

Hacia Dónde con los Medios: Reflexiones sobre Neoliberalismo y Comunicación

Lic. Elizaveta Martínez

Por: Elizaveta Martínez Mendoza¹

“Los focos del cambio de era se revelarán, no lo dudemos, múltiples, inesperados, diseminados por toda la superficie de la Tierra. Lo quiera o no, lo sepa o no, la humanidad ha entrado en su fase de mundialización, y la civilización por venir, si debe haber una, no puede ser más que planetaria. No queda por saber cuál será el atractivo: ¿la universalización del sistema actual, para mayor provecho de algunos o la expansión de los habitantes de la Tierra hacia la puesta en común de sus diferencias culturales”

(Jaques Robin)

En los años 80 era muy comentado el tema sobre la Tercera Guerra Mundial. Recuerdo cuando en la universidad acordábamos que ésta ya no iba a ser a través del uso de las armas nucleares o tipo ‘Guerra de las Galaxias’, sino que las armas empleadas serían los medios de comunicación. Hablábamos de “bombardeo de la comunicación”, todavía sin conocer lo que era Internet, y a penas familiarizándonos con el término *computadora*.

No alcanzábamos a percibir la magnitud de la tecnología, ni los propósitos neoliberales. Ni siquiera conocíamos el término, ni nos veíamos con hijo/as digitales que se pasan gran parte de su tiempo frente a la computadora, como muchos de nosotros lo hacíamos en nuestros años mozos frente a la TV, pero todavía éramos movilizados a través de las diversas ideologías, más concentradas en lo que eran los bloques socialista y la capitalista.

¹ Elizaveta Martínez Mendoza es Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la UNAM. Posee una especialidad en Enseñanza Superior por la Universidad La Salle. Catedrática en el área de comunicación en el Centro de Estudios Universitarios Arkos y miembro del Círculo de Calidad Docente de la misma institución. Colaboradora de la Revista Mexicana de Comunicación y de la Revista Contrapunto de El Salvador.



Un breve recorrido por la historia

Todo se gestó desde el siglo XVIII, con los principios básicos de Adam Smith sobre el Liberalismo:

- a) El individuo es la fuente de sus propios valores morales.
- b) El proceso de comercio e intercambio entre individuos tiene, tanto propiedades de eficacia para lograr el bienestar colectivo, como de exaltación de la libertad.
- c) El mercado es un orden espontáneo para la asignación de recursos; el intercambio entre las naciones no sólo acrecentará la riqueza mediante la división internacional del trabajo, sino que también tenderá a reducir las tensiones políticas y la guerra.

d)La política pública debería limitarse a atender las preocupaciones comunes de los ciudadanos como: la libertad, la seguridad, la justicia, etc.

Y ya para fines del siglo XIX, el liberalismo clásico entra en decadencia, dando patadas de ahogado con la propuesta keynesiana: “una demanda agregada insuficiente generará desempleo; la solución estaría en incrementar la inversión de las empresas o del gasto público, aunque para ello sea necesario tener un déficit presupuestario.” (Bejarano, 2010, p.1) Y esto predominó hasta mediados de los años 70 en nuestra “aldea global” occidental.

En los años 70 comienza a practicarse el término político-ideológico de *neoliberalismo*, derivado de la abreviación de *neoclassical liberalism*, haciendo referencia a una política económica con énfasis tecnocrático (tecnocracia: aquella burocracia creada en Estados Unidos que promueve una sociedad de abundancia) y macroeconómico, que considera contraproducente el excesivo intervencionismo estatal y defiende al libre mercado capitalista, como garante del equilibrio institucional y económico en un país.

En los años 80 avalan este concepto y lo realizan grandes mandatarios como Margaret Thatcher, la Dama de Hierro, como se le conoció a nivel mundial (Primera Ministra del Reino Unido), y el actor Ronald Reagan (presidente de los EUA), al grado de convencer al bloque socialista, representado por Mijaíl Gorbachov para ‘entrarle al pastel’ (recordemos que era gran amigo de la Thatcher). Y así, a partir de 1986 comienzan los cambios, la revolución en todos los países del Este.

