

INFLUJO CULTURAL DE EEUU EN EL TERCER MUNDO

SYED HUSIN ALÍ

Universidad de Kuala Lumpur, Malasia

Cada mañana antes de salir para el trabajo, hojeo los Periódicos locales comenzando por las noticias extranjeras, que provienen fundamentalmente de las agencias noticiosas. Por la tarde, veo en el televisor los reportajes sobre los acontecimientos en el mundo, la mayoría de los cuales probablemente ya han sido televisados para el público norteamericano. A veces me quedo para ver una o dos películas, que inevitablemente proceden de EEUU. Durante la proyección, debo tolerar las repetidas interrupciones con anuncios de cigarros u otros productos de las multinacionales norteamericanas que patrocinan las películas... En realidad, los medios de prensa norteamericanos tienen un gran impacto en mi vida personal. Estoy seguro que también lo tienen en las vidas de millones de personas en todo el Tercer Mundo.

EEUU ejerce una tremenda influencia en los países subdesarrollados a través de los de difusión masiva: televisión, radio, periódicos, revistas y libros.

La prensa norteamericana desempeña muchas funciones importantes fuera de sus fronteras. Informa y de una manera u otra todos dependemos de ella. En el Tercer Mundo, las élites nacionales dependen casi totalmente de los medios de difusión masiva norteamericanos, mientras sus pueblos ven, escuchan y leen sólo lo que dichas élites consideran conveniente.

Aunque en EEUU los medios de difusión masiva no están dominados por una única corporación, las tendencias sugieren una creciente concentración de la propiedad. Se ha indicado que en 1945, por ejemplo, el 80% de los diarios eran de propiedad Independiente, pero ya para 1987 la proporción casi se había revertido: 72% pertenecía a corporaciones y 15 de éstas controlaban la mayor parte del negocio.

A los pies del poder y de los intereses económicos

La historia ha mostrado cómo la prensa norteamericana sirvió desvergonzadamente al *McCarthyismo* en la cacería de norteamericanos radicales, y más tarde se arrodilló ante el *Hooverismo* para perseguir a los activistas de los movimientos negro y por la paz. La mayoría de los medios de prensa en ese país estuvieron ligados a la promoción de la guerra fría en diferentes momentos de su historia, y a la justificación de las agresiones de EEUU en varias zonas del mundo. En cooperación con el

gobierno, trataron de ocultar en un inicio las verdaderas intenciones norteamericanas en el episodio de Playa Girón, distorsionaron los hechos durante la guerra de Viet Nam, alabaron el desembarco de los marines en la pequeña isla de Granada...

Somos cautivos de las actitudes políticas de EEUU, exportadas por sus medios de prensa, cuando escuchamos en ellos lo relativo a las maldades de sus enemigos y las bondades de sus amigos. En una época los héroes fueron Chiang Kai Shek, Shyngman Rhee; después fueron Park Chung Hee y el Sha de Persia. Ahora EEUU tiene una cuadrilla nueva de amargos héroes.

De los "malos" oímos sólo acerca de las maldades de Khomeini, los fracasos económicos de Cuba, la falta de democracia en Nicaragua, y muy poco sobre las monstruosas tiranías que EEUU secundaba en Suramérica. Ahora, como en el pasado, la prensa se suma al continuo esfuerzo por desacreditar a líderes y gobiernos del Tercer Mundo que no están tan dispuestos a ser sirvientes de EEUU, y se oponen a sus políticas, incluso en temas como Palestina o las armas nucleares.

Se sabe que la prensa ha sido utilizada en intentos de desestabilizar a muchos estados disidentes en el Tercer Mundo, en ocasiones para reemplazar a algunos de sus líderes legítimamente electos, por otros más proestadounidenses. Parece como si EEUU se hallara siempre deseoso de ver su propia imagen en tantos países del Tercer mundo como sea posible; pero Cuba y Vietnam, por ejemplo, también le han demostrado que no siempre puede hacer su voluntad.

Otra cara de la prensa

Está claro que en el mantenimiento del *statu quo* político-económico la prensa norteamericana ha tenido una notoria responsabilidad apoyando y estimulando políticas y acciones gubernamentales. Pero se reconoce que ocasionalmente desempeña otros roles que pueden tener un impacto positivo en el Tercer Mundo. Hay escritores, periodistas, editores, y radiodifusores que defienden valores nobles como la libertad, la justicia, la independencia y la verdad. Estos valores han nutrido la tradición revolucionaria norteamericana, alentados por los padres fundadores de esa nación y recogidas en su Constitución.

