués de reconciliación se transformó en emblema de hipocresía institucionalizada.

VII. TESTIGOS DE LA MUERTE

Firmaron como testigos del fallecimiento los pueblos del mundo que nunca recibieron el premio, aunque soportaron todas las guerras. Testificaron los niños palestinos bajo los escombros, los campesinos africanos desplazados, las madres latinoamericanas que buscan a sus hijos desaparecidos, los trabajadores explotados por las corporaciones que financian los comités del premio. Ellos fueron los verdaderos jueces y notarios de esta defunción. Su silencio, su dignidad y su resistencia son la prueba más elocuente de que la paz auténtica no necesita premios sino justicia.

VIII. ÚLTIMA VOLUNTAD DEL DIFUNTO

En sus últimos suspiros, el Premio Nobel de la Paz pidió que no se le erigieran monumentos ni se

repitieran sus ceremonias. Dijo que prefería el anonimato del olvido a la perpetuación de su farsa. Pidió que su epitafio dijera:

“Aquí yace una idea que el capital desfiguró. Murió de tanto ser usada contra los pueblos.”

Pidió, también, que su cuerpo simbólico fuese donado a la filosofía de la semiosis, para su estudio crítico. Que se analicen sus signos, sus discursos, sus metamorfosis, hasta entender cómo un símbolo de emancipación puede convertirse en máscara de dominación.

IX. ACTA FILOSÓFICA DE CONSTATACIÓN

En rigor dialéctico, esta defunción no es solo la muerte de un premio, sino la manifestación del ocaso de una civilización que ha perdido el sentido del bien común. La “paz” institucionalizada, domesticada y comercializada, revela el agotamiento moral de una ideología que ya no puede sostener su propio discurso sin recurrir a la mentira. El signo “paz”, en manos del capitalismo, se convierte en antónimo de sí mismo. Donde dice “paz” hay estrategia de dominación; donde dice “reconciliación”, hay impunidad; donde dice “esperanza”, hay propaganda. La semiosis burguesa de la paz opera como narcótico colectivo: un opio semántico que calma las conciencias, pero perpetúa las cadenas.

X. CERTIFICACIÓN SEMIÓTICA FINAL

Certifico que el Premio Nobel de la Paz ha muerto, pero declaro simultáneamente que el signo “paz”

no está condenado a la extinción. Lo que ha muerto es su fetichización burguesa. Su nueva vida sólo será posible bajo nuevas condiciones históricas, cuando la paz deje de ser consigna y se vuelva praxis material, cuando la justicia no sea premio sino principio, cuando la humanidad sea consciente de que la paz no se decreta: se construye con lucha de clases, con ciencia, con solidaridad, con organización. La paz verdadera no necesita comités de selección, necesita sujetos históricos emancipados. Su lugar de nacimiento no será un palacio sueco, sino los territorios donde los pueblos se niegan a morir.

XI. EPITAFIO FILOSÓFICO

“Murió el Premio Nobel de la Paz, pero no la esperanza de una paz justa.

Murió el signo domesticado, pero la semiosis emancipadora sigue viva.

Murió el simulacro, pero la historia aún respira en los pueblos que luchan.”

XII. FIRMA DEL NOTARIO

Firmo esta acta no como burócrata del sentido, sino como testigo crítico de su muerte. No hay duelo, hay conciencia. No hay nostalgia, hay análisis. El cadáver del Premio Nobel de la Paz descansa en el panteón del humanismo traicionado.

Filosofía de la semiosis, año de la conciencia crítica.

“EL *SHOW*” COMO CONJURO DE YERROS O DERROTAS ELECTORALES⁹

Allí donde debería producirse la crítica del mundo sometido por el capitalismo, algunos instalan el *show* como anestesia. Han convertido el espectáculo en una fábrica de sentido que sustituye los fracasos de la democracia burguesa, por una copia de luz y sonido a todo volumen.

No es un fenómeno trivial ni una distracción inocente, es una maquinaria semiótica de control que, bajo apariencia de diversión, conjura —es decir, neutraliza y exorciza— los yerros o las derrotas electorales que pudieran devenir conciencia crítica. En otras palabras, el *show* cumple la función ideológica de eclipsar el error de ciertos votos. Se trata de una ingeniería de signos que fabrica una “normalidad perceptiva” al servicio del capital, una religión de las apariencias que sustituye la praxis reflexiva por el consumo de canciones. Otro fondo de la colonización en las formas mentales, la forma-*show* sustituye el proceso racional por el acto emocional. En lugar de pensamiento crítico, el sujeto se somete a la lógica de la excitación permanente. La evasión se transforma en valor de cambio. El *show* captura la atención y la convierte en plusvalía semiótica y el votante se siente protagonista mientras es reducido a audiencia, consumidor, espectador y aplaudidor. Es el triunfo de la irracionalidad organizada.

9. Publicado el 9 de octubre de 2025 en <https://rebellion.org/el-show-como-conjuro-de-yerros-o-derrotas-electorales/>.

Hay que ver que todo *show* armado por los políticos del neoliberalismo, es una cadena de signos destinada a sostener una relación de producción simbólica esclavista. No hay espectáculo “neutro”, como no hay palabra inocente. En el *show* mediático reproduce una economía política del signo que captura las emociones y las reconfigura en mercancías afectivas. Cada gesto, cada palabra y cada silencio del espectáculo son materia prima del plusvalor ideológico, el “público” trabaja psíquicamente, genera atención, deseo, identificación, y ese trabajo produce ganancias en forma de poder simbólico concentrado. Así, el *show* conjura los yerros mentales ante las urnas, en tanto borra las huellas del pensar dialéctico y sustituye la contradicción por el aplauso.

Un error electoral (votar por quien te destruye) en la sociedad del espectáculo, se convierte en payasada, en torpeza de títeres, en espectáculo bizarro. Cuando el pensamiento pequeñoburgués tropieza, su inconsciencia se prepara para reír y olvidar cínicamente. Crea sus espectáculos para usurpar la dialéctica del error y lo convertido en mercancía de carcajadas entretenidas. Así, lo que podría ser un yerro fecundo se transforma en “entretenimiento”; lo que podría abrir un camino a la crítica se vuelve anécdota brutal. Esto implica que la producción de signos se encuentra sometida a una lógica del cierre, los signos del espectáculo no apuntan a la apertura del sentido, sino a su clausura inmediata en el aplauso. No hay proceso de interpretación, sólo reflejo condicionado. Los errores y las derrotas electorales burguesas son domesticados por la lógica de

la subordinación mediática, el monstruo fabricado con votos se exorciza con su maquinaria narrativa; el público aplaude el reemplazo de la verdad por la eficacia narrativa. El *show* actúa como un conjuro simbólico contra la incertidumbre, promete certeza donde debería haber interrogación. En esta fórmula ideológica el error y el horror son reprogramados para no producir conciencia sino espectáculo. Los adefesios se vuelven parte del guion, el *reality show* disfraza el conflicto aparente, la “caída”, la humillación o el fracaso, todo organizado para reafirmar el sistema de valores que sostiene con su industria de la imagen. Estupidez circular, celebra su caos para reconfirmar el orden de su cometido alienante, invoca el entretenimiento para consagrar la obediencia, fabrica escándalos escénicos para sostener la moral del poder burgués. Nada queda fuera del guion ideológico. Falsa conciencia.

Cuando el *show* se arma para conjurar los yerros electorales, lo hace también sobre la historia. Se conjuran los errores de los poderosos, se borran las causas estructurales, se farandulizan las consecuencias sin mostrar los mecanismos. La culpa individual se vuelve “historia humana” o “emotiva tragedia”, nunca exhibe su estructura de opresión. Cada error se convierte en espectáculo para neutralizar su potencial de denuncia. En ese sentido, el *show* es el ministerio del olvido. Tal conjuro tiene su gramática: la espectacularización del error, la fragmentación del sentido, la emotividad sin dialéctica, la repetición obsesiva de signos vaciados. Todo *show* establece su régimen de visibilidad, selecciona qué puede ser

visto y qué no. Así se conjura la posibilidad de comprender la totalidad y el espectador goza rodeado de fragmentos brillantes que impiden ver cómo se exculpa. Este mecanismo semiótico funciona como un espejo roto que multiplica los reflejos sin unidad.

Con su poder, el show fabrica un tipo de subjetividad para la cual el error es inaceptable si no es rentable. En la sociedad del espectáculo, el pensamiento lento, la vacilación o la duda se presentan como defectos. Se exige eficacia, éxito, rendimiento, “likes”. Un error o una derrota electoral, manipulados dentro de un *show*, enseña que todo debe salir “bien” y que todo error debe ser corregido por un guion invisible de públicos obsecuentes y aplaudidores. Este procedimiento burgués no es accidental sino estructural. En la economía simbólica del capitalismo, los yerros electorales y sus derrotas son peligrosos porque pueden abrir grietas en la ideología dominante. El error puede revelar la falacia del discurso hegemónico. Por eso el sistema necesita convertirlo en entretenimiento, desactiva su potencia crítica y lo reintegra como consumo. El error que debería conducir a la autocritica es reducido a espectáculo risible. El público ríe, el pensamiento se apaga.

Este conjuro semiótico tiene consecuencias políticas profundas, cuando el *show* exorciza el error, deja intacto el sistema que lo engendra, donde impone aplausos, introduce silencio reflexivo; donde exige velocidad, introduce pausa. La sociedad del espectáculo mercantiliza el error porque teme el pensamiento emancipador. Por eso lo conjura, lo teatraliza, lo domestica. Nuestra tarea

filosófica es, entonces, liberar el error del *show*, resemantizarlo como potencia creadora y no como mercancía de distracción. Sólo así podremos liberar la inteligencia colectiva del embrujo mediático neoliberal que convierte la vida en pantomima. Si el *show* conjura los yerros electorales, si los hace divertidos, se hace más urgente el trabajo crítico, capaz de revolucionar la conciencia.

LA RESURRECCIÓN DE PORFIRIO DÍAZ Y LA MORAL DE FRANKENSTEIN¹⁰

Resucitar a Porfirio Díaz, como metáfora política y como síntoma semiótico, es una de las operaciones más ridículas en el laboratorio ideológico de la burguesía vernácula. No se trata únicamente de la nostalgia de una oligarquía que venera a su viejo caudillo, ni de un acto folclórico de revisionismo histórico para endulzar las memorias de un dictador que sometió a la nación la dictadura de la desigualdad. Se trata del prólogo para un experimento monstruoso por necio: la resurrección de un cadáver ideológico ultramaquillado, cosido con retazos de propaganda, hermoseado con la tecnología mediática y animado con descargas de manipulación simbólica. Es la moral de Frankenstein aplicada a la política de una clase social desesperada y experta en reciclar sus cadáveres ideológicos, presentado como si fuese una promesa de orden, modernidad y progreso.

