

# Explotación empresarial y manipulación informativa

José Ignacio POBLACIÓN BERNARDO  
Universidad Complutense de Madrid  
jipobla@ccinf.ucm.es

Recibido: 17/02/2013

Aceptado: 09/09/2013

## Resumen

A mediados del siglo XX se inició un peligroso período en el que se agudizó la explotación del factor de producción trabajo por el factor de producción capital, apoyado en las modernas tecnologías de la comunicación, en la imperfección del mercado de la información y en la concentración empresarial. Debido a la creciente importancia de la banca, el proceso conduce a la obtención de ganancias ilícitas y favorece la existencia de situaciones extremas de pobreza y de riqueza en perjuicio de las clases medias. La pasividad de la población ante este nuevo tipo de sociedad se debe fundamentalmente a que los medios de comunicación ya no están al servicio de los ciudadanos, sino al servicio del capital y del Estado. Las modernas tecnologías de la comunicación no son configuradas para informar, sino más bien para entretener, distraer y adormecer a la opinión pública por lo que se convierten en cómplices del proceso de expansión del neocapitalismo.

**Palabras clave:** economía, información, capital, Estado, TIC, explotación empresarial, manipulación informativa

## Enterprise Exploitation and Manipulation of Information

### Abstract

A mid-twentieth century began a dangerous period that worsened the exploitation of labor production factor by the capital production factor, supported in modern communication technologies and business concentration. Due to the increasing importance of banking, the process leads to the production of illicit profits and favors the existence of extremes of poverty and wealth at the expense of the middle class. The passivity of the population against this new kind of society is mainly due to the media, which are not at the service of citizens, but in the service of capital and the state. Modern communication technologies not are configured to inform, but rather to entertain, distract and numb to the public so it become accomplice of the expansion of neo-capitalism.

**Keywords:** economy, information, capital, state, ICT, enterprise exploitation, information manipulation.

### Referencia normalizada

POBLACIÓN BERNARDO, J. Ignacio (2013): "Explotación empresarial y manipulación informativa". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol. 19, Núm. 2 (julio-diciembre), págs.: 855-870. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

**Sumario:** 1. La sociedad mediática. 2. La nueva explotación. 3. El excedente. 4. La explotación a través del mercado. 5. Comentando a Chomsky. 6. A modo de breve conclusión. 7. Referencias.

## 1. La sociedad mediática

En la sociedad industrial el proceso de simplificación en la producción tenía como límite el hecho de que el trabajador poseía unos derechos y que el Estado los garantizaba a través de la Ley. El límite de la tecnología era siempre la persona, ya que siempre se admitía el siguiente axioma: *cualquier medio técnico que se emplee en el proceso de producción, por perfecto que resulte, posee un rendimiento limitado que depende a su vez del factor de producción trabajo, sin el cual aquel es nulo.*

Así pues, y según este axioma, por mucho que la tecnología avance y por más máquinas que de ella se deriven la cantidad de producto es siempre limitada al ser por de-

finición escasa. Como, y por otro lado, una máquina no produce nada sin que sea controlada y manejada por el hombre, hasta hace muy poco tiempo éste seguía siendo, en cierto modo, El protagonista del proceso de producción al no poder ser sustituido completamente por la máquina. Como el dueño de la misma es siempre el factor capital el ciclo de explotación del factor trabajo siempre tenía un límite siempre se necesitaban trabajadores para cualquier proceso de producción.

La sociedad mediática vino a alterar de modo rotundo y casi definitivo este esquema y, aunque como señalan con acierto los profesores Nieto e Iglesias (1993: 7), no es lo mismo establecer un concepto que definir una idea, desde nuestro punto de vista creemos que en nuestros días es muy importante tener en cuenta la misión que el trabajador debe ejercer en la empresa y compararla con la que ejerce en la actualidad evitando la tentación de dar mayor importancia a la máquina que al ser humano que la maneja pues sólo de este modo nos daremos cuenta del brutal proceso de explotación al que la sociedad mediática somete al trabajador.

Advertimos que esa tentación es muy difícil de evitar en la práctica. Ciertamente, nunca reconoceremos expresamente que la máquina es superior al ser humano pero si basándonos en el hecho de la mayor productividad de la máquina deducimos por ello que deben subordinarse los intereses y derechos del trabajador a del capital, reconoceríamos implícitamente que es más importante la máquina que el trabajador, aberración que como vamos a ver por desgracia no está muy lejos de la realidad. Veremos también que si tal cosa ocurriera y fuera considerada un hecho natural fruto de la evolución científica y tecnológica la postulada libertad no sería sino letra muerta y un nuevo tipo de esclavitud se extendería por el mundo, pues quien fuera dueño de las máquinas sería dueño de todo.

El propósito o fin de todo empresario es la obtención del *máximo beneficio posible*. La afirmación de Galbraith (1967) de que este fin no es absoluto ha de interpretarse, no sólo en el sentido de que pueden existir empresas aún cuando no alcancen el máximo beneficio, sino también de que no es posible la existencia de empresas sin beneficio. Naturalmente éste viene limitado por el mercado pero sólo si éste es de libre competencia, hecho que no ocurre en el mercado de la información. Aún así el beneficio puede ser ilícito, más aunque no lo fuera el principio general de que sin beneficio no es posible la existencia de empresas de ningún tipo seguiría teniendo vigencia.

Hasta la aparición del marxismo sólo se concibió un modelo de sociedad pero Carlos Marx (1980, II) vino a complicarlo todo al condenarla a la extinción. Desde la publicación de *El Capital* economistas, sociólogos, historiadores y juristas no han dudado en aceptar el falaz juego dialéctico que de dicha obra se desprende, a pesar de que en sí misma la dialéctica es el peor de todos los sistemas de pensamiento. Si todas las personas nacen iguales, tienen idénticas necesidades y poseen iguales derechos la admisión de dos sistemas sociales opuestos carecería de lógica; por eso, y en realidad, el denominado sistema socialista es únicamente la negación gratuita de los principios de la economía liberal tan sólidamente establecidos por Adam Smith y David Ricardo (2003). Desde luego, y como se verá, la economía liberal está plagada de defectos pero si para eliminarlos hay que aceptar el monstruoso organicismo que supone subordinar la libertad individual a los intereses del Estado es preferible evitar éste y con-

servar aquellos. No se puede admitir, en modo alguno, que el Estado vela mejor por los intereses individuales que el individuo mismo, una burda falacia que ha costado mucha sangre y muchas discusiones inútiles, porque en cualquier caso y en último término son las personas y no los estados quienes pueden ser perfectos o imperfectos.

