

Enrique Brito Velázquez

A lo largo de la historia de la humanidad encontramos una constante: el enfrentamiento en diferentes formas de los gobernantes y poderosos con sus respectivos pueblos. Prácticamente todos los imperios se construyeron sobre las espaldas de sus pueblos. Por eso se han dado las revoluciones. La revolución mexicana, la francesa o la rusa fueron expresión del sentimiento popular de no aceptar el abuso del poder político y económico. La figura del Quijote, la de Gandhi o la de Cristo son valoradas universalmente porque representan a un ser humano excepcional, que siendo líder, voluntariamente se entrega al servicio del pueblo, de los pobres, de los “sin voz”, y se enfrenta a los que se han aprovechado del poder, sin buscar ningún interés personal.

Si revisamos la historia reciente de los países de América Latina, encontramos que la mayor parte de los gobernantes, desde los dictadores hasta los elegidos en procesos considerados democráticos, no representan ni defienden los intereses de sus pueblos, sino los de los poderes económicos y políticos transnacionales. De ahí surgen las tensiones y levantamientos. En el caso de México, Salinas y Zedillo descaradamente gobernaron para los grandes empresarios y los intereses de Estados Unidos. El Presidente Fox ha expresado con toda claridad que el suyo es un gobierno de empresarios para empresarios. Podemos entender que existe una “guerra fría” entre gobiernos y pueblo, entre ricos y pobres.

¿De qué globalización hablamos?

Nos referiremos de manera general a un proceso que ya estamos experimentando, que alude a la universalidad y rapidez de la comunicación a través de diferentes medios electrónicos, como la televisión, el radio y la internet, que nos permiten “entrar” de alguna manera en cualquier parte del mundo a cualquier hora; y a la desaparición de fronteras también en el mundo de la economía, como sucede en los intercambios intermitentes de enormes sumas de dinero a través de la Bolsa, de cualquier país a cualquier país. Se habla del “mercado libre”, sin que se explicita lo que eso significa, es decir, para quién es “libre” y a quién beneficia.

Esta globalización es un fenómeno que ya existe, y no es un hecho fortuito, sino planeado y diseñado cuidadosamente por las grandes potencias políticas y económicas, a costa de la mayoría popular, que no

participa ni en su diseño ni en sus beneficios, pero sí en el esfuerzo necesario para que exista. Algunos la ven y la promueven como el camino que llevará la prosperidad a todas partes, en un futuro no precisado. Otros —que somos más, aunque con menos poder—, al analizarla como se da en la realidad y no en la discusión, encontramos que conduce inexorablemente al empobrecimiento de los pueblos menos poderosos y también de importantes grupos de población en los países más desarrollados.

A mi juicio, llamar “globalización” al fenómeno que vivimos es una falsedad. Una globalización verdadera implica al menos dos condiciones, a saber, que exista participación de todos los involucrados, tanto en la toma de decisiones como en los beneficios del proceso. Sin embargo, la realidad es que las decisiones las toman sólo unos cuantos gobiernos o grandes empresas y los beneficios son particularmente para ellos. Por tanto, se trata más bien de un oligopolio transnacional que de una mundialización.

Podemos distinguir al menos tres tipos o aspectos de globalización: la económica, la política y la sociocultural, y en las tres debieran darse las condiciones señaladas en el párrafo anterior.

La globalización económica, que es la dominante, se refiere principalmente al mercado y a las finanzas. Supone la eliminación de barreras comerciales entre países, lo que da lugar a un mercado libre, que en la práctica sólo es libre para unos —los más fuertes— y que beneficia siempre a los más fuertes. Incluye también intercambios financieros sin fronteras, sobre todo a través de la Bolsa de Valores, que diariamente mueve miles y miles de millones de dólares por todo el mundo, con ganancias para unos cuantos. La globalización económica sí afecta a todo el mundo, pero no beneficia a todo el mundo.

