

América Latina, una región transparente

Elena Llorente

Sumario

Premisa

1. La globalización
2. El terrorismo internacional
3. El condicionamiento de la información
4. ¿Qué hacer?

Referencias bibliográficas

Premisa

El comienzo del siglo XXI marcó un cambio importante en las relaciones entre América Latina y los países desarrollados. Por varios y capitales hechos ocurridos al margen de su voluntad y otros de los que es directa responsable, América Latina dejó de ser la región estudiada, analizada, “mimada” y hasta admirada por muchos europeos, como lo había sido en cambio y sobre todo en los años 70 y 80 e incluso hasta principios de los 90. Por el contrario pasó a segundo plano en la atención política internacional hasta de Estados Unidos, que siempre fue su vecino más interesado y sigue siendo, a pesar de todo, su principal socio comercial.

En estos últimos años, América Latina prácticamente desapareció de la prensa de muchos países desarrollados, aunque de vez en cuando alguna noticia sobre ella aparece casi escondida en las páginas de los periódicos. En Italia esta situación es dramática. A diferencia de lo que ocurría en las décadas anteriores, ni siquiera la visita de un mandatario latinoamericano a Roma o Milán, o el encuentro con las autoridades del gobierno, merece la atención de los medios de comunicación, con poquísimas excepciones. Baste decir que en octubre de 2007, por ejemplo, cuatro presidentes latinoamericanos visitaron la península, pero sólo tuvo un mínimo eco la presencia de la chilena Michelle Bachelet, porque es mujer, porque estaba en visita de Estado, porque Italia acogió con los brazos abiertos a cientos de exiliados chilenos durante la dictadura de Pinochet de la cual la propia presidenta fue una víctima. Del ecuatoriano Rafael Correa Delgado, del boliviano Evo Morales Ayma y del paraguayo Oscar Nicanor Duarte Frutos poco o nada se supo. Como poco se supo de los más de 10 cancilleres latinoamericanos que asistieron a la III Conferencia Italia-América Latina que se hizo en Roma en el mes de Diciembre 2007.

El desinterés de la prensa italiana por América Latina, en mi modesta opinión radica en gran parte en tres elementos coadyuvantes: la globalización, el terrorismo y la influencia determinante de Estados Unidos en la información internacional.

1. La globalización

Aunque se venía preparando desde años precedentes, ha sido en este siglo donde se ha hecho más evidente la distancia entre Italia y América Latina a todos los niveles. No se trata de una simple brecha tecnológica o a nivel del desarrollo económico y de la riqueza, del ingreso por habitante, del bienestar, que comenzó a perfilarse ya pronunciadamente a mediados del siglo XX. Ni siquiera de una brecha digital porque, aunque muchos no puedan creerlo, varios países de América Latina como México, Brasil o Argentina, por la influencia estadounidense llegaron al mundo de la informática casi paralelamente a Italia y otros países de la UE. Se trata en cambio, de una brecha a nivel de los *intereses* sociales, económicos y políticos que mueven a ambas partes.

Antes de la caída del muro de Berlín, es decir en tiempos de Guerra Fría, Estados Unidos prestaba mucha atención y dedicaba su tiempo - mal o bien - a los países de América Latina, a sus gobiernos, a su economía y su comercio, porque cuidaba el “patio del fondo” de la propia casa, como solían decir algunos analistas de los años 70. Cuidar el “patio del fondo” era limpiarlo de todo tipo de maleza ideológica que pudiera parecerse aún lejanamente al “castrismo”, al marxismo o al simple socialismo. Y entonces, Estados Unidos no escatimaba ningún esfuerzo en “formar” a los militares latinoamericanos - muchos de ellos responsables después de golpes de Estado y de represión - en la tristemente famosa Escuela de las Américas, que ahora no está más en Panamá sino en el estado de Georgia, al Sur de Estados Unidos, y se llama Instituto de Cooperación para la Seguridad Hemisférica.