De lo dicho se infiere que las empresas no tienen sentido a no ser en una sociedad fundamentada en el respeto a los derechos de la persona humana y regida por los principios del libre mercado. Desgraciadamente demostraremos que ninguna de ambas condiciones se da en la denominada sociedad mediática y de ahí que se produzca una nueva explotación del factor de producción trabajo, pero no del factor de producción tierra, por los dueños del factor de producción capital.

## 2. La nueva explotación

Esta nueva explotación podría formularse a modo de teorema en los siguientes términos: *Las modernas tecnologías de la comunicación generan capital altamente productivo y permiten a los empresarios sustituir a los factores de producción tierra y trabajo por el factor de producción capital, sin pérdida de rendimiento, con disminución de su coste de producción y con reducción de salarios.*

Vamos a demostrar la afirmación anterior valiéndonos de dos ejemplos significativos. En el primero, comprobaremos cómo la sustitución del factor tierra por el factor producción, no solo genera un incremento del beneficio, sino también plusvalías ilícitas y esto quedará aún más claro en el segundo de nuestros ejemplos, que ilustrará la sustitución del factor trabajo por el factor capital.

Imaginemos las oficinas centrales de una gran empresa, que en la mayoría de los casos se ubicarán en la capital de un Estado o en una de sus ciudades más importantes. En ellas se necesitan espacios para los despachos de los diferentes directores, secretarías de dirección, contabilidad, administración, etc. Supongamos que la superficie total requerida para la instalación de todos los servicios es de 600 metros cuadrados y que el precio del alquiler por metro cuadrado está en 1.000 euros mensuales. El coste mensual por este concepto será, pues, de 600.000 euros, que naturalmente serán percibidos por el dueño del inmueble alquilado. En estas condiciones, la irrupción del ordenador personal y de otras tecnologías que permiten el trabajo en red produce, de momento, una sustitución radical de buena parte del material de oficina tradicional, desde la máquina de escribir al teletipo y una reducción importante de la telefonía clásica, que va siendo progresivamente sustituida por la telefonía móvil. En estas condiciones y con el nuevo equipo una secretaria puede realizar con toda eficiencia el trabajo que antes realizaban dos; un contable puede acumular las funciones de presupuestar, comprobar cuentas, contabilizar y obtener documentos de gestión perfectamente cuadradas, trabajos que antes realizaban tres personas y un único administrativo del departamento de personal puede ejercer el control, efectivo de todas las nóminas de la empresa, mantener al día los expedientes confidenciales de los empleados, los contratos de Alta Dirección incluidos los blindados y las diferentes evaluaciones del desempeño en los puestos de trabajo. Es evidente que en estas condiciones se requiere menos espacio que antes, así que se organiza un moderno *pool* de secretarías, que atiende a todos los directores quedando libres los despachos que antes ocupaban. Por

otro lado, los departamentos de Contabilidad y de Personal se ubican juntos. Tampoco existe ahora la necesidad de mantener una oficina de comunicaciones, así que la central telefónica reduce también su espacio significativamente. Supongamos que con estos cambios las necesidades de espacio se reducen a la tercera parte, es decir a 400 metros cuadrados. Evidentemente, el coste en este caso es de 400.000 de euros y como quiera que por definición el resto de costes permanecen invariables el beneficio se incrementa en 200.000 euros sin merma en el rendimiento ni caída en la productividad ni descenso en la calidad del producto. Sin embargo, el dueño del inmueble ha dejado de ganar de momento 200.000 euros y esa minusvalía disminuye su renta disponible en favor de los dueños de la empresa. Ciertamente, el cambio de la oficina ha tenido un coste pero habida cuenta de la existencia de fondos de amortización y de que los equipos no son caros, el impacto del cambio sobre los costes es mínimo.

Caigamos ahora en la cuenta que, si bien en el hecho anterior no existe explotación del dueño de los terrenos porque puede volver a alquilar a otra empresa el espacio sobrante, si la hay del factor trabajo tan pronto como se admite que la plusvalía obtenida sea absorbida al cien por cien por el beneficio. Lo lógico sería repartirla en una determinada proporción con el factor de producción trabajo, que ahora ha de desarrollar su cometido en un espacio mucho más reducido que antes. Sin embargo, tal hecho nunca ocurre, sino que siempre se la apropia con toda frescura y además el capitalista empieza a pensar en prescindir de parte de su plantilla y eso que en el ejemplo no hemos incluido la posibilidad de que parte de ese personal realice el trabajo desde su domicilio, un hecho cada vez más frecuente en trabajos relacionados con ventas y marketing.

En nuestro segundo ejemplo el que va a resultar desplazado es precisamente el propio actor de producción trabajo – léase trabajador por cuenta ajena –, porque dadas las altas prestaciones del nuevo equipo el número de secretarios, contables y administrativos, etc. puede ser reducido sin merma en la productividad. El trabajo que requería la existencia en el organigrama de tres puestos puede realizarlo ahora una sola durante su jornada. Ahora bien; es evidente que si trabaja por tres debería de cobrar por tres, pues lo que se paga es la fuerza de trabajo aunque ahora éste se haya hecho menos gravoso debido a los adelantos técnicos. Sin embargo esto nunca ocurre y en el mejor de los casos el empresario concede al trabajador una “graciosa” subida de nivel mucho menor que la reducción de costes debida a la nueva organización del personal, porque ahorra los sueldos de los trabajadores despedidos y también su seguridad social, entre otros. La justificación que se alega para convertir esta plusvalía en lícita se apoya en la afirmación realizada por los economistas clásicos, que postula una mayor productividad del equipo capital de la que lógicamente se aprovecha su dueño, pero esta afirmación no se sostiene en cuanto nos damos cuenta de que la plusvalía obtenida por apropiación indebida del excedente originado debería ser repartida entre los dueños de la empresa y los dueños de los factores de producción, pues sin éstos la productividad del nuevo equipo sería igual a 0.