En América Latina

Después de este brevísimo recuento histórico, hoy los países latinoamericanos estamos en la posición de pequeños consumidores; hormiguitas que a través de créditos, microcréditos y demás, adquirimos todos los bienes para nuestro “mejor bienestar”. Adquirimos una casa para pagarla en 10 ó casi veinte años, un auto que pagaremos durante unos tantos más, etcétera. Los neoliberales han notado una mayor ganancia en ello. De hecho, México se ubica como la tercera nación en el mundo (después de China y Brasil) más atractiva para marcas de franquicias extranjeras por el hecho de que despierta gran interés en los inversionistas la extensa población con la que cuenta (Rodríguez, 2010, 24 de febrero).

La educación ha pasado a ser un tema relevante en función de la generación de capital. Se han creado universidades a favor de grandes expectativas empresariales a nivel regional, en varios países. Las carreras que eligen estudiar nuestros hijos, por lo general, están enfocadas hacia lo técnico, lo ingenieril, las tecnologías de información y comunicación (tic’s), lo renovable, la mercadotecnia. Y otras carreras desaparecen o cambian de nombre. Quedarán así, en un futuro las carreras y especialidades que contribuyan al desarrollo neoliberal. Por lo general, la tecnología, desde la Revolución Industrial ha sido un benefactor para los industriales, hoy empresarios.

En TV se transmitió un dossier sobre las carreras que tendrán o tienen ya futuro. Las más destacadas son las relacionadas a la infraestructura: arquitectos, ingenieros de todo tipo; a la salud: doctores, enfermeras, cirujanos plásticos, etc. Así como a la alimentación: gastronomía y nutrición; y también se encuentra la Ecología. (Noticiero CNN en español, 2010).

El nuevo analfabetismo

Por otra parte, en la nueva sociedad padecemos de otro tipo de analfabetismo, me refiero a aquellos quienes quedan marginados frente a esta “civilización de la barbarie”, la nueva sociedad, como algunos grandes de la escuela de Frankfurt la caracterizan. Aquellos quienes no tienen acceso a la tecnología y viven mundos distintos; aquellos a quienes los civilizados bárbaros consideran ignorantes porque “no se han civilizado”, o los llaman “grupos vulnerables” que necesitan una mano para poder nadar entre los “civilizados”.

No saber manejar una computadora o no tener acceso a ella limita a gran parte de la población mundial. Este es un punto, pero existen otros, entre ellos que las generaciones actuales de las grandes urbes y de las zonas “civilizadas” nacieron con la cuestión digital, es decir, no se imaginan la vida sin computadora, sin juegos electrónicos, sin celulares. Es más ya casi ni ven TV.

Y entonces: ¿por qué los latinoamericanos, queremos vivir a la manera occidental - neoliberal? Mucho tiene que ver el bombardeo de información. En primer lugar, el periodismo ya perdió su ética casi por completo, al convertir a la información en una mercancía (con excepción de ciertos espacios que algunas personas conscientes han podido mantener de una u otra forma). Por lo general, los empresarios, a través de los medios de comunicación, principalmente a través de la TV, la radio y la internet, han inundado a los pueblos con