Pero caído el Muro de Berlín, concluida la Perestroika y consolidada la muerte del comunismo, los intereses cambiaron. Ya no fue tan necesario controlar de cerca el patio del fondo porque en ese tiempo Estados Unidos se había transformado en el único país verdaderamente poderoso del mundo, eficaz y capaz de imponer su voluntad ya no sólo sobre América Latina sino sobre el entero planeta. Solamente Europa, a ese punto, podía ponerle algunos límites.

América Latina, por su parte, que había admirado con fascinación a esa Vieja Europa que la consentía y a esta Italia que la arrullaba con un cariño casi paternal transmitido quizás por cuántos recuerdos de abuelos y tíos que partieron a “hacerse la América” desde finales del siglo XIX, empezó a sentir que esas relaciones se enfriaban pero no supo o no pudo cambiar con un golpe de timón la situación. Otras preocupaciones circulaban por las neuronas del mundo desarrollado cuando América Latina se estaba todavía preguntando qué hacer, ya sin dictaduras militares pero con democracias jóvenes, para re-encender los reflectores que sobre ella se estaban apagando.

Estimulado en su avidez comercial por el fenómeno de la globalización, de un único mercado mundial en que era ahora posible comprar y vender con la velocidad de un rayo gracias a Internet y los nuevos medios de comunicación como los teléfonos satelitales o los mismos celulares transcontinentales, el mundo desarrollado comenzó a mirar más allá de sus fronteras sin medir cuán lejos quedaban los mercados o los proveedores sino cuánto conveniente podía ser el negocio. No se trataba ya de ganar el doble sino mucho, muchísimo más.

(No es el objetivo de este trabajo evaluar la globalización como tal, pero como el Premio Nobel y economista estadounidense Joseph E. Stiglitz creemos que aún teniendo muchas cualidades, para que fuera realmente eficaz y aportara beneficios a todo el mundo, sobre todos a los países mas pobres, se deberían hacer profundas reformas en las reglas que rigen la economía y el comercio mundial).

Los países ex-comunistas que quedaron en el más grave caos político, legislativo - muchas leyes quedaron sin efecto sin otras que las sustituyeran -, social y económico pero con gente preparada en las filas de sus trabajadores, se transformaron entonces en centro de atención de los inversionistas europeos que pudieron así hacer realidad el sueño de esa globalización que los beneficiaba sobre todo a ellos. Fue el caso de Rumania donde un considerable número de empresas italianas (se habla de 10.000) comenzó a fabricar parcial o totalmente sus productos reduciendo sus costos enormemente.

¿Las ganancias? Basta hacer algunos cálculos sabiendo que el salario medio rumano oscila en torno a los 300 euros al mes mientras en Italia se encuentra cerca de los 1.000/1.200.

¿Para qué entonces mirar a países como Argentina, México o Brasil, por nombrar sólo a algunos, tan lejos y menos redituables?

Desde poco antes del 2000, en efecto, los empresarios italianos y los de muchos otros países europeos, comenzaron a coquetear con el Este, y últimamente parecen no tener más ojos que para China e India como hasta no hace mucho los tuvieron para Rumania.

Esta actitud, en parte ha sido dictada por las reglas de la globalización pero en parte también por el *escaso o casi nulo conocimiento de la oferta, del abanico de productos y especialidades de los mercados latinoamericanos*.

Cierto es que Rumania está en la vereda de enfrente, por así decirlo, y América Latina del otro lado del océano. Pero cuando se habla de China y de India las distancias no son muy diferentes...

En definitiva, antes se elegían los propios socios comerciales en base a las relaciones, a los contactos personales y del propio país. Por supuesto se buscaba la conveniencia económica pero el procedimiento era mucho más artesanal. Hoy, la búsqueda de un socio está reglamentada por las leyes del capitalismo globalizado que pretende, por así decir, bajar diez veces los costos para multiplicar veinte, treinta veces o más las ganancias...