Su porfirismo, como cadáver histórico, “vive” en los archivos de la represión y en los cementerios macabros del despojo contra indígenas y campesinos. Con más frecuencia de lo imaginado lo resucitan con el mismo entusiasmo con que Victor Frankenstein ensayaba su desafío de dar vida desde su laboratorio. Ellos resucitan a su dictador en manuales escolares edulcorados, en estatuas relucientes, en discursos de tecnócratas que se reclaman herederos

10. Publicado el 8 de octubre de 2025 en <https://rebellion.org/la-resurreccion-audiovisual-de-porfirio-diaz-y-la-moral-de-frankenstein/>.

de su “modernidad”. Es un injerto de moral de clase dominante, una criatura que carece de vida propia, pero que recibe la electricidad del capital financiero y de la maquinaria mediática.

Esa “moral de Frankenstein” no es otra cosa que la pretensión de crear sobrevida al sistema a partir de la muerte, incluso su propia muerte, y su orden a partir del despojo, progreso a partir del sometimiento. La criatura de Frankenstein no elige ser monstruo, pero el porfirismo resucitado sí es elegido por quienes buscan mantener vivas las cadenas semióticas de la opresión. El monstruo original de Mary Shelley se rebelaba contra su creador; el monstruo porfirista, en cambio, obedece dócilmente a sus fabricantes actuales, pues está hecho de piezas muertas de ideología que sólo sirven para perpetuar la explotación. La moral de Frankenstein, en este terreno, no es ya una ficción gótica, sino la metáfora exacta de la política del capital para reconstruirse en monstruos de dominación con pedazos muertos de historia, darles una apariencia de vitalidad y lanzarlos a caminar entre nosotros como si fueran propuestas nuevas. En ese espectáculo necrofílico se condensa la verdadera ética de la clase dominante: la ética del despojo, del reciclaje de cadáveres ideológicos, del fetichismo que convierte al verdugo en modelo de civilización. Y no hay que olvidar que este engendro está animado también por la anorexia intelectual de la derecha mexicana, incapaz de nutrirse de pensamiento vivo y obligada a devorar, famélica, los despojos de un pasado que nunca fue suyo más que como botín.

No es casual que este proceso de resurrección se inscriba en la misma lógica de las industrias culturales. Allí donde se necesita un héroe o un villano “revisado”, se fabrican nuevas narrativas: Porfirio como el modernizador, como el hombre del ferrocarril, como el estadista cosmopolita. Se le injerta la piel de la eficiencia tecnocrática y se le sutura la boca con el silencio sobre las huelgas reprimidas, los campesinos despojados, los pueblos indígenas arrasados. La “moral” que anima este Frankenstein porfirista es la moral burguesa: pragmática, calculadora, sin escrúpulos éticos más allá del beneficio privado.

Frente a esa operación, la Filosofía de la Semiosis nos obliga a desmontar el artificio. Cada cicatriz de ese monstruo ideológico corresponde a un acto de violencia histórica: la huelga de Cananea, la de Río Blanco, el despojo de tierras comunales, la exportación de riquezas a cambio de miseria. No hay modernidad inocente cuando se cimenta en cadáveres obreros. El lenguaje mismo con que hoy se quiere limpiar a Porfirio es una operación semiótica de anestesia: convertir dictadura en “orden”, explotación en “progreso”, servilismo en “diplomacia”.

Tienen una lista larga de zombis políticos aguardando ser resucitados, es uno de los archivos más siniestros que la clase dominante conserva en sus catacumbas ideológicas. No se trata de un fenómeno aislado ni de una rareza folclórica, es una estrategia reiterada del poder para garantizar que su maquinaria de dominación nunca carezca de figuras míticas con las cuales legitimar su continuidad. Si Porfirio Díaz ya ha sido objeto de un proceso de

“resucitación” semiótica, conviene preguntarnos qué cadáver sigue en la fila. ¿Será Hitler con su maquinaria del odio convertida en mercancía digital? ¿Será Pinochet con su “modelo económico” glorificado por *think tanks* neoliberales y clases medias despolitizadas? ¿O será alguno de los tantos caudillos menores que, aunque sepultados por la historia, son desempolvados en cada crisis del capital?

Sus zombis políticos no son espectros que flotan espontáneamente: son productos culturales cuidadosamente manufacturados en los laboratorios de la ideología. Su capitalismo, en fase necropolítica, necesita reciclar símbolos de autoridad para que, cada vez que las narrativas de “progreso” y “democracia representativa” pierden legitimidad, pueda convocar a los muertos como disciplinadores de las masas. La historia de la humanidad bajo dominio burgués se parece cada vez más a un panteón donde los cadáveres se levantan de sus tumbas al ritmo de las necesidades del capital financiero, los monopolios mediáticos y los aparatos militares.

Su “anorexia intelectual” no les permite gestar pensamiento original ni proyecto emancipador. Por eso se alimenta de cadáveres, necesitan chupar la sangre de los muertos ideológicos para seguir caminando. La resurrección de Porfirio Díaz, la reanimación parcial de Hitler y Pinochet, y la posibilidad de nuevos zombis en escena muestran que la derecha vive de un canibalismo necropolítico. No puede producir vida, sólo puede reciclar muerte.

La lucha de clases también se libra en el terreno de los muertos, ¿qué hacemos con sus cadáveres

simbólicos? ¿Los aceptamos como zombis resucitadores del capital o los enterramos definitivamente bajo la crítica dialéctica de la histórica? La disputa por la memoria es una disputa por el presente y el futuro. Quien controla y resucita los zombis ideológicos controla la capacidad de atemorizar, paralizar o disciplinar a las mayorías. El problema no es sólo de historiografía, es un problema de lucha política. Cada zombi que regresa a escena es un ataque contra la lucha por la emancipación. La pregunta “¿el que sigue es Hitler o Pinochet?” debe transparentar la maquinaria burguesa de engaño, fortalecernos en el terreno de la organización crítica. Y la semiótica de combate.

REFERENTES

LA ENSEÑANZA DE LA COMUNICACIÓN QUE IMAGINÓ HUGO CHÁVEZ¹¹

Chávez integra un enfoque comunicacional crítico: se permitió denunciar el régimen de propiedad privada de los medios, y promovió la emancipación comunicacional obrera y campesina desde sus propios canales de comunicación.

LA COMUNICACIÓN

COMO HERRAMIENTA EMANCIPADORA

A Hugo Chávez se lo debe conocer y apreciar no sólo como un líder político, sino como un estratega de la comunicación revolucionaria que reflexionaba profundamente sobre los medios, su economía política y la necesidad de una semántica nueva al servicio del pueblo. Chávez entendía que la comunicación no es un oficio neutral: “no es un oficio de merolicos, es una herramienta de combate para la revolución de las conciencias”. Para él, la estructura hegemónica de medios (monopolios privados, distorsión informativa) era un enemigo clave en la lucha por la democracia real y la construcción de socialismo.

HUGO CHÁVEZ

Y EL ENFOQUE COMUNICACIONAL CRÍTICO

Chávez integra un enfoque comunicacional crítico: se permitió denunciar el régimen de propiedad

11. Publicado el 5 de agosto de 2025 en <http://www.psuv.org.ve/temas/noticias/por-fernando-buen-abad-ensenanza-comunicacion-que-imagino-hugo-chavez/>.

privada de los medios, y promovió la emancipación comunicacional obrera y campesina desde sus propios canales de comunicación dispuestos a instaurar plataformas democráticas con vocación política, estética y educativa. Y la formación académica también tiene un lugar central: Chávez promovió la Universidad Internacional de las Comunicaciones, concebida como un espacio donde se reconozcan y potencien talentos populares, se produzca teoría revolucionaria y se forme comunicadores críticos capaces de disputar sentidos en medios diversos. Señalaba que el problema mayor en las luchas emancipatorias contemporáneas es la falta de un plan comunicacional colectivo, organizado y coherente, siguiendo la urgencia de revolucionar conciencias en la agenda de los pueblos.

ELEMENTOS CENTRALES DE LA TEORÍA

Economía política de la comunicación: Denuncia de la mercantilización de los medios y su servidumbre al imperio.

Búsqueda de una ética y estética revolucionaria: no se trata solo de difundir mensajes, sino de construir lenguaje, metáforas y semánticas dignas de una revolución socialista de nuevo género.

Democratización de la comunicación: Defensa de medios controlados por trabajadores y campesinos, no por corporaciones privadas.

Reconstrucción académica: formación de comunicadores críticos que sepan producir teoría y praxis desde abajo, no meros operadores de industria mediática.

Comunicación popular como pedagogía política: La palabra y la imagen son arma de conciencia y movilización: Chávez comenzó a formarse como locutor militar, y su trayectoria como comunicador precede su presidencia.

Construcción de dispositivos institucionales: La Universidad Internacional de las Comunicaciones como herramienta para multiplicar la lucha comunicacional desde bases populares.

PRÁCTICA COMUNICACIONAL: EXPERIENCIAS CONCRETAS

“Aló, Presidente” como laboratorio educativo y estratégico

“Aló, Presidente” es mucho más que un programa televisivo: es una escuela política divertida y adictiva, un instrumento de movilización, organización y pedagogía viviente. Se convierte en un foro de diálogo directo entre el Estado y las bases, una táctica narrativa donde converge el flujo de preguntas, quejas, propuestas, enfrentamientos y humor.

Este espacio no es producto de un guion académico, sino fruto de una forma de comunicación en lucha construida por las bases sociales que expresa una nueva cultura política capaz de orientar, animar y coordinar la rebelión socialista de masas bolivarianas. En cada emisión, Chávez educó la lucha para una interlocución histórica, movilizaba al pueblo en vivo, proponía misiones y anunciaba medidas de gobierno. El resultado fue un modelo híbrido de propaganda, pedagogía y participación popular, plena de semióticas revolucionarias.

BATALLA COMUNICACIONAL NACIONAL E INTERNACIONAL

Chávez promovió el uso estratégico del espectro público, las cadenas obligatorias de radio y televisión, y creó la red regional TeleSUR para disputar el sentido dominante del hemisferio y construir discursos alternativos antiimperialistas. Chávez visualizó enfrentamientos globales: analizó la posibilidad de una “Cumbre de Presidentes en Comunicación Emancipadora”, reflexionó sobre el Informe MacBride (1980), el gasto público en comunicación y la dependencia tecnológica impuesta por las empresas del imperio.

