

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“COMUNICACIÓN EN LA ECONOMÍA, CASO: LA MANIPULACIÓN MEDIÁTICA DEL ORO VERDE EN MÉXICO”

Autor: María de Lourdes Flores Jiménez

Ensayo presentado para obtener el título de:
Maestra en Comunicación

Nombre del asesor:

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





ESCUELA DE COMUNICACIÓN

ENSAYO

Comunicación en la economía, caso: la manipulación mediática del "oro verde" en México

Que para obtener el título de:
Maestra en Comunicación

PRESENTA

María de Lourdes Flores Jiménez

CLAVE: 16PSU0061A

RVOE ACUERDO: MAES100817

Resumen

Los orígenes de la comunicación se remontan a la existencia del ser humano, quien ha mostrado la necesidad natural de estar en contacto con otros seres, por lo que a través del tiempo ha diseñado distintas formas de hacerlo, logrando en las últimas décadas, avanzar vertiginosamente en este objetivo. Los cambios tecnológicos logrados, han transformado la forma de socializar, pensar, hacer negocios y estar informado, haciendo que la comunicación y los propios comunicadores sean de gran influencia para la sociedad. Esta influencia abarca el ámbito comercial, en el cual, los medios de comunicación, en distintos escenarios de la economía, se han convertido en una herramienta de control alejada del bien común, es decir, son causa y efecto de lo que la sociedad son y hacen, porque la información que divulgan funciona como generadora de opinión, es capaz de transformarla y en el comercio puede inducir acciones diversas, como formas de consumo.

Es por ello, que una de las principales problemáticas que presentan los medios de comunicación, es su independencia de la vida política y económica, quienes a través de la historia han logrado marcar en diversas ocasiones la agenda mediática. En las crisis globales de 1929 mejor conocido como Crac del 29 y en la crisis de hipotecas Suprime de 2008, podemos encontrar similitudes en el empleo de la información y la divulgación de esta, manejo, cuya consecuencia fueron grandes dificultades económicas a nivel internacional afectando principalmente a las economías más interconectadas.

Algunas de las semejanzas que encontramos en el uso de la información de estas dos crisis, se dejan ver claramente en la actualidad en Michoacán en el manejo de la información en torno a la producción y comercialización del aguacate, fruto que ocupa el segundo lugar de las exportaciones de México y en el cual, existen indicios de manipulación mediática con fines comerciales. Respecto a este producto agrícola, se han realizado múltiples estudios científicos, en donde quedan demostrados los daños al medio ambiente por la producción de estos monocultivos. Sin embargo, este tema tan importante para el estado y controversial internacionalmente, parece no ser un asunto de interés expreso y grave en los medios locales y en el propio gobierno, o al menos muestra estar por encima de los intereses ambientales y sociales, porque aunque los datos oficiales respecto a este problema, muestran una realidad cruda de devastación ecológica, al tratarse de un negocio altamente lucrativo, el beneficio económico, ha pesado más que el perjuicio a la vida diaria de los ciudadanos y del medio ambiente. De esta manera, vemos como la economía marca en cierta medida, la forma y el contenido que se comunica a la sociedad. Por lo que se hace necesario, que los medios de comunicación pongan en su agenda este importante tema, con el fin de evitar que colapse esta actividad tal como sucedió en las crisis mencionadas, dando a conocer tanto a la sociedad como a los propios agricultores y hasta terceros quienes se benefician de esta actividad, que este escocido está afectando su propia fuente de ingresos y sus consecuencias podrían ser no solo ecológicas, sino también, afectaciones en la salud de los habitantes de las principales regiones productoras, migración, inseguridad y un fuerte golpe a la economía estatal y a la demanda internacional.

Además, los comunicadores son voz de la sociedad y siendo con esta su único compromiso, es inadmisibles, funcionen con alianzas de propósitos financieros, por lo que generar contenido de interés para la sociedad, es parte de su compromiso profesional, que deberían desempeñar con ética y objetividad, alejados de los intereses de minorías y evitando ser patrocinadores de campañas para la incentivación de los mercados.

Desarrollo

La comunicación es la fuente y origen del desarrollo humano, a partir de ella en sus distintas formas, es que el hombre ha evolucionado convirtiéndose en un ser bio-psico-social.

"Primero el trabajo, luego y con él la palabra articulada, fueron los dos estímulos principales bajo cuya influencia el cerebro del mono se fue transformando gradualmente en cerebro humano" fueron las palabras de (Engels, 1876), es decir, al realizar una actividad de supervivencia a su vez se estaría ejercitando el cerebro para lograr comprender formas más prácticas de realizar tareas, lo que termina ejercitando fisiológicamente los sentidos, es a partir de ello que el hombre desarrolla naturalmente impulsos y se transforma en un ser social.

La Comunicación tienen sus orígenes desde la existencia del ser humano, quien desarrolló de diversas formas como gestos, gruñidos, pinturas rupestres, jeroglíficos, sonidos, etc... Lo que queda de manifiesto es que el hombre tiene una necesidad natural por comunicarse entre sí y a través del tiempo han desarrollado habilidades para hacerlo estrechamente relacionadas a su ámbito social.

De esta manera tal como lo plantea (López & Villegas Martínez, 1997) la comunicación no es un fenómeno de tiempos modernos, aunque los avances más vertiginosos se han dado en las últimas décadas. Estos avances han marcado un cambio en la forma de comunicación social y de negocios.

Hoy en día, se aprecia la valiosa participación que tiene la comunicación en la economía y en la forma de hacer negocios. La comunicación en este ámbito no solo es parte de un proceso de transmitir información, va más allá, convirtiéndose en un pilar de los negocios y la economía internacional, de quienes podemos decir que son un fenómeno de la misma comunicación. Con ella y con el uso de nuevas tecnologías no solo se hace posible la comercialización, sino también, estar al día con los principales sucesos en los mercados globales, además de estar en contacto de múltiples formas con el consumidor.

En el aspecto económico, han marcado no solo un cambio a nivel corporativo u operacional, sino que han realizado grandes transformaciones en la sociedad. La misma naturaleza de la economía que es el buscar el bien “individual” y maximizar sus beneficios tanto del lado de la oferta como en la demanda, han sido creadoras de formas de vida y pensamiento, en base a estas es como tanto firmas, como gobiernos, en búsqueda de esta maximización y optimización de los recursos han creado todo un sistema operacional del cual la comunicación es uno de sus pilares más fuertes e imprescindibles. Esto se podrá analizar con mayor precisión en próximas líneas, en donde se leerá la importancia de esta y el impacto que ha tenido en algunos episodios de la historia económica global, además, como en la actualidad se hace presente en los negocios.

Los medios de comunicación a la fecha, han crecido extraordinariamente al grado de influenciar la percepción de los receptores en distintos ámbitos de la sociedad. En este sentido, la condición del ser social hace a los sujetos partícipes de las relaciones interpersonales y de la comunicación desde el momento mismo

de su nacimiento. La supervivencia y el desarrollo del individuo esta ineludiblemente vinculada a estas relaciones sociales y comunicativas (Gómez, 2016) . De esta manera el uso y consecuencia de la información se masifica al igual que la conducta que esta genera.

Como se menciona anteriormente en el transcurso de la historia se han dado numerosos inventos que han contribuido al desarrollo global, entre ellos resalta el caso del telégrafo, invento ubicado en la línea del tiempo a mediados del siglo XIX, el cual llego a ser como el internet del siglo XXI.

Este invento brillante, revoluciono la forma de comunicarse, dejando atrás las diligencias y el ferrocarril, creando un precedente de la importancia de la velocidad de la información, abriendo camino al desarrollo social en distintos escenarios, entre ellos el político, social y económico. Si bien es cierto que inventos como la imprenta y el fax son importantes para el desarrollo, se podria decir que la característica “tiempo” llego a dar un valor importante a las nuevas formas de comunicación. El telégrafo llego a concientizar del poder de la información “*just in time*” característica que sería imprescindible en el desarrollo de nuevos medios.

En lo que respecta a México, el telégrafo fue la primera tecnología que se implementó de manera intensa en todo el territorio, con su respectivo resultado que fue el incremento y potencialización de la actividad económica. (UNAM, 2020) A pleno siglo XXI en donde el avance tecnológico es avanzado, apenas podríamos imaginar cómo sería la vida sin la comunicación inmediata, situación que se vivía en el siglo XIX, la forma de relacionarse, gobernar y hacer negocios era muy lenta

y las largas distancias -geográficamente hablando- hacían de las interrelaciones un proceso tardío. Es por ello que la aparición del telégrafo, aceleró no solo la transmisión de información, sino también, la vida social de los mexicanos de esa época.

Como muchos de los inventos y novedades tecnológicas, el telégrafo de entrada fue reservado para actividades de lucro en manos de particulares, sin embargo, para 1867 el gobierno obtuvo el control de esta tecnología (UNAM, 2020), decisión acertada por parte de las autoridades, porque generó contribuciones como la inclusión de comunidades incomunicadas u olvidadas, redujo la brecha entre familias y amistades que se encontraban geográficamente lejos, sin dejar de hacer hincapié en que la velocidad en que se recibía información era provechoso para procesos políticos y económicos.

Había llegado la era en que se podía transmitir un mensaje y que fuese leído en tiempo en cualquier parte del territorio nacional que contara con un telégrafo, hecho que también transformaría la comunicación entre gobierno-sociedad.

Muestra de ello, es el periodo presidencial de 35 años del ex presidente Porfirio Díaz, quien fuera el primer gobernante que ejerció el poder con base en la inmediatez de saber lo que ocurría en todo el país.

Posterior a esto, se originaron cambios trascendentales en la sociedad contemporánea, la llegada del fax, la imprenta, el corantos, el fonógrafo, el teléfono y por supuesto en el siglo XX a partir de la televisión y el internet, cambia

drásticamente la comunicación y por consecuente las formas de consumo y de relacionarse. Nacen estos nuevos medios capaces de modificar y hacer manipulable el pensamiento.