Ahora bien; la expulsión de mano de obra origina, lógicamente, un incremento del desempleo, reduce la demanda efectiva y obliga al conjunto de los ciudadanos de una nación a pagar los subsidios correspondientes. Además, como no se incrementa la demanda de trabajo debido a que en la sociedad neo-capitalista el ahorro se canaliza fun-

damentalmente hacia la especulación y no hacia la inversión, el resultado es, de un lado, el descenso de los salarios y del otro la exigencia por parte de los empresarios de “carreras de vida” impresionantes para la ocupación de cualquier puesto de trabajo.

El último paso de este brutal proceso de explotación es la elevación de la jornada laboral sin compensación económica alguna para el trabajador. El impacto que en todos los procesos de producción ha tenido la irrupción de las modernas tecnologías ha hecho revivir el concepto de “*ejército de reserva*”<sup>1</sup> al que Carlos Marx se refirió en el siglo XIX. Así pues, bajo la amenaza de un posible despido y dado que existe un mercado de oferta de trabajo cada vez más numeroso, el capital puede imponer y de hecho impone en muchos casos jornadas laborales excesivas sin su correspondiente remuneración, sin que en este sentido le detengan leyes ni ordenanzas ya que el trabajador suele aceptar esas exigencias de modo “*voluntario*”. Naturalmente que éste podría buscar el amparo de la legislación vigente, pero como en este caso perdería inmediatamente el empleo y tal lujo no puede permitírselo, con ley o sin ley el resultado es el mismo: un nuevo incremento de beneficio gracias a la plusvalía arrancada al trabajador.

En conclusión, la llamada *sociedad de la información* puede conducir seguramente a una sociedad del conocimiento pero hasta el momento a lo que indudablemente ha conducido es a una sociedad de explotación impregnada de un ridículo e hipócrita relativismo ético, que todo lo justifica en tanto lo que es antológicamente lo realiza uno mismo y lo condena en tanto que lo realizan los demás.

Lo que en definitiva deseamos decir es que los excedentes a los que conducen las tecnologías modernas se incorporan por completo al beneficio por lo que éste, aunque sea legal, es ilícito por naturaleza y que este hecho no tiene ninguna importancia bajo los principios del relativismo moral. No la tiene ni para los capitalistas, ni para el Gobierno y de este modo las disposiciones legales que en la sociedad industrial protegían al trabajador se han convertido en nuestros días en letra muerta.

### 3. El excedente

La idea económica de excedente se debe a los economistas clásicos y ha de entenderse como “*lo que sobra tras un reparto justo del valor obtenido en el mercado, tras el trueque del producto por dinero*”. Convencidos de que dicho excedente se producía debido a la mayor productividad del factor capital, estos economistas no dudaron de que en justicia perteneciera al dueño de la empresa y por eso lo llamaron *beneficio extraordinario*. Sin embargo, no existe razón que nos permita hablar de beneficios extraordinarios sin referirnos jamás al término de *salarios extraordinarios*. Por lo tanto

---

<sup>1</sup> Carlos Marx escribió a este respecto: “Cuanto mayor es la riqueza social, y mayor es la masa de sobrepoblación consolidada tanto mayor es el ejército industrial de reserva, tanto mayor es la pauperización oficial. Esta es la ley general absoluta de la acumulación capitalista”. Esta tesis, unida indisolublemente con la “teoría de la miseria creciente” y denunciada durante muchos años como “exagerada”, “tendenciosa” y “demagógica”, se ha convertido ahora en la imagen teórica irreprochable de la realidad. Cfr: <http://elmarxismoynuestraepoca.blogspot.com.es/2008/08/b-el-ejrcito-de-reserva-y-la-nueva.html>

si tras la realización de un reparto justo del valor del producto vendido en el mercado ocurriera que quedara un excedente, éste debería volver a repartirse entre todos los dueños de los factores de producción y no únicamente sumarse a uno de ellos.

Los economistas clásicos arrebataban un poco el asunto asegurando que estos beneficios extraordinarios desaparecerían a largo plazo, puesto que en un mercado de libre competencia eran inestables y enseguida desaparecían por efecto de la libre competencia. Así pues, y según ellos, el excedente sólo se producía ocasionalmente; pero los hechos nos han demostrado que no es así debido sencillamente a que, como veremos, ningún mercado actual y mucho menos el de la información es de libre competencia (Martorell Linares, 1998: 521-559).

Hemos de indicar ahora que la idea de plusvalía es esencialmente marxista. Carlos Marx, que era en realidad un discípulo muy aventajado de David Ricardo, al analizar las condiciones de trabajo que existían en el siglo XIX se encontró con el hecho de que lo que cobraba el trabajador, es decir el salario, era mucho menos que el valor que añadía al proceso de producción. Deducía que era el dueño de la empresa quien se quedaba con la diferencia, si bien confundía a éste con el empresario, y llamaba plusvalía a este valor arrebatado. No obstante se equivocó al suponer que era siempre el capitalista quien arrebatava ese valor y también en que con el paso del tiempo la clase obrera reaccionaria con violencia y recuperaría lo que le había sido arrebatado. Olvidó así que la violencia engendra violencia, no equilibrio y sobre todo que no existía razón alguna que permitiera no asegurar que, al menos en algunos casos, podría ser el trabajador quien arrebatara plusvalía al capitalista.

Es evidente que si se producía un solo caso que confirmara esta posibilidad toda su teoría quedaba científicamente invalidada y eso fue exactamente lo que aparentemente ocurrió cuando se comprobó que en las sociedades más desarrolladas del mundo, aun existiendo un elevado grado de explotación, eso no generaba las tensiones postuladas por Marx, sino que muy al contrario se tendía más bien a su justificación gracias a la creciente pasividad de muchos de los explotados y al apoyo de los gobiernos y de las instituciones intermediarias de recursos financieros como son, por ejemplo, los bancos.

La clave de tan extraño comportamiento puede hallarse, nada menos, que en los escritos de Aristóteles<sup>2</sup>. 300 años antes de Cristo éste formuló el principio de la ecuación del cambio sentando así las bases para la distribución justa del valor, pero también las de la explotación: “Si los cambiantes son completamente libres, y no están coaccionados cambiarán efectivamente sus bienes cuando su valor de cambio coincida exactamente y si no coincide nunca los cambiarán, ya que en ese caso alguno de ellos sabría perderá en el cambio y no lo aceptaría”

Explicaremos a continuación lo que tras esta sencilla afirmación se esconde y así veremos así cual es el verdadero origen de la plusvalía ilícita.