FORMACIÓN Y PLATAFORMAS

Dentro de Venezuela, Chávez quería que se consolidaran plataformas formativas e institucionales bajo control del movimiento popular bolivariano. La Universidad Internacional de las Comunicaciones nace de esa necesidad estratégica: formar comunicadores críticos con perfiles teóricos y militantes, a partir de las bases populares. Entendió la necesidad de articular experiencias aisladas (“archipiélago”) en redes comunicacionales integrales y coordinadas, a fin de crear clamor político y cultural colectivo.

TEORÍA Y PRÁCTICA

DIMENSIÓN	TEORÍA	PRÁCTICA
Visión estratégica	Comunicación como herramienta revolucionaria, no neutral	"Aló, Presidente", cadenas, TeleSUR, batallas ideológicas
Educación y formación	Producción de teoría crítica desde las bases	Universidad Internacional de Comunicaciones
Propiedad de medios	Medios expropiados y democratizados	Plataformas controladas por el pueblo
Lenguaje y estilo	Ética y estética revolucionaria, semántica autocrítica	Uso de lenguaje irónico, sarcástico, pedagógico
Organización popular	Debate internacional organizado (cumbres, congresos, encuentros, etc.)	Plataforma continental, coordinación de medios alternativos

CONTRIBUCIONES Y TAREAS PENDIENTES

Lo que imaginaba Chávez sobre educación para la comunicación, destaca elementos políticos, académicos, estéticos y estratégicos, para saldar las deudas: consolidar plataformas organizadas, coordinar luchas comunicacionales y llevar a la práctica una revolución semántica desde abajo. La enseñanza que imaginó Chávez, no ha concluido: es una asignatura pendiente para generaciones actuales y futuras, para quienes la comunicación no es un oficio mercantil, sino la base de una libertad expresiva traducida en poder popular real.

La enseñanza de la comunicación que imaginó Hugo Chávez, tal como la interpreta su pueblo, se

compone de una teoría revolucionaria y una praxis concreta: construir una economía política de la comunicación, formar problemáticos populares críticos, democratizar los medios, crear instituciones propias y dar a la comunicación un carácter de Artillería del Pensamiento y el Sentimiento revolucionarios, como batalla estratégica. Esta visión conjuga pedagogía política, estética revolucionaria y estructuración organizativa, aun cuando muchas de sus tareas quedan aún por realizar.

NUESTRA DEUDA ENORME CON ARMAND MATTELART¹²

Armand Mattelart es uno de esos investigadores que desbaratan las comodidades teóricas y obligan a pensar la comunicación, no como técnica ni como adorno cultural, sino como campo de lucha, como dispositivo de poder, como territorio de disputa por el sentido. Su trayectoria representa una síntesis ejemplar de lucidez histórica y capacidad de desnaturalizar las tramas ideológicas que sostienen el orden dominante. No permitió que la teoría se divorciara de la praxis ni que la crítica se convirtiera en refugio académico. Nuestra deuda con él es enorme, no sólo por sus textos, sino por el impulso emancipador que le dio a la crítica de la comunicación en toda América Latina y el mundo.

Mattelart nos enseñó que el sistema de comunicación mundial no es neutro ni espontáneo, sino el resultado de una historia de acumulación capitalista, de una organización material de los flujos simbólicos al servicio de la dominación. Nos enseñó que la comunicación es una estructura que acompaña, reproduce y legitima las relaciones de poder del capitalismo global. Desde sus primeros trabajos con Michèle Mattelart, analizando la industria cultural y la ideología de los medios, hasta sus estudios sobre la geopolítica de la información, supo situar el problema comunicacional en el núcleo mismo de la economía política.

12. Publicado el 10 de noviembre de 2025 en <https://rebelion.org/nuestra-deuda-enorme-con-armand-mattelart/>.

Si hoy hablamos de “colonialismo mediático”, de “imperialismo cultural”, de “economía política de la comunicación” o de “ecología de los flujos informativos”, es porque Mattelart nos dio los instrumentos conceptuales para pensar estos procesos sin caer en la ingenuidad técnica ni en el fatalismo culturalista.

En *Para leer al Pato Donald*, por ejemplo, desnudó la ideología de la dominación en la narrativa de los cómics infantiles, mostrando cómo se naturaliza el imperialismo y cómo se inocula el modelo de consumo y sumisión. Pero su pensamiento no se detuvo ahí. Supo que el poder no sólo se ejerce a través de contenidos, sino mediante redes, infraestructuras, políticas tecnológicas y estrategias globales. De ahí su paso al estudio de la mundialización de las comunicaciones, donde comprendió la transformación del capitalismo en su fase transnacional, informacional y digital.

Mattelart comprendió como pocos la importancia de la historia. No cayó en el mito del “nuevo mundo digital” ni en la fascinación por la novedad tecnológica. Su pensamiento fue una advertencia constante contra el olvido histórico, una defensa del análisis genealógico. En sus estudios sobre la formación de las redes globales de comunicación, rastreó los orígenes coloniales del control informativo, desde las compañías telegráficas imperiales del siglo XIX hasta las corporaciones digitales contemporáneas. Esa mirada larga —dialéctica y materialista— es la que necesitamos recuperar para no quedar atrapados en el fetichismo de los algoritmos o en la ideología del progreso tecnológico.

Nuestra deuda con Mattelart también es política. Fue un intelectual que nunca separó la crítica teórica del compromiso con las luchas emancipadoras. En Chile, participó en la construcción del pensamiento comunicacional de la Unidad Popular, trabajando con Salvador Allende en la definición de políticas de comunicación soberana, antimonopólico y orientada a la democratización del conocimiento. Aquella experiencia, truncada violentamente por el golpe de Estado de 1973, fue también un laboratorio de utopías comunicacionales.

En tiempos de neoliberalismo y digitalización total, su pensamiento es brújula. Cuando el mundo parece rendido a los algoritmos y a las plataformas, cuando el capitalismo ha convertido la comunicación en una extensión de la mercancía y del control, las categorías de Mattelart recobran un valor incalculable. Él comprendió que la hegemonía se reconstruye continuamente mediante la innovación tecnológica y la colonización cultural. La red, la pantalla, el flujo y el dato son hoy los nuevos nombres del poder, y sólo una lectura que combine economía política y semiótica crítica puede desactivarlos. Esa es una de sus herencias más valiosas.

Nuestra deuda es también metodológica. Mattelart enseñó a pensar con complejidad, a no reducir los procesos de comunicación a simples aparatos mediáticos. Su método articula historia, política, economía, ideología, semiótica y cultura en una trama analítica que no deja resquicio para la superficialidad. Nos mostró que la crítica de la comunicación requiere un pensamiento relacional, capaz

de captar las dinámicas entre infraestructura y superestructura, entre producción simbólica y materialidad económica. Su obra anticipó, con décadas de ventaja, las discusiones contemporáneas sobre vigilancia digital, biopolítica de los datos y extractivismo informacional.

El pensamiento de Mattelart no es una reliquia, es un arsenal teórico para la acción. Nos da las herramientas para entender por qué las redes sociales no son espacios de libertad, sino nuevos dispositivos de captura ideológica; por qué la concentración mediática no es un accidente de mercado, sino una necesidad estructural del capital; por qué la batalla por la comunicación es, en última instancia, una batalla por el sentido, por la conciencia, por la posibilidad misma de emancipación. Recuperar a Mattelart significa reconstruir una praxis crítica que nos permita intervenir en la guerra comunicacional global sin caer en la trampa de la impotencia o la fascinación. La deuda que tenemos con él no puede saldarse con homenajes ni citas. Debe saldarse continuando su obra, radicalizándola, poniéndola al servicio de las luchas concretas de los pueblos. Porque, como él mismo insistía, la comunicación no es un campo autónomo, sino un terreno estratégico en la lucha de clases. Allí se decide quién define la realidad, quién habla y quién calla, quién educa y quién se somete, quién recuerda y quién olvida. El legado de Mattelart nos llama a pensar una comunicación liberadora, solidaria, dialéctica, capaz de romper la lógica mercantil y abrir paso a nuevas formas de convivencia humana.

Por eso, cuando decimos que le debemos mucho a Armand Mattelart, no sólo es gratitud intelectual, sino de una responsabilidad histórica. Nos toca continuar la tarea de descolonizar los imaginarios, desmontar las industrias del engaño y construir una teoría crítica de la comunicación a la altura de nuestro tiempo. Nos toca convertir la deuda en praxis, la admiración en transformación, la memoria en lucha. Porque, en última instancia, pensar con Mattelart es aprender a leer el mundo para cambiarlo. Y esa, acaso, sea la forma más alta de saldar nuestra deuda con él.

41 AÑOS DEL DIARIO *LA JORNADA*¹³

Algunos crecimos aprendiendo del diario *La Jornada* que él mismo no es una simple celebración de la crítica para conmemorarla por costumbre, aprendimos que es la constatación de una persistencia histórica firme en un terreno hostil, el de la batalla mediática también, donde el poder económico y político despliega sus arsenales para monopolizar la conciencia social y reprimir toda forma de disidencia. El aniversario abre un horizonte de reflexión necesario, ¿qué significa, en la época de la guerra cognitiva global y de la saturación informativa, sostener una mirada crítica desde la prensa escrita? ¿Cómo se reconfigura el papel de un diario que nació en 1984 —en plena reestructuración neoliberal— y que, contra viento y marea, se mantuvo fiel a la tarea de informar desde un ángulo insurgente, sin plegarse a las narrativas dominantes?

Aquí no se trata de una apología acrítica ni de la idealización de un medio que también ha sufrido contradicciones, tensiones internas, presiones económicas y dilemas editoriales. Se trata de reconocer que *La Jornada* encarna, con todas sus dificultades, la posibilidad concreta de un periodismo comprometido con las luchas sociales, los movimientos populares, las causas de la dignidad humana frente a la voracidad capitalista. En su trayecto se anudan memorias de huelgas obreras, resistencias campesinas,

13. Publicado el 22 de septiembre de 2025 en <https://rebelion.org/41-anos-del-diario-la-jornada/>.

movimientos estudiantiles, luchas feministas, debates intelectuales, confrontaciones con el poder político y económico.

Con su crecimiento, *La Jornada* debe entenderse en clave histórica. Surgió en un momento en que la dictadura del consenso neoliberal se instalaba con toda su maquinaria, privatizaciones, apertura comercial, endeudamiento externo, reformas laborales y educativas, subordinación a los dictados del Fondo Monetario Internacional. El periodismo hegemónico se convirtió, en gran medida, en vocero de esas transformaciones, ocultando sus costos sociales y exaltando sus supuestos beneficios. *La Jornada* irrumpió como un contrapunto, dio espacio a los críticos de ese modelo, visibilizó la resistencia social y abrió un cauce para la reflexión teórica y política que buscaba desmontar el lenguaje tecnocrático del neoliberalismo. Desde entonces, se colocó en el lugar incómodo de la disidencia, un lugar necesario para el desarrollo democrático de cualquier sociedad.