Respecto a esto se puede deducir que la comunicación es causa y efecto al mismo tiempo de lo que la persona y la sociedad son y hacen (López, Jose Eduardo, & Villegas Martínez , 1997) es decir, es un efecto de la necesidad de desarrollo de una sociedad y al mismo tiempo lo que hacen las personas son una causa de la misma comunicación y derivado de ella es que la sociedad es y hace y viceversa. Por tal motivo, cada uno de los medios de comunicación tienen un rol desencadenante de conductas sociales, es decir, son desencadenadores de pensamientos y acciones.

Como menciona Antonio Checa Godoy “No hay que negar la influencia y el poder de los medios ni ocultar que va a más” (Checa, 2008) porque la comunicación es el origen de todas las ciencias, sin esta, el hombre no habría logrado un desarrollo basto, sin ella no sería posible la vida tal cual la conocemos y por supuesto las ciencias sociales, formales o económicas, no serían una realidad.

La información implícita en la comunicación es creadora de posturas, de utopías, de caracteres, de pensamiento; significa poder, el poder de saber, el poder de la información y el poder de formación, por lo que sin duda tiene gran influencia y de acuerdo al desarrollo tecnológico va a mas, nunca a menos.

Por tanto, la comunicación es en un sentido teórico, un elemento fundamental en la cotidianidad de todo individuo, está compuesta por elementos básicos como el receptor emisor y mensaje, cuenta con distintas corrientes de estudio, entre las principales que encontramos están el Funcionalismo, el Estructuralismo y se da de distintas formas, entre ellas; orales, escritas, sonoras, entre otras y siempre cuenta con un medio transmisor. (García, 2012)

La palabra “comunicación” es definida por la Real Academia Española simplemente como “acción y efecto de comunicarse” (RAE, 2021) es decir, él envió y recibo de cierta información, sin embargo la comunicación asertiva va más allá de contar con un emisor, receptor, mensaje y medio, esta involucra múltiples factores para hacerla efectiva.

Dichos elementos por los que está compuesta la comunicación deben ser abordados de manera individual y colectiva puesto que cada uno influye en el otro creando así de la comunicación un proceso complejo, es decir, no basta sólo con hablar, es necesario ir más allá, romper la barrera de lo superficial. No se trata solamente de transmitir información, sino de expresar ideas, opiniones, sentimientos, emociones (Gonzáles, 2015)

Ahora bien, de esto podemos concluir que el ser humano tiene una necesidad natural por comunicarse, es un ser bio-psico-social y derivado de esta necesidad en el transcurso de la historia han desarrollado medios cada vez más eficaces para estar conectados entre sí. Se considera un menester para las personas, por sus deseos de expresarse y estar en contacto con otros seres

humanos, es necesaria para el bienestar físico y emocional y a su vez esta intercomunicación es desencadenante de pensamientos y conductas.

Un claro y cercano ejemplo son los datos revelados durante la pandemia Covid-19, estudios científicos, arrojaron las múltiples afectaciones en el ámbito fisiológico y emocional derivado del confinamiento, este virus trajo consigo un impacto psicológico y conductual en las personas por el bombardeo de información o falta de ella, el temor al contagio de sí mismos o de las personas que forman parte importante de su entorno, el cambio brusco en la dinámica de vida, la incertidumbre, las presiones económicas. Debido a esto, aumentaron los niveles de ansiedad y en ocasiones dejó de ser individual transformándose en conductas colectivas.

Es decir, los efectos del COVID-19 rebasaron el ámbito de los malestares físicos de la enfermedad y el manejo de la información divulgada, fue y ha sido, un factor decisivo en la forma de abordar y afrontar dicha problemática. Muestra de ello fue la difusión por redes sociales de videos de personas en Europa realizando compras irracionales de papel de baño a esto se le conoce como el síndrome de Fomo (temor a perderse algo), hecho que se mostró en muchas personas en crisis como las del covid-19. Es decir, "Se piensa que si una persona está comprándolo (papel higiénico), si mi vecino lo está comprando, tiene que haber una razón y yo también tengo que involucrarme".

Dicho de esta manera el consumo desmesurado de papel de baño fue una conducta impulsada por el miedo a no tenerlo y la incertidumbre de no tener bajo control lo que sucederá, al no tener el control, se actúa de forma irracional y esta

conducta de compra es lo único que provoca un poco de sensación de control.
(Theodor Schaarschmidt, 2018)

Esta conducta irracional de la compra desmedida de papel higiénico, se dio en un escenario urbano, una respuesta sería el contexto económico y otro el reflejo de un estilo de vida en una sociedad que está acostumbrada a no carecer, aun cuando hay desigualdad, se puede apreciar que en las ciudades aunque existen diferentes estatus económicos se está acostumbrado al consumo de productos que generan comodidad y como menciona el experto en consumo Roan Miller en la vida urbanizada, “la comodidad moderna es lo que impera”. No estamos acostumbrados a la escasez y la privación “no están dispuestos a separarse mentalmente” por lo que al ver un estante vacío comienza ese sentimiento de supervivencia (Theodor Schaarschmidt, 2018) por lo tanto podemos apreciar como un video tuvo el poder de generar una conducta irracional en masas, atravesando continentes y culturas. Por otra parte, también se puede deducir que las personas más afectadas por los bombardeos de información son las que están más comunicadas.

En vista de lo anterior los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la vida de las personas. El ámbito de estudio de los efectos de los medios de comunicación es un terreno que, a la par que genera fascinación, se torna como un campo de investigación difícil de abarcar y de comprobar (Donstrup, 2018) y es que estamos hablando de una ciencia social en la cual se trata de personas y como personas, los contextos son diferentes y se encuentran en constante cambio, de esta manera la forma de percibir la información es

distinta. Esta no es una ciencia exacta, sin embargo, en la investigación resultan datos sobre el comportamiento, generando teorías aplicadas a masas segmentadas y es ahí cuando la información y los medios se convierten en una herramienta poderosa a la hora de dirigir una sociedad.

De tal manera los medios de comunicación se convierten en un instrumento poderoso en manos de quien los emplea, si bien es cierto que lo ideal es que funcionen con libertad, objetividad, en pro del bien común, la realidad es que en algunos casos son fieles de ciertos modelos (pensamientos, partidos políticos, intereses económicos), poniendo su poder en manos de los intereses que persigan ya sea por convicción o lucro. Lo único seguro, es que su actividad de informar tiene la capacidad de formar posturas, resultado del bombardeo mediático.

En este contexto, los medios son actores muy rentables para quien los dirige, significan para personas con determinado propósito, un canal de estrategias que por lo menos darán gran visibilidad a la idea que se desee comunicar.

Además, este tema se puede abordar desde diferentes teorías y situándolas en el tiempo en que se ha desarrollado la comunicación, podemos ver que la participación ciudadana también ha tenido una transformación. En el siglo XIV la participación era pasiva, por la baja sofisticación en los medios tal cual lo plantea la hipótesis de la aguja hipodérmica, que plantea un conjunto de ideas que dotaban a los medios de comunicación de un gran poder sobre este público pasivo. Uno de los motivos adherentes a este hecho es que apenas hace 20 años

no existía un medio de difusión que lograra cautivar a las audiencias con todos los sentidos, el contenido no estaba tan avanzado como en el 2021. Además, los medios tradicionales que eran la Radio y la Televisión, pertenecían a monopolios que hoy en día sabemos, manejaban la información con intereses muy particulares y su contenido forjó la cultura de varias generaciones, impuso tendencias de consumo, fue impulso de distintas marcas, trampolín de figuras públicas y hasta herramienta de éxito para candidatos presidenciales.

Sin embargo, podemos ver que en la actualidad, el enfoque funcionalista describe más a exactitud el papel de las audiencias quienes han pasado de un estado de recepción a ser partícipes e interactuar con la información, con los medios y con otros receptores (Santaolalla, 2018).

Uno de los principales orígenes de este cambio radical es sin duda la veloz globalización y se utiliza ese calificativo, porque en realidad este proceso se ha acelerado en las últimas dos décadas con el desarrollo del internet. Si miramos en retrospectiva se observa que a partir de las primeras crisis generadas por la primer post guerra mundial y para ese momento la caída reciente del oro como base económica, comenzó a haber cambios a nivel global.

En los años 1920, el capitalismo seguía prosperando para convertirse en el principal sistema socioeconómico mundial de la época. Aunque este sistema tiene sus precedentes desde décadas antes, la fundación del capitalismo moderno como un sistema económico se estableció a partir de las ideas del economista Adán Smith, considerado padre de la economía moderna. Dichas ideas apostaban por un orden económico alejado de la intervención del Estado, teniendo como

agente regulador lo que se conoció como “la mano invisible” aludiendo a que el mercado se regulaba por sí mismo, el apostaba por una economía de mercado donde se permitiera el libre comercio mediante la búsqueda del bien propio en el que mencionaba “no es de la benevolencia del carnicero, el cervecero o el carnicero de donde cabe esperar nuestro almuerzo, sino de la atención a su propio interés” (Smith, 2008). Y aunque esto tiene más orientación para las ciencias económicas y administrativas, es a partir de este modelo económico que comienza a haber una amplia apertura de comunicación al exterior, porque este intercambio no solo implicaba a los negocios si no a las propias relaciones sociales globales. Para esta apertura económica dada a principios del siglo XIX, las telecomunicaciones, ya permitían cierta fluidez y rapidez y otros medios de difusión y comunicación ya estaban en proceso de desarrollo.

Para ese momento estaban disponibles sistemas como el telégrafo en 1838, el fax en 1843, el telégrafo inalámbrico en 1866, el cable telegráfico transatlántico en 1866, el teléfono de disco en 1896, la radio y la telefonía en 1927. (Pari, 2014)

Como podemos ver, en la historia, las comunicaciones han marcado cambios en distintos sectores sociales, pero continuando en el aspecto económico, las grandes crisis como la gran depresión en 1929, así como la crisis subprime en 2008 tienen precedentes en la forma de abordar la información, que es el elemento principal que atañe este documento.