<sup>2</sup> Las dos obras de Aristóteles que conviene consultar son: *La Política*, versión en castellano en la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, según la traducción de Patricio de Azcárate. (1800-1886) y *Ética a Nicómaco*. Existe una curiosa versión de esta obra en castellano antiguo, que puede verse en la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, según la traducción de Pedro Simón Abril (Alcaraz, 1530-1600). Vid. También la edición moderna (Ed. Tecnos, 2009).

Si el cambio es voluntario y los cambiantes son completamente libres eso significa que no puede existir *coacción*, en el sentido de violencia, ni *ignorancia* en el sentido de falta de libertad. Por eso mismo si resultara que uno de los cambiantes lograra engañar al otro la operación adolecería de falta de libertad y si alguno de los dos actuara bajo coacción el cambio resultante sería ilícito en sí mismo. Además, como lo que importa es el valor y no la cantidad de lo cambiado, se hace necesario hallar una unidad de medida de dicho valor. Podrá ser la cantidad de trabajo o cualquier otra con tal de que sea generalmente aceptada, universalmente apreciada y tan cómoda como manejable. El origen del dinero como unidad de medida del valor de cambio se debe a esta obvia verdad.

Si aplicamos por último lo dicho al mundo de las empresas ocurrirá lo siguiente: *No se producirán plusvalías ilícitas si, siendo libres los que acuden al mercado, y no actuando en él bajo coacción de ningún tipo entregan un valor idéntico al coste total del producto adquirido, valor que a su vez deberá ser repartido equitativamente entre los dueños de los factores de producción y si por alguna circunstancia se produjera un excedente tras dicho reparto, éste debería repartirse de igual modo.*

Aplicáse lo dicho a un mercado concreto: el de trabajo y enseguida hallaremos las causas que se esconden tras el hecho de la explotación del factor de producción trabajo por el factor de producción capital, que en resumen son éstas:

- a) El trabajador por cuenta ajena nunca es libre. Se argumenta enseguida que sí lo es en tanto que puede elegir pero ¿cuáles son las alternativas entre las que elige? Solo hay dos: o acepta el trabajo y el salario que le ofrecen o simplemente se muere de hambre. Quienes en este sentido aseguren que eso pudo ocurrir en el pasado pero no en el presente se equivocan por completo. Existen millones de personas de todas las edades que únicamente son dueñas de su fuerza de trabajo y así no tienen otro remedio para subsistir que venderla al precio que sea.
- b) El trabajador está coaccionado siempre por sus circunstancias pues, entre otros deberes, está el de alimentar y educar a su familia y para ello debe contar con un salario. Una vez conseguido no se para a pensar si es justo o no lo es, sino que lo acepta gozoso. En consecuencia, aunque pueda intuir el engaño, lo acepta.

Al no cumplirse así las condiciones aristotélicas para el justo cambio viene a resultar que tiene que ser injusto y, por lo tanto, ilícito por naturaleza.

#### **4. La explotación a través del mercado**

El mercado de libre competencia, que existe más o menos imperfeccionado en lo referente a bienes materiales o a servicios en general, se convierte en un oligopolio por el lado de la oferta cuando se trata del mercado de la comunicación. Como es sabido, en el oligopolio de oferta unos cuantos capitalistas controlan la totalidad de la oferta y en estas condiciones pueden adoptar una de estas dos posturas: O se ponen de acuerdo entre ellos, bien para determinar la cantidad que ofrecerán o bien para determinar el precio al que la venderán, o luchan entre ellos para hacerse con el control total del mercado. En el caso de la información ocurre, no obstante, que los oligopolistas están en régimen de coalición respecto al precio y en régimen de lucha respecto de los conteni-

dos. La razón es muy sencilla; controlar la cantidad de información no tiene mucho sentido dada su naturaleza, pero en cambio si lo tiene y mucho controlar los precios.

La fijación en común de precios, por muy razonable que resulte, se hace siempre para aumentar el beneficio, pero en todo caso éste debe ser lícito y para que así sea ha de volverse a cumplir la ecuación del cambio en la que en esta ocasión, de un lado está el capital y del otro el posible cliente.

Si se ofrece lo que el público desea, existe coherencia entre producto y demanda por lo que no puede decirse que exista ilicitud por parte de los empresarios si luchan por conseguir la mayor calidad posible. No obstante, si están en coalición en lo referente al precio, únicamente existirá lucha entre ellos en cuanto a la cantidad y, sobre todo, a la calidad del producto informativo.

Ahora bien; si el público demandara auténtica información y los empresarios la produjeran y distribuyeran es obvio que para ganar la batalla deberían producirla con un alto grado de calidad a no ser naturalmente que el consumidor se conformara con cualquier producto o que debido a su ignorancia no fuera consciente del valor que tiene la verdadera información. En estas condiciones, es obvio que para alcanzar el beneficio el empresario estaría dispuesto a ofrecerle cualquier cosa. Pero como “*cualquier cosa*” no es información es más que probable que, en estas condiciones, se presenten ante el público contenidos que nada tienen que ver con la información simplemente porque el público los acepta sin preguntarse en ningún momento cual es su verdadera naturaleza.

Teniendo en cuenta todo a lo que nos hemos referido antes tendríamos que afirmar ahora que el beneficio obtenido en estas condiciones es ilícito, porque en la práctica se abusa de la ignorancia acerca de lo que es y significa la información, para manipular, adormecer o mimetizar a la opinión pública presentando ante ella un producto adulterado o de mala calidad. Se alegrará, en este sentido, que si al público se le ofrece lo que desea no se ve por parte alguna la ilicitud del beneficio obtenido y en efecto así es. La ilicitud se debe, no obstante, al fraude que supone presentar informaciones que en realidad no lo son con pleno conocimiento de este hecho por parte de aquellos que las elaboran.