A lo largo de estos 41 años, el diario ha demostrado que el periodismo crítico no es una consigna abstracta, sino un ejercicio material, reportajes desde las comunidades indígenas que defienden sus territorios frente a megaproyectos extractivos; cobertura de las luchas magisteriales; análisis de la violencia estructural que padecen los migrantes; crónicas de los estragos de la militarización; denuncias de la corrupción política y empresarial; reflexiones sobre la cultura, la filosofía, el arte y la ciencia desde perspectivas emancipadoras. Cada sección del diario ha sido un laboratorio semiótico donde se confrontan

discursos, se producen significados alternativos y se resiste a la lógica de la mercancía informativa.

Recuérdese que este aniversario ocurre en un momento histórico de enorme complejidad. La llamada “era digital” ha transformado radicalmente las condiciones de producción, circulación y consumo de la información. La prensa escrita se encuentra bajo el asedio de las plataformas digitales, de los algoritmos que priorizan el espectáculo sobre el análisis, de la inmediatez que sacrifica la profundidad, de la mercantilización de la atención como nuevo recurso explotado por las corporaciones tecnológicas. El diario no es un simple intermediario de información, sino un productor de significados que permite a los sujetos sociales elaborar su propia comprensión del mundo. En este sentido, *La Jornada* no se limita a describir la realidad, la reconfigura al dar visibilidad a los conflictos, al nombrar las injusticias, al dar palabra a los invisibles. Se convierte en un instrumento de praxis semiótica, un medio donde los signos se rebelan contra el orden establecido y se ponen al servicio de la emancipación.

Muchos han intentado silenciar o desacreditar a *La Jornada* de múltiples formas, campañas de difamación, presiones económicas mediante el retiro de publicidad oficial, intentos de dividir a su comunidad de lectores y colaboradores, o la simple saturación del espacio informativo con contenidos frívolos que buscan relegar la voz crítica a los márgenes. Sin embargo, el diario ha resistido gracias a una comunidad solidaria de periodistas, intelectuales, artistas, militantes y lectores que comprenden

que defender este medio no es un gesto de nostalgia, sino una necesidad vital en la lucha por la verdad. El aniversario 41 no sólo recuerda los logros del pasado, también renueva la responsabilidad colectiva de sostener un espacio de comunicación al servicio del pueblo.

Celebramos las miradas críticas que proponen, en este aniversario, en su esencia, la celebración de la pluralidad emancipadora. *La Jornada* no es un monolito ideológico ni un dogma editorial, sino un espacio donde confluyen diversas voces que comparten una preocupación común, desmontar las narrativas de la dominación y abrir caminos de emancipación. Esa pluralidad no significa relativismo, sino riqueza de enfoques que se alimentan mutuamente para producir análisis más complejos y profundos. El diario es, en ese sentido, una escuela de pensamiento crítico en movimiento, un taller colectivo donde se ensaya, se discute y se afina la capacidad de interpretar el mundo para transformarlo.

En este contexto, los 41 años de *La Jornada* también nos interpelan a repensar el futuro del periodismo crítico. ¿Cómo sostener la independencia editorial frente a la precarización laboral de los periodistas? ¿Cómo garantizar la viabilidad económica de un medio que no se somete a la lógica de la publicidad corporativa? ¿Cómo articularse con las nuevas generaciones que consumen información en formatos digitales y redes sociales? Estas preguntas son parte de los desafíos que enfrentan no sólo Porque en cada línea escrita en *La Jornada* palpita la certeza de

que otro periodismo es posible, que otra comunicación es necesaria, que otra sociedad se construye en la medida en que los pueblos toman la palabra y no se dejan arrebatarse el derecho a nombrar su propia realidad. Esa certeza, sostenida por 41 años de lucha cotidiana, es un patrimonio colectivo que merece no sólo celebrarse, sino expandirse, multiplicarse, reinventarse. En ello se juega no sólo la historia de un diario, sino el futuro de la crítica y de la emancipación de nuestros pueblos.

ÉTICA Y COMUNICACIÓN

ÉTICA Y COMUNICACIÓN¹⁴

Querer una ética de la comunicación como praxis que construye a la humanidad misma, no es otra cosa que la actividad que transforma el mundo y se transforma a sí misma. Ética que se ocupe, en el sentido más amplio, de los proyectos poscoloniales contemporáneos. Es indispensable enseñar ética transformadora, difundirla sistemáticamente, científicamente. Si privilegiamos, del concepto “comunicación”, su significado como “construcción de comunidad”, avanzamos directamente al campo de la ética que se opone a los contenidos como propiedad privada. Por sí mismo tal razonamiento incluye la idea de que la comunicación, sus medios, sus modos y sus relaciones de producción, no son una mercancía y mucho menos propiedad usurpable al colectivo para beneficios “individuales”. Aunque la lógica de la mercancía diga lo contrario, necesitamos una ética muy dinámica para transparentar el financiamiento de la política toda. La comunicación es un derecho fundamental.

Por eso es que en los reductos de la mercantilización de la comunicación, incluso con pretextos “académicos”, huyen al compromiso dialéctico con la ética de lo común y prefieran regodeos escapistas, o palabrerío de distorsiones, fabricadas para no incomodar al status monopólico de los mercenarios de medios y mensajes. Por eso es que la ética, para

14. Publicado el 20 de febrero de 2025 en <https://humanidadenred.org/etica-y-comunicacion/>.

la construcción de la comunidad de iguales, es indispensable ante el debate capital-trabajo y es inexcusable para definir posiciones, e identidades, de la lucha de clases en sociedades donde las mayorías están sometidas, por la fuerza de las armas, del dinero o de la enajenación, a minorías usureras. Por decirlo suavemente.

Es una prioridad ética inexcusable que la comunicación incluya la agenda y la verdad de las luchas sociales, todas. Se inspire en los contenidos que están escribiendo la historia, en pie de lucha, desde todos los frentes de base. Campesinos, obreros, indígenas, estudiantiles, científicos, artísticos... la suma de los contenidos, sus tácticas y estrategias emancipadoras. La verdad plena y cruda construida desde consensos de los malestares que están luchando para transformar el mundo en un lugar de igualdad y de felicidad posible, deseable, realizable. Para todos los seres humanos. Es una urgencia de ética renovándose como iniciativa de emancipación, en su praxis como crítica a las formas de alienación. Ética que no es un humanismo abstracto, sino práctico, que encuentra su expresión revolucionaria no sólo en interpretar conductas sino transformarlas y transformarse.

Ética para la comunicación de una sociedad en la que el ser humano pueda realizarse plenamente. Ética de liberación material y espiritual, que se opone a toda forma de opresión y alienación, para la vida digna de todos los seres humanos. Contra las formas idealistas de la ética, proponiendo que sea coherente con las bases materiales y concretas de la

sociedad. No se trata de proclamar a una especie humana “ideal”, sino de crear las condiciones materiales en las que todas las personas puedan desarrollarse integralmente.

Ética para construir comunidad transformadora y rechazar abstracciones ante la construcción de una sociedad en la que los individuos puedan realizarse en plena dignidad y libertad y ética como disciplina cotidiana que no sólo se enfoca en el análisis de los “valores” y “normas” morales abstractas, sino que incida directamente con la práctica social, especialmente en las luchas por la emancipación y transformación social. Ética como reflexión sobre la moral práctica y la praxis transformadora. Ética no como una pura “reflexión teórica”, diferenciándose de la moral social como si sólo fuese un conjunto de normas o principios que rigen la conducta individual. Ética no para la mera formulación de juicios morales subjetivos, sino para que se inserte en la praxis como herramienta dinámica de transformación. Insistamos. Este enfoque se alinea con una concepción humanista de la filosofía donde la teoría debe estar en función de la práctica transformadora. Ética es aquí, pues, una intervención por consensos sobre la moral de la lucha, o mejor, una teoría o filosofía de la moral revolucionaria. No una mera contemplación de ideales abstractos, si en cambio, vinculada a la praxis, entendida como la actividad humana práctica, concreta y socialmente determinada. No sólo el acto de hacer, sino la capacidad de transformar la realidad en función de acuerdos colectivos éticos. Con la comunidad como uno de sus valores supremos.

Querer una ética de la comunicación como praxis que construye a la humanidad misma, no es otra cosa que la actividad que transforma el mundo y se transforma a sí misma. Ética de la comunicación con capacidad de actuar empeñada en la libertad y en la verdad que sólo se realizan plenamente en una sociedad donde los individuos tienen la posibilidad de desarrollar sus potencialidades sin ser oprimidos. Porque sólo en la libertad cabe la realización plena de la moral y de la verdad y porque sólo la humanidad libre puede, a la vez, ser responsable de sus actos y autor de sus normas. Democratizadas en serio.

Queremos una ética de la comunicación que esté en diálogo constante con la práctica social y contribuya a la creación de condiciones de libertad y justicia social. No reo de la abstracción. Ética que se ocupe, en el sentido más amplio, de los proyectos poscoloniales contemporáneos, para la emancipación de la economía y de la inteligencia, la liberación y la crítica a la ideología de la clase dominante, es decir ética capaz de liberarnos de influencias ideológicas mercantilistas, lo cual es un elemento clave para la descolonización intelectual ante la opresión de las ideologías que justifican la explotación y el colonialismo económico y cultural. Hay que ver, críticamente, la *Declaración sobre los Principios Fundamentales relativos a la Contribución de los Medios de Comunicación de Masas al Fortalecimiento de la Paz y la Comprensión Internacional, a la Promoción de los Derechos Humanos y a la Lucha contra el Racismo, el Apartheid y la Incitación a la Guerra*. Y analizar su ética.

Queremos una ética de la comunicación para construir comunidad, lejos de toda actitud acomodaticia o conformista. Ética de la comunicación para la emancipación y crítica a la opresión no sólo política y económica, sino también cultural e ideológica. La verdadera ética de la comunicación sólo puede desarrollarse mediante una lucha por la emancipación que abra las puertas a una creación genuina, sin las ataduras de la ideología dominante. Para la comunicación auténtica y libre, es necesario emanciparse de toda forma de dependencia tecnológica e ideológica y asumir la responsabilidad de crear una cultura propia, que no repita los modelos impuestos por las potencias dominantes. Y luchar filosóficamente para lograrlo.