En el llamado Crack del 29, el fin de la guerra dejó en la sociedad un sentimiento de esperanza hacia la construcción de un futuro próspero y tranquilo.

Los proyectos y la ilusión eran vastos, tanto que las utopías llegaron a ser peligrosas dominadas por un optimismo que parecía infrenable. Había quedado atrás el sentimiento de miedo e incertidumbre natural que experimenta una sociedad en medio de la guerra, dando paso a un descontrol que desembocaría en una de las peores crisis de la historia.

Dentro de una economía desbordada de prosperidad, todos disfrutaban y pocos se dieron a la tarea de analizar los profundos cambios económicos a mediano o largo plazo que podían experimentar las nuevas formas de gasto. En esa temporada el consumo tuvo distintas transformaciones, una de las más relevantes fueron los créditos, y la frase “estrene ahora y pague después” comenzó a ser parte de la economía diaria de las personas. Bajo este contexto de felicidad, prosperidad y esperanza, es que se produce esta crisis.

Esta nueva forma de consumo a crédito fue un boom en la posguerra y difundida a través de la radio y medios impresos, tal fue el éxito de la difusión de esa idea que prácticamente cualquier americano había adoptado dicha cultura de consumo.

La difusión sobre el éxito de invertir en la bolsa de valores había llegado a todo Estados Unidos y esta actividad se convirtió en el mejor pasatiempo de los estadounidenses, como la economía estaba en crecimiento lo veían como una forma fácil de generar dinero. Prácticamente cualquier persona tenía la capacidad de invertir, se solicitaban créditos con el propósito de invertir en la bolsa, fórmula muy peligrosa para la estabilidad económica. Sin embargo, a pesar de que algunos por no decir muy pocos especialistas advirtieron sobre el riesgo de

colapso en la bolsa por la alta demanda de acciones además de las compras de acciones a créditos, tanto banqueros como el mismo gobierno opto por el silencio y a pesar de los esfuerzos de banqueros y políticos, por salvar días antes el desastre, en donde para variar tampoco se informó de lo que estaba a punto de ocurrir (o tal vez ya era muy tarde) ese “martes negro” fue inevitable que la bolsa de Wall Street colapsara. La consecuencia de ello, la ruina de muchos inversores, tanto grandes hombres de negocios como pequeños accionistas, cierre de empresas y bancos. Pocas personas pudieron retirar su dinero, dejando a los ciudadanos sin capacidad adquisitiva y a la industria sin recursos ni producción. Esto llevó al paro a millones de ciudadanos provocando que el nivel de desempleo se incrementara hasta los 15 millones de desocupados.

Como un efecto domino tras la caída de la bolsa, la crisis se extendió por el mundo, afectando a países desarrollados y también a quienes estaban en vías de desarrollo, dando pie a la mayor crisis en la historia del capitalismo. Todo esto ocurrido por los vacíos de información, probablemente si el gobierno no hubiese tenido la premura de activar al máximo la economía y los ciudadanos hubiesen sido objeto de información transparente y responsable sobre los riesgos que implicaban las inversiones en bolsa, esta crisis no hubiese existido.

Por otra parte, las inversiones en bolsa no solo se daban por estadounidenses, para ese periodo había ya muchas economías conectadas a Estados Unidos y por los medios de comunicación disponibles, también ciudadanos extranjeros y empresarios se contagiaron de este ambiente

desenfrenado de consumo, desencadenando la ruina de muchos a nivel global (López E. , 2009).

En lo que respecta a la crisis de créditos subprime de 2008 se puede encontrar similitudes con la gran depresión (Crack del 29), una de estas es la falta de transparencia en la información con fines de lucro por parte tanto de empresarios, como de gobierno.

El ataque del 11 de septiembre de 2001 impacto en la compañía Lehman Brothers (cuyo principal objetivo eran las inversiones) dando paso un ambiente de miedo e inestabilidad en la economía no solo de la compañía, sino a nivel mundial, provocando un panorama de incertidumbre en los inversores. Posterior a este hecho y previendo una recesión, la Reserva Federal decidió impulsar la economía bajando las tasas de interés. Debido a esta desaceleración económica consideraron que esta decisión ayudaría al crecimiento de la economía, ya que facilitaría el consumo y, por tanto, la demanda de productos, es decir, mientras más productos se consuman, mayor es el crecimiento económico, este hecho funciona para reactivar la economía estadounidense y generar confianza en los inversores y a su vez en los consumidores.

Comparado con la tasa de interés de 2001 que era de 6.5% con esta iniciativa para 2004 la tasa de interés había bajado a 1%. Esto impulso el consumo en el mercado de bienes raíces, incluso fue un incentivo para la inversión extranjera, sin embargo, como ha sucedido en otras crisis se puede apreciar que el consumo tiene distintas variables en sus tendencias, variables que hablando a nivel corporativo comienzan a manifestarse como un riesgo cuando se presentan

excesos, de manera similar se presentaron estos excesos durante la gran depresión con la compra masiva de acciones a crédito en la que cualquier persona con o sin conocimiento de la bolsa podía invertir. Estos sucesos en 2008, desembocan en un punto de quiebre, en el cual llega el colapso financiero resultado de la alteración del mercado y este punto de quiebre se da presuntamente por las inciertas tendencias de consumo en las que por supuesto participan como difusores de estas ideas los medios de comunicación.

Cuando hablamos de negocios se está tratando con un mercado de personas que son quienes generan el movimiento en los mercados, de esta manera se hace difícil poder leer de forma precisa dicho movimiento, los economistas y estudiosos de las ciencias sociales trabajan en entender y dar soluciones para resolver y prever problemas, sin embargo, en la mayoría de ocasiones parece utópica la idea de saber de forma precisa como evitar estos colapsos económicos en los que las tendencias y las distintas variables se hacen presentes de forma determinante.

Por consiguiente, al haber bajado la tasa de interés muchas personas pudieron adquirir créditos baratos. La tendencia de consumo en estados unidos es al alza, por lo que este acto de la Reserva Federal fue un gran incentivo para seguir aumentando el consumo. Es a partir de ahí que Lehman Brothers comienza a hacer negocio con las hipotecas llamadas Suprime, estas hipotecas eran proporcionadas a casi cualquier persona que las solicitara sin importar su solvencia, negocio que en inicio resultaba muy atractivo por lo que otros bancos

decidieron apostar por él, comenzando una burbuja que comenzaría más tarde la crisis.

Esta situación fue permitida por la Ley Community Reinvestment (ACT) promulgada en el año 1977 cuyo propósito era alentar a las instituciones depositarias a satisfacer las necesidades de crédito de los vecindarios de ingresos bajos y moderados. Por lo tanto, se requería, que los reguladores federales evaluaran qué tan bien cada banco cumplía con sus obligaciones con estas comunidades. Este puntaje se utilizó para evaluar las solicitudes de aprobación futura de fusiones bancarias, estatutos, adquisiciones, apertura de sucursales e instalaciones de depósito, por lo que a partir de esta ley se crea una apertura blanda para la adquisición de créditos a clientes cuya solvencia económica no era clara, incluso se eliminan casi por completo el porcentaje de entrada de la hipoteca que debe poner el cliente por adquirirla y de igual forma se elimina la solicitud de historial crediticio, por esto, la legislación de veinte años antes y la falta de actualización y regulación del estado son aspectos fundamentales que dieron carta abierta al desarrollo de la crisis.

El gobierno federal vio en la inversión de bienes raíces un pilar fuerte para el desarrollo económico por lo que comenzaron tanto gobierno como compañías a promover la idea de que adquirir una vivienda en este momento de una tasa de interés baja era una oferta que no podían dejar pasar, sin embargo, poco abundaron en el tema de la cláusula de la tasa de interés que manejaban las hipotecas subprime, que no eran fija. Y de esta forma el minimizar la difusión de información relevante se convierte en un detonador.

De tal forma, al ser muy baja la tasa de interés, la demanda inmobiliaria creció, pero la oferta seguía siendo la misma resultando en inflación, los precios de los inmuebles comenzaron a subir por lo que gran cantidad de inversores se interesaron por ese mercado bajo la premisa de que el mercado seguiría subiendo y podrían vender posteriormente a un precio mayor.

La oferta comenzó a crecer y uno de los resultados fue el incremento en la oferta de empleo, hasta ese momento todo parecía marchar bien, los compradores estaban felices por el bajo interés, los bancos ganaban, los inversores ganaban, las constructoras tenían alta demanda y a su vez generaba empleo a la sociedad, sin embargo, apenas comenzaba la burbuja; el haber bajado a ese nivel la tasa de interés desembocó en inflación afectando a distintos sectores, la reserva federal se da cuenta de ello y deciden subir de nuevo la tasa de interés al 5% por lo que a su vez el interés también subió para aquellos quienes ya habían adquirido la hipoteca, por este hecho, la demanda de inmuebles bajo y afectó directamente a las constructoras que ya no podía vender todas las casas que habían construido y así como en todas las crisis se produce un efecto domino, que termina en desempleo y afecta la capacidad adquisitiva del consumidor.

Esta acción por parte de la Reserva federal también afectó a las personas con créditos, se generó inflación en sus cuentas que tenían un interés variable, es decir, los créditos dependían de la tasa de interés presente, si subía la tasa de interés el crédito se inflaba, por lo que esta decisión del abrupto incremento fue un detonante de esta crisis. Muchas personas que como se mencionó anteriormente, no contaban con capacidad adquisitiva, dejaron de pagar y este dinero “perdido”

era de los inversores o incluso de la Reserva Federal quien había prestado al banco a cambio de títulos de deuda de estas hipotecas.