La globalización política implicaría también la participación de todos en las decisiones que afectan a todos, pero a nivel mundial las decisiones necesariamente están en manos de los más poderosos, sin participación de los menos fuertes. Una expresión clara es lo que sucede en Naciones Unidas, donde los seis países más poderosos tienen capacidad de vetar cualquier decisión, aunque haya sido aprobada por las otras ciento y pico de naciones.

* Una primera versión de este ensayo fue presentada en el seminario “Globalización, Comunicación e Integración Latinoamericana”, organizado por el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades – CEIICH de la Universidad Nacional Autónoma de México los días 24 y 25 de octubre de 2002, en el marco de su *Proyecto América Latina*.

El inicio de la era de la comunicación, ya basada en los adelantos tecnológicos y con posibilidad de uso común, se sitúa a principios del siglo XX

En el aspecto sociocultural, la globalización significa la presencia de algunos valores fundamentales, modos de pensar y de actuar aceptados universalmente. Tal vez en este aspecto es en el que encontramos que se realizan mejor las dos condiciones señaladas. Una manifestación puede ser la Declaración Universal de Derechos Humanos, reconocida por todos los países y que efectivamente beneficia a todos; sin embargo, en la interpretación de estos derechos existen diferencias esenciales, como por ejemplo, en lo relativo a los derechos de los migrantes, o a las funciones propias de la mujer en cada sociedad.

De todo lo anterior concluimos que lo que realmente se da en nuestro mundo es una aparente globalización que encubre un verdadero oligopolio en el comercio, las finanzas, las decisiones políticas importantes, que no beneficia a todos, y que únicamente en el aspecto sociocultural hay un inicio de globalización real.

La comunicación

Por lo que se refiere a la comunicación, trataré fundamentalmente de responder a la siguiente pregunta: ¿qué podemos esperar de la comunicación en el marco de la globalización, como estrategia para la integración de América Latina? Comencemos por recordar que si bien la comunicación como fenómeno humano es tan antigua como los seres humanos, lo que ahora se entiende por comunicación, la que se da a través de los medios electrónicos, es algo muy reciente.

Hace sólo cien años el mundo era muy diferente. Lo que ahora forma parte de la vida cotidiana y prácticamente nos resulta indispensable, como el teléfono, el radio, el cine y la televisión, no formaban parte de los instrumentos que acompañaban a las personas, familias, empresas, escuelas, etcétera.

El inicio de la era de la comunicación, ya basada en los adelantos tecnológicos y con posibilidad de uso común, se sitúa a principios del siglo XX. El cine aparece en 1895, pero es hasta después de la 1ª Guerra Mundial cuando se difunde su uso y comienza a estar a disposición de mayores grupos de población. En México se populariza durante los años 40. En el mismo periodo se extiende el uso del radio, muy utilizado durante la 2ª Guerra Mundial para información y propaganda política. La televisión sólo se comercializa en la década de los años 50. El medio más antiguo es la prensa, que funcionaba desde el siglo XIX

aunque en tirajes reducidos, y es también en el siglo XX cuando crece y se diversifica enormemente. Muy pronto se percibió a la prensa y la radio como medios eficaces para incidir en la opinión pública.

En 1927 Harold Lasswell, uno de los iniciadores del estudio científico de la comunicación, escribió lo siguiente:

La propaganda es uno de los instrumentos más poderosos del mundo moderno. Las pequeñas tribus primitivas pueden amalgamar a los miembros heterogéneos en una unidad de combate recurriendo a un tambor y al ritmo endiablado de la danza... En la gran sociedad esto ya no es posible; se necesita un instrumento nuevo y más sutil para unir a miles, o incluso millones de seres humanos en una masa coherente de odio, de deseo y de esperanza. Es la nueva llama que ha de cerrar la herida del disenso, y templar el acero del entusiasmo belicoso. Este nuevo yunque de la solidaridad social se denomina propaganda.