Por otra parte China e India juntas conforman un mercado potencial de nada menos que 2.400 millones de almas, tentación a la que ningún industrial serio podría escapar. Aunque menor, América Latina no es un mercado desdeñable desde este punto de vista. Con sus casi 577 millones de habitantes en 2007, según Naciones Unidas, y la posibilidad de que pasando a través de algunos de sus países se pueda entrar con los propios productos - gracias a acuerdos bilaterales pre-existentes - en el mercado estadounidense (304 millones), está ofreciendo un mercado de más de 880 millones de personas.

Este proceso de alejamiento entre Italia y América Latina brevemente descrito, fue ayudado por los medios de comunicación de masas - la TV en primer lugar - responsables de haber dado "brillo", de haber subrayado y así aumentado el potencial de algunas regiones, colaborando a la difusión de una *cierta* información sobre *ciertos* países y no sobre otros. No viene al caso analizar ahora si este proceso fue o no intencional de parte de ciertos gobiernos porque se armonizaba con su estrategia de poder mundial. Tiendo a creer que en algunos casos lo fue. Pero este tema de por sí merece un capítulo aparte.

2. El terrorismo internacional

Sería incompleto el análisis si se olvidara lo que ocurrió en el mundo desde el atentado a las Torres Gemelas.

El 11 de septiembre de 2001 no se cayeron sólo las Torres Gemelas sino un entero sistema de creencias, de valores, de defensa... Estados Unidos dejó de ser un país intocable y tomó consciencia por primera vez, de ser una nación vulnerable como otras. Por primera vez un atentado tocaba la esencia estadounidense. Las Torres Gemelas representaban "el sueño americano" de llegar a un país desconocido y gracias al brillante capitalismo estadounidense, hacerse rico. Representaban el orgullo de un país que se podía permitir el lujo de tocar literalmente "el cielo con las manos" con estas torres de 412 metros de altura desde las que se veía todo Nueva York y más allá, New Jersey, Connecticut, Long Island, el Atlántico, el río Hudson y abajo, casi junto a sus pies: Wall Street, el verdadero corazón financiero de los Estados Unidos.

El atentado a las Torres Gemelas no sólo cambió radicalmente la actitud de Estados Unidos hacia el extranjero, en particular musulmán y árabe, sino que concentró la atención del Pentágono - que el mismo día sufrió otro atentado como se recordará - en la lucha contra el terrorismo internacional. El presidente George Bush y su equipo dieron una inteligente batalla en las Naciones Unidas a fin de

conseguir el apoyo del Consejo de Seguridad para una invasión a Afganistán donde ellos sabían muy bien que se escondía Osama Bin Laden - ex aliado de Estados Unidos en la lucha contra la ocupación soviética de Afganistán - y muchos otros dirigentes de Al Qaeda, a quienes se atribuía el atentado.

Con más de 4.200 muertos en atentados de su autoría desde 1998, año en que debutó con sus dos primeros actos terroristas contra las embajadas de Estados Unidos en Kenia y Tanzania que costaron la vida de 230 personas, Al Qaeda se transformó desde fines de los 90 en un tema de preocupación para los servicios de seguridad estadounidenses pero nunca como desde aquel 11 de septiembre de 2001 en que dos emblemas estadounidenses se vinieron abajo. Hasta ese momento - mucho se habló en Estados Unidos sobre esto - ni la CIA ni el gobierno de Bush habían dado a las amenazas de Al Qaeda el peso que merecían.

Pero desde el 11 de septiembre no sólo los cañones fueron apuntados contra todo lo que lejanamente podía parecerse a un terrorista sino que Estados Unidos hizo lo posible - haciendo presión sobre el Consejo de Seguridad y sobre sus aliados, importantes y menos importantes - para que el mundo entero se dispusiera a luchar contra el terrorismo. Se hicieron reuniones internacionales a nivel político y de servicios secretos, se dispusieron acuerdos de los que todavía hoy poco se sabe - como las cárceles clandestinas en distintos países donde los militares estadounidenses alojaban a personajes secuestrados ilegalmente para interrogarlos, cosa que en su propio territorio no hubieran podido hacer tan fácilmente -, se gastaron miles de millones de euros y de dólares en nuevas armas, en nuevos aparatos de seguridad, en sistemas de espionajes, en personal, etc.