Pero eso no fue el mayor problema. De alguna manera el banco sabía de los riesgos de estas hipotecas supprime y para protegerse de clientes que muy probablemente no terminarían de pagar trabajaban en el supuesto de que como eran hipotecas podían recuperar el inmueble y venderlo a vender lo que supondría un buen negocio. El problema es que al dejar de pagar las hipotecas supprime los clientes solventes también dejaron de pagar puesto que, en este movimiento de oferta, demanda y el incremento de la tasa de interés, salía más barato dejar de pagar que seguir pagando, esto detono la banca rota de Lemman Brothers colapsando en 2008 la bolsa de New York y afectando un sin fin de inversionistas internacionales.

Lehman Brothers estaba respaldado por agencias que median la confianza de invertir en ciertos títulos y el problema es que ellos mismos pagaban a estas agencias por lo que los calificaban como bajo riesgo otorgándoles un puntaje de cinco estrellas indicador de que eran una empresa segura para invertir. Para un inversor de bajo nivel, puede no resultar conocido este proceso, pero para un gobierno federal y para grandes inversores o para otros bancos ¿Este proceso de verdad resultaría difícil de identificar? ¿No sabían en realidad lo que estaba sucediendo? ¿Desconocían el riesgo real y el declive que venía? Pareciera que había algo que no queda claro en este suceso. Los trabajadores de bolsa se dieron cuenta de la problemática que se avecinaba porque compraron y vendieron antes del colapso, por lo cual puede presumirse que había información

desconocida implícita. Entonces se plantea necesariamente la pregunta ¿Qué postura debería adoptar el gobierno en la economía y en la comunicación social cuando hay indicadores latentes de riesgo?

En ambos casos expuestos, se puede apreciar como la información dada a la sociedad tanto por el gobierno como por el sector privado, con la ayuda de medios de comunicación, incentivaron nuevas formas de consumo, derivando en estos hechos que trajeron consigo múltiples afectaciones sociales y económicas (Juarez, Sanchez Daza, & Zurita, 2015).

Y entonces podemos poner en la mesa el tema de transparencia formulando la siguiente pregunta, ¿Cuál es el límite que un estado no debe cruzar y si está dispuesto a arriesgar, cuanto es lo que gana no solo económicamente sino en bienestar por ese riesgo, a quién beneficia y a quién afecta?

Y es que una tarea fundamental de un líder a la hora de administrar un país en sus distintos ámbitos, es poner en balanza riesgos y beneficios, sin embargo, en estados donde la corrupción es alta con en el caso de México -situado según *The World Justice Project* en el lugar 135 de 139 en el ranking de Ausencia de Corrupción- los intereses económicos y el beneficio de las minorías en ocasiones pesan más que el bien común y derivado de esto, la transparencia queda allá en un lugar solitario y escondido y los responsables de las comunicaciones optan por usar artíficamente la información a cambio de ciertos beneficios.

Como bien lo expone la teoría de “La agenda” “los medios de comunicación no dicen cómo pensar, sino sobre qué pensar” cuyo objetivo es ofrecer una

información sobre otra. Es decir, no se miente, pero se divulga en mayor medida la información que se desea implantar en el receptor y con ello logran aprobación, mantienen masas tranquilas, explotan sectores altamente rentables, entre otros.

Por todo esto, queda de manifiesto el papel fundamental que tienen los medios de comunicación en la sociedad y en la economía a nivel global.

En México, por ejemplo, uno de los sectores que más aportan al producto interno bruto (PIB) es el Agrícola y en el caso particular del aguacate hass, la comunicación social de esta actividad altamente lucrativa, parece no salvarse de la manipulación. En los últimos años, el aguacate hass mexicano, ha sido un producto controversial internacionalmente por el tema sustentabilidad.

Para adentrarnos firmemente en dicha problemática se expone el siguiente contexto.

El concepto sustentabilidad, surgió en el año de 1987, cuando la World

Commission on Environment and Development de las Naciones Unidas publicó el informe “*Our common future*” (Nuestro futuro en común), centrado en la idea del desarrollo sustentable o sostenible. Siendo formalmente adoptado hasta 1992 por 180 Jefes de Estado, en Río de Janeiro, durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el medio ambiente y el desarrollo. (CCGS, 2013)

La definición adoptada por esta comisión es la siguiente:

“El desarrollo sustentable hace referencia a la capacidad que haya desarrollado el sistema humano para satisfacer las necesidades de las generaciones

actuales sin comprometer los recursos y oportunidades para el crecimiento y desarrollo de las generaciones futuras.” (CCGS, 2013)

El planteamiento de este tema internacionalmente ha derivado en distintos conceptos de lo que es la sustentabilidad, retomándolo desde diferentes enfoques.

Citando uno de los más completos, es el del Ing. Arturo M. Calvente asesor y estratega de la Universidad Latinoamericana de Buenos Aires, especialista en temas de sustentabilidad quien la describe de la siguiente manera:

“Sustentabilidad es la habilidad de lograr una prosperidad económica sostenida en el tiempo protegiendo al mismo tiempo los sistemas naturales del planeta y proveyendo una alta calidad de vida para las personas”.

Por lo tanto, el concepto de sustentabilidad que se plantea para el presente documento es el siguiente “Sustentabilidad es la capacidad que tiene una sociedad para implementar procesos que hacen posible el desarrollo económico de un sector, sin afectar el medio ambiente y la sostenibilidad de generaciones futuras implementado en pro del bienestar ambiental y humano”

Por otra parte, en lo que respecta al aguacate, la palabra proviene del náhuatl *ahuacatl*, es una fruta, aunque muchos lo consideran verdura. Se considera también una fruta exótica y fácil de combinar con diferentes alimentos por su suave sabor a avellana y su consistencia tierna y cremosa, que está en medio de lo dulce y salado.

Proviene del aguacatero que es como se denomina al árbol que lo produce y su cultivo se da en lugares con climas tropicales y subtropicales centroamericanos, así como en el mediterráneo.

El aguacate es conocido no solo por su delicioso sabor reconocido por paladares internacionales sino también por sus beneficios fisiológicos como son el mantenimiento de un corazón sano, reduce los niveles de colesterol, controla la presión arterial, contiene propiedades antiinflamatorias, regula los niveles de azúcar en la sangre, previene defectos de nacimiento, reduce el riesgo de accidentes cerebrovasculares, protege contra el cáncer entre otros. (GOB, 2017)

Por los beneficios antes mencionados y su buen sabor es que el aguacate hass es un producto altamente demandado en los mercados internacionales, esta fruta además se ha convertido en un pilar importante de la economía mexicana.

México es el principal productor mundial de aguacate hass, genera una producción total de 2, 337, 254 .32 toneladas según el Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) y cifras de la División de estadística del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas muestran que México mantiene en el primer lugar hasta el 2020 como mayor exportador de este fruto. (COMTRADE, 2021) (SIAP, 2021)

El principal socio comercial de México en la exportación de esta fruta es Estados Unidos, seguido de Canadá y Japón, según la base de datos de estadísticas del comercio de productos básicos de las Naciones Unidas (COMTRADE) dato que confirman algunas otras entidades como lo son;

Secretaría de Economía, Secretaría de Agricultura y Asociación de productores y empacadores de aguacate de Michoacán.

Haciendo un paréntesis, para efectos de este documento se han revisado distintas fuentes en las que los datos no coinciden. Las fuentes internacionales muestran información muy variada, sin embargo, en las nacionales se puede apreciar como entre mismas secretarías que trabajan en conjunto, como son economía y agricultura, muestran la misma problemática. Se puede interpretar esta distinción, como un problema de redondeo en cantidades, pero en ocasiones la diferencia es por miles de dólares o por cientos de toneladas (como se desee medir), esto es un factor que dificulta las investigaciones científicas basadas en información oficial.

Finalizando esta pausa y dejando de lado este detalle que sin duda habría de ser un objeto interesante de estudio, en información oficial, también se aprecia que el aguacate es después de la cerveza, el segundo producto agroalimentario más exportado en 2019 generando a México un total de divisas por ventas al exterior de \$3, 104 millones de dólares confirmando en las estadísticas de la Secretaría de Agricultura, a Estados Unidos, Canadá y Japón, como los principales importadores de este fruto. (SIAP, 2021)

Valor de las Exportaciones 2019	
Producto	Exportaciones de Mexico (mdd)
Cerveza	4,858
Aguacate	3,104
Berries	2,615
Jitomate	1,980
Tequila	1,874

En 2016, diferentes medios de comunicación informaron sobre la importancia económica que tomaba el aguacate en México, anunciando que para ese año la exportación de esta fruta ya dejaba más divisas a México que los propios hidrocarburos, según una columna del periódico El Financiero:

“mientras el comercio exterior del petróleo y sus derivados le dejó a México un déficit de 13 mil 163 millones de dólares, el 'oro verde' (como es llamado el aguacate) reportó un superávit de dos mil 220 millones de dólares, según datos del Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI) de la Secretaría de Economía.” (El Financiero, 2017)

Esta información es alentadora para inversionistas, pero si se coteja con el crecimiento de las superficies sembradas, se puede ver que el crecimiento en la última década ha sido desmedido mientras que el crecimiento en la exportación en los últimos años ha incrementado muy poco, contrario a lo que se difunde en los medios.

La comunicación social en el ámbito económico, genera una apertura de los mercados y opinión pública, y como esta, la publicidad que se realiza por parte principalmente de la Asociación de Productores y Empacadores de Aguacate de Michoacán, ha hecho que el aguacate mexicano sea adoptado exitosamente hasta ahora por 31 países.

El aguacate es un fruto producido en el centro y este central de México, sus principales productores son Michoacán, con una producción total de aguacate

hass de 1,799,296.67 toneladas registradas en 2020, seguido de Jalisco y Estado de México. (SIAP, 2021)

Como queda de manifiesto Michoacán es el estado con mayor producción y para cubrir la demanda de exportación, el cultivo a través de los años ha tenido una expansión importante en el estado.