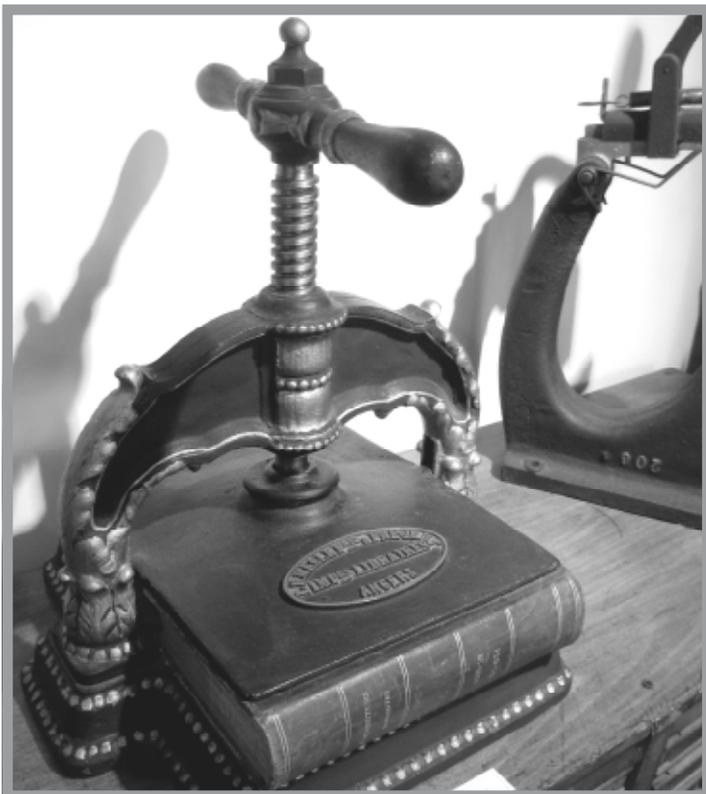
un cúmulo de información que promueve el consumismo (siguiendo y orientando los gustos de la población, las modas, la música y tantas otras cuestiones) supuestamente en seguimiento del lejano lema “mediante el beneficio individual alcanzar el beneficio de toda la sociedad”. Lema que pareciera estar cubriendo uno real, muy usado y practicado por tantos mandatarios en el mundo a través de la historia de la humanidad: “el fin justifica los medios”.

La información es un producto muy consumible, que a juzgar por el comportamiento de los *mass media*, mientras más amarillista mejor, más *raiting*. De hecho, todo lo que alcance un mayor *raiting*, por más banal que sea, es lo que se explota, se transmite y se da al público, contribuyendo a la “cultura de masas”. Si las masas quieren música banda, reggaetón o cualquier otra música, eso tendrán por las principales cadenas televisivas que ya conocemos y que concentran el monopolio en nuestros países latinoamericanos. Si quieren programas matutinos para amas de casa llenos de chismes sobre los actores y actrices eso es lo que explotarán estos empresarios. Y así, las redes del consumo quedan planteadas para la ciudadanía, sin olvidar que cada uno de nosotros contribuye a generarlas a partir de nuestras ‘necesidades’ que son observadas por las empresas, los *mass media*, nuestros gobiernos...

La comunicación se relaciona con el bombardeo de imágenes (en televisión, por ejemplo) a través de los comerciales (pasan 20 entre intermedio), nos vemos inundados de discursos persuasivos para motivar el consumo en diversos ámbitos de la vida (súperes, para comprar bebidas, comida chatarra, condones, gels, pañales, tecnología, cosméticos, moda y un sinfín de chácharas; así como todo tipo de empresas

están prestas a ofrecer 'soluciones a las necesidades'. Los juguetes, por ejemplo, son un incentivo para distraer a nuestros hijos e inculcarles tipos de vida "barbie". Ojo: hoy los juguetes son celulares, videojuegos, ipods, reproductores MP3; que muchos padres de familia usan para cubrir el vacío sentimental, la atención y tiempo faltante hacia sus hijos, ya que en esta "aldea global" pasamos más tiempo en el trabajo que con ellos).

Los comerciales tienen también mucho que ver con nuestra apariencia física: gracias a ello tenemos nuevas problemáticas de salud como la anorexia y la bulimia. Además, las personas que manejan internet, tienen nuevas oportunidades de conocer más y más gente; lo cual también abre puertas para el aumento de la paidofilia y venta de drogas o cualquier otra sustancia o medicamento, trata de blancas y tantas otras cuestiones terribles. A tal grado ha llegado la situación, que los gobiernos hoy en día están muy preocupados por sus gorditos, por la obesidad, ya que les perjudica en la economía nacional y en la pérdida de fuerza de trabajo.