Lasswell pensaba en la prensa y, sobre todo, en la radio, que fueron utilizados en los años siguientes tanto para las campañas electorales como para promover la imagen de los Estados Unidos en el combate de la Guerra Mundial, y en la propaganda comercial para ampliar la demanda de los bienes producidos a gran escala gracias a la revolución industrial. Así nace la sociedad de consumo que se ha "mundializado".

En Alemania sucedió algo semejante. En 1933, Joseph Goebbels organizó el Ministerio de la Propaganda y le señaló como objetivo "la remodelación de los espíritus", en el sentido de hacer que la gente pensara y quisiera lo que se le propusiera a través de la propaganda. Para ello definió cinco sectores, a saber: radio, prensa, cine, teatro y orientación general de la propaganda, que era el órgano de planeación y coordinación de los medios.

Como se ve, en el nacimiento mismo de la era de las comunicaciones masivas los poderes políticos y económicos descubren su capacidad para manipular a la población. Por ello, tanto en Estados Unidos como en Alemania concluyen que es conveniente que esos medios queden en manos de un grupo selecto que decidirá su uso.

Cuando en los años 50 aparece la televisión, corre exactamente la misma suerte que la radio, el cine y la prensa, pero todavía con mayor polarización, ya que hay más posibilidades de crear un periódico, revista o estación radiofónica, mientras que establecer un canal de televisión requiere mucho más recursos.

Ante estos hechos, en Francia se origina una corriente de dura crítica que condena por igual al fascismo alemán y al capitalismo militante de Norteamérica. Serguei Chayotin, inmigrante de origen ruso, publica un libro, *La violación de las multitudes por la propaganda política*, que luego es traducido al inglés, y que critica el uso manipulador de los medios.

Hollywood y CNN diseñan cuidadosamente lo que el mundo necesita y debe saber, pensar y querer, y lo que no

Al examinar lo que ocurre hoy en México y en el mundo, cincuenta años después, encontramos que en lo referente al control, uso y propiedad de los medios, se continúa el mismo fenómeno, pero más agudizado y polarizado, pues ahora unos cuantos productores de cine y redes de televisión cubren el mundo y controlan la información y la diversión. Hollywood y CNN diseñan cuidadosamente lo que el mundo necesita y debe saber, pensar y querer, y lo que no. Lo que “le conviene”, desde comer y beber, hasta el sistema político y económico por el que democráticamente hay que votar.

Nuestros países latinoamericanos consumen más coca cola que cualquier bebida nacional, y más películas y programas televisivos norteamericanos que propios. Como ejemplo, vayan estos datos correspondientes al domingo 20 de septiembre del 2002 en la Ciudad de México:

En los cines se exhibieron 45 diversas películas, 4 de América Latina, 5 mexicanas, 1 de India, 8 europeas y 27 (60%) norteamericanas. En los canales de Televisión, la empresa mexicana más importante programó ese día en sus diferentes canales 49 diversos programas. De ellos 30 procedentes de USA, 13 mexicanos y 6 deportivos. Nuevamente el 60% de los programas son norteamericanos.

Como decía anteriormente, esto no es casualidad, sino un plan diseñado y operado cuidadosamente desde hace muchos años. Se trata de una política pública científicamente fundamentada. En 1928, Edward Beinays, en su libro *Propaganda*, editado en Nueva York, escribía:

Si comprendemos los mecanismos y los móviles propios del funcionamiento del espíritu de grupo, resulta posible controlar y encauzar a la masa según nuestro deseo y sin que sean conscientes de ello [...] La manipulación consciente e inteligente de los hábitos y de las opiniones organizadas de las masas es un elemento importante en una sociedad democrática. Quienes manipulan este mecanismo invisible de la sociedad constituyen un gobierno invisible, que es el verdadero poder dirigente de nuestro país [...] Son las minorías inteligentes las que deben de hacer uso sistemático y continuo de la propaganda.