El 23 de noviembre de 2020 por medio del Servicio Nacional de Sanidad e Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA), en el Diario Oficial, se dio a conocer una actualización de la Norma Oficial Mexicana NOM-066-FITO-2002, (especificaciones para el manejo fitosanitario y movilización del aguacate) y la Norma Oficial Mexicana NOM-069-FITO-1995 (para el establecimiento y reconocimiento de zonas libres de plagas), declarando como zonas libres del barrenador grande del hueso del aguacate (*Heilipus lauri*), barrenador pequeño del hueso del aguacate (*Conotrachelus aguacatae* y *C. perseae*) y de la palomilla barrenadora del hueso (*Stenomacrus catenifer*) a los municipios de: Acuatizó, Angangueo, Apatzingán, Ario de Rosales, Charapan, Churumuco, Cotija de la Paz, Erongarícuaro, Gabriel Zamora, Hidalgo, Huiramba, Irimbo, Jiménez, Juárez, Los Reyes, Madero, Nuevo Parangaricutiro, Ocampo, Parácuaro, Pátzcuaro, Peribán de Ramos, Purépero, Quiroga, Salvador Escalante, Tacámbaro, Tancítaro, Tangamandapio, Taretan, Tingambato, Tingüindín. (DOF, 2020)

Esta norma a partir del 2002 y hasta 2020 ha dado apertura a distintos municipios para el cultivo, sumando hasta la fecha treinta municipios autorizados. (DOF, 2020)

Se Ubica a Tancítaro, Uruapan, Tacámbaro, Salvador Escalante y Ario de Rosales como los principales productores en el estado de Michoacán.

En 2005 se registró una superficie sembrada en Michoacán de 95,222.82 ha, en el periodo 2005-2010 se incrementó en un 12%, para 2010- 2015 un 26% y para 2015-2020 un 25%. (SIAP, 2021)

Crecimiento de superficie sembrada (ha)		
AÑO	Sembrada	crecimiento
Total 2005	95,222.82	
Total 2010	107,057.57	12%
Total 2015	134,911.76	26%
Total 2020	169,874.45	25%

Elaboración propia con datos de SIAP.

Como se puede apreciar la superficie sembrada en solo 10 años ha incrementado en un 51%. Este acelerado crecimiento ha generado distintos cambios que amenazan el medio ambiente principalmente de las zonas sembradas, así como a la propia industria.

Este cambio de uso del suelo a la producción de aguacate, ha ocasionado un gran daño de los ecosistemas forestales del estado de Michoacán. Pero esto, simplemente es un secreto a voces. Aunque la información respecto al deterioro de estos recursos naturales se encuentra en los portales oficiales de México, pareciera que la divulgación o el análisis de estos en los medios de comunicación no ha tenido relevancia.

Se han realizado estudios por parte de entidades gubernamentales de investigación y universidades prestigiosas, entre ellas, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), pero poca cobertura se ha dado a los hallazgos obtenidos, al menos hasta 2020 y 2021 donde esta problemática se está dando a conocer ampliamente en el ámbito internacional, porque está siendo denunciada por el sector civil, es cuando se están tomando medidas, que más adelante analizaremos, porque a pesar de que se planean programas para el desarrollo sustentable de esta industria, más bien pareciera una respuesta enfocada a calmar la inquietud de quienes lo difunden con un mensaje claro que susurra al receptor “todo está bien” “nuestro producto es sustentable” cuando la realidad que cuentan las cifras oficiales y extraoficiales es otra diferente. Y esto muestra, como por conservar actividades de alto lucro se acude al uso artificioso de la comunicación, como se mencionaba anteriormente es la práctica de “no miento, pero lo minimizo” y aquí se podría poner también en discusión el tema no solo del impacto que tienen la comunicación en la sociedad, sino también la presión que ejercen la economía y el gobierno sobre los mismos medios de comunicación.

Referente a la falta de amplio análisis u omisión de información de esta problemática ambiental generada por los monocultivos de aguacate, se puede deducir que proviene del cuidado especial que se le quiere dar al mercado internacional, la imagen del producto hablando desde un ángulo mercadológico es esencial para preservar dicha industria con su respectivo beneficio económico claro está.

Por consiguiente, el esfuerzo que realizan los interesados en esta industria por preservar a costa de los ecosistemas este sector, se ve reflejado en la demanda internacional, puesto que usando los medios de comunicación a su favor se realizan estrategias de divulgación sobre los beneficios y no sobre las consecuencias. Tampoco es que se espere absoluta transparencia que pueda dañar las exportaciones, porque es cierto que el aguacate económicamente ha significado la entrada de dinero al país, ha sido generador de empleos, ha evitado la migración etc... pero lo que, si se esperaría, es que por lo menos se trabajara en regular este sector con el firme compromiso y convicción de hacerlo tanto rentable, como sustentable.

Realizando una comparación de imagen con productos como “Nutella” se puede dar idea aproximada de lo que sucedería si no existiese esta “manipulación” en la publicidad.

Esta marca tuvo problemas de imagen, al realizarse fuertes campañas sociales que incitaban al no consumo del producto debido a que Orangutanes estaban en peligro de extinción por la devastación de su hábitat, porque para elaborar la Nutella se destruyen bosques de Sumatra y Borneo, hábitat natural de estos primates. Este ecocidio, con el fin de extender las plantaciones de palma, ingrediente principal de esta crema de cacao, y se difundió que incluso se llegaba a matar a los orangutanes, originando una grave crisis de imagen para esta marca. (Agro, 2019)

Todo esto desencadenó fuertes repercusiones en sus ventas internacionales. Volviendo al tema que nos atañe, con esta comparativa podemos

darnos una idea de lo que sucedería si se informara abiertamente con análisis contundente de cifras las afectaciones que está dejando a su paso esta industria. Y entonces regresa la pregunta que se plantea líneas atrás, ¿Hasta que limite es prudente la censura de dicha información? ¿existen informaciones que no es prudente abordar en pro de no afectar los mercados de no tambalear la economía? Y si la respuesta a esta interrogante fuese afirmativa ¿Quién mide o decide ese límite de encubrimiento de información o censura y de qué forma se modula? En este caso se debería poner en la balanza si las afectaciones ambientales y sociales son mínimas, en comparación al beneficio económico.

La comercialización nacional e internacional de aguacate es beneficiosa sobre todo para las regiones donde se produce y probablemente la mayor problemática no sea que no se haga hincapié en los daños, sino el hecho de que las autoridades no ejerzan eficazmente los planes de acción correspondientes para regular esta industria y lograr su sustentabilidad.

De tal manera, así como se reconoce plenamente que el cultivo de aguacate se ha constituido como un detonador de crecimiento económico y generador de empleos, logrando altos niveles de competitividad en los mercados internacionales, nuevas tecnologías para su transformación en productos de alto valor agregado como el guacamole, congelados o el aceite, y el arraigo de las personas en sus comunidades, también es conocido, que el desarrollo de esta industria, presenta un importante dilema para la sostenibilidad regional y para sí misma, debido principalmente a que los requerimientos climáticos y de suelo óptimos para el cultivo del aguacate coinciden con los ecosistemas forestales de

pino y encino, provocando que en los últimos años se haya presentado la reconversión de áreas eminentemente forestales para la producción de aguacate, provocado la deforestación de miles de hectáreas de bosques de pino y encino.(INIFAP, 2017)

La información que se muestra a continuación forma parte de un artículo científico realizado por el Centro de Investigaciones en Geografía Ambiental de la Universidad Nacional Autónoma de México. En él se muestra como esta deforestación se ha concentrado principalmente en la región sierra-costa y en el centro del estado (zona aguacatera) y se puede ver los procesos de recuperación de la cubierta forestal en varias regiones del estado, aunque estos procesos de ganancia son menores que los de pérdida. En particular, se detectaron numerosos parches de pérdida de bosques templados en los municipios de Taretán, Uruapan y Ziracuaretiro, en los cuales ahora están establecidas huertas de aguacate. Como podemos ver la pérdida de bosques de 2004 y hasta 2014 fue de 19,599 ha. (Jean-Francois, 2017)

Deforestación de bosques templados en Michoacan			
Periodo 2004-2007		Periodo 2007 -2014	
Tasa de deforestacion anual .16%		Tasa de deforestacion anual .09%	
Reforestado (ha)	Perdida (ha)	Reforestado (ha)	Perdida (ha)
1,004	8,443	1,144	11,156

Elaboración propia con datos de (Jean-Francois, 2017).

Una de las consecuencias de esta pérdida forestal es la alteración en el ciclo del agua. Los árboles atraen las lluvias y los bosques son una parte vital en el ciclo del agua. Esto quiere decir, que, al perder masas forestales, se modifica el comportamiento del agua en la zona, pues esta se desplaza hacia otras partes con

vegetación. Además, al perderse los bosques, las temperaturas en la región y también a nivel global aumentan por supuesto amenazando entre otras cosas a la propia sostenibilidad de la región. Respecto a esta problemática el gobierno Federal hace diferentes pronunciamientos mediante comunicados e investigaciones, que más que compromisos o resultados de avances en la lucha por preservar el medio ambiente, son en realidad reportes de la problemática actual, por ejemplo, en un reporte que realizo (CEDRSSA, 2019) se detalla la situación de cambio de clima, en otro comunicado realizado por (SAGARPA, 2012) se presenta la situación problemática y se exponen los compromisos realizados por México para el combate del cambio climático y al igual que en el comunicado de 2019 no hay reporte de avances en esa materia.

Realizando una revisión en el portal México ante el cambio climático se encuentran planes de acción sin embargo conforme al Inventario Nacional de Emisiones de Gases y Compuestos de Efecto Invernadero, México aumento en un 65% las emisiones de CO₂.

Como se viene resaltando desde líneas atrás, esta información se encuentra publicada en el portal del gobierno de México, emitida por Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático, a continuación, se presentan párrafos de la forma en que se publica este contenido.