PERSECUCIÓN A LOS DEFENSORES DE LA ÉTICA EN LA COMUNICACIÓN¹⁵

En la era imperialista de las pantallas monopólicas omnipresentes, cuando la velocidad del espectáculo se impone como criterio de verdad, defender la ética en la comunicación no es sólo una necesidad teórica: es una urgencia política, una trinchera histórica.

Los que se atreven a levantar la voz contra la maquinaria semiótica del capital —esa red de intereses entre monopolios mediáticos, agencias de inteligencia, agencias de publicidad, industrias militares, industrias financieras, industrias culturales y poderes judiciales— son perseguidos, silenciados, marginados o cooptados. No por error, sino por diseño. Toda lucha por la verdad es también una lucha contra el fetichismo de la mercancía-conciencia. Y hoy esa fórmula tiene nombre: dictadura de los monopolios mediáticos.

Es necesario entender que la ética es una herramienta social en el campo de batalla de los límites al capital. Hablar de ética en la comunicación no remite a normas abstractas ni a códigos descontextualizados. No se trata de manuales desinfectados deontológicamente, escritos por burócratas académicos al servicio de empresas trasnacionales. No. La ética, entendida dialécticamente, es praxis: es la encarnación de la verdad en condiciones históricas concretas; es la conciencia activa de los pueblos

15. Publicado el 1 de junio de 2025 en <https://lauicom.edu.ve/persecucion-a-los-defensores-de-la-etica-en-la-comunicacion/>.

que luchan por su derecho a narrarse, pensarse y soñarse sin la tutela de los amos del sentido. Y, por eso mismo, defender esa ética implica una confrontación directa con los dispositivos de dominación simbólica.

Su burguesía no se limita a expropiar plusvalor, además expropia el sentido. De ahí que la ética en la comunicación sea intolerable para el sistema dominante. Porque desenmascara. Porque disuelve las ficciones rentables. Porque organiza conciencias. Porque denuncia los crímenes semióticos en el uso delincuencia de la comunicación.

Los monopolios mediáticos han perfeccionado un arte de la agresión simbólica que ya no sólo necesita balas, añadió algoritmos, titulares, *influencers* y cámaras. Es un uso delincuencia de la comunicación, una y otra vez. La mentira planificada, la calumnia selectiva, la desinformación masiva como prácticas estructuradas que sirven a una estrategia mayor: destruir a los sujetos críticos antes de que articulen fuerzas transformadoras.

Tienen pavor a la ética en la comunicación desarrollada por los pueblos desde sus luchas, porque se convierte en programa de acción colectiva, en amenaza estructural a la maquinaria del discurso dominante. De ahí que sus defensores sean caricaturizados como “populistas”, “radicales”, “dogmáticos” o “enemigos de la libertad de expresión”. La táctica es clara: criminalizar la ética para legalizar la mentira. Han desplegado la persecución en formas, etapas y actores muy diversos. Algunos con mascaradas académicas.

La persecución a los defensores de la ética comunicacional adopta muchas formas: Censura directa: despidos, cierre de programas, sabotajes técnicos, bloqueos en redes sociales. Difamación sistemática: campañas de desprestigio, fabricación de pruebas falsas, ridiculización pública. Cooptación simbólica: compra de voluntades mediante prebendas, premios, posiciones académicas. Aislamiento institucional: negación de fondos, exclusión de foros, boicots a publicaciones críticas. Quien denuncia el carácter de clase de los medios, quien exige políticas públicas de comunicación democratizadoras, quien propone medios populares y formas de educación mediática emancipadora, se convierte en blanco. Es la nueva caza de brujas, pero mediática. Los inquisidores ya no usan capuchas ni torturas físicas: usan pantallas, encuestas y algoritmos. Es parte de un Plan Cóndor Comunicacional extendido. Así lo vivimos hoy en América Latina, y buena parte del mundo, no es un fenómeno aislado. Forma parte de una guerra mediática transnacional. Una reedición de todas las persecuciones disfrazadas donde se organiza una arquitectura de intervención semiótica que busca destruir los procesos de conciencia y organización popular. Toda lucha por una ética de la comunicación desde los pueblos es asediada material y simbólicamente. Y que toda voz ética que confronte al capitalismo mediático será marcada como “enemiga pública”. ¿Qué otra cosa es sino persecución cuando se congela la voz de sus protagonistas, se cierra toda comunicación, se descarga el castigo de la indiferencia, se cierran medios comunitarios,

espacios de investigación académica, se criminaliza a periodistas populares o se demoniza a líderes que hablan el lenguaje de los pueblos? Desde nuestra filosofía de la semiósis entendemos que toda ética verdadera surge de la conciencia histórica de clase.

No hay ética fuera de las relaciones sociales. No hay comunicación sin contradicción. Por eso, la ética comunicacional debe asumir su carácter militante, combatiente. No es neutral: está del lado de los oprimidos. La persecución a los defensores de la ética no es un accidente; es una fase del proceso capitalista de control de la subjetividad. Pero también es síntoma de su crisis. Cuando el sistema necesita mentir más, perseguir más, distorsionar más... es que la verdad lo acorrala. No basta con denunciar la persecución.

Hay que organizar una contraofensiva ética-comunicacional a escala continental. Algunas tareas urgentes: Consolidar medios populares con autonomía organizativa y capacidad de formación política. Formar comunicadores éticos que comprendan el papel histórico de la comunicación como forma de lucha. Desarrollar pedagogías contrahegemónicas que enseñen a leer críticamente los medios y sus dispositivos. Promover legislaciones antimonopólicas que democratizan el acceso a frecuencias, plataformas y recursos. Crear redes de defensa internacional de periodistas, medios y comunicadores populares perseguidos. Militar en la ética como acción colectiva, no como moralina individualista. La comunicación no puede seguir siendo una mercancía. La ética no puede seguir siendo un adorno

de eruditos o sotanas. O reconstruimos el tejido semiótico de nuestras luchas, o el capital continuará fabricando realidades a su medida. Defender la ética en la comunicación es, hoy más que nunca, un acto revolucionario.

Es levantar la dignidad de los pueblos frente a la invasión de sentidos prefabricados. Es reapropiarse del lenguaje, de la memoria, de los símbolos. Es asumir que la verdad es colectiva y que el derecho a decir no puede ser monopolizado por las corporaciones del discurso. La persecución a quienes sostienen esta ética — desde radios comunitarias hasta filósofos marginados, desde jóvenes *tiktokers* con conciencia crítica hasta docentes que enseñan a leer el mundo — es prueba de que algo se mueve. De que el monstruo tiembla. Necesitamos una ética que no se arrodille. Una ética militante. Una ética organizada. Una ética combatiente.

ENTREVISTAS

EL ROL DE LAUICOM¹⁶

La analista política venezolana Nahir González entrevistó al profesor Fernando Buen Abad para el Correo del Alba.

¿Por qué y con qué fines surge la iniciativa de la Universidad Internacional de las Comunicaciones en Venezuela?

La historia misma de la universidad Internacional de las Comunicaciones, tiene raíces diversas en tiempos distintos. Esta iniciativa originalmente es una idea del presidente Hugo Chávez, con quien alguna vez pudimos conversar sobre la importancia de desarrollar al máximo todas las fuerzas y talentos comunicacionales, que son la base de la revolución bolivariana y socialista en Venezuela. El propio Chávez, admirador del talento popular, se percataba de cuán útil podía ser –que además de la magnífica intuición, el talento y la potencia de la comunicación desde la base– que hubiera capacitación, formación para mayores destrezas en el manejo de los medios, en el perfeccionamiento de la semántica y, desde luego, mayor fortaleza en la disputa por el sentido.

Se partió de la idea de contar con una estructura de corte académico, o academicista, esto es fundamental, que fuese capaz de reconocer los talentos

16. Entrevista publicada el 6 de julio de 2022 en <https://www.correodelalba.org/2022/07/06/exclusivo-|-fernando-buen-abad-hay-que-crear-plataformas-comunicacionales-al-servicio-de-las-revoluciones-populares/>.

adquiridos, desarrollados y las cualidades de las grandes victorias comunicacionales de los pueblos, pero también fuese capaz de poner a disposición de toda y todo aquel que quisiera especializarse, profundizar algunas disciplinas, algunos conocimientos de carácter teórico y metodológico, para no solamente producir contenido, sino producir teoría, pensamiento revolucionario en materia de comunicación, así que prosperó esta iniciativa al paso del tiempo.

Después, fue propuesto como una iniciativa para debatir en el Congreso de los Pueblos y ahí recibió un apoyo extraordinario, que lo convirtió en mandato, pasó por un congreso sobre comunicaciones, nacido de ese seno y en consenso se aprobó.

Ha sido impulsada por Chávez y el movimiento popular desde encuentros específicos en Venezuela, con el apoyo además del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV), así que tiene una historia llena de raíces importantes.

El propio presidente Nicolás Maduro, viendo todo esto, le ha dado su aval y ha enriquecido las tesis programáticas de la universidad con consignas como: salir a las paredes, a las redes, a todos los frentes de comunicación armados con fábricas de contenido, en esto Maduro ha sido muy sensible, participativo y muy decidido, desde luego apoyando para que se consolide esta herramienta que es una más en la gran batalla asimétrica, como lo es la comunicacional.

Parafraseando lo que usted ha dicho, que los medios de comunicación alternativos somos un archipiélago de islas no conexas. ¿De qué manera se puede revertir esta falta de enlace? ¿Y en qué medida la nueva universidad Internacional de Comunicaciones puede ser un factor decisivo para ello?

La metáfora del archipiélago con millones de iniciativas comunicacionales pero inconexas, contiene desde luego una autocrítica, un llamado a la reflexión, una interpelación profunda sobre justamente la búsqueda de mecanismos organizativos que permitan resolver esta inconexión, entre tantas voluntades, que son ya millones en todo el mundo y en el continente, en la Patria Grande y que no hemos encontrado la manera de crear plataformas de unidad que sean capaces de dar un salto cualitativo en lo que compete a la organización, quizá esa sea una de las grandes deudas en lo político y otras áreas, pero particularmente en la comunicación donde, paradójicamente, no hemos podido ver en común las tareas, las agendas, las urgencias de participación, la necesidad permanente de convertir en clamor mundial, las grandes batallas que los pueblos vienen dando en distintos aspectos.

Hoy mismo ante este delito de lesa humanidad que se está cometiendo contra la economía de los pueblos llamada inflación, con todo lo que eso implica y esconde, deberíamos contar con una estrategia mundial de comunicación repudiando todo proceso inflacionario especulativo, de enriquecimiento de unos pocos, de abuso de la fuerza de trabajo de la clase trabajadora precisamente.