Después de los atentados de Madrid (2004) y de Londres (2005) que se unieron a las amenazas verdaderas o falsas que Al Qaeda hacía llegar a la prensa con cierta periodicidad, el pánico terminó de cundir en Europa y en el mundo. Toda la atención política y de seguridad se concentró entonces sobre este tema. Tanto fue así que según un conocido y prestigioso juez antimafia de Italia, la mafia siciliana y sus “primas hermanas”, la 'ndrangheta de Calabria y la camorra de Nápoles, pudieron moverse tranquilas en este periodo porque la atención estaba puesta en otra parte.

América Latina mientras tanto, que no era cueva de terroristas, que no sufría atentados, que no recibía amenazas, terminó de caer en desgracia desde el punto de vista de la atención internacional. Pasó completamente al olvido porque allá, como se dice en jerga periodística, “no pasa nada” (aunque pase) o lo que sucede “no le interesa a nadie” aunque ese “nadie” se refiera sólo a los lectores o televidentes o radioescuchas de una *cierta parte del mundo*.

Y con esta última frase entramos en el tercer punto por analizar.

3. El condicionamiento de la información

Si bien es cierto que el miedo se difundió como reguero de pólvora y todos los países empezaron a tomar medidas antiterroristas, también es cierto que el temor fue potenciado por muchos medios de difusión.

Las agencias de prensa internacionales - AP, Reuters (las dos principales y anglosajonas), Afp (francesa), Efe (española), Dpa (alemana), Ansa (italiana, etc.) - proporcionan la información internacional a los diarios, radios y televisiones de todo el mundo que no tienen la posibilidad de estar presentes en el momento en que ocurren los hechos, a no ser que tuvieran corresponsales en todas partes, cosa prácticamente imposible. Estas agencias a su vez, se nutren de las agencias locales mucho más pequeñas en su alcance internacional pero muy ramificadas dentro del propio país. Algunas agencias, como AP y Reuters poseen a su vez un servicio televisivo. Es decir documentan gráficamente con imágenes rodadas por ellos mismos, algunos de los hechos que han reportado en el servicio escrito del día. Muchas televisiones internacionales como la Cnn, Fox, Abc, Bbc, Sky - todas anglosajonas -, la misma Rai, se alimentan de ellos, además de producir sus

proprios servicios en video. Pero los canales que tienen más difusión en el mundo son los anglosajones. Un poco de competencia les está haciendo ahora en algunos países la única televisión árabe también difundida en inglés, Al Jazeera. Ninguno de los otros canales televisivos de los países desarrollados, ni los italianos, ni los franceses ni los españoles o alemanes, tienen el alcance de los primeros. Y sobre todo, no tienen el poder de penetración que tiene el idioma inglés en todas partes.

Dicho esto es fácil entender, al menos en parte, por qué los diarios y las televisiones italianas dan tan poco espacio a *noticias internacionales* que no tengan que ver con lo que ha sido difundido por las agencias o por las poderosas televisiones anglosajonas. Entre los periodistas es sabido que una noticia internacional proporcionada por un solo medio - generalmente una agencia - difícilmente será publicada si no es una “bomba” y/o si no es “confirmada”, es decir repetida, por otra de las principales agencias o televisiones. Entonces muy probablemente será considerada “válida”. Pero como dos de las tres principales agencias son anglosajonas y las principales televisiones también - aunque unas y otras puedan tener servicios en español o en otros idiomas -, lo más probable es que den como noticias “válidas” lo que ellos consideran *válido para su contexto*, para su público principal, no para el contexto del resto del mundo o del país directamente afectado. Y es en este “agujero negro” donde caen cientos de noticias de los países del Tercer Mundo y por supuesto de América Latina, que no son interesantes para las agencias o televisiones anglosajonas hoy más preocupadas por el terrorismo, el precio del petróleo y el aumento de las tasas de interés en Estados Unidos, que por las reformas sociales del gobierno boliviano o la creación del Banco del Sur cuya intención es hacerle sombra al Banco Mundial y al Fondo Monetario Internacional. Y es así como nuestro países “desaparecen” del mercado mundial de la información, a no ser que ocurra algo catastrófico o algo claramente a favor o en contra de Estados Unidos.

