



***El crash de la información. Los mecanismos de la desinformación cotidiana*, Max Otte, trad. Juanmari Madariaga, Barcelona, Ariel, 2010, 347 pp.**

Los mecanismos de la desinformación cotidiana

En 1973 Jean Baudrillard escribía *Le miroir de la production*, ensayo en el cual el escritor francés ahondaba en la idea fundamental que se había esbozado en sus escritos anteriores y que recorre su obra como una constante: la

idea de una realidad simulada, una realidad finiquitada por la postmodernidad bajo el umbral de un mundo complejo que aletargaba a las mayorías silenciosas y que provenía del derrumbamiento de las grandes ideas que algunos años después anunciaría Lyotard. Allí se apuntaba a la idea del simulacro, que posteriormente haría célebre en *La precesión des simulacres* (1978), artículo recogido en España bajo el título de *Cultura y simulacro* (1978). Antecedentes especulativos acerca del papel alienante de los medios de comunicación y sobre la construcción de un orden simbólico que sustituyera el orden de lo real estaban presentes en los estudios de la Escuela de Frankfurt, con Adorno y Horkheimer y su *Dialéctica de la Ilustración* (1944) a la cabeza, a partir del desarrollo del consumismo y sus implicaciones con la cultura y con el desarrollo de su industria. Pero Baudrillard iba más allá, y acusaba al poder y al Estado de suscitar una realidad simbólica que ensalzaba, bajo la estela del simulacro, a la producción capitalista como objetivo en las sociedades desarrolladas. El tono apocalíptico del ensayo de Baudrillard hacía desconfiar a los más escépticos, pero el tiempo le dio la razón. Fallaron las cifras. Fallaron los valores seguros. Fallaron las cuentas de resultados de los grandes bancos que presumían de poseer capitales e inversiones firmes. El sueldo desmesurado de los dirigentes a pesar de los malos resultados económicos y los balances desastrosos salieron a la luz. Abajo se vino el estado del bienestar, el euro, la unificación de Europa bajo la idea de un humanismo pretérito y universal que provenía de los valores derivados de la revolución francesa y del proyecto ilustrado de Diderot y D'Alambert. Se cuestionó la producción, poniendo en duda la utilidad de los derechos sociales y el poder de decisión de las democracias occidentales. El valor de los estados pasó al precio de bono basura, a la cotización de apuestas fallidas de los grandes inversionistas que nuevos datos y nuevos gestores cuestionaban al igual que se habían cuestionado las interpretaciones numéricas cuyo desfase había suscitado la crisis. Las famosas agencias de calificación, como Morgan Stanley, desbarataron sus pronósticos, al no anunciar el derrumbamiento de la gestora Lehman Brothers el 15 de septiembre de 2008, y la crisis acusaba al capitalismo de ser un sistema fallido en donde las grietas amenazaban con la estabilidad del comercio mundial y con la ansiada estabilidad y equilibrio de las naciones desarrolladas ante un modelo basado en el consumo, la transacción bancaria y las fuentes energéticas inacabables.

Bajo este prisma se puede leer la obra de Max Otte, *El crash de la información*, que analiza los mecanismos de desinformación en el mundo actual a partir de los escenarios de la crisis. Bajo el reclamo de su anterior libro, *¿Que viene la crisis!* (2006), en el cual se profetizaba el derrumbamiento de la economía mundial, Max Otte analiza los sistemas de desinformación cotidianos como una problemática que conduce al engaño de los ciudadanos de las sociedades modernas y al asentamiento de una serie de privilegios de una élite aposentada en los órganos de poder mundial.

El libro parte de un concepto de la desinformación que cubre un amplio espectro. Y es curioso porque, a partir de su arranque en el ámbito económico, el libro de Max Otte se despega de los tratados clásicos de desinformación. Desde los trabajos de Roland Jacquard, *La desinformación: una manipulación del poder*, el concepto de desinformación vertebraba los mecanismos de la autoridad para engañar a sus ciudadanos. Posteriormente, el concepto de desinformación se trasladó al ámbito militar y el mundo de los medios de comunicación como consecuencia de las guerras de Vietnam, Yugoslavia o Irak. Así destacan en España los excelentes trabajos de Alejandro Pizarroso recogidos en el volumen *Historia de la Propaganda* (1990); *La guerra de las mentiras* (1991), sobre la primera guerra del Golfo y la responsabilidad de los Estados Unidos y las cadenas de televisión; *Nuevas guerras, vieja propaganda (de Vietnam a Irak)* (2005), magnífico trabajo que analiza la influencia de los medios en las guerras modernas, las guerras para ser televisadas. En la misma línea se sitúan los trabajos de Noam Chomsky sobre la política exterior estadounidense y sus implicaciones desinformativas: *Guerra y paz en Oriente Medio* (1975), *La quinta libertad* (1988), *El miedo a la democracia* (1992), *Crónicas de la discrepancia* (1993), o el clásico *Los guardianes de la libertad* (1990) en colaboración con Edward S. Herman. Y muy de cerca le siguen los trabajos de Ignacio Ramonet como *La tiranía de la comunicación* (1998) o *Guerras del S. XXI* (2002), trabajos, en cierta medida, dependientes de los otros autores. Otros trabajos, como el libro colectivo *Estrategias de la desinformación* (2003), coordinado por Miguel Catalán y el autor de estas líneas, analizaba el papel desinformativo de los medios en su concepto más amplio, barajando las ideas de sobreinformación y manipulación de la información para llegar a la restricción de

