

MANIPULACIÓN MEDIÁTICA, IDEOLOGÍA Y HEGEMONÍA EN EL CAPITALISMO A LA LUZ DE LA ALEGORÍA DE LA CAVERNA DE PLATÓN

Alex A. Chamán Portugal, PhD ¹

1. Docente de Pre y Posgrado, Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia

En un contexto caracterizado por la sobreabundancia de información, la expansión de las plataformas digitales y el acelerado desarrollo algorítmico, la disputa por el control de la conciencia social ha adquirido una dimensión inédita. Los medios masivos de manipulación y las redes sociales no se limitan a la mera difusión informativa, sino que participan activamente en la construcción de los imaginarios colectivos, organizando todo aquello que una sociedad distingue como verdadero, relevante o necesario. En este entorno informativo y comunicacional, la célebre alegoría de la caverna de Platón recobra una fenomenal vigencia reflexiva para examinar cómo las apariencias pueden suplantar a la realidad y cómo la percepción cognitiva está íntimamente condicionada por las estructuras de poder.

Aunque separadas transitoriamente, la filosofía platónica y la filosofía crítica convergen en una interrogante sustancial: por qué los seres humanos aceptan como naturales diferentes maneras de organización social que reproducen relaciones sociales de dominación. Por un lado, Platón sitúa el origen ontológico de este problema en la ignorancia y la incapacidad de distinguir las sombras de la verdad, por otro lado, Carlos Marx lo ubica en las condiciones materiales de existencia y en la producción histórica de la ideología. El presente ensayo propone un análisis y síntesis que entrelaza ambas perspectivas para deconstruir el papel que desempeñan los medios masivos como mecanismos de legitimación del sistema capitalista y su modelo neoliberal, examinando su rol en la creación de consensos, la domesticación de las masas, la naturalización del control social y la alienación cognitiva.



Fuente: Elaboración propia, a base de la alegoría de la caverna de Platón

1. EPISTEMOLOGÍA DE LA ILUSIÓN Y MATERIALISMO HISTÓRICO. DE LAS SOMBRAS A LA ALIENACIÓN

En su formulación original, la alegoría platónica utiliza las cadenas para representar las limitaciones cognitivas que imposibilitan el acceso al conocimiento, en tanto que las sombras representan las falsas creencias y las apariencias. En la sociedad capitalista, estas sombras han transmutado, pues, ya no son ilusiones proyectadas sobre un muro de piedra, sino narrativas sofisticadas construidas por complicados sistemas de producción simbólica. Para percibir la naturaleza política de esta ilusión, resulta forzoso el armazón del materialismo histórico, el cual plantea que las diversas formas de conciencia no pueden analizarse al margen de las condiciones materiales en que los individuos producen y reproducen su existencia.

En La ideología alemana, Carlos Marx y Federico Engels instituyen que las ideas de la clase dominante son, en cada época, las ideas dominantes (Engels & Marx, 1974). Esto enseña que quienes monopolizan los recursos materiales ostentan una capacidad desigual para influir en la producción y circulación de las ideas. Bajo esta lente, las sombras platónicas alcanzan una nueva dimensión ontológica en la que representan las formulaciones ideológicas que ocultan deliberadamente las contradicciones de una sociedad escindida en clases sociales que al conllevar intereses antagónicos genera lucha de clases.

Esta distorsión cognoscitiva encuentra su máxima expresión en fenómenos como el fetichismo de la mercancía (Marx, 1982), en que las relaciones sociales se presentan falsamente como relaciones entre cosas, ocultando la explotación económica y las condiciones históricas de producción. El mercado pretende erigirse como un orden espontáneo y neutral. Referido mecanismo guarda una recóndita afinidad con la alegoría de la caverna, ya que las apariencias mercantiles suplen la comprensión de las causas estructurales de la realidad concreta. A esto se suma la alienación (Marx, 1985), a través de la cual el individuo padece una separación progresiva respecto a las condiciones reales de su existencia, y la cosificación explicada por Georg Lukács (1969), que fragmenta la percepción del mundo y provoca que la conciencia se adapte pasivamente a una realidad de dominación que asume como inmutable.

