Una nueva geopolítica del conocimiento para la batalla de ideas

José Carlos Bonino

Lunes 24 de agosto de 2015, puesto en línea por José Carlos Bonino

"*Valen más trincheras de ideas que trincheras de piedras*" - José Martí.

Asistimos en la actualidad a una turbulencia en el modelo comunicacional vigente. En las tres últimas décadas se ha venido gestando un nuevo modelo comunicacional y tecnológico en el que casi la totalidad de la información ya está digitalizada, hablamos de un lenguaje universal que puede migrar de un lugar a otro en segundos. Esta información es poder para quien la gestione, y quien tiene ese poder, construye las reglas del juego en nuestra realidad.

El flujo de información moderna ha sido diseñado para tener una velocidad que arrolle al espectador, para que este no tenga el tiempo de reaccionar, discernir o interpretar, para que consuma sin reflexionar, para que sueñe con el rico que un día será, para que se proyecte socialmente como tal y no para que luche hoy con los trabajadores como el y defienda las conquistas sociales que le pertenecen.

La esfera ciclópica y la única mercancía gratuita

El flujo de información actual ha sido calificado por Ignacio Ramonet como una esfera ciclópica, una unión indiferenciada y acrítica de la comunicación, la información y la propaganda. Hoy por hoy, según Rammonet, existe una sola mercancía gratuita en nuestro tiempo y esa es la información.. pero el sistema que está tan preocupado por los beneficios, porque ofrece una mercancía gratuita?

A simple vista nos parece que el negocio de los grandes media está en el comercio de la información, es decir que está en vender la información a la gente, a nosotros. En realidad consiste en vender grupos de potenciales consumidores de esa información a los anunciantes, a las grandes transnacionales, cuando consumimos información, estamos siendo ofrecidos a esas transnacionales que luego nos venden objetos y servicios. Pero para que esta lógica funcione, los grupos de potenciales consumidores tenemos que ser lo mas numerosos posibles y así la ganancia será igualmente cuantiosa.

Para esto el nivel de la información debe ser muy superficial, un registro lingüístico muy reducido, el castellano tiene 40,000 vocablos, esta información básica utiliza solamente entre 600 y 800, digamos un castellano a la mínima expresión, para que sea de amplia circulación. Además es necesario que sea una información con una lógica bilateral: o bueno o malo, o blanco o negro, una información deshidratada de su normal complejidad y de sus matices, es como desarrollar una idea en blanco y negro, sin proyección. Para esto es necesario también, que esta información posea un fuerte carácter emocional y con emocional entendemos una información fugaz, inmediata y extraordinaria.

Esta claro que nadie invierte en una información que regala y una información sin inversión es una información de baja calidad. Y así nos acostumbramos a solo leer los titulares de las noticias, preferimos los textos de tres líneas, sin profundidad. O peor, nos mostramos interesados por las imágenes fugaces, los videos que duran menos de un minuto y lo programas de televisión enlatada que importamos y que no reflejan nuestra realidad, ni nuestras necesidades, estamos alejándonos progresivamente de la radio donde hay que escuchar con atención, para volcarnos en la inmediatez y la superficialidad de la imagen y el video.

El poder mediático y el Gobierno Mundial

Esta situación está a la raíz de la crisis de la prensa escrita mundial y de las editoriales en general, que no logran vender sus periódicos o libros y no tiene más remedio que alinearse a la crisis y dejar de invertir en información de alto contenido y calidad y “Lo que no existe en los medios, no existe en la mente de los pueblos” (Manuel Castells) y en este escenario perdemos todos, porque la opinión publica se empobrece y la opinión publica es el sistema nervioso de cada sociedad.

Si por un lado a nivel global se privatiza la educación superior, es decir el saber se convierte en un privilegio para los pocos que pueden pagarlo, paralelamente la información se vacía de su contenido racional y conceptual, se vuelve más superficial. El resultado es una privatización de la intelectualidad publica y por consiguiente, de la conciencia social y esto hace parte de una estrategia global ya que “la manipulación de las mentes es mucho mas eficaz que la tortura de los cuerpos” (M. Castells).

En la actualidad la industria mediática es un aparato ideológico creado con el objetivo pedagógico de darle legitimidad al Gobierno Mundial. Este gobierno mundial que comúnmente decimos que es el 1%, esta conformado por el complejo militar industrial, el sistema financiero, su brazo armado que hace la guerra pregonando la paz y el poder mediático a sus servicios que le da legitimidad política y cultural.

Relación entre letra y poder

En este punto nos preguntamos cual es la relación entre letra y poder? Un padre y pedagogo llamado Lorenzo Milani, decía que el que sabe mil palabras hará hacer lo que quiera, al que sabe quinientas.

Un concepto útil para analizar esta estrecha relación entre letra y poder lo propone el uruguayo Ángel Rama, el habla de una Ciudad Letrada, de un circulo de intelectuales ligados al poder que funcionan como un anillo protector y ejecutor de las ordenes de una elite en el poder, desde la colonia hasta nuestros días. Afirma que el poder del signo y de la palabra es tal, que no representa lo real sino que lo crea.

Durante los últimos 500 años este circulo de letrados han administrado la tecnología de la letra y su funcionamiento, que está a la base de su poder y su prestigio, a través de afirmaciones como “lo que no esta escrito no existe” no basta que esté dicho o solamente imaginado, y de este modo subalternizan todos los saberes originarios porque son orales y los tildan de inferiores por ser organizados bajo otra lógica.

El resultado es que en nuestro tiempo histórico conviven dos cosmovisiones en tensión dialéctica, una cosmovisión hegemónica a la que corresponde una historia y una memoria oficial y una cosmovisión subalterna, a la que corresponde una tradición oral y una historia no oficial, una continua negociación sin igualdad de condiciones entre un conocimiento formal y una sabiduría popular.

Durante los últimos cinco siglos la sabiduría autóctona nuestramericana ha resistido a un epistemicidio, hemos sido victimas de un homicidio epistemológico de nuestros saberes autóctonos, pero si intentamos construir nuestra emancipación por reacción a esta injusticia histórica no llegaremos muy lejos, como decía un religioso colombiano “una victima que odia, es victima dos veces y estoy convencido que merecemos un futuro mejor”.

La batalla de ideas y una nueva geopolítica del conocimiento

Tal ves esa segunda independencia hacia la que caminamos en materia de dialogo de saberes y de construcción de un saber emancipatorio, pasa a través de la construcción de epistemologías múltiples que nacen de un sinnúmero de experiencias humanas, saberes locales, comunitarios contextualizados que nacen de la vida diaria de los pueblos y se legitiman como parte de una red semántica de significados cultural y geopolíticamente situados, que nos permita reorientar la producción, circulación y el consumo del conocimiento y así pensar nuestra realidad a partir de nuestras circunstancias históricas.

“La justicia global pasa a través de la justicia cognitiva” (Boaventura de Sousa Santos) y la justicia

cognitiva a través de la construcción de un conocimiento emancipador que es poder político, porque es capaz de mover a las masas ante su realidad, nos encontramos en la actualidad en la batalla de las ideas, (Cmte. Fidel Castro) y esa batalla se juega al rededor del poder de la información y la batalla por ese poder esta en nuestras mentes y solo el conocimiento nos dará conciencia y la conciencia libertad de acción y de decisión. Basta una idea para cambiar al mundo ya que “una idea se transforma en una poderosa fuerza material, cuando conquista la consciencia de las masas populares”(Marx).