determinados ámbitos como el terrorismo o la guerra, la política y la prensa.

El libro de Max Otte se sitúa en una perspectiva más amplia. *El crash de la información* analiza la desinformación motivada por la acumulación de datos, el papel de los grandes bancos de información, la función de los medios de comunicación, la sobreinformación, incluso la información deficiente, o infrainformación, generada por los intereses de grandes círculos de poder y que conduce a la manipulación de los ciudadanos y de las decisiones de los Estados. De hecho, Max Otte señala que “aunque se hable mucho de la sociedad de la información, nuestra economía se ha convertido en una economía de desinformación” (p.15). Y, es más, ahora “empuñan el timón los agentes de la desinformación” (17) como representantes del fin de la transparencia informativa en materia de economía. Por ello, los ciudadanos se sienten perdidos ante fondos de inversión que juegan con desinformación: no se informa ni de comisiones ni de inflación, ni de fraudes o ruinas en los grandes grupos. El capital se vuelve así algo etéreo a los ojos del ciudadano mediante un lenguaje publicitario que esconde, oculta y engaña y que hace de la información algo imposible ante la indefensión de un sujeto incapaz de cuestionar lo que no entiende: desde tarifas superplanas a los productos *light* o fondos superahorradores. El libro acusa a las grandes empresas que han ampliado su influencia y han desequilibrado la estabilidad del mercado al producirse una desbaratada concentración de poder, en cierta medida depredador, que supera la capacidad de regulación de los Estados y los gobiernos que los regentan. El momento actual es calificado de “neofeudalismo”, un universo en donde las empresas absorben y fusionan otros organismos con los sujetos que los sostienen, sin que importen demasiado los valores democráticos y civiles. De este modo se generaliza el favor de la mentira ante los ciudadanos y las campañas de desinformación y propaganda moderna para conseguir lo que Chomsky denominó “la estrategia del consentimiento”. A ello se une la responsabilidad de los medios de comunicación, sus implicaciones económicas con los grandes grupos de empresas y la crisis de los discursos de verdad que atenaza al periodismo clásico. También se acusa a Internet, el paladín de la libertad, a los buscadores como Google o Yahoo, que seleccionan la información de acuerdo con un logaritmo sujeto a intereses económicos y a las directrices de las empresas que invierten en su publicidad.

Pero este *crash* desinformativo acuñado por Otte se extiende también a la vida cotidiana: desde las etiquetas de los yogures hasta los anuncios publicitarios que suscitan el deseo mediante datos subliminales que se incrustan en nuestro inconsciente como conservas comunicativas. Y la derrota siempre se la lleva el ciudadano que mediante el pago de los productos sostiene la propia desinformación que las empresas generan para el sostenimiento de sus ventas: Danone gasta sólo en Alemania unos sesenta millones de dólares en desinformación. Y cualquier crítica a este sistema se entiende como un ataque a la biblia de Adam Smith *El bienestar de las naciones*. La idea de sociedad abierta de Karl Popper se viene abajo ante el intento de la Globalización, o de esos poderes oscuros llamados “mercados”, de regular a todas las sociedades por igual con mensajes desinformativos que conducen a la misma conclusión: el consumo en un mundo que se agota. Bajo este conjunto de contradicciones, Max Otte apunta a

la falsa esperanza, señalada por Rüstow y presente en la óptica neoliberal, que consiste en la creencia irracional de que un poder supremo arregle las cosas algún día.

El futuro que sugiere el libro es verdaderamente desesperanzador, pero clarificador. Por ello *El crash de la información* es un libro interesante, lleno de datos y de información ilustrativa para el lector, en donde se levanta un horizonte lúgubre, acorde con la idea de Lyotard de que los discursos redentores se han terminado y que sólo existe una lógica: la lógica del capitalismo neoliberal. Como decía Baudrillard, “el futuro ya está aquí” y las opciones parecen agotarse, entre otras cosas porque no parece que se busquen.

Luis Veres
UVEG