2. APARATOS IDEOLÓGICOS Y LA INDUSTRIA DEL CONSENSO HEGEMÓNICO

La estabilidad de las estructuras de poder capitalistas e imperialistas no se sostiene exclusivamente mediante el aparato represivo de la maquinaria del Estado. Como afirmó Antonio Gramsci (1981), la viabilidad de un sistema político exige necesariamente la construcción de la hegemonía, entendida como la capacidad de conseguir que las mayorías subordinadas asimilen los valores, normas e interpretaciones del mundo de la clase dominante como si estos respondieran al interés general. Los medios masivos de manipulación junto a las redes sociales y la llamada inteligencia artificial operan como uno de los espacios cotidianos más determinantes para la edificación de esta hegemonía conservadora, transformando la disputa política e ideológica en una lucha constante por el sentido común. Las sombras de la caverna son, por consiguiente, narrativas estratégicas que configuran formas específicas de decodificar la realidad.

En correspondencia teórica, Louis Althusser (1974) caracteriza a los denominados medios de comunicación como aparatos ideológicos del Estado, los cuales actúan a través de la producción metódica de creencias y diversas prácticas culturales. La ideología mediática no requiere siempre de discursos explícitos, puesto que interpela a los individuos como sujetos sociales, enseñándoles a reconocerse dentro de un orden imaginario que delimita y condiciona su pensamiento y práctica, o sea, su praxis. En consecuencia, las cadenas de la caverna se revelan como ataduras institucionales y culturales.

A través de la pujante industria cultural, se subraya que la producción industrial de bienes culturales alienantes y de entretenimiento domesticador no ostenta neutralidad alguna; por el contrario, actúa como un arma eficaz para la homogeneización del pensamiento domesticado y la integración ideológica de las masas mediante efectivos mecanismos de manipulación y control social. La

dominación, consiguientemente, se consolida mediante la capacidad monopólica de producir imaginarios colectivos que resultan sumamente funcionales al injusto orden económico, social y político establecido.

3. EL CAPITALISMO DIGITAL, LOS ALGORITMOS Y EL IMPERIALISMO CULTURAL COMO NUEVAS CAVERNAS

En las últimas décadas, la Cuarta Revolución Industrial expresada en el acelerado desarrollo tecnológico ha reconfigurado los mecanismos de producción ideológica. Como sostiene Manuel Castells (2009), las redes de comunicación constituyen hoy el espacio estratégico en que se construye y disputa el poder; la capacidad de producir y difundir significados es comparable al control de los recursos materiales o coercitivos. La hegemonía de las potencias capitalistas e imperialistas se consolida a través de la circulación global de mensajes, en que las grandes corporaciones mediáticas y las plataformas tecnológicas deciden qué sucesos son visibles y bajo qué marcos epistemológicos se presentan. En este horizonte, el modelo de propaganda de Noam Chomsky y Edward S. Herman (2000) identifica determinantes estructurales —como la concentración de la propiedad y la dependencia publicitaria— que suelen actuar como filtros informativos, limitando el debate público y fabricando el consenso social.

Debemos ser conscientes que, si bien las tecnologías digitales encierran contradicciones y tienen un potencial democratizador, también han perfeccionado las técnicas de dominación, desinformación y alienación. La implementación de algoritmos orientados a maximizar beneficios comerciales y potenciar la propaganda política personaliza desmesuradamente los flujos de información. Este mecanismo crea una especie de "cámaras de eco" que reafirman sesgos preexistentes; en términos de Platón (2018), las sombras se adecúan ahora a la medida de cada espectador, fortaleciendo la ilusión cognoscitiva de que la pantalla refleja la totalidad de la realidad.