Es ahí donde un ejercicio de comunicación popular debería enlazar a todas las voces, espacios, corrientes de la emancipación comunicacional, para que podamos contar con un clamor movilizante, que esclareciera los temas y causas de la inflación, los orígenes, es un ejemplo, pero en todo caso que sea no solamente esclarecedora, sino fundamentalmente movilizadora, que pudiera dar el salto cualitativo de pasar del pensamiento crítico a lo organizativo, sin perder sus calidades y sus cualidades.

Incorporar ese desafío de la fase organizativa de la comunicación. No hemos logrado todavía consolidar una gran plataforma continental, donde, entre otras cosas, seamos capaces de aniquilar los sectarismos, las desconfianzas, las autoproclamaciones, en fin algunos vicios que hemos venido acarreado desde muchísimas prácticas de la lucha de la izquierda en toda América Latina; ojalá pudiésemos crear un espacio para resolver, al menos en algunos puntos, la tarea de la organización, de la concordancia, para ser capaces de levantar la agenda entre todos, sin necesidad que nadie tenga que recordar, sino que con el acuerdo en el que permanentemente se construya esa agenda.

¿Cuál es la fórmula a seguir para formar comunicadores con sentido común, en estos momentos en que los grandes medios de comunicación responden a líneas políticas y editoriales con tendencia a la derecha?

No sé si exista alguna fórmula para resolver este problema de formación de comunicadores, pero sí

creo que, en cualquier caso, es cuestión de metodología, de formación científica y hablo de ello despegándome de todo cientificismo de élite, es más; la ciencia al servicio de las luchas populares a eso me refiero. Entonces creo que la formación, en este sentido, científica de los comunicadores que no es para la élite, sino que debe ser para las bases. Tiene como retos, entre otros, reacomodar las categorías con las que hay que desarrollar el método, y yo creo que la forma principal es poner el eje en la lucha de los pueblos, que esa debe ser la fuente nutricia, que ya desde algunas teorías se ha explicado lo qué es la lucha de los pueblos por emanciparse.

Tiene que ver con la lucha en las puertas de fábricas, al interior de las universidades contra los modelos teóricos o teoricistas, que son emboscadas ideológicas muchos de ellos. Las grandes revoluciones comunicacionales que se dan en medios donde (las y) los trabajadores están hartos de los modelos y de los clichés; las grandes batallas que se dan en el campo de las artes para luchar contra los modelos puramente mercantiles del arte, para no quedarse atrapados en solamente construir cosas para adornar la casa de los ricos; las grandes transformaciones en el campo de la ciencia para que las vacunas no sean solamente producto de las bigfarma o de las mafias farmacéuticas mundiales, sino que la salud sea realmente un derecho, que se cumpla y que seamos capaces de invertir en eso democrática y justicieramente.

Cuba, viene librando una gran batalla para ofrecernos vacunas con gran competitividad y con gran calidad, pues eso sea ejemplo y que en todas las

luchas estemos pensando en cómo remodelar la metodología, que la categoría central de nuestro método consista en acudir ahí donde están esas luchas y colaborar con su fortaleza organizativa desde lo comunicacional, que seamos capaces de construir sobre claridad política, sobre solidaridad y movilización, porque de nada sirve ser muy solidario y sensible sino movilizamos algo, desde algún lugar con alguna fuerza.

La formación debe ser más clarificadora, más útil a la batalla en la que estamos, asimétrica, injusta, compleja, difícil, ardua, como es la batalla comunicacional que tenemos enfrente y junto con eso, poder tener instrumentos para resultar vencedores, también en el campo de la disputa por el sentido. Está en el corazón de esta lucha comunicacional, el problema de ganar en la disputa por el sentido y que las cosas no signifiquen lo que los poderosos quieren que signifiquen, sino que el significado ahora sea beneficiar a los pueblos, a su emancipación, a los grandes proyectos revolucionarios que están en marcha en toda la humanidad.

¿Cómo pueden subsistir las iniciativas comunicacionales que involucren a varios países, como el caso de Telesur?

Casos como Telesur son emblemáticos, porque nos han demostrado la urgencia de la coordinación multiestatal para volver a entender que si no somos capaces de generar una plataforma, no solamente de agendas de contenidos regionales, sino un motor de producción semántica que tenga que ver con

la emancipación de nuestros pueblos en todas las áreas: históricas, salud pública, de educación, cultura, artes, ciencias, filosofía, sino que también hay que crear junto con plataformas presupuestarias. Yo creo que hay que asignar presupuestos multistatal para poder garantizar el financiamiento de proyectos como este.

Sería inútil quedarnos con la idea de que con una tele alcanza, cuando se pensó en una Radio del Sur, cuando se pensó en una imprenta, en una editorial del Sur para poder finalmente destrabarnos y emancipar la literatura latinoamericana, a la poesía, la novela y el cuento, de estas mafias que hoy se han adueñado de la industria editorial latinoamericana.

¿Qué falta fortalecer a nivel comunicacional?

Nos está haciendo falta el satélite del Sur para poder tener nuestro propio sistema de internet de los pueblos y eso no se está todavía considerando como una solución para la no debería hacer un presupuesto de un solo país, sino que podría a través de las plataformas de precios de organización como una alianza.

Los países de la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA) que comenzarán a abrigar esta iniciativa con una proyección para la desglobalización, en este momento en que se está hablando de una cantidad de cambios estructurales en el modelo económico planetario, pues nosotros deberíamos ser capaces de intervenir históricamente con una estrategia que permitirá discutir la semántica emancipatoria, de la soberanía con estas plataformas, yo no veo otra manera que

no sea recuperar el aliento de la fortaleza y la claridad de Hugo Chávez, que junto con otros presidentes, también en algún momento, fueron capaces de plantear esto. Aunque si no hay una revolución también comunicacional, difícilmente tendríamos manera de acompañar las grandes revoluciones económicas que están surgiéndonos cada día más en el continente.

Confrontando de manera radical nuestra dependencia tecnológica, qué es una las peores, porque nosotros no fabricamos tecnología, dependemos de adquirir herramientas de ellos y por eso estamos en condiciones de mucha asimetría porque nos cuesta muy cara la tecnología que ellos nos venden, que nos imponen. El modelo de caducidad de la tecnología que nos hace correr permanentemente, gastando fortunas en tecnología y, bueno, esto es un debate que nos debemos sobre la soberanía tecnológica para la comunicación y para otras muchas áreas.

LA SEMIÓTICA COMUNICACIONAL LATINOAMERICANA¹⁷

Pensar la comunicación política semióticamente implica el desarrollo de una epistemología insurgente centrada en interpretar las lógicas de sociabilidad, estructurarlas y a la vez desconfigurarlas tras la búsqueda de sentidos enunciados por la propia historia.

En ese universo de discursos, formas y representaciones políticas, que encuentran lugar también en los medios de comunicación como plataformas divulgativas e interpretativas de los fenómenos sociales, la semiótica se ocupa de la significación de las formas simbólicas que estructuran lugares y hacen predecibles determinados acontecimientos.

Aunque siempre existe una realidad que se resta a los códigos políticos y comunicacionales, el doctor Fernando Buen Abad, especialista en Filosofía de la Imagen, Comunicación, y Crítica de la Cultura, repiensa la semiótica de la comunicación política latinoamericana y reditúa el interés por construir una semiótica de la emancipación que promueve la construcción de un proyecto teórico-metodológico regional capaz de oponerse a la agresión simbólica del capitalismo.

WhatsApp mediante, las respuestas de Buen Abad destilan a ratos pesimismo por el estado actual del campo de la comunicación en América Latina, y a ratos – como él mismo declara – un cierto optimismo que confía en la construcción de políticas concretas que democratizen la información y la comunicación como derechos legítimos de la ciudadanía.

17. Entrevista realizada a Fernando Buen Abad por Patricia María Guerra Soriano publicada el 27 de septiembre de 2021 en <https://www.cubaperiodistas.cu/2021/09/buen-abad-y-las-claves-para-entender-la-semiotica-comunicacional-latinoamericana/>.

Los medios de comunicación son uno de los frentes de lucha donde los comunicadores (periodistas, cientistas de la información, comunicadores sociales, diseñadores) disputan la hegemonía de las influencias. ¿Qué distingue a los medios de comunicación de la izquierda cuando comunican política? ¿Qué signos marcan su discurso?

Hay una serie de distintivos históricos y políticos que marcan diferencias radicales entre cualquier proyecto de “comunicación hegemónica” desarrollada por el capitalismo y las alternativas llamadas de izquierda, revolucionarias o progresistas, que no se someten a los intereses de clase y que en todo caso ponen de relieve los intereses de las mayorías. Esta gran distinción central marca un recorrido totalmente distinto desde la elección de los temas, es decir desde la base semántica de los proyectos de comunicación, hasta las estrategias tácticas y de interlocución, vocabulario, formas, medios y modos para hacer explícitos y colectivos los contenidos que quieren transferirse o compartirse.

Otra distinción está en la base misma de la definición de la palabra comunicación. En algún sentido, la lógica hegemónica descarga la idea de que comunicación son los medios; mientras, desde la otra perspectiva, comunicación significa construcción de comunidad, poner en común.

Ahora, ¿cómo la tecnología se desarrolla? ¿a qué objetivos se orienta? Eso también marca definitivamente la diferencia entre los proyectos comunicacionales. En el campo del pensamiento hegemónico o capitalista de la comunicación, es la tecnología

por la tecnología misma e incluso se hace del formalismo, del ornato; finalmente, se construye un discurso que pasa a ser mercancía.

De ahí que la idea de las herramientas subordinadas a un proyecto de puesta en común desde las bases con un proceso democrático de selección, tanto de los temas como de las formas y de las interlocuciones, implica una modificación sustancial.

En resumen, están en pugna teorías y metodologías concebidas, cuya práctica tiende a puntos totalmente distintos y contrapuestos de resultados; mientras que en un caso la lógica de la mercancía es lo que prima para el uso de las herramientas de la comunicación y conjunto con ello la subordinación de las consciencias, de los grupos; en el otro lado, se tiende a todo lo contrario: a la democratización de las herramientas y de los discursos y al proceso de transformación revolucionaria permanente que debe estar implícita en todo aquello que se proponga el desarrollo de la humanidad en condiciones de igualdad y acceso libre a las herramientas para el desarrollo, incluidas las herramientas de comunicación.