Comienza el comunicado resaltando el compromiso y participación que tiene México ante las Naciones Unidas.

“Un compromiso de México ante la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC) es “Elaborar, actualizar periódicamente, publicar y facilitar a la Conferencia de las Partes, de conformidad con el Artículo 12, inventarios nacionales de las emisiones antropogénicas por las fuentes y de la absorción por los sumideros de todos los gases de efecto invernadero no controlados por el Protocolo de Montreal, utilizando metodologías comparables que habrán de ser acordadas por la Conferencia de las Partes” (INECC, 2018)

Y continúa revelando los datos arrojados en este inventario:

“Del total de las emisiones, 64% correspondieron al consumo de combustibles fósiles; 10% se originaron por los sistemas de producción pecuaria; 8% provinieron de los procesos industriales; 7% se emitieron por el manejo de residuos; 6% por las emisiones fugitivas por extracción de petróleo, gas y minerías y 5% se generaron por actividades agrícolas. En el inventario también se contabilizaron 148 MtCO₂e absorbidas por la vegetación, principalmente en bosques y selvas. El balance neto entre emisiones y absorciones para el año 2015 fue de 535 MtCO₂e” (INECC, 2018)

Esta información, aunque es real y detallada si es leída por un ciudadano promedio se preguntaría ¿Qué significa esto? La pregunta es cuantas personas podrían interpretar los datos expuestos, resaltando el hecho de que en párrafos como este, solo se muestran porcentajes y no cantidades reales.

Además, se pueden leer varios párrafos como es siguiente:

“El INEGYCEI es la base de la contribución nacionalmente determinada (NDC por sus siglas en inglés) que México presentó en las negociaciones internacionales que condujeron al Acuerdo de París, y será un insumo fundamental para el desarrollo modelo próximo Programa Especial de Cambio Climático”. (INECC, 2018)

Este párrafo es una muestra de cómo el tema primordial en este informe, está enfocado a la evaluación profesional que realizó México, cumpliendo así una parte del acuerdo de París y dejando de poner énfasis al hecho de que las metas que se propusieron no solo no fueron alcanzadas, sino que además las cifras alarmantes del cambio climático aumentaron exponencialmente. Es así como el uso artificioso de la información es una técnica para encubrir o mitigar las realidades, tal parece que la teoría de la comunicación persuasiva de Aristóteles en donde la describe como “la búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance” (Berlo, 1969) es lo de hoy en materia ambiental.

También se puede decir que en el estricto sentido teórico la comunicación (como se describió al inicio) es en casi todos los conceptos la emisión y recepción de información, pero no podemos dejar de lado otros elementos como son los actores, que en este caso son los medios de comunicación, quienes cumplen con la función de esta difusión. Entonces, podemos definir que los medios de comunicación son canales e instrumentos para informar y comunicar a la sociedad actual acerca de hechos o acontecimientos que suceden, por tanto, el ciudadano utiliza estos canales para adquirir conocimiento en temas de interés y entonces la pregunta ante esto sería ¿Cuál es el objetivo de la comunicación y de los medios

de comunicación y cuál es su función? Porque ante todo esto podemos deducir que cuando existen intereses particulares sobre todo con tintes políticos y económicos, pareciera que es válido para algunos actores de los medios, maquillar la información o situar la atención en un tema específico y no al contexto completo.

De acuerdo con estudios realizados por Greenpeace, la principal causa de deforestación en México es el cambio de uso de suelo para actividades agrícolas, así como esta asociación, distintos medios de comunicación han revelado dicha problemática y por su parte México se comprometió utópicamente ante la Convención Marco de Naciones Unidas para el Cambio Climático (CMNUCC) a alcanzar un nivel cero de deforestación para el año 2030, compromiso que se vislumbra lejano porque de acuerdo con los datos publicados por la FAO en su informe Evaluación de los Recursos Forestales Mundiales 2020, México perdió más de 1.25 millones de hectáreas de bosques en el periodo de 2010 a 2020 y la cifra si es verdad que no ha tenido un repunte importante, sigue estable anualmente conforme a las estadísticas recopiladas en los últimos años (Soto, 2020) cifras que dejan ver como las estrategias implementadas muestran ineficacia.

Por su parte las autoridades simulan una realidad distinta y es que, si bien es cierto que se acepta esta pérdida forestal, el mensaje que mandan a los mercados y asociaciones civiles, es el de estar trabajando arduamente para erradicar estos problemas, ante ello han echado a andar distintos programas que

como se menciona anteriormente resultan insuficientes o ineficaces y esto lo reflejan claramente los datos crudos. (CCMSS, 2021)

Por ejemplo, mediante los portales oficiales podemos ver comunicados con titulares como: “En los últimos cinco años se ha fortalecido la estructura encargada de cuidar el patrimonio natural de México.” O “Acciones para cuidar el medio ambiente” (SEMARNAT, 2018) (SEMARNAT, 2015) la mayoría (como los analizados líneas atrás) con una redacción protectora del lado obscuro de esta realidad y entorno a los daños ocasionados específicamente por el cultivo de aguacate en la búsqueda realizada de forma bibliográfica para este documento no se encontró información clara respecto al tema en medios oficiales, si bien como se menciona la información está en los sitios de reportes de información, está claro que para una mayoría de sociedad civil sería difícil enlazar cada uno de estos datos que solo investigadores o especialistas en la problemática podrían decodificar.

Respeto a incendios se encontró que, en Michoacán, de 2019 a octubre del 2021 se registraron un promedio de 659 anuales, sumando una superficie siniestrada de 65,474 ha. Esta información fue publicada por (CONAFOR, 2021) quien revela anualmente un reporte de incendios. Se dio a conocer un reporte ejecutivo detallado semanalmente, con extensos, variados y detallados datos de los cuales su único medio de propagación es el sitio web mediante un documento de descarga, es decir, el punto es que no hacen uso de medios tradicionales o más usuales de la sociedad para dar a conocer esta problemática y para generar conciencia de la afectación que está significando estos monocultivos.

Por ejemplo, entidades internacionales realizan investigaciones en las cuales recopilan bastos datos y después de hacerlo, generan un informe o resumen con redacción y léxico entendible para los ciudadanos, hecho que en los portales oficiales no se da sobre este tema.

Por su parte, la Coordinación Estatal de Protección Civil Michoacán, elaboro el Programa de Protección para la Temporada de Incendios Forestales 2020. Los municipios con más incendios fueron: Morelia, Uruapan, Pátzcuaro, Ario de Rosales, Paracho, Hidalgo, Ziracuaretiro, Tacámbaro y Salvador Escalante. (CEPCM, 2020)

Como se puede apreciar, cuatro de estos municipios son de los principales productores de aguacate en el estado de Michoacán. Además, se puede apreciar que estos incendios se dan en superficies no sembradas. Según datos del SIAP, muestran como en Michoacán, en el periodo 2010-2020 no se ha registrado ningún incendio de huertos, la superficie siniestrada en cultivos de aguacate ha sido equivalente a cero, mientras que en zonas libres de cultivo las hectáreas devastadas tan solo en 2020 fueron 19,767 ha. (SIAP, 2021)

Sin embargo, este es un dato que muestra un problema el origen de estos incendios del cual los medios oficiales no hacen mención o minimizan en sus comunicados presuntamente con el fin de salvaguardar este mercado.

Por otra parte, entre las afectaciones encontramos que para sostener estos huertos es necesario el buen funcionamiento de este sistema hidrológico porque el 60% de los cultivos de aguacate son de temporal, es decir, dependen

exclusivamente de las lluvias o de la humedad residual del suelo, mismo que está siendo contaminado con productos para el control de plagas, enfermedades, malezas y fertilización para la obtención de un mejor rendimiento. (SAGARPA, 2021) El uso de estos fertilizantes también genera un incremento en el costo de la producción, lo que repercute en las exportaciones de este fruto por que elevan el precio del mismo. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO):

“las principales fuentes antropogénicas de la contaminación del suelo son los químicos utilizados en subproductos de actividades industriales, residuos domésticos, ganaderos y municipales (incluyendo aguas residuales), agroquímicos y productos derivados del petróleo. Esta contaminación degrada gravemente los principales servicios a los ecosistemas provistos por el suelo, además, reduce la seguridad alimentaria al reducir los rendimientos agrícolas debido a los niveles tóxicos de los contaminantes y ocasiona que las cosechas producidas en suelos contaminados sean peligrosas para el consumo de animales y humanos”.(Eugenio, McLaughlin, & Pennock, 2019)

Esta afectación es ya el presente de distintas comunidades que han denunciado esta contaminación. Un estudio científico realizado en Instituto de Investigaciones sobre los Recursos Naturales (INIRERA) de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo en el municipio de Uruapan (uno de los principales municipios productores de aguacate), arrojó evidencias de daños en niños, jóvenes y adultos de la región, los cuales se manifiestan en cansancio,

desequilibrios hormonales e incluso cáncer, los cuales fueron asociados entre otras cosas al cultivo de aguacate y a la contaminación química de suelo. (Enciso, 2015)

Los productos químicos se utilizan prácticamente en toda la agroindustria, sin embargo ya existen métodos para mejorar el cultivo más nobles al medio ambiente, pareciera que la falta de conciencia ante los daños sociales y ambientales del uso de fertilizantes no dejan entrada a la sustentabilidad, ignorando que estos daños que aún no son tan notorios pueden agravarse y no son tomados en cuenta con la seriedad que debería, ni siquiera porque podrían significar el fin no solo de la tierra fértil, si no del codiciado “oro verde”.

Si se realizara una campaña de concientización con una estrategia bien panificada y comunicada por los medios adecuados conforme a cada región, probablemente la realidad sería diferente, las operaciones en campo dirigidas por terratenientes podrían impulsar el uso de agroquímicos más nobles al medio ambiente.