La pregunta que debemos hacernos ahora es la de cuántas empresas multimedia necesitaríamos para satisfacer la verdadera demanda de información. La experiencia nos demuestra de un modo patente y desolador que esta demanda en general es escasa, aunque existen excepciones. No debemos confundir, en este sentido, la creciente demanda de productos aparentemente informativos que da nombre a la llamada *sociedad de la información* con la verdadera demanda de ésta. La verdad es que en las actuales condiciones del mercado no necesitaríamos ciertamente muchas. Entonces ¿cómo es que hay tantas? La respuesta es sencilla: existen muchas empresas de comunicación, pero muy pocas de ellas son informativas. Y la conclusión evidente: Llamar a la sociedad actual “*sociedad de la información*”<sup>3</sup> es, a nuestro juicio, un

---

<sup>3</sup> El concepto de *sociedad de la información* fue creado por Malchup en 1962 y desarrollado posteriormente por Drucker, Bell y sobre todo por Masuda. Todos afirmaron que la información y el conocimiento contribuirán al incremento del desarrollo económico basándose

auténtico disparate. Dicho nombre, desde luego, “queda” muy bien pero no se corresponde con la realidad. Hemos de advertir asimismo que la argumentación que realizan algunos promotores de empresas llamadas informativas a favor la dicha sociedad es, en el mejor de los casos, incoherente en sí misma, porque cuando aseguran que si se dedicaran exclusivamente a producir y ofrecer información no alcanzarían el beneficio olvidan que si no hubiera demanda de información tampoco el capital crearía empresas para producirla. El fallo en todo este asunto es debido a la incoherencia que supone crear una empresa con ánimo o idea de informar, obteniendo beneficio, y dedicarla luego o ofrecer productos no informativos consumidos masivamente por un público, ávido de emociones, desocupado por no decir ocioso e incapaz de juzgar si lo que lee, escucha o recibe por televisión es o no es información.

¿Debemos deducir de este razonamiento que los promotores de empresas informativas deben ser tan éticos, al menos como los profesionales que deben dirigen el proceso de producción de información? Por su propia naturaleza, en la esencia misma del capital está la de obtener beneficio, porque a este factor de producción se le define como “bien producido expresamente dedicado a producir”. Producir con ánimo de lucro, naturalmente. El problema se produce cuando aquellos que en principio se decidieron a crear una empresa informativa cambian de idea al encontrarse luego con que resulta mucho más rentable y bastante más sencillo ofrecer poca y mala información a un público interesado más bien en entretenerse o distraerse, que en informarse.

Es curioso el hecho de que cuando nos referimos al capital no encontramos tan natural hablar de ética en el mismo sentido que cuando hablamos del factor de producción trabajo, quizás debido a nuestro convencimiento de que todo buen capitalista persigue únicamente el beneficio. Sin embargo, no hay razón alguna que diferencie a una persona de otra, ya sea trabajador o capitalista, de modo que cabría referirse a una ética del capitalista sin ningún problema. La Ley, que es igual para todos, en ningún caso puede contemplar aspectos que sólo pertenecen a la privacidad de la persona de modo que ésta puede elegir libremente un comportamiento ético o cualquier otro siempre y cuando sea legal. Por eso precisamente Ley y Ética no son conceptos científicos idénticos.

Tan absurdo es negar la importancia del factor capital en el desarrollo económico, como negar la importancia del factor trabajo y está fuera de toda discusión que tanto la Historia como la Sociología han demostrado que fuera del sistema capitalista es imposible hablar de progreso. La doctrina socialista, que niega el derecho de propiedad a la persona individual y se lo otorga a la persona jurídica denominada Estado<sup>4</sup>,

---

en la teoría de la innovación tecnológica. No obstante, ninguno de los citados autores tuvo en cuenta que tanto la información como el conocimiento podrían llegar a ser controlados por el capital.

<sup>4</sup> Declaración Universal de Derechos Humanos: 17. 1. Toda persona tiene derecho a la propiedad, individual y colectivamente. 17.2. Nadie será privado arbitrariamente de su propiedad. Constitución Española: Artículo 33. 1. Se reconoce el derecho a la propiedad privada y a la herencia. 2. La función social de estos derechos delimitará su contenido, de acuerdo con las leyes. 3. Nadie podrá ser privado de sus bienes y derechos sino por causa justificada de utilidad pública o interés social, mediante la correspondiente indemnización y de conformidad con lo dispuesto por las leyes.

es utópica en sí misma porque el derecho de propiedad solo tiene sentido cuando se vincula a la persona física. Eso no obsta al hecho de que el sistema capitalista esté plagado de numerosos vicios, que emponzoñan la sociedad y permiten la existencia de escandalosas diferencias en el reparto de riqueza a pesar de reconocer que todos tenemos los mismos derechos.

Pues bien; en esta sociedad inevitablemente capitalista y absolutamente revolucionada por la tecnología atravesamos una etapa caracterizada por grandes concentraciones de capital a la que eufemísticamente se denomina *globalización*, pero que en realidad es la de la dictadura del capital, que penetra en todas partes y hace presa en un mercado imperfecto. La Ley se cumple a veces pero la Ética ha desaparecido del mundo de los negocios sin dejar apenas rastro. En esta extraña dictadura los grandes grupos de comunicación podrían contribuir a poner patas arriba todo el tinglado construido alrededor de la palabra mágica *democracia* si se dedicaran a informar lealmente a la ciudadanía de todo aquello que realmente le interesa, de modo que hay que procurar que eso no ocurra para lo cual se hace necesario su control a través de procedimientos jurídicos perfectamente legales y siempre con la colaboración de los gobiernos. Habiendo desaparecido casi por completo la ética, lo que menos importa tanto a unos como a otros es si dicho control lo es, aunque gracias a él se patrimonialice tanto el derecho de libre expresión como el derecho a la información y hasta tal punto, que algunos autores han defendido que dichos derechos están *socialmente delegados* en el promotor de empresas informativas.

Existe, en este sentido, una doctrina corporativista de la Empresa Informativa que nos habla siempre del empresario como sujeto de derechos y muy pocas veces como intermediario de los mismos y así parece que los intereses del capital son los mismos que los del empresario, cosa que no tiene por qué ser cierta al menos en el caso de empresas informativas., ya sean multimediáticas o no.

Viene así a resultar que el capital privado es dueño de todo: de la energía, de las materias primas, de la comercialización y de los medios de comunicación. Es momento de preguntarse si transcurrido algún tiempo la globalización sería admitida por la ciudadanía como un progreso o como una terrible regresión en lo que se refiere a sus derechos. De momento parece que los argumentos que se presentan ante el público contrarios a la globalización son escasos y que, en cambio, los favorables abundan pero tal vez en el futuro el proceso se invierta.