Como puede verse, hay una conciencia clara del poder manipulador de los medios y una voluntad política deliberada de manipularla para controlar los gustos, deseos y opiniones de las multitudes. La manera en que Bush y compañía manipulan la información con el tema del terrorismo y la guerra contra Irak para imponer en el mundo toda una serie de medidas de control, se deriva naturalmente de esa teoría.

El cine, el radio, la televisión y la posibilidad de imprimir en forma simultánea, en distintas ciudades y países, varias revistas y periódicos con el fin de procurar en el mismo día una distribución nacional e internacional

uniforme, han contribuido por primera vez en la historia de la humanidad a que una serie común de imágenes, ideas y posibilidades de diversión se presenten a un mismo tiempo a un público constituido por millones de personas, a través de los medios de comunicación de masas. Sabemos que lo que se recibe como entretenimiento no opone resistencia.

Este es el mundo real de la comunicación que ahora existe en el mundo, en México y en América Latina. Repetimos la pregunta: ¿qué podemos esperar de la comunicación hoy para la integración de América Latina?

La integración de América Latina

Lo primero que se impone es reconocer que ya existe una cierta integración creada por los poderes políticos y económicos. Los gobernantes de nuestros países —con muy pocas y honrosas excepciones— están todos “alineados” con las políticas y dictados del gobierno de Estados Unidos, Fondo Monetario Internacional y Banco Mundial. Se integraron al proyecto de sociedad y de mundo diseñado e impuesto por Estados Unidos. Esta integración responde a los intereses de esas superpotencias, pero no a los de nuestros países. No se pretende responder a las necesidades básicas de la población, como son el trabajo, la salud, la educación, la vivienda, la alimentación, el descanso; sino a despojar a la población de los recursos que puedan tener a través del consumismo promovido por el “mercado libre”. Tome coca cola, aunque le haga daño.

El modelo económico vigente es el mismo en todos los países —con excepción de Cuba—, con las mismas recetas y principios, y con los mismos efectos: pauperización de la mayoría, enriquecimiento de unos pocos en cada país, transferencia de la mayor parte de las ganancias fuera del país a través de las transacciones y pago de la deuda externa. Los poderes políticos están al servicio de la economía transnacional, a costa del propio país.

Si volvemos la mirada al sistema de comunicación, encontramos que también en ese aspecto se da ya cierto tipo de integración regional, que fortalece a la política y la economía, y depende de ellas: todos nuestros países reciben la misma información manipulada, la misma visión política, la misma publicidad comercial, las mismas oportunidades de diversión, los mismos estímulos para actuar... sólo que la uniformidad no procede de los pueblos, sino de las mismas potencias económicas y políticas, con sus valores, sus objetivos e intereses.

Los ciudadanos organizados, es decir, la sociedad civil, son quienes pueden plantear y empujar un nuevo proyecto de país y de región

Ante esa estructura tan sólida y potente parecería que no hay más alternativa que aceptar y acomodarse a las circunstancias. Sin embargo, si buscamos cuál es la causa fundamental de la globalización que vivimos, me parece que la encontramos en la actitud pasiva, de aceptación y sumisión por parte de la población, que no participa en la vida pública como verdaderos ciudadanos. A lo más, acuden a depositar su voto en las elecciones para gobernantes, y no vuelven a actuar hasta la siguiente elección.

Pero veo con esperanza que tanto a nivel nacional como internacional van apareciendo movimientos ciudadanos cada vez más fuertes. Las manifestaciones internacionales contra la globalización se han dado en varios países de Europa, en Canadá, en EU y en América Latina, no sólo para protestar, sino para trabajar en propuestas de políticas socioeconómicas que nos permitan crear una sociedad nueva. “Otro mundo es posible”, es la bandera que se levanta. Y a nivel latinoamericano, es esperanzador ver lo que sucede en Brasil en el tiempo de Lula, que representa precisamente “que otro Brasil es posible”, la valiente actuación de Kirchner en Argentina y las luchas a muerte en Venezuela entre quienes buscan nuevos caminos y los que siguen las órdenes de Bush.

