

Sobre los Medios de Comunicación (por Nelson Julio Astegher)

Prof. Nelson Julio Astegher

Licenciado en Matemáticas por la Universidad Nacional del Sur, Argentina (1984), egresado en Pedagogía Universitaria por el Instituto Superior del Profesorado de Rosario, Argentina (1986), Master en Pedagogía por la Universidad de Puebla, México (1989), ex director de la Sociedad Cultural Mexicana y actual director del Instituto ICEP de Enseñanza y de Investigaciones de Rosario, Argentina.

Noam Chomsky, autor de más de ochenta libros, visitó la Argentina invitado por la Universidad de Buenos Aires brindando una serie de interesantísimas conferencias charlas y seminarios. Una de ellas tuvo lugar en el remozado teatro del Pueblo en la ciudad de Buenos Aires. Allí entre otros conceptos el pensador norteamericano desarrolló sus puntos de vista en torno de lo que él entiende como sistema de propaganda.

En su libro FABRICANDO EL CONSENSO, editado en 1988, Chomsky denunciaba a los medios masivos de inventar un consenso cuyo objetivo primordial es controlar a la población. En aquél trabajo señalaba que el 50% de los medios masivos estaban en manos de veintitrés corporaciones. A más de una década de aquellas consideraciones Chomsky advierte hoy que en poco tiempo más habrá tres o cuatro corporaciones internacionales controlando la mayoría de los medios en todo el mundo. El profesor del Instituto Tecnológico de Massachussets, creó una nueva imagen para hablar de esta fabricación de consenso que es el sistema de propaganda que se impone en su país.

La reciente elección en los Estados Unidos es un ejemplo de esto que Chomsky señala. El lingüista cuenta que en una encuesta que se viene realizando desde hace años y en la que se pregunta al entrevistado para quien trabaja el gobierno, usualmente daba como resultado que el 50% de los entrevistados creía que lo hacía para unas pocas personas; este último año esta cifra trepó al 93%, es decir, la población, sostiene Chomsky, se da cuenta de que el gobierno no trabaja para ellos, sino para las grandes corporaciones, es por esto que sólo el 45% del padrón electoral votó en las elecciones presidenciales.

Esto significa que el 55% del electorado no cree que votando pueda cambiar las cosas. La política se convirtió en un sistema de marketing donde no importan las ideas sino la calidad de los shows y es así como funciona el sistema de propaganda que evidentemente triunfa en el país del norte, al igual sostiene Chomsky que en la Alemania de Hitler con el sistema de propaganda de Goebbels. Para evitar esto postula el lingüista, los medios deben ser desarmados como cualquier poder, deben ser puestos bajo el control popular y sus temas no deben ser impuestos por los avisadores, o los dueños o los inversores. Esto sería una verdadera democracia. No es una exageración decir que a los esfuerzos dedicados a controlar nuestras vidas son una cuestión periódica en la historia del mundo, con especial énfasis en los últimos años, escenario de grandes cambios en las relaciones humanas y en el orden mundial.

Ya en el siglo XX, la gran masa de ciudadanos es evaluada como "ignorante y maleducada, la que "se mete en todo", su papel es el de "espectadores", no de "participantes", excepto durante esas oportunidades periódicas en que hay que elegir entre los responsables del poder económico privado, establishments como se conoce habitualmente o la oligarquía, realidad de nuestro país, y muchos países latinoamericanos. Es lo que se ha dado en llamar elecciones. Durante las elecciones, la opinión pública es considerada esencialmente irrelevante si entra en conflicto con las peticiones de la minoría opulenta que posee al país. Un ejemplo concluyente, y hay muchos, tiene que ver con el orden económico inter-nacional, con los llamados acuerdos comerciales. La población, en general, se opone sin moderadores a la mayor parte de estas cosas, tal como ponen claramente de manifiesto las encuestas, pero estas cuestiones no aparecen durante las elecciones. No aparecen porque los centros de poder, la minoría opulenta, permanece unida ante la defensa de la institucionalización de un particular orden socioeconómico. Así que estas cuestiones no aparecen. Lo que se discute no les preocupa en exceso.

Esto es muy normal, y toma sentido a partir de la admisión de que el papel del ciudadano, como iletrado y consentido que se mete en todo, implica que debe ser reducido al de espectador. Si la ciudadanía, como sucede

amenudo, intenta organizarse y encajarse en política para participar, para presionar a favor de sus preocupaciones, entonces surge un problema.

Rápidamente el poder denuncia que eso no es democracia, es "una crisis de la democracia" y hay que superarla por todos los medios, extinguiendo lo que corresponda. Todas estas reseñas son de fuentes liberales, del ala progresista del abanico ideológico que ostenta el poder, por no decir las corporaciones, pero los principios son decididamente los mismos.

Los últimos treinta y cinco años han sido una de esas etapas, que llegan de vez en cuando, como importante cruzada dirigida para intentar superar lo que se percibe como "la gran crisis de la democracia" y para someter al ciudadano a su papel indiferente, pasivo y de sumiso espectador. Esta, es nuestra política. La clase trabajadora en nuestro país se opuso al retorno de los principios conservadores creados por el liberalismo en el sistema industrial, y reclamó que aquellos que trabajaban en las fábricas las debían poseer, evocando el espíritu democrático representativo.

Denunciaron lo que llamaron el "nuevo espíritu de la época": "prosperarse y dejar de lado todo menos a uno mismo", una visión despreciable de la vida humana que debía ser inculcada en el pensamiento de la gente sin escatimar energías, lo que de hecho ha ocurrido durante años. Nuestra vida está condicionada mucho más de lo que creemos por una aceptación total de conceptos que parecen lógicos y verdaderos. El hombre, no importe cual sea su condición, ocupación o tarea, es naturalmente un filósofo y no puede dejar de serlo aunque se lo proponga.

Lo que ocurre es que su filosofía, la de la generalidad de los hombres, es la que otros pensaron por él y está constituida por el repertorio más o menos amplio de ideas y valoraciones con las cuales cuenta y desde las cuales vive, sin reparar en ellas, sin preocuparse por saber de donde le vienen ni qué significan. Así se forman opiniones, criterios y consensos, para crear un hombre Light, indiferente a la temática social, socavado por el deseo entronizado de ser un consumidor compulsivo, y para, fundamentalmente globalizarnos mejor.

La fórmula adecuada que da la solución al problema es, pues, la siguiente: es necesario que el interés coincida con el deber para que los intereses particulares y el interés general sean salvaguardados y para evitar que la quiebra del dinamismo social, zahiera al dato esencial de todas las doctrinas económicas: el hombre.