Por otro lado, la teoría de que los grandes grupos de comunicación funcionan como elementos “blanqueadores” de conductas manifiestamente poco éticas tiene más sentido de lo que a primera vista pudiera parecer, porque si los empresarios, los banqueros y los especuladores crean normativas que perjudican a los trabajadores, a los pequeños ahorradores o a los que buscan una vivienda, si los medios de comunicación están debida y sutilmente controlados aplacarán sabiamente las iras de la ciudadanía emitiendo contenidos adormecedores, que al cabo la hacen inofensiva, pasiva, cómoda, lúdica e inútil.

## 5. Comentando a Chomsky

La diferenciación entre lo que son y representan las empresas multimedia informativas en relación con las que no lo son pero se parecen mucho a ellas no es tarea sencilla.

lla. Desde luego es mucho más fácil confundirlas que diferenciarlas pero si tal cosa hacemos perderemos de vista el mayor de los efectos de la auténtica información: *formar a los públicos para que lleguen a comprender el significado de los hechos noticiables, construyan una opinión sobre los mismos y eleven así su grado de libertad en relación con todo lo que se refiera a esa información y a sus consecuencias*. El conocido profesor y autor Noam Chomsky ha preferido sin duda confundirlas y deducir una interesante doctrina, que hace algunos años estaba muy de moda.

En 1966, Abraham Noam Chomsky escribió un artículo en el *The New York Review of Books* titulado *La responsabilidad de los intelectuales* que decía lo siguiente:

“Los intelectuales están en condiciones de exponer las mentiras de los gobiernos, de analizar las causas y motivos de los hechos, y a menudo sus intenciones ocultas. Al menos en el mundo occidental, tienen el poder que les da la libertad política, el acceso a la información y la libertad de expresión. A una privilegiada minoría, la democracia de Occidente le brinda el tiempo de ocio, los medios y la formación necesarios para ver la verdad que yace oculta tras el velo de distorsiones y engaños, de ideologías y de intereses de clase a través del cual se nos presentan los acontecimientos de la historia actual” (Chomsky, 1969)

Ahora bien: no es función de la información la de inculcar a las personas físicas valores, creencias y códigos de comportamiento que les hagan integrarse en las estructuras institucionales de la sociedad. Muy al contrario, la auténtica información produce generalmente cierta rebeldía contra el sistema por mucha propaganda que se haga a favor de él. Ahora bien; los signos y mensajes que a menudo se incluyen en ciertos productos comunicativos concebidos para distraer o entretener suelen cumplir bien esos fines y al mismo que divierten o entretienen también informan pero como informan mal lo que hacen realmente es *deformar*. *Corruptia optima est pésima* por lo que no pueden atribuirse los mismos efectos a la información que a la deformación. Es verdad que a través de la información puede controlarse a la opinión pública, pero como quienes hacen eso deforman en lugar de informar y quienes lo aceptan resultan *deformados* en lugar de *informados*. La mala información no es información, así que si por efecto del control estatal de los medios éstos informan mal, es evidente que no informan (Pineda Cachero, 2002). Sin embargo y aún así solo sobreviene el desconcierto si quien es sujeto pasivo de ella no se percata de que se le está ofreciendo “gato por liebre”, si se nos permite esta expresión coloquial.

La información es poder pero cuando se matiza que ese poder exige un adecuado control, la selección de lo que se debe o no se debe publicar o qué se debe o no se debe qué cosas se han de emitir pone de manifiesto que dicho poder radica en quien controla, selecciona o emite. Da igual, en este sentido, que el Gobierno de un Estado revista la forma de ser democrático o totalitario, pues en el primer caso la alianza entre el poder y el capital impele tanto a controlar la información como a privarla de sus mejores efectos; pero en el segundo, como capital y Estado es una misma cosa, incluso la siniestra alianza sobra.

Desde luego en estados totalitarios no es necesario proclamar gloriosamente en sus respectivas constituciones, ni la libertad de expresión, ni la de información, ni la denominada libertad de empresa. A veces, incluso, ni se necesita Constitución alguna.

En estos estados, pues, no se aplica “filtro” alguno que reduzca las anteriores libertades a nada: simplemente no existen.

En las denominadas democracias occidentales la cosa es diferente, pero no porque posean una especial perversidad los que controlan los medios de comunicación, sino porque buscan la plusvalía consustancial al factor de producción capital y de la que ya hemos hablado. Además, y en sí misma, la palabra “democracia” no pasa de ser un eufemismo, pues en muchas ocasiones el denominado “imperio” de la Ley para unos es carga insoportable y para otros un yugo muy suave.

Chomsky (en Chomsky y Herman, 1995) habla de cinco “filtros” entre los que, según él, se quedan retenidas las libertades de información y de expresión. El primer filtro radica en la “magnitud, propiedad y orientación de los beneficios de los medios de comunicación”; es decir: la deliberada transformación del mercado de libre competencia de la comunicación en un oligopolio por el lado de la oferta, con la entusiasta colaboración del Estado, que privatiza empresas de comunicación públicas y favorece la concentración empresarial con todo tipo de normas “desreguladoras” contribuye mucho a eliminar aspectos esenciales de la verdadera información. Ahora bien; como en un mercado oligopolístico por el lado de la oferta existe resistencia a que nuevos empresarios formen parte de él capitalistas propietarios de medios de comunicación no expresamente coaligados ni controlados de algún modo por los grandes son ignorados hasta que no tienen más remedio que aceptar una anexión. Tras la descripción de este filtro, Chomsky hace un triste comentario sobre la naturaleza de los mensajes generados por el oligopolio, suponiendo que tienen como fin promocionar la ideología que permite esta estructura; justificar por lo tanto al mercado imperfecto e intentar que se acepten como hechos absolutamente naturales tanto la excesiva e ilícita rentabilidad, como los enormes beneficios. En los grandes grupos de comunicación viene a ocurrir algo así de lo que ocurre con los bancos: que siempre tienen que obtener beneficios y jamás pérdidas, sea cual sea la situación económica por la que atraviesen los ciudadanos de cualquier país. Así pues, según el autor citado, por obra y gracia de los mensajes “generados” por quienes están interesados en que las cosas continúen tranquilas obteniendo siempre beneficios enormes en mercados tan imperfectos como lo es el de la información los citados hechos son aceptados por el común de las gentes como cosas la mar de naturales.