Tengamos en cuenta que la modernidad comunicacional en los países latinoamericanos está en manos del monopolio privado (aunque recordemos que por ley está prohibido en México) y no como en los países de primer mundo donde se desarrolla la libre competencia. "Con dinero baila el perro" decimos los mexicanos. Y en efecto, ahí tenemos los grandes conciertos culturales de la principal cadena televisiva en México realizados en zonas arqueológicas, cuyas pirámides ya han sido dañadas porque han tenido que derrumbar muros de éstas para colocar los aparatos de sonido y luz. ¡Y las autoridades lo permiten!

En las telenovelas encontramos en los guiones, diálogos como el siguiente: "por favor patrona, ayúdenos a promover este lugar para que los turistas vengan y podamos venderles nuestra artesanía; usted es dueña de estas tierras, usted puede hacerlo". Y la patrona millonaria contesta: "No sé, déjenme ver...pero en lo que pueda los apoyaré".

Parecemos, pero no somos

La publicidad y el consumismo nos han llevado a los latinoamericanos a generar un estilo de vida donde tenemos como resultado de: la mezcla de gringa con guadalupano, varios productos de apariencia. Parecemos, pero no somos; vivimos en una falacia. Cinco son los conceptos que se confrontan: la mimesis (al imitar lo del exterior), la cultura mestiza (la religión y nuestras tradiciones y culturas milenarias), lo elitista (el confort), lo populista (la raza, como decimos en México) y el racismo.

Los empresarios han entrado al dominio de nuestras vidas en todos los aspectos. El

“american way of life” se consolida cada vez más como ideal a seguir. Sólo que para nosotros los latinoamericanos, queda en la parte mimética, nos quieren convertir en países achichincles, en sociedades de chácharas, fomentándonos el individualismo, la competitividad y el encerramiento.

La cultura y la ciencia son los rubros más abandonados cuando se trata de presupuestos. Eso no genera ganancia inmediata. No mencionamos a la educación porque, como verán, las carreras ya se realizan en menos tiempo (antes en 4 años, ahora en tres) y existe un número extenso de formas para poder titularse. Esto con la idea de generar fuerza de trabajo de calidad en regiones, por ejemplo, donde se fomenta el turismo, para mayor generación de ganancia.



Las personas que integran estos rubros: cultura, ciencia, educación, son las que podrán servir de guías a las nuevas generaciones: los maestros por su parte guiar a los alumnos en el uso de los medios de comunicación, convertirse en educadores (Kaplún, 1998); que aprendan a manipular a los aparatos y no los aparatos a ellos. Los científicos, guiar a las poblaciones en la conservación de nuestro planeta y no en su explotación desmedida, generar cultura ambiental, por ejemplo, y tantos otros rubros en los cuales podrían contribuir. Los artistas, pintores, escritores: generar conciencia respecto a nuestro mundo, nuestro contexto, nuestro planeta, rescatar los valores, nuestra esencia como seres humanos, nuestras culturas milenarias. Los padres de familia, actualizarnos, adoptar la tecnología, pero de manera productiva y no dejar solos a nuestros hijo/as en la selva de competencias e intereses materiales.

Hay mucho trabajo por hacer, entonces...¡manos a la obra! Bien lo dijo Marx: “El mundo se ha debilitado entre lo público y lo privado.”

Bibliografía

Kaplún, Mario (1998). Una pedagogía de la comunicación, Proyecto Didáctico Quirón. Ediciones de la Torre.
 Rodríguez, A. (2010, 24 de febrero). Marcas extranjeras con la mirada en México. El Financiero, pp 20/A.

Noticiero CNN en español, febrero de 2010.

Bejarano (2010) ¿Qué es el neoliberalismo? Universidad de Málaga. Disponible en:

<http://www.eumed.net/coursecon/textos/bej-liberalismo.htm>