

## Ofensiva mediática: Los derechos sociales y los automóviles híbridos entre sus víctimas

sábado, 06 de febrero de 2010

El pasado jueves 4 de febrero nos desayunamos con noticias alarmistas en las páginas de información económica. Unas referidas a la situación en el Reino de España. Otras trataban sobre la repercusión que tenía sobre la compañía Toyota el descubrimiento de un fallo en los frenos de su modelo híbrido. Ambas informaciones recalcan que las situaciones descritas habían tenido su repercusión sobre las bolsas: se había desplomado el índice IBEX y las acciones de Toyota también se habían devaluado.

A propósito de estas informaciones he recordado tanto los artículos de Noam Chomsky sobre el papel de las corporaciones como hacedores de consensos, como el libro del periodista Pascual Serrano sobre el rol de medios de comunicación en los conflictos violentos. Sí los "mas medias" son en gran parte responsables en el desencadenamiento de episodios armados, similar papel podemos otorgarles en el campo de la economía.

En los primeros mercados bursátiles ya se utilizaban las predicciones "self executing", es decir, vaticinios que por el sólo hecho de hacerlos públicos se cumplían. Por ejemplo, si algún medio difunde que las acciones de una compañía van a descender, los inversores, ante tal augurio, venden sus acciones provocando la caída real de sus precios. Este tipo de estratagema se utiliza cada vez a mayor escala, sólo hay que recordar la primera oleada especulativa contra el euro, las continuas noticias sobre la inminente devaluación del Euro frente al Dólar provocaron irremisiblemente una caída en su valor de cambio. El que el fallo de un automóvil sea noticia en las páginas de economía indica hasta que punto los medios de comunicación están involucrados en el mercado. No es casualidad que, recientemente, la multinacional nipona Toyota arrebatara a la estadounidense General Motors el primer puesto de fabricante mundial de automóviles. En gran medida debido a que Toyota fabrica vehículos con bajo consumo de combustible, justo lo opuesto a su competidora GM.

Resulta que estas últimas semanas, además de Toyota, varias han sido muchas las marcas que han comunicado fallos de seguridad en sus vehículos: Peugeot-Citroen, Ford y Honda, es algo tristemente usual. Sin embargo, sólo el problema de los Prius Toyota han saltado de las páginas dedicadas al "motor" a las páginas de economía de los diarios. No hace falta ser muy suspicaz para darse cuenta que los medios de comunicación norteamericanos y europeos están intentando ayudar a sus empresas frente a las niponas, sobre todo si leemos titulares como :Ford y GM aumentaron sus ventas en EE.UU. y caen las de Toyota por revisiones" o "Volkswagen lanza un plan para quitarle el trono de ventas a Toyota". Algo similar está ocurriendo con la economía española. No voy a ser yo quien defienda la gestión económica del gobierno del PSOE pero esta última oleada de noticias recuerda a las que antecedieron a la primera devaluación del Euro. Los medios que están extendiendo una imagen apocalíptica de la economía hispana pueden tener una doble intencionalidad: evitar que los inversores inviertan en deuda pública española, cuando hay una dura competencia en este mercado internacional, aprovechando, al mismo tiempo, para realizar movimientos de capital con fines especulativos. Y doblegar al gobierno español a tomar medidas económicas consistentes en recortes de derechos de la clase trabajadora. Tal es la congoja del gobierno ante las presiones que han tomado la medida "urgente" de recortar el derecho a la jubilación por sí no pueden pagarse dentro de diez años, cuando hoy tienen cuatro millones de trabajadores parados. Todos somos conocedores que la crisis económica no tienen su origen en la supuesta inflexibilidad del mercado de trabajo, ni siquiera en los salarios de los trabajadores. Los responsables han sido las entidades financieras e inmobiliarias. Los gobiernos nada o muy poco han hecho por que los culpables paguen la crisis, al contrario, se ha ayudado con cuantiosos fondos públicos a bancos y cajas. Ya nadie recuerda las promesas de acabar con los paraísos fiscales o con los "bonus" de los directivos de los bancos. Ahora los analistas, expertos e instituciones internacionales intentan imponer sus modelos neoliberales como única salida a la crisis, esto no lo podrían conseguir sin la cobertura de los medios de comunicación, que se están demostrando capaces de uniformar la opinión pública y hasta doblegar a gobiernos.