Obsérvese, ante todo, que Chomsky no se atreve a llamar información a este tipo de mensajes, pero recuérdese también que así los llamó primero.

La enseñanza a la que conduce este “filtro” es sencilla: Si los estados democráticos eligen libremente a quienes establecen las Leyes y estas funcionan realmente de modo que todos los ciudadanos sean iguales ante ellas, lo que la ciudadanía debe hacer es elegir a quienes se comprometan a corregir esos abusos. No obstante, si los ciudadanos no eligen libremente y, además, no son iguales ante la Ley ¿llamaremos Democracia a esa forma de Gobierno?

El segundo filtro se basa en lo que él llama “*beneplicito de la publicidad*”. Puede ser que en sus inicios las empresas informativas no necesitaran publicidad para ser rentables pero en nuestros días no se concibe empresa informativa ni comunicativa alguna sin que perciba ingresos por publicidad, que son su principal fuente de ingresos.

Si, como aseguran Chomsky<sup>5</sup> y Herman, antes de que se obtuvieran ingresos publicitarios los precios de los periódicos debían cubrir el coste, pocas empresas informativas de prensa hubieran llegado hasta nosotros. Si al menos en sus comienzos el mercado de la información era de libre competencia, no parece posible que se tolerara mucho tiempo la seria desventaja generada en él para los periódicos que carecían de anuncios, pues es de suponer que los promotores tomaran rápidamente medidas para evitar que sus precios “tendieran a aumentar, reduciendo sus ventas y dejándoles un menor superávit para invertir y mejorar sus posibilidades de promoción”. Ahora bien; todo economista sabe que tal hecho es inconcebible en un mercado de libre competencia, luego no puede inferirse, como hacen Chomsky y Herman, que debido a él se produjo “la disolución o la marginación de las empresas y los géneros de comunicación que dependían exclusivamente de los beneficios obtenidos por las ventas”.

En lo referente a los efectos de la publicidad nos mostramos más de acuerdo, pues en su deseo de obtenerla ciertos empresarios no han tenido inconveniente en sustituir informaciones por otros productos y hasta tal punto, que muchos canales de ciertas televisiones de ningún modo podrían hoy llamarse informativos, sino que han creado un verdadero reino del entretenimiento y de la distracción apoyado en todo momento por los anunciantes, que no desconocen las verdaderas preferencias del público.

Así pues hoy cuanto entretiene y distrae a través de la mayoría de los medios de comunicación es llamado información, pero no lo es. No obstante, y a no ser que el público se alce en contra de ciertos empresarios, o en contra un determinado Gobierno, o en contra de un cierto sistema económico sea éste capitalista o no, el empresario jamás la ofrecerá puesto que sencillamente sabe que ese negocio podrá ser todo lo conveniente que sea en orden a elevar el grado de libertad del público, pero desde luego no es un negocio rentable.

En cuanto a este segundo filtro la solución es tan simple como lógica: si lo que se espera de un medio de comunicación es información, pero éste no la ofrece no se debe acudir a él si uno desea informarse. Si por el contrario lo que desea es divertirse o entretenerse en modo alguno debe considerar que esos contenidos no tienen más fin que ese. Nada tiene de particular esta elección y como en la medida de que existe una demanda debe de existir también una oferta tampoco se vulnera principio ético alguno ofreciendo al público lo que éste desea. El hecho que quien así hiciera atraería más publicidad que si se redujera exclusivamente a publicar o emitir información es consecuencia de las preferencias del consumidor.

El problema surge cuando nos damos cuentas de que por servir a un mercado cuya demanda no es informativa presentamos nuestros productos como si realmente lo fueran aprovechándonos en este sentido de la ignorancia popular pero eso nada tiene que

---

<sup>5</sup> Lo que en realidad intenta decir es que los ingresos obtenidos por la simple venta de los periódicos cubrirían el coste total de producción si cada uno de ellos se vendiera al precio resultante de dividir el coste total entre el número de ejemplares de la tirada. Como esto no es en modo alguno posible se justifica que exista publicidad como un medio para cubrir costes y se justifica del mismo modo la política de subvenciones por parte del Estado a los medios de comunicación.

ver con la importancia de la publicidad como principal medio para allegar recursos dándose en este sentido una circunstancia que no deja de ser graciosa. A veces la única información que se difunde a través de diferentes medios de comunicación es, precisamente, la publicitaria.

Analícemos ahora el tercer filtro, que se basa fundamentalmente en la aceptación pura y simple por parte del profesional de la información de que debe ponerse al servicio de Gobiernos, instituciones, corporaciones administraciones públicas y, aunque ni Chomsky ni Herman hablen de ello, seguramente también las diferentes iglesias, cristianas o no. Eso significa ni más ni menos que uno de los elementos esenciales del trabajo del informador, llamado profesionalidad, se pone al servicio del capital y al servicio de todos los intereses que subyacen tras los capitalistas, intereses que es fácil deducir que no son exclusivamente de orden económico.

Según los dos autores ahora comentados, la “*información*” que reciben los periodistas está cuidadosamente preparada o “*precocinada*” con el fin de “*facilitarles*” el trabajo y eso sin contar con las frecuentes subvenciones económicas que suelen recibir ciertos medios con el fin de suavizar alguna resistencia al velado crimen que este hecho supone. Tal docilidad y mansedumbre elimina o en todo caso suaviza toda posible crítica produciéndose como resultado que, a través de los profesionales del periodismo, se manipule al público. Tanto para Chomsky como para Herman los periodistas no son sino intelectuales a sueldo y su misión es justificar todas las acciones de aquellos que les pagan haciendo desaparecer toda resistencia por parte del público a ese neocapitalismo salvaje al que nos referíamos en la primera parte de nuestro trabajo.

Ahora bien; si los profesionales de la información fueran realmente como aquí se les describe no tendría sentido la información, ni tampoco lo tendrían los medios de comunicación expresamente configurados para informar. Puestos a engañar o a comprar lo mismo da que a quien se engañe o compre sea a un profesional de la información que a cualquier otro que haga sus veces. Es cierto que el capitalismo elimina o corrompe a cuantos pretendan oponerse a él pero no es menos cierto que el ser humano posee una capacidad de reacción que es imposible de predecir y por eso a nuestro juicio el escepticismo con que Chomsky contempla al profesional de la información tiene más aspecto de ser un juicio de valor basado en algunas experiencias negativas, que una conclusión científica. En cualquier caso, resulta evidente que la generalización es, en este caso, exagerada.