La esperanza está en la conciencia y acción ciudadanas, que es el motor que lograría que pasemos de ser pueblos de súbditos a naciones de ciudadanos. Y la conciencia ciudadana no se da por casualidad, es necesario formarla. Se forma a través de una educación crítica y creativa en la familia, en la escuela y en la comunidad. Entiendo por educación crítica la que enseña a observar la realidad tal como es, a analizarla, a ponerla a prueba, a distinguir lo blanco de lo negro y de lo gris, la que busca comprender los efectos y sus causas. Así puede darse una actitud creativa, que no se conforme con la sociedad como es, sino que se crea capaz de colaborar para cambiarla y de comprometerse a hacerlo.

La conciencia ciudadana supone renovarse a sí mismo como persona, con su dignidad y sus defectos y obligaciones, y como parte de un algo más grande que es su comunidad, su sociedad, su nación y por lo mismo corresponsable con los demás de lo que es su comunidad y su país. Así se fortalecerá la sociedad civil, entendida como el conjunto de ciudadanos organizados para actuar en el campo de lo público, por el bien común, sin intereses de lucro y con independencia del gobierno y de los partidos políticos. Los ciudadanos organizados, es decir, la

sociedad civil, son quienes pueden plantear y empujar un nuevo proyecto de país y de región.

Por lo que toca a la comunicación, si bien es cierto que es muy difícil modificar a los actuales emisores de mensajes, por lo dicho anteriormente, en cambio hay grandes posibilidades de que los receptores cambiemos, y de hecho se notan ya cambios importantes debido precisamente a una actitud crítica ante aquellos. No creemos todo lo que nos dicen, porque se ha ido formando una desconfianza ante quienes nos presentan un mundo ideal, muy diferente al mundo en que vivimos. La educación crítica también modifica la actitud de los receptores y promueve que nos convirtamos en actores sociales activos.

Marshall McLuhan afirmaba en 1974: “a la velocidad del instante las audiencias se transforman en actores y los espectadores se convierten en participantes. En la nave Tierra o la aldea global, la audiencia y la tripulación se convierten en actores, en productores antes que en comunidades... la posibilidad de la participación pública se convierte en una especie de canto de sirenas del hambre de evolución”.

Su proyección resultó un tanto irreal, en cuanto que son muchos los simples espectadores pasivos, pero expresa la posibilidad que se tiene de convertirse en actores. Otros investigadores coinciden en que los medios masivos dieron lugar a la rebelión juvenil, a los movimientos feministas, al deseo de consumo, a la responsabilidad social ante sucesos importantes que suceden en cualquier parte del mundo... o sea, al nacimiento de una nueva sociedad. En el caso de México, somos testigos de lo que a nivel nacional e internacional han podido influir los zapatistas a través del uso tecnológicamente limitado, pero muy sabiamente usado del internet.

Finalmente, conviene destacar que si en lo económico y político los poderosos han tomado ventaja, en lo cultural existen elementos muy profundos que permiten la existencia de lazos de solidaridad, simpatía e ideales comunes entre nuestros pueblos. La lengua, la historia, la música, el baile, el fútbol nos acercan y constituyen un marco favorable para que construyamos un proyecto común de sociedad y luchemos por crearla. ☐

Enrique Brito Velázquez. Mexicano, licenciado en filosofía y letras y en sociología, maestro en demografía y doctor en sociología. Ha impartido cátedra en la UNAM, el Colegio de México, la Universidad Iberoamericana y el Centro Universitario México – DES, de cuya Escuela de Comunicación Educativa fue director. Actualmente, es coordinador de la Escuela de Comunicación y Cultura de la Universidad de la Ciudad de México y coordinador general del Foro de Apoyo Mutuo (FAM).