En una entrevista reciente apuntaba: “El tema de la comunicación debería ser agenda urgente en todo frente de lucha emancipatoria y en realidad vemos que no es así”. ¿Qué deficiencias están determinando la construcción de una comunicación política desde los medios de comunicación de la izquierda? ¿Por qué?

Nos ha tomado mucho tiempo, a mi entender, la valoración de los alcances, las oportunidades, las

riquezas, incluso las fuerzas que nos añaden en la lucha cotidiana la incorporación de herramientas de comunicación entendidas como herramientas de apoyo, como instrumentales que con sus características ayudan a enriquecer tanto cuantitativa como cualitativamente la interlocución con los distintos frentes y grupos.

Los movimientos emancipadores de izquierda que recorren todos los espectros teórico-metodológicos y confían en la verdadera emancipación de los seres humanos a partir de sus propias fuerzas organizadas libremente, deberían contar con capacidades específicas para la transmisión de los conocimientos y el enriquecimiento dialéctico de las ideas.

Esa dinámica social y política no ha tenido un crecimiento en términos de sus formas y sus diversificaciones y creo que, en más de una ocasión, se ha desaprovechado a pesar de la existencia y desarrollo de importantes ideas transformadoras de justicia social, de un humanismo revolucionario que revoluciona también al humanismo y que revoluciona las relaciones humanas.

No hemos logrado crear una gran corriente que provoque, anime, estimule y convenza a los frentes importantes que están en las bases de los pueblos y que están aguardando esas oportunidades de articulación, de consolidación de ideas y de acciones; incluso, en esos frentes en los cuales se cocina la cotidianidad y se resiste el peso de todas las injusticias del capitalismo, ha tomado mucho tiempo identificar madurar y consolidar tácticas y estrategias de comunicación. No quiere decir esto que no existan o que

no hayan habido experiencias exitosas de comunicación social en las bases, por el contrario, hay muchas pero muy desarticuladas.

En el mundo entero y en nuestro continente han proliferado vocaciones comunicacionales. Me gusta la metáfora de un gran archipiélago de voluntades comunicacionales, pero se trata de un archipiélago inconexo y paradójicamente inconexo porque no hemos logrado las estrategias de intercomunicación entre todos esos frentes, lo cual refleja también algún proceso todavía de maduración lenta sobre la utilidad de las herramientas de comunicación.

No quiere decir que las herramientas para la comunicación o las estrategias de comunicación por sí mismas automáticamente modificarán las sociedades, pero bien cierto es que sin esas estrategias hoy nos vemos en desventaja frente a los modelos hegemónicos que imponen modos de pensar, modos de ser, estilos de vida, estilos ideológicos, en fin el aparato ideológico hegemónico del capitalismo que se despliega a través de todas las argucias imaginables mediante sus herramientas de comunicación. A veces de manera excesivamente pasiva, se desconocen sus estrategias narrativas, sus recursos semióticos y su diversificación de llegadas con distintos interlocutores o destinatarios.

Sin negar las importantes victorias que se han tenido y que se tienen, creo que estamos en una desventaja seria, con debilidades que hay que analizar y poner en la mesa del debate porque en ese sentido de la desigualdad comunicacional vamos a un territorio con grandes desventajas.

Se habla con mucha frecuencia sobre el control ejercido por los grandes emporios mediáticos de derecha que responden a los intereses del capital y no hacen más que promover un pensamiento chatarra plagado de falacias, ¿cómo funciona en estos casos la comunicación política?, ¿sobre qué herramientas semióticas se sostienen hasta el punto de lograr su propósito e influenciar a una estimable audiencia?

La comunicación política hegemónica es un medio de la democracia burguesa que se dedica a vender ilusionismos, por ejemplo, hacer creer en un candidato o candidata por determinada apariencia, por cierto palabrerío, discursos, algunos de ellos más o menos articulados (en general los menos), al acudir a un golpe bajo de manipulación de la sensibilidad social, de chantaje emocional, psicológico. Lo cierto es que con el uso de ese conjunto de ingredientes de la mecánica mediática hegemónica se llega al éxito.

Hemos visto en toda la región, una y otra vez, episodios de uso de las herramientas de comunicación en manos de la derecha donde la subestimación de la inteligencia de los interlocutores es de por sí una ofensa y no obstante, logran algún tipo de solidaridad de clase e ideológica. Las promesas que se saben no serán cumplidas porque se está manipulando la sensibilidad de los pueblos, son utilizadas como coartadas perfectas para sus engaños mediáticos. En realidad constituyen experiencias muy aberrantes y dolorosas que nacen de la contradicción de que el propio elector termina votando por un “payaso” que se muestra como una especie de

salvador o un mesías, mientras algunos sectores del pueblo no alcanzan a identificar la gravedad de las falacias que se le presentan.

En ese sentido se promueve un pensamiento chararra hegemónico que se vuelca sobre las estrategias narrativas de la publicidad y propaganda políticas. De modo que urgen herramientas que nos permitan dar una batalla comunicacional, desmontar espectáculos de propaganda decadente y habilitarnos para saber cómo trabajar la construcción de un proyecto discursivo y narrativo de la política que sea totalmente distinto, usando la radio, la televisión y cuanto medio tengamos pero con táctica y estrategias narrativas. Es una urgencia, un campo de problematizaciones diversas tanto para el análisis como para la producción de discurso político de fondo verdaderamente transformador.

¿Cómo construir, desde los medios de comunicación, una semiótica para la emancipación?

Por lo pronto creo que se requiere un cuerpo teórico sólido de ideas que permita crear a la vez una definición teórico-metodológica capaz de ubicar y redefinir a la semiótica, a la propia comunicación y a la propia idea de emancipación en el contexto contemporáneo y en el contexto específico de las distintas luchas comunicacionales que están dándose.

Es fundamental el desarrollo de una semiótica emancipadora, es decir, una disciplina que estudie la producción de signos a fondo no solamente para defendernos de la agresión simbólica del

capitalismo sino para propiciar estrategias narrativas, discursivas de nuevo orden, frente a lo cual se necesita un desarrollo científico más amplio y que pasemos a una época en la que no tengamos miedo de meternos en el debate de la comunicación y aprovechemos todos los aportes que se vienen recogiendo desde distintas escuelas teórico-metodológicas en las que el marxismo ha hecho muchas contribuciones.

La esencia está en consolidar una semiótica para la emancipación como un movimiento capaz de enriquecerse con experiencias múltiples, con trabajos teóricos y científicos de fondo y con los ingredientes de la riqueza cultural y la chispa imaginativa de los pueblos.

A pesar de que tengamos grandes avances e importantes autores y escuelas, está por construirse una semiótica para la emancipación. Estamos acudiendo a esa necesidad con algunas intuiciones, con muchos errores de apreciación y de ensayo, pero con la claridad de que hay un campo “vacío” en el desarrollo teórico y científico que exige creatividad e imaginación, audacia teórica y metodológica y que nos coloca como desafío los escenarios de la vida política que no son solamente los de las elecciones, sino aquellos que hay que disputar con argumentos dinámicos y renovados sin perder las tradiciones.

A mí me parece que nosotros ni siquiera hemos alcanzado todavía a corporizar una herencia de la semiótica marxista que podíamos y deberíamos ya tener en marcha y sin embargo, veo lentitud en todos

nosotros con el debido respeto correspondiente a cada quien. Es un cuerpo teórico-metodológico que está ahí aguardando con sus herramientas no para repetir de manera arqueológica ideas sino para dinamizar los instrumentales básicos de este cuerpo del marxismo y ser capaces de, con esa reserva importante de propuestas filosóficas, teológicas, políticas, avanzar hacia el desarrollo dialéctico de nuevas herramientas para el presente. Una semiótica para la emancipación posee un espacio promisorio pero necesitamos ir consolidándola como un cuerpo cada día más afianzado, con más objetos de estudio consolidados y con más desarrollo teórico y producción práctica.

Una de las claves para enfrentar la concentración monopólica de los medios de comunicación es democratizando sus herramientas, componente que depende, principalmente, de la voluntad política de los Gobiernos, ¿cómo, desde los medios, insuflar en la ciudadanía ese reclamo, y esa necesidad de ver la democratización de la comunicación como un derecho legítimo?

Es cierto que es necesaria la voluntad política de los Gobiernos para avanzar hacia una iniciativa democratizadora de las herramientas de la comunicación, pero también de la construcción de sentido ajustado a las condiciones concretas del desarrollo social.

Ahora hay que preguntarse cuáles Gobiernos, porque los Gobiernos burgueses, al servicio del capitalismo, si bien han logrado esa especie de apropiación de instrumentos y herramientas, también

han trabajado en el proceso de cercenar el derecho social a la comunicación y a la información. No basta con tener igualdad de oportunidades sino que además hay que tener igualdad de condiciones. Se trata de una disputa porque más de uno se contenta en los discursos con hablar de las oportunidades en abstracto, pero raras veces hay una disquisición profunda, un análisis serio sobre las condiciones objetivas que se requieren.

La democratización de las herramientas para un proyecto de comunicación que no sea el hegemónico y de subordinación de conciencias, necesita una revisión profunda sobre qué clase de tecnología va a requerir. Me atrevo a pensar que debemos discutir si realmente necesitamos la televisión con la infraestructura que hoy presenta y cuál es la televisión que se requiere en términos no solamente de sus contenidos, sino de sus instrumentos. Hay que preguntarse lo mismo para la radio, para la prensa, en función de repensar el proceso de distribución de información con el propósito de satisfacer el derecho de los pueblos a estar informados y a comunicarse.

Este espectro de discusiones, que no aparece fácilmente en las agendas de las políticas de los distintos gobiernos, nos hace preguntar por los costos que tiene la dependencia tecnológica de ese modelo hegemónico, la transferencia brutal de los recursos para consumir una tecnología por otro lado perfectamente sellada por un proceso de caducidad al cual nos someten y nos obligan tras el objetivo de renovar el gasto y el consumo de esa tecnología en todo el continente.

La discusión merece profundizarse a título de saber si no estamos también en un escenario histórico que nos empieza a cuestionar sobre qué tecnología para la comunicación estamos necesitando hoy, tomando en cuenta los problemas educativos de la región y la historia profunda depositada en las raíces mismas de cada uno de los pueblos donde las experiencias de comunicación originarias han sido sustituidas por otras.

En otras ocasiones también se ha referido a la importancia de construir una metodología diferente, una semántica del proceso de transformación, ¿cómo construir una metodología actualizada? (acciones para comenzar a trabajar).

Es cierto que quienes tenemos deseos de no solamente una revolución de la comunicación sino una comunicación revolucionaria, estamos pensando, como requisito, el desarrollo de un dispositivo teórico y metodológico que recoja las tradiciones de los procesos históricos más importantes para que todos los pueblos puedan expresar, desde sus diversidades, sus proyectos de lucha de manera conjunta.