El cuarto filtro tiene una defensa muy consistente, pues se refiere fundamentalmente a los contenidos cuando desarrollan noticias que por su naturaleza podrían poner en entredicho los intereses de la oligarquía dominante. En estos casos dichos contenidos “*suavizan*” tanto la noticia y edulcoran tan sabiamente el mensaje que contienen, que al final el público quita importancia a lo que está ocurriendo por muy grave que sea y por mucho que afecte a sus intereses. Hay veces, incluso, que noticias verdaderamente dramáticas son presentadas de un modo tan jovial y desenvuelto que raras veces uno cree que lo malo de ellas vaya a afectarle. Naturalmente uno siempre cree que afectará a otros, pero como semejante cálculo lo hacen casi todos al final el dramatismo de la noticia se disuelve.

Nada hay que objetar en lo que se refiere a este “filtro”, salvo naturalmente insistir que si tal efecto se produce es porque el público es ignorante. Advertimos ahora de que al serlo no puede ser libre, porque la ignorancia es una de las peores formas de esclavitud.

El quinto filtro, que se basa en el anticomunismo como mecanismo de control ideológico, está hoy por completo obsoleto. Como nadie es hoy comunista -incluida China, que lleva el nombre de República popular- no serlo se contempla en nuestros días como la cosa más natural del mundo. Existe, eso sí, una terrible envidia hacia los ricos pero nadie se hace ilusiones en lo que se refiere a confiscar esa riqueza para repartirla entre los más humildes. En el mundo actual lo que de ningún modo se puede ser es pobre y como el comunismo el único efecto conocido que produce es que todos seamos pobres y el Estado rico no interesa a nadie en modo alguno.

La única ideología que hoy nos interesa es, siguiendo al propio Chomsky, la derivada de sentarse solo ante el televisor y repetir una y otra vez el siguiente mensaje: “El único valor que merece la pena en la vida es tener muchos bienes para disfrutar de ellos, como hace esa familia de la clase media americana que en estos momentos estoy viendo”.

## 6. A modo de breve conclusión

A mediados del siglo XX se inicia un peligroso período en el que se agudiza la explotación del factor de producción trabajo por el factor de producción capital, apoyado en las modernas tecnologías de la comunicación, en la imperfección del mercado de la información y en la concentración empresarial. Debido a la creciente importancia de la banca, el proceso conduce a la obtención de ganancias ilícitas y favorece la existencia de situaciones extremas de pobreza y de riqueza en perjuicio de las clases medias. La pasividad de la población ante este nuevo tipo de sociedad se debe fundamentalmente a que los medios de comunicación ya no están al servicio de los ciudadanos, sino al servicio del capital y del Estado. Éste interviene en el sistema económico para garantizar los beneficios del capital y socializar sus pérdidas a través de elevaciones de impuestos y mediante la autorización de bajas retribuciones a los trabajadores a cambio de empleos precarios con elevaciones progresivas de las jornadas de trabajo sin compensación alguna. En el capitalismo clásico eran explotados los trabajadores pero en el neocapitalismo actual también se explota a los consumidores.

Las modernas tecnologías de la comunicación no son configuradas para informar, sino más bien para entretener, distraer y adormecer a la opinión pública por lo que se convierten en cómplices del proceso de expansión del neocapitalismo.

Como postuló la denominada Escuela de Fráncfort<sup>6</sup> la llamada clase proletaria a la que en su día se refirió Marx ha desaparecido gracias a la creciente despersonalización que impone la denominada sociedad de consumo, el debilitamiento de la idea de justicia, la no operancia en la práctica de las llamadas libertades básicas o fundamentales del ciudadano y la ausencia casi total de valores éticos. El control tecnológico

---

<sup>6</sup> Cfr. <http://ficus.pntic.mec.es/amoe0013/FILO-II/E-Frankfurt.html>

termina por convertir las ideas en elementos comercializables y en estas condiciones cualquier ideología nueva se esteriliza apenas ha nacido. En el día de hoy todos estamos más controlados, más sometidos a la burocracia y nos hallamos encerrados entre miles de leyes mientras los medios de comunicación están al servicio de los intereses del capital y manipulan las conciencias, fomentan la uniformidad difundiendo una serie de valores, gustos y necesidades hasta que logran convertir al ser humano en un elemento más de la masa.

En realidad, y como ya aseguró la citada Escuela de Fráncfort, las sociedades neocapitalistas son una forma encubierta de totalitarismo.

## 7. Referencias

- ARISTÓTELES (1997): *La Política*. Madrid, Espasa Calpe, trad de Patricio de Azcárate. Esta edición se encuentra en Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes: <http://www.cervantesvirtual.com/obra/politica—1/>
- ARISTÓTELES (2009): *Ética a Nicómaco*. Madrid, Tecnos. Existe una curiosa versión de esta obra en castellano antiguo, que puede verse en la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, según la traducción de Pedro Simón Abril (Alcaraz, 1530-1600).
- CHOMSKY, Noam (1969): *La responsabilidad de los intelectuales*. Traducc. de Jorge Paramio Buenos Aires, Galerna.
- CHOMSKY, Norman y HERMAN, Edward S. (1995): *Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona, Grijalbo.
- GALBRAITH, John Kenneth (1967): *El nuevo Estado industrial*. Barcelona, Ariel.
- MARTORELL LINARES, Miguel (1998): “El fracaso del proyecto de ley de beneficios extraordinarios de Santiago Alba, en 1916: una lectura política”, *Revista de Historia Económica*, abril-junio, pp. 521-559.
- MARX, Karl (1980): *Teorías sobre la plusvalía* (Vol. II). Tomo IV de *El Capital*. México, Fondo de Cultura Económica.
- NIETO, Alejandro e IGLESIAS, Francisco (1993): *Empresa Informativa*. Barcelona, Ariel. Barcelona.
- PINEDA CACHERO, Antonio (2002): “El modelo de propaganda de Noam Chomsky: medios mainstream y control del pensamiento”. *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 47, La Laguna, Tenerife. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina47febrero/4704pineda.htm>
- RICARDO, David (2003): *Principios de economía política y tributación*. Madrid, Pirámide.