En un reciente encuentro con periodistas latinoamericanos, interrogado sobre por qué su agencia no difundía más noticias de América Latina, el director de una agencia italiana respondió que “porque los clientes (diarios) no las piden”.

En efecto es así. Un poco por la globalización, otro poco por el terrorismo, y otro por el condicionamiento anglosajón de la información - hay más noticias sobre Irak o sobre los viajes de Condoleeza Rice a cualquier lugar del mundo que sobre los del gobierno italiano -, los medios de difusión italianos han perdido su interés en América Latina.

4. ¿Qué hacer?

¿Qué hacer entonces? ¿Es posible revertir esta situación? En mi modesta opinión es posible. Es una tarea ardua y lenta pero posible. Y los gobiernos latinoamericanos deberían tomar conciencia de este proceso que es, ni más ni menos, que la venta de un nuevo producto mucho más atractivo, funcional, práctico y económicamente conveniente, el “producto latinoamericano”. Y para eso hay que diseñar nuevas estrategias a varios niveles.

Antes demasiado preocupados por los golpes de estado, las crisis económicas desastrosas, las guerras civiles, los países latinoamericanos no podían detenerse a pensar en una estrategia de venta de la propia imagen. Hoy, cuando toda esta situación ha cambiado, quien no se detiene a pensar un momento en este asunto, seguirá siendo transparente, inexistente.

Las estadísticas de la Cepal hablan de un aumento de la inversión extranjera en América Latina en los últimos años, pero ese aumento (del 1,5% en 2006) no es suficiente como para cambiar la fachada de una entera región. Algunos países como Brasil y México, seguidos por Chile y Colombia, se han visto beneficiados por esas inversiones extranjeras provenientes de Estados Unidos, Países Bajos, Canadá y España principalmente. Italia no figura entre los principales países que aportan capitales a la región.

En este contexto es claro que América Latina no podrá competir en un mercado cada vez más globalizado, ni cultural ni económicamente, y en consecuencia no podrá conseguir el bienestar que

quiere para sus ciudadanos si no acelera ciertos cambios que le permitan atraer capitales frescos para reactivar sus economías. No se requieren millones de dólares de inversión. Se trata de invertir algunos cerebros en el diseño de un plan que permita al país dar el salto cualitativo. Empezando por *hacerse conocer* - nadie estima lo que no conoce -. Porque ahora América Latina es distinta de como lo era hace 30, 20 e incluso 10 años. Es importante presentar las oportunidades de inversión, los productos, las materias primas, las cualidades de sus trabajadores, los servicios, las leyes. Insistir, presentar y representar, participar de encuentros internacionales, hacer acuerdos bilaterales y multilaterales pero, sobre todo, dar mucha importancia a la prensa - insistiendo a través de comunicados, informes, ruedas de prensa, conversaciones informales o formales, visitas, etc. - para que el mundo sepa, como escribió el gran poeta uruguayo Mario Benedetti, “que el sur también existe”.

Nosotros latinoamericanos, periodistas o no, podemos colaborar al “re-descubrimiento” de América Latina creando en nuestro ámbito la “*necesidad del producto latinoamericano*”.

Referencias bibliográficas

Cepal (Comisión Económica para América Latina), *La inversión extranjera en América Latina y el Caribe*, Santiago de Chile, 2007.

Huntington, Samuel P., *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*, Simon & Schuster Paperbacks, New York, 2003.

Salbuchi, Adrian, *El cerebro del mundo. La cara oculta de la globalización*, Ediciones del Copista, Córdoba, Argentina, 2003.

Stiglitz, Joseph E., *La globalizzazione e i suoi oppositori*, Einaudi, Torino, 2002.

Unfpa (Fondo de Población de las Naciones Unidas), *Estado de la población mundial 2007*.

Vidal, Gore, *Perpetual War for Perpetual Peace. How we got to be so hated*, Nation Books, New York, 2002.