Por tanto, se construye como reclamo un material de organización conceptual porque no creo que la vida del ensayo y del error con algunas posiciones “anarquistas” o “anarquizadoras” nos vayan a dar algún resultado medianamente útil. Tampoco hay tiempo que perder en función de cómo está el desastre de la desigualdad comunicacional e informativa en el mundo, al extremo de que se han legitimado, como la nueva mercancía de ese circo, las *fake news* y el

deporte de engañar a la gente haciendo pasar por verdad una mentira y haciendo que esa mentira satisfaga y además, produzca resignación o indiferencia en los pueblos.

Necesitamos un cuerpo de ideas teóricas y prácticas con las que podamos reconstruir la noción de lo colectivo como fundamento esencial para definir la información y la comunicación. Hay que actualizar métodos de participación, incluso métodos de los modelos expresivos de los distintos pueblos, pues nuestro continente tiene la magnificencia de poseer una riqueza de proyectos sintácticos de pueblos que hablan cada cual a su manera, desde la diversidad y tienen mucho para decir, aportar y contribuir, desde la denuncia, pero también desde la creatividad. Eso ya propone un esfuerzo ordenador y orden, en este sentido, significa desarrollo del pensamiento crítico en función de los contextos y las coyunturas históricas.

Ese cuerpo metodológico debe ser autocrítico permanente de sí mismo y además una herramienta para perfeccionarse como una condición sine qua non al constituir un proyecto que pretenda transformar la realidad de la dominación y la del desastre que se ha hecho en materia de comunicación e información en el mundo.

¿Cuál es el estado de la enseñanza en las universidades donde se forman los futuros comunicadores? A su entender, ¿cuáles deberían ser las herramientas imprescindibles en esa preparación?

Alrededor del año 1978, se realizó en México un primer encuentro latinoamericano sobre la enseñanza de la comunicación en el que participaron teóricos como Armand Mattelart, Héctor Schmucler, Ariel Dorfman y otros muchos nombres importantes de la época y del presente que también apuntaron algunos temas centrales en la enseñanza de la comunicación. Uno de ellos, tenía que ver con transparentar cuáles son los ejes teórico-metodológicos dominantes en la enseñanza de la comunicación. De ahí que se caracterizaron tres grandes ejes: la escuela funcionalista, la estructuralista y la marxista y luego se llamó a revisión la producción bibliográfica al respecto ubicada en las universidades.

Desde ese momento quedó asentada la necesidad de transparentar ante el estudiantado, los ejes teóricos a partir de los cuales trabajaban las escuelas, centros de investigación o de enseñanza. Era indispensable contar con la anuencia de los estudiantes para decidir qué les interesaba y qué no, o por lo menos para no ser engañados al “venderles” teorías y metodologías sin aclarar de qué vertientes nacían.

Este sigue siendo un requisito ético fundamental al que no muchas escuelas o facultades o academias acuden con puntualidad, de hecho hay un tráfico ideológico permanente en el que predomina, en cerca de las mil facultades de comunicación de América Latina, la lógica de la concepción mercantil de la información y de la comunicación.

Habría que definir también en esos marcos teóricos de qué sociedad ideal están hablando, de qué

clase de conducta colectiva hablan, a partir de qué esquemas de participación, de organización, de legislación. En muchos casos, las escuelas como la estructuralista y no toda, pero alguna parte de ella, plantea la necesidad de introducir cambios en la sociedad, no obstante sin afectar al capitalismo.

Por otra parte, están las posiciones que convocan al debate sobre la revolución dentro de las comunicaciones y aquí la palabra revolucionario necesitaría un tiempo que no tengo para repensarla en clave de las transformaciones profundas y definitivas para contrastar lo que se tiene con lo que se necesita y ver cómo avanzamos hacia la solución de estrategias alternativas y tecnologías que habiliten a todo el mundo en el marco de las nuevas dinámicas, hacia un humanismo de nuevo género, un humanismo revolucionario y revolucionado también y que dignifique al ser humano para terminar con la explotación, con la acumulación del capital que somete a inmensas mayorías al capricho de un sector.

Eso en general, no aparece como una condición en los programas de estudio. Suele escasear la lógica de la transformación radical y profunda y revolucionaria de las herramientas de comunicación, de su uso, distribución y acceso. No hay propiedad común de la comunicación tampoco como eje profundo de nuevas teorías y aunque hay que decirlo, no quiero con esto desautorizar o desconocer los magníficos intentos de muchas escuelas, corrientes y movimientos académicos para abrir paso a formas de pensar y de hacer desde las universidades con

la comunicación y la información, en términos generales, las condiciones objetivas son muy asimétricas, incluso hay datos específicos de persecución de profesores y atosigamiento a investigadores, teóricos, ensayistas que piensan de manera no hegemónica la comunicación.

También es verdad que hay proclividad a premiar, becar, aplaudir y celebrar e insertar en el marco laboral a todos aquellos que disciplinadamente no protestan, se leen el santoral completo de las biografías que les imponen y después dan cuenta de una buena memoria y nunca interpellándola ni abriendo campos de debate que son tan urgentes en la enseñanza de la comunicación.

Los medios de comunicación que promueven una ideología de izquierda tampoco deben resultar complacientes ante lo mal hecho por su propio movimiento, ¿cómo practicar la crítica desde este frente?

Es cierto que una de las condiciones para pararse en ese vector llamado de izquierda es la crítica y desde luego la autocrítica y también la necesidad de interpellar esos dos conceptos para saber exactamente qué tienen que significar en esta corriente de comunicación de izquierda transformadora revolucionaria, no obsecuente con los modelos de dominación. Hace falta mucho trabajo de concitación de esfuerzos para trabajar de manera inter, multi y transdisciplinaria. Soy de los que cree que la crítica aplicada a la acción significa ordenar las realidades, es conocer lo urgente, lo impostergable, desarrollar el pensamiento

crítico como una herramienta que permite a la propia construcción, distribución e interpretación del conocimiento una dinámica diferente porque nadie se “traga” ningún enunciado como si fuese la verdad absoluta, porque nadie está obligado a aceptar como tesis agotadas e intocables aquellas que están probando en el campo del conocimiento apenas su vinculación con las verdaderas transformaciones históricas que la humanidad está necesitando. Es importante que se ejerza un sentido profundo de autocrítica constante, un rigor de ciencia a su vez móvil, divertida, que nos produzca felicidad por ser justamente un ejercicio de profundización sobre los conocimientos.

Tenemos pendientes desafíos del corto plazo, debemos corregir errores, preconcepciones y luego arreglar definiciones a propósito de la organización de las herramientas democratizadas para la comunicación, la propia redefinición de la democracia social, la concepción de la participación entre iguales y la ruptura con las formalidades de la democracia burguesa para entrar a una fase de revolución democrática y por supuesto, de democracia revolucionaria.

Después de la VI Cumbre de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños en la que 33 países debatieron desde antípodas ideológicas, se destacó, en el punto 42 de su declaración final, la importancia de las tecnologías de la información y la comunicación como herramientas para fomentar la paz, la inclusión social, el

bienestar humano, el desarrollo y el conocimiento, ¿confía realmente en el cumplimiento de este objetivo en función de empoderar a la ciudadanía contra la manipulación mediática?, ¿por qué?

Me permito ser escéptico respecto a los enunciados que se hacen a veces en las reuniones cumbres y después su cumplimiento en la práctica, sobre todo si las condiciones objetivas para esa práctica lo que indican es exactamente lo contrario a lo que se propone en el papel.

Algo me conduce a cierto nivel de pesimismo, por una parte cuando veo que las condiciones objetivas de los procesos de monopolización se han acelerado, cuando veo cómo esos procesos de concentración monopólicos son un peligro contra las democracias en la región, cuando veo que las voces múltiples no se verifican en las estructuras de comunicación privada, incluso en algunas públicas. Me queda como el sabor de cierta impotencia porque por buena y oportuna que sea una declaración de una reunión, de ahí a la solución o la intervención sobre los problemas hay a veces plazos demasiado largos.

Espero que al mirar las necesidades que se van presentando de gran urgencia hoy en la región, tengamos la capacidad de organizar las políticas concretas que van a permitir la democratización de la comunicación y la información. Todo eso está por verse, espero que no se quede este punto 42 de la declaración de la Cumbre de la Celac, en un buen deseo o en una consigna simplemente al aire hueca por no contar con un instrumental concreto, con un proyecto teórico-metodológico, con un calendario,

con un sistema de medición específica para analizar los logros y los avances, errores y retrocesos y que en la siguiente oportunidad que surja, dar cuenta clara de qué pasó entre el dicho y el hecho, entre la voluntad y la realidad.

De todas maneras, a pesar de tener un reconocimiento con cierto nivel de expectativa pesimista, soy de la idea de que, tarde o temprano, va a resurgir una gran importante corriente de comunicación emancipadora que logre romper con el aislamiento de las distintas voluntades de comunicación que han nacido en todo el continente.

Ojalá que eso lo permita la propia Celac y entiéndase, de una vez por todas, que sin un proyecto auténticamente revolucionario en materia de comunicación, no se puede completar el otro conjunto de tareas revolucionarias que se necesitan en las distintas escalas de lo que entendemos por revoluciones a fondo en las ciencias, en las artes, en la literatura, en las organizaciones políticas y desde luego, en las tareas de la comunicación.

Hacia una comunicación contrahegemónica
diciembre de 2025
República Bolivariana de Venezuela

El lunes 20 de mayo de 2024, el Rector Internacional de la Universidad Internacional de las Comunicaciones (LAUICOM), Fernando Buen Abad Domínguez, aseguró que Venezuela y los pueblos libres del mundo llevan adelante una guerra abierta contra los algoritmos dentro de las redes infoelectrónicas porque “secuestran la información, sacando datos de lo que la gente hace, dice y piensa, y con esto generan proyectos de manipulación. Tenemos una guerra abierta contra eso”. Al mismo tiempo, explicó que, los algoritmos son soluciones fundamentalmente técnicas anteceditas por un modelo ideológico, que determina su comportamiento, su utilidad y el saldo funcional al que rinden tributo a estos algoritmos [...]

El peso que tiene la comunicación para la independencia y la libertad es vital, razón por la cual el fondo editorial LEER de LAUICOM ofrece este libro conformado por artículos y entrevistas de este filósofo y semiólogo mexicano.

ALÍ RAMÓN ROJAS OLAYA

colección **EARLE HERRERA**

serie **ALÓ, PRESIDENTE**

