

Somos lo que comemos. La importancia de cuidar el consumo informativo

POR KAREN ARRIAZA IBARRA

✘ ***La dieta mediática en Jalisco***
Una cartografía sociocultural al iniciar el siglo XXI

Pablo Arredondo Ramírez

Guadalajara; Jalisco, México: Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, 312 p.

ISBN: 978-607-742-459-8

En 1998 el profesor David Landes publicó su extraordinario libro *La riqueza y la pobreza de las naciones* (el título original en inglés, *The Wealth and Poverty of Nations: Why some are so rich and some so poor*), donde se dio a la tarea de explicar cómo las sociedades europeas consiguieron desarrollarse y, llegado el momento, salir en busca y conquista de nuevos territorios, mientras que otras sociedades no lograron despegar en la misma medida. En varios sentidos es un libro polémico (v.g. argumenta que Europa Occidental del Norte se desarrolló mucho más que la Europa Occidental del Sur debido, entre otras cuestiones, a las condiciones climáticas, a la necesidad de ‘trabajar más y descansar menos’), pero también es interesante.

En el progreso de las naciones europeas, Landes concede un lugar preponderante a la alimentación, en concreto a la dieta, cuando dice «[...] las fértiles tierras les permitieron aumentar su productividad, lo que dio más alimento, y así sucesivamente fue creando una espiral ascendente. Como resultado, la rica dieta europea facilitó desarrollar distintas habilidades, tanto de pensamiento como técnicas» (p. 242). Así que, en buena medida, Europa floreció y se desarrolló gracias a la buena alimentación de los antiguos europeos. En este orden de ideas, Michael N’Guyen (2016) señala que entre 1750 y 1800 la población inglesa creció un 40 por ciento, y otro 50 por ciento entre 1800 y 1830, principalmente debido a notables mejoras en la dieta (y en segundo lugar, a las mejores condiciones de higiene). En

sentido contrario, hay suficiente evidencia empírica sobre la correlación entre una dieta pobre y el subdesarrollo (véase, por ejemplo, Petticrew, 2015; Mancini, 2016 y Bergman, 2017).

Analogía entre la alimentación y el consumo de medios

En efecto, todos estos trabajos son la constatación evidente de lo que en 1850 argumentó el ilustre filósofo Ludwig Feuerbach: «Somos lo que comemos». En sentido estricto dijo: «Si se quiere mejorar al pueblo, en vez de discursos contra los pecados ha de dársele mejores alimentos. El hombre es lo que come» (*Wolt ihr das Volk bessern, so gebt ihm statt Deklamationen gegen die Sünde bessere Speisen. Der Mensch ist, was er isst*). Estamos totalmente de acuerdo.

Así que en la medida en que estemos bien alimentados podremos ser más productivos, alcanzar metas más ambiciosas y mejorar como sociedad. La correcta ingesta de carbohidratos, proteínas, azúcares y grasas nos dará energía suficiente para enfrentar los desafíos más inmediatos y los de más a largo plazo. Esta es la dinámica metafórica que utiliza el libro de la presente reseña para abordar el objeto de estudio que se propone; a saber, el consumo mediático en el Estado mexicano de Jalisco. Es sabido que en México el comer es un acto social y socializante. En este país, el sentarse a la mesa tiene más de ritual que de acto convencional, porque en México el acto de comer es mucho más que alimentar el cuerpo: es alimentar también el espíritu. Por lo tanto, no es paradójico que en una tierra con una gastronomía tan variada y con nombres tan curiosos para referirse a sus comidas (como *birria*, *capirotada*, *pacholas*, *pozole*, *jericallas* y *tepache*) el profesor Arredondo Ramírez establezca un paralelismo entre la alimentación y el consumo de medios en el Estado de Jalisco. Porque si somos lo que comemos, lo natural es que nos interese saber qué es lo que comemos. Así, se hace necesario conocer las ideas, las ideologías, los intereses subyacentes y los objetivos que conforman la 'dieta mediática' de la que se 'alimentan' los consumidores de medios mexicanos.