Los herederos de esos valores han sido capaces, pese

a todo tipo de represiones, de generar algunos de los más relevantes modelos de periodismo comprometido. Uno de los grandes ejemplos de ello, el periodista Joseph Pulitzer, proclamó una “declaración de principios”, que fue fustigada por los censores del periódico al que se hallaba asociado. Hela aquí:

-Lucha siempre por el progreso y la reforma. Nunca tolere la injusticia o la corrupción. Lucha siempre contra los demagogos de todos los partidos. Nunca pertenezcas a ningún partido. Siempre oponte a las clases privilegiadas y a los saqueadores públicos. Que nunca te falte la compasión hacia el pobre. Mantente siempre consagrado al bienestar público. Nunca te sientas satisfecho con la simple publicación de la noticia. Sé siempre drásticamente independiente. Nunca tengas temor de atacar lo mal hecho, ya sea por parte de la plutocracia depredadora o de la pobreza depredadora.

Hoy día, en los países subdesarrollados frecuentemente es el Estado quien controla los medios de prensa y éstos funcionan fundamentalmente para legitimar a las clases dominantes. Aunque por lo general se proclaman libres, en realidad están asfixiados por leyes y regulaciones que se burlan de esa proclamación.

A los escritores y periodistas leales a aquellos valores se les hace difícil, si no peligroso, ejercer sus derechos y responsabilidades. Para lograrlo, no tendrían más alternativa que criticar a sus propios gobiernos autoritarios. Inevitablemente, afrontarían las amenazantes consecuencias derivadas de sus acciones.

En EEUU, una pequeña casta de escritores, periodistas y difusores de radio y televisión han demostrado coraje y objetividad en la denuncia de todo tipo de perversidades cometidas en su país y en otras áreas del mundo. La manera en que realizan ese trabajo refleja el espíritu de la “declaración de Pulitzer”. Su labor posee un considerable impacto en el Tercer Mundo, no sólo por sus revelaciones, sino por la valentía, dedicación y excelencia probadas en lo que escriben y reportan.

¿Cuál es el impacto social y cultural de los medios?

La televisión parece poseer ahí un papel más preponderante que el de la prensa escrita. Las transmisiones en vivo de los últimos sucesos en China o la final de una copa mundial en Europa, pueden verse casi simultáneamente en la Casa Blanca, en una favela de Río de Janeiro y en una barriada pobre de Kuala Lumpur. Su influencia positiva podría intensificarse mediante programas televisivos de alta calidad educacional y cultural. Sin embargo, cada vez más, la televisión funciona “comercialmente”. Tras sus programas, sobre todo los de

entretenimiento más populares, está el patrocinio de corporaciones multinacionales muy involucradas en el negocio de la publicidad agresiva, que los utilizan para promover sus productos e imágenes.

Buena porción de los programas patrocinados reflejan la cultura, estilos de vida, valores y gustos básicamente occidentales o norteamericanos, a los que se les atribuye un alto status o prestigio. A veces esos dramas y musicales son imitados por las producciones locales no sólo en la forma, sino en el contenido. Es tal el influjo de los programas norteamericanos y de los norteamericanizados sobre los más extensos y diversos estratos sociales y grupos de edades, que muchos de ellos no parecen capaces de distinguir entre la modernización y la occidentalización, y entre lo que puede enriquecer o matar su propia herencia cultural.

La obsesión por la violencia y el sexo en las subculturas de la industria del entretenimiento resultan lo más exportable. Las sociedades subdesarrolladas son nuevas en esto y una parte considerable de la juventud es presa de una visión idealizada de la sociedad estadounidense. Los publicistas amplifican los patrones de esta manera que modos de vida ostentosos, consumistas e individualistas se proyecten como los convenientes para la población predominantemente rural de los países pobres.

Los medios de difusión norteamericanos compiten directamente con los editores y escritores de los países y regiones del Tercer Mundo. Las marcas de sus multinacionales son términos familiares. Las personas pobres invierten sus escasos ingresos en comprar esos “prestigiosos” productos. Todo esto provoca impactos nocivos de largo alcance sobre el desarrollo social y cultural de los países pobres. La mayoría de ellos vivieron bajo el dominio colonial. Ahora batallan por el progreso no sólo económico y político, sino también sociocultural. Uno de los objetivos es la salvaguarda y el fomento de la identidad nacional y cultural, lo que se traduce en no revivir viejas actitudes obsoletas, ni perpetuar la moralmente destructiva cultura imperialista. En el proceso de promoción de esa identidad, conservar las tradiciones desde una óptica nueva y progresista, es tan importante como la asimilación de la ciencia y la tecnología occidentales.

Las personas en el Tercer Mundo debieran decidir por sí mismas lo que conviene para su propio desarrollo. Sólo lo lograrán si consiguen zafarse del abrumador poder económico-político del eje del capitalismo global.