Este fenómeno es la base de lo que se denomina capitalismo de vigilancia (Zuboff, 2020), que consiste en una metamorfosis del modelo económico basada en la extracción gansteril y comercialización masiva de datos personales para anticipar comportamientos, dirigir el consumo e incidir en los procesos sociales y políticos. A esto se adiciona el avance de la inteligencia artificial generativa, que se distingue por ser capaz de automatizar campañas de desinformación y alterar material audiovisual, agudizando la crisis de la verdad basada en hechos. El sociólogo colombiano Renán Vega Cantor (2015) advierte que esta concentración corporativa y tecnológica apunta a un renovado imperialismo cultural, afectando la soberanía de las naciones oprimidas y homogeneizando la agenda pública bajo intereses capitalistas e imperialistas mediante las transnacionales. La alienación actual, por ende, se nutre del exorbitante caudal irrelevante, la

espectacularización y la apelación a las reacciones emocionales, socavando la capacidad de análisis crítico, creativo y propositivo

4. APARATOS IDEOLÓGICOS Y LA INDUSTRIA DEL CONSENSO HEGEMÓNICO

La alegoría de la caverna no culmina con la libertad particular, sino con el retorno del filósofo a las profundidades para liberar a los prisioneros, asumiendo un compromiso ético y político que repetidamente encuentra hostilidad. En el siglo XXI, este imperativo se traduce en la necesidad de forjar instrumentos analíticos para evaluar reflexivamente el entorno digital. A decir de Gramsci (1981), la independencia no es un logro solitario, sino una construcción colectiva orientada a disputar la hegemonía mediante superiores saberes y valores.

En el proceso de desalienación y desdomesticación, tanto la educación como la alfabetización mediática desempeñan un papel decisivo. No basta con dominar técnicamente las plataformas, puesto que resulta un imperativo enseñar a desentrañar los intereses económicos y políticos que subyacen en los algoritmos, así como en la propiedad de los medios y plataformas digitales, distinguiendo la evidencia de la manipulación ideológica. Asimismo, el periodismo investigativo y ético recobra su importancia capital frente a la mercantilización y manipulación informativa, mientras que la expansión de la inteligencia artificial exige regulación democrática y transparencia algorítmica.



Fuente: Elaboración propia

5. CONCLUSIONES

La alegoría de la caverna de Platón se caracteriza por preservar una extraordinaria potencia de descubrimiento para desentrañar las tensiones entre apariencia y realidad, ignorancia y conocimiento en la actualidad. Al entrelazar esta metáfora ontológica con el materialismo histórico y los estudios críticos de información y comunicación, se evidencia que la aceptación de estructuras asimétricas de poder no se debe exclusivamente al desconocimiento abstracto, sino a procesos materiales de producción ideológica.

La dominación del modo de producción capitalista opera mediante un sofisticado entramado de aparatos ideológicos, industrias culturales y ecosistemas algorítmicos. Estas "nuevas cavernas" proyectan narrativas diseñadas para legitimar el injusto orden económico, social y político, así como naturalizar la desigualdad, explotación y opresión en aras de consolidar la hegemonía capitalista e imperialista.

No obstante, las tecnologías de información y comunicación no son dispositivos de dominación absolutos; ya que, albergan ciertas potencialidades emancipatorias si se democratiza su producción y se regulan conforme al interés colectivo. El desafío esencial en los turbulentos tiempos que corren radica en el fomento sostenido de una cultura verdaderamente crítica y propositiva. Salir de la caverna digital exige el rechazo a la asimilación pasiva de los contenidos, la audacia para cuestionar y desenmascarar las narrativas hegemónicas, así como la voluntad política de intervenir en la construcción de una esfera pública plural, desalienada y genuinamente democrática.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Althusser, L. (1974). Ideología y aparatos ideológicos del Estado. Nueva Visión.

Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Alianza Editorial.

Chomsky, N., & Herman, E. S. (2000). Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas. Crítica.

Engels, F., & Marx, K. (1974). La ideología alemana. Ediciones Pueblos Unidos. (Obra original publicada en 1845-1846).

Gramsci, A. (1981). Cuadernos de la cárcel (Vols. 1-6). Ediciones Era.

Lukács, G. (1969). Historia y conciencia de clase. Grijalbo.

Marx, K. (1982). El capital. Crítica de la economía política (Vol. I). Fondo de Cultura Económica.

Marx, K. (1985). Manuscritos económico-filosóficos de 1844. Alianza Editorial.

Platón. (2018). La República (C. García Gual, Trad.). Alianza Editorial.

Vega Cantor, R. (2015). La universidad de la ignorancia. Capitalismo académico y mercantilización de la educación superior. Ocean Sur.

Zuboff, S. (2020). La era del capitalismo de la vigilancia. Paidós.