El profesor Gabriel González-Molina, autor del prólogo, formula una serie de preguntas pertinentes, como: ¿cuáles son los hábitos predominantes de consumo y de uso de los medios de comunicación, tanto los tradicionales como los emergentes, como Internet y las redes sociales? ¿Cómo explicar la prevalencia de unos medios frente a otros? ¿Cómo explicar las variaciones en términos de edad, género, nivel educativo y socioeconómico? ¿En qué medida la televisión continúa siendo el medio de mayor uso frente al ascenso de las redes sociales? ¿Qué implica para una sociedad una mayor o menor concentración o fragmentación de grupos de medios? O ¿qué consecuencias derivan de estos patrones de uso y consumo de medios de comunicación para fenómenos de participación social, la generación de identidades y de formas de convivencia social en nuestras comunidades? Sin duda, son grandes preguntas cuya respuesta merece una reflexión colectiva en todo el orbe. Y *La dieta mediática en Jalisco* es una buena aproximación, un buen punto de partida. Y aunque el libro se circunscribe a un ámbito territorial, no es óbice para que en investigaciones posteriores se continúe investigando sobre el particular.

Cuidar el consumo informativo para construir una sociedad mejor

En el tercer capítulo el lector encontrará los resultados de un interesante trabajo de investigación empírico sobre la televisión, la radio, la prensa escrita, revistas y libros, teatro y cine, Internet y 'el mundo' de los teléfonos inteligentes y las redes sociales jaliscienses. A lo largo de estas páginas se hace una minuciosa explicación de cómo los ciudadanos se informan y consumen ocio a través de los distintos canales mediáticos.

El lector no académico, sin embargo, encontrará más estimulante el cuarto y último capítulo, titulado 'A manera de epílogo: ¿una avalancha mediática?', que es donde el profesor Arredondo Ramírez hace una franca y directa exposición de sus argumentos; y para muestra, estas palabras a propósito del papel de los medios: «[...] los análisis que se emprendan en este momento para explorar las consecuencias sociales de la mediatización en México están obligados a tomar en cuenta las desigualdades extremas de la economía y sus necesarios referentes en el mundo de la comunicación». Como se puede ver, no se aprecia el menor interés en contemporizar con los poderosos ni de aplicar paños calientes a una sociedad que demanda con urgencia que los medios sean parte de la solución, y no, como en muchas ocasiones han sido, parte del problema (sobre este particular es especialmente desafortunada la frase atribuida al veterano periodista mexicano Jacobo Zabludovsky: «En el periodismo se gana más por lo que no se dice que por lo que se dice»).

Si la hipótesis del profesor Landes es cierta, la buena alimentación permitió a los europeos del Renacimiento ir más allá y construir un mundo mejor que el que heredaron de sus antepasados. En la medida en que cuidemos aquello de lo que nos alimentamos, en la medida en que seamos más selectivos y ferozmente exigentes, en esa medida la información y el conocimiento que emane de los medios nos alimentará mejor, lo que nos permitirá (como en su día a los antiguos europeos) construir una sociedad mejor, en el mexicano Estado de Jalisco, en España y en el mundo entero.

Referencias:

Bergman, K. (2017). The impact of Productive Safety Net Programme on the Nutritional Status. *Food Policy & Development Forum*. Montreal.

Landes, D. (1998). *The Wealth and Poverty of Nations*. London: W.W. Norton & Company.

Mancini, L. (2016). The Impact of Food Quality. *Economic Research Report 58117*, United States Department of Agriculture, Economic Research Service.

N'Guyen, M. (2016). *Food and Poverty*. New York: Addison Wesley.

Petticrew, L. (2015). *Reducing Inequalities in Health and Diet*. London: The Lancet.