Respecto a la problemática del uso de agua, se argumenta que la mayoría de los huertos manejan un sistema de riego de temporal y es cierto, pero según cifras de Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, cerca del 40% ocupan del riego y esto es elevado, considerando que por cada kilo de aguacate se necesitan alrededor de 1000 litros de agua. Respecto a esta problemática, defensores de estos monocultivos dicen que las huertas solo ocupan de riego en temporada de sequía y que este consumo de agua es menor al que ocupan otros

alimentos, pero dejan de lado que otros frutos no se han convertido en monocultivos tan peligrosos para los ecosistemas como lo es el aguacate.

Este desequilibrio en el ciclo hidrológico también repercute en la utilidad y gasto de los productores y en el propio costo de las exportaciones. Estudios realizados por Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA) en 2019, 2020 y 2021 demuestran que, respecto a los costos de producción en 2019 el 67% equivalen a aplicación de riego y fertilización mientras que en 2020 corresponde a estos mismos criterios un 76% y para el año 2021 un 79%. De esta manera los costos para la manutención saludable de la tierra y el riego se incrementarán año tras año presuntamente por el desgaste de suelo consecuencia del uso indiscriminado de plaguicidas en la zona aguacatera de Michoacán.

Se estima, que en el cultivo de aguacate se aplican 30 mil toneladas por año de fertilizantes químicos y 900,450 ton por año de pesticidas, muchos de ellos acumulándose por años en el suelo. (INIFAP,2018)

Hablando ya en materia económica, que es probablemente la principal preocupación de quienes se benefician de esta actividad, la pregunta es ¿Alguien les ha informado claramente que están matando la tierra con la cual lucran? Queda de manifiesto que la información es poder y sin duda si la comunicación social en torno a las problemáticas expuestas fuera más clara, adaptándose al contexto social e intereses de agricultores y empresarios probablemente la solución no sería tan difícil de implementar.

El estado de Michoacán cuenta con un marco jurídico en materia ambiental, que es la Ley del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente del Estado de Michoacán de Ocampo, publicada el año dos mil, misma que cuenta con diversos reglamentos, incluyendo uno en materia forestal y sobre la creación de áreas naturales protegidas. Desafortunadamente su práctica por parte del estado ha sido poco planificada y sus últimas actualizaciones se dieron en 2007 dejando esta ley ambigua ante las nuevas problemáticas ambientales, tomando en cuenta que el boom en la siembra de este fruto se disparó de 2010. (RUBI, 2007)

Como se puede apreciar la exportación de aguacate hass es un negocio altamente lucrativo, se ha denominado a este fruto como el “oro verde” debido a la alta rentabilidad de la producción. Según el Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados (SNIIM) en lo que va de 2021, el precio por kg fue de \$44.61 mxn, alcanzando en el mes de agosto los \$62.63 pesos por kg. (SNIIM, 2021)

Este fruto tiene una participación importante en el producto interno bruto estatal y de continuar sin un plan de desarrollo sustentable de esta industria, sería causal de inseguridad, migración, desempleo y un fuerte golpe a las empresas exportadoras y a la demanda internacional.

En los últimos cinco años la producción se ha encarecido un 55%, lo que a su vez eleva el costo de los contenedores que exportan las empresas, esto significa que se debe invertir más dinero para realizar una exportación. Sin embargo, no hay campañas o al menos no en la búsqueda bibliográfica en medios oficiales, que documenten las afectaciones de la degradación de la tierra en las

exportaciones de las empresas. Probablemente, dan por hecho que el mercado del aguacate es inestable y a eso se deban los cambios de precio o de servicios para la exportación, pero si se hace un análisis de las cifras arrojadas por estudios serios, se puede ver que hay una importante afectación de la comercialización a causa de este deterioro.

Según cifras de la Secretaria de Agricultura, se estima que Michoacán concentra el 84% de la producción de México y de esta, el 80% es destinada para exportación a Estados Unidos, siendo hasta diciembre del 2021 el único estado en México certificado para exportar a ese país. En mayo de 2021, la Secretaria de Economía galardonó a la Asociación de Productores y Empacadores del Estado de Michoacán, entregándole el Premio Nacional de Exportación 2020 por rebasar el millón de toneladas exportadas a Estados Unidos (SE, 2021). Sin embargo, esta es otra de las informaciones que guardan trasfondo y es que en realidad el crecimiento real en los últimos seis años ha sido de 16.86% mientras que la producción creció un 40%, es decir, hay mayor cantidad de producto disponible, pero las exportaciones no aumentan en esa medida, mostrando un crecimiento real anual de 2.81%. Sin embargo, los medios de comunicación y la propia asociación muestran una realidad en la que la exportación de aguacate está siendo un boom, con un incremento y desarrollo exponencial, pero apegándose a datos oficiales y bases de datos internacionales, el crecimiento real es del menos del 3%. Otro dato curioso del tema, es que la producción si está creciendo exponencialmente, por lo cual ¿Qué está pasando con ese producto? ¿Se deja de exportar por no cumplir con los requerimientos de calidad? ¿Se está abriendo

nuevos mercados europeos o asiáticos? Las respuestas podrían ser muchas, pero lo que sí es un hecho es que tanto el cultivo como las exportaciones no van tan bien como lo “pintan”.

Como se hace referencia en líneas atrás, los altos costos para realizar una exportación son un factor que afecta el crecimiento de las empresas exportadoras, que en su mayoría son Pymes.

El gobierno federal y la Asociación de Productores y Empacadores del Estado de Michoacán, mucho reconocen la labor de empaques y productores en el éxito internacional de este producto, pero hay un tema muy importante que atañe sobre todo a las exportadoras nacionales.

El escenario es el siguiente; los costos que pagan las empresas para realizar una exportación son altos, estos varían de acuerdo al tipo de cambio y a la compañía prestadora de servicios, pero el total (según facturas proporcionados por una exportadora para uso de investigación), es un aproximado de \$153,134.81 correspondiente a estos servicios, más el costo de la fruta que en realidad es lo más caro. Esto es un determinante de cuantas exportaciones podría realizar una empresa, es decir, la demanda de aguacate es alta pero la posibilidad de las empresas de invertir en varias exportaciones es baja. Y si la mayoría de estas empresas son mypimes ¿cómo es que logran exportar más de un millón de toneladas anuales solo en el estado de Michoacán? Pues bien, un estudio realizado en 2006, cuando multinacionales comenzaban a magnificar sus operaciones en Michoacán, mostró que tan solo entre esas seis empresas multinacionales cubrían un total del 45% de las exportaciones, es decir, una

participación de 7.5% cada una mientras las otras 49 empresas nacionales exportadoras obtuvieron una participación de 1.12%. (Huacuja, 2008)

Siguiendo la misma línea, una investigación realizada en la UNAM, confirma en sus entrevistas a exportadores y algunos directivos del Consejo Nacional de Productores de Aguacate, A. C. (CONAPA) que los más grandes exportadores siguen siendo las filiales de empresas norteamericanas establecidas en Michoacán. (Troncoso & Sánchez Olguín, 2014).

El hecho de que estas multinacionales tengan operaciones en México y principalmente en Michoacán, es un generador de empleos, sin embargo, si ellos son partícipes de alrededor del 45% de las exportaciones, ¿el mayor beneficio es para los locales o para las filiales extranjeras? Porque si reflexionamos sobre lo que genera económicamente esta industria al país, deberíamos descontar el 45% del ingreso que a fin de cuentas se queda en manos de extranjeros. Sobre esto, se debería realizar investigación más profunda sobre el porcentaje real de ingreso que se ocupa en gasto y que si queda en manos de nacionales.

Considerando que se está explotando la tierra mexicana, lógicamente debería traer mayores beneficios a connacionales, por ello es importante que se haga realidad el que las empresas mexicanas tengan mayor participación en las exportaciones, entre otras cosas porque casi un 50% del mercado en manos de seis compañías es un riesgo alto, esto quiere decir que, si sigue aumentando, tendrían la facultad de regular condiciones de compra y venta de fruta. Para ello es necesario la implementación de subsidios para estas pymes.

Los apoyos gubernamentales orientados hacia las empresas de exportación podemos ver en los portales de Secretaría de Agricultura, Secretaría de Economía, Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero y otras entidades estatales, que el presupuesto dirigido a cada financiamiento otorgado anualmente, es de aproximadamente \$575,000 MXN, apoyo que resulta insuficiente si se compara con los gastos que genera tan solo una exportación. Tomando como referencia el precio promedio de \$22,016.82 por tonelada que muestra la secretaria de Economía por medio de Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, podríamos decir que un termo cuesta un aproximado de \$ 549,437.57.

Por lo tanto, si las empresas son acreedoras anualmente a este apoyo, este no hace la diferencia en el crecimiento de dicha compañía.

Por lo cual el desarrollo de las empresas nacionales y el apoyo del gobierno federal y estatal, debería ser un tema de relevancia en las asociaciones de este sector.

Principalmente de forma anual, la Asociación de Productores y Empacadores del Estado de Michoacán, realiza fuertes campañas que realzan el reconocimiento a la cadena de comercialización y el desarrollo de las exportaciones de Michoacán, mediante comunicados en su página oficial, informa los logros en esta industria, en los que se muestra este mercado como muy lucrativo para México y en realidad si lo es, pero lo que no se muestra es en manos de quien está quedando este beneficio y cuál ha sido el precio ambiental y social.

En 2021, se han dado múltiples publicaciones que se han hecho virales, incentivando a la comunidad internacional a sustituir el aguacate por otros alimentos hecho que desprestigia la imagen de este producto en el mercado, para ello se realizan estrategias para contrarrestar los efectos que tienen estos videos en la opinión pública.

Una de estas estrategias es poner en los medios de comunicación globales la información que se desea posicionar, así lo realizo la Asociación de Productores y Empacadores del Estado de Michoacán cuando en octubre del 2021 envió su primer Informe de Compromiso con los Principios del Pacto Mundial de la ONU, con el fin de dar a conocer sobre sus acciones para el medio ambiente. Esto sorprendió internacionalmente, porque fue enviado un año antes de cuando debía presentar dicho reporte y esto obedece presuntamente a la necesidad de restar peso a las críticas que se han desencadenado en torno a esta industria.

Con el siguiente párrafo:

“Nuestro compromiso con la sostenibilidad y en efecto, con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas es, en esencia, avanzar en un ciclo positivo que permita que el entorno natural prospere y, por lo tanto, proporcione la base para impulsar la economía, el desarrollo social y el cuidado del medio ambiente. A medida que la industria del aguacate prospera, retribuye al ecosistema natural y, por lo tanto, el ciclo se perpetúa. Si bien esta agenda sostenible es ambiciosa, es fundamental para la permanencia de la industria a través del tiempo y la conservación de nuestro planeta”. (APEAM, 2021)

La Asociación de Productores y Empacadores del Estado de Michoacán, deja de manifiesto ante la opinión internacional que es una Asociación que trabaja por la sostenibilidad de la industria del aguacate, pero revisando el contenido de dicho documento se puede ver que más que acciones sustentables, la mayoría de sus acciones han tenido que ver con el aspecto social. Se puede ver estrategias de apoyo a la educación, a otras asociaciones y alianzas en pro del medio ambiente. Sin embargo, al igual que los comunicados federales, el informe ofrece una exposición de proyectos de investigación y compromisos, siendo los resultados más notorios sobre sustentabilidad, la labor que han realizado por reforestación sumando en 10 años 1720 ha reforestadas, es decir un promedio de 172 ha anuales, contra 60 mil ha deforestadas por año en el estado. (Molina, 2020)

Así es, como mediante el buen manejo de la comunicación, se mantiene limpia la imagen de determinados productos, entidades y personas.

Por tanto, aunque la imagen presente del aguacate en los medios internacionales se está deteriorando por el tema sustentabilidad hay que reconocer que la publicidad y comunicación sobre este producto ha sido bastante buena y han logrado posicionarlo internacionalmente gracias a la promoción sobre todo de la Asociación de Productores y Empacadores del Estado de Michoacán y eso no está en discusión. Ellos han sabido utilizar a su favor los medios de comunicación para lograr sus objetivos. La crítica es en realidad sobre los efectos que ha causado la censura de los daños producidos por esta industria.

Por otra parte, el 07 de diciembre de 2021 distintos medios de comunicación, así como entidades gubernamentales informaron que:

“Estados Unidos autorizo la importación de aguacate hass de Jalisco, 24 años después de haber firmado el Plan de Trabajo para la exportación de Aguacate de Michoacán a Estados Unidos, se abre el mercado también para esta entidad, por lo que los productores interesados de Jalisco pueden comenzar a realizar los trabajos para estar en condiciones de exportar durante la próxima temporada, la cual inicia en abril de 2022. Dicho sea de paso, SENASICA prevé que la exportación comenzará con Jalisco y seguirá después con el Estado de México y Nayarit, que son los principales productores de aguacate, después de Michoacán”. (SENASICA, 2021).

Este acontecimiento fija un nuevo rumbo de las exportaciones de esta agroindustria, marca el inicio de una competencia potencial, un movimiento de precios por la ley de la oferta y demanda, además de cambios en el estado de Jalisco en materia de seguridad y se podría pronosticar la suma de un gran problema ambiental.

En el cierre agrícola 2021, Jalisco reporto un total de 246,804.92 toneladas y el crecimiento de desde hace diez años fue exponencial al igual que en Michoacán, pasando de 4,075.85 toneladas a 246,804.92, que significa un aumento anual de 24,272.907 toneladas. (SIAP, 2021)

Hasta ahora Jalisco ha reportado buenas practicas agropecuarios, según la información que se ha publicado en el portal de Gobierno de México, la Asociación

de Productores y Empacadores del Estado de Michoacán y Asociación de Productores Exportadores de aguacate de Jalisco (APEAJAL), la apertura de mercado estadounidense responde al cumplimiento de todos los estándares internacionales, satisfaciendo, además, la demanda de varios países europeos, asiáticos y de América.

A pesar de no tener una producción de aguacate tan grande como Michoacán, los datos oficiales en cuanto deforestación e incendios en esa entidad también son alarmantes, reportando (CONAFOR, 2021) en los últimos tres años, 599 incendios anuales en esta entidad, con una devastación de 150,692 hectáreas y al igual que en Michoacán estos incendios se dieron en superficies no sembradas y según el servicio (SIAP, 2021) las hectáreas siniestradas en este periodo mostraron un total de cero.

Analizando los datos de la siguiente tabla, se identifica que, a nivel nacional, Jalisco ocupa el segundo lugar después de Michoacán en incendios forestales, con una particular diferencia y es que a pesar de mostrar menos incendios también se puede ver que la superficie afectada es por mucho más amplia que Michoacán que se posiciona en el lugar número uno.

Además de ser Michoacán, Jalisco y Estado de México los tres estados principales productores de aguacate en México, también son los tres estados con mayor cantidad de incendios forestales.

Cantidad de incendios forestales						
Entidad Federativa	2019	Superficie afectada (ha)	2020	Superficie afectada (ha)	ene- oct 2021	Superficie afectada (ha)
Michoacán	722	14,353	613	19,767	643	31,354
Jalisco	587	72,268	630	29,677	582	48,747
Edo de Mexico	1475	13,498	1096	10,095	1493	15,401

Elaboración propia con datos de (CONAFOR, 2021).

Sin duda el gobierno federal y estatal, tienen un trabajo arduo que realizar en esta entidad para en los próximos años, evitar llegar a problemas de inseguridad, escases de productos en la regiones, salud y ambientales, que se han dado en Michoacán.

En esa misma línea, los medios de comunicación y las propias empresas encargas de la promoción de esta fruta tienen una decisión que tomar, si continuar maquillando información respecto a las problemáticas actuales o cumplir con ética su responsabilidad social.

Recordemos que en otros casos como lo fueron las grandes crisis económicas mundiales, la omisión o censura de información por defender intereses particularmente económicos, resultaron en serias afectaciones globales.

La globalización es un resultado de la comunicación y afortunadamente hoy en día se puede tener información al instante gracias a este proceso, es por ello, que las problemáticas aquí expuestas han llamado la atención de medios de comunicación internacionales y esto ha dado mayor apertura a que en los medios locales se abran espacios para tratar dicho tema, aunque no se ha dado con la extensión que amerita un problema tan grave, si es un tema que al menos en el estado ya es ampliamente conocido.

Cabe decir que de una búsqueda con criterios específicos para segmentar la información que emiten los medios de comunicación sobre estos daños, de un total de 200 resultados de noticias sobre el aguacate tan solo 3 notas abordaron esta situación, entre lo que destaca una columna sobre la lucha que realizan día a día los habitantes de la Reserva de la Biosfera de la Mariposa Monarca para preservarla y evitar su devastación por quienes pretenden realizar cultivos de aguacate. Lo cual es extraordinario si se toma en cuenta que la sustentabilidad es la principal problemática que enfrenta esta industria.

Como se explica líneas atrás, los intereses económicos y políticos ejercen presión en los medios, que en los últimos años en cierta medida han dado en cierta medida voz a distintas asociaciones de protección ambiental que denuncian esta problemática, la cual parece que el gobierno estatal no desea abordar mediante análisis transparente y entonces se hace claro, como la economía en esta agroindustria, marca la agenda política y hasta mediática.

Los medios de comunicación son instrumentos los cuales se utilizan para informar por medio de diferentes canales. Estos, describen, explican y analizan datos y acontecimientos políticos, sociales, económicos y culturales, tanto a nivel local como en el contexto global. Por esto, se entiende que la función de los medios de comunicación es informar. Pero el informar en sí mismo podría ser algo subjetivo y dentro de esta subjetividad es que se encuentran algunos vacíos.

Para esto existe en cada rama de las ciencias, ciertos parámetros planteados en códigos de ética, bajo los cuales se encuentran modelos de ejercer.

Analizando el informe "Hutchins" encontramos que expresa que en lo que respecta a la ética del comunicador, es la misma que sirve de guía para la construcción de todo buen ser humano.

Como resultado, puesto que la comunicación es una prolongación de la persona, su ética está regida por los principios que hacen de cualquiera persona un buen ser humano, y entre ellos deben destacarse el compromiso con la verdad, la responsabilidad para con la sociedad y la independencia.
(Hutchins, 1947)

La dignidad humana es el principal valor que debe respetar defender y difundir un medio de comunicación. No tiene sentido hablar de comunicación o información si no se contribuye a dignificar a la persona. Todos los valores humanos y los valores que rigen el actuar comunicativo, se supeditan al respeto a la dignidad humana que no es otra cosa que el respeto a la vida.
(Gabo, 2016)

El ser humano, es el sujeto del derecho a la información y a la expresión. Ante la dificultad, de ejercerlo individualmente, la sociedad delega esa función en los profesionales de la comunicación los cuales tienen injerencia en la vida diaria de las personas, es decir, en cómo se visten, en lo que consumen, en lo que sienten y hasta en lo que piensan, de esta manera reaccionan de muchas formas ante los estímulos de la televisión, la radio, la prensa escrita, las redes sociales y demás.

Por lo que como menciona este informe, la libertad de expresión es ejercida por el comunicador como un deber ante la sociedad. En lo que respecta a la sociedad, “el derecho a la información y a la libre expresión es del individuo, quien lo cede al comunicador”, (Gabo, 2016) por eso su buena praxis implica una responsabilidad moral ineludible para el comunicador.

Queda en evidencia que la opinión y la libre expresión es fortaleza de una sociedad libre y democrática, precisamente uno de los puntos de este informe es el análisis del deber que hay en la emisión de esta libre opinión. Y es que, los medios tienen compromisos muy similares ante la sociedad que las empresas y por ello es responsable de la difusión de la información objetiva y de interés para el ciudadano.

Por ello el ideal del comunicador y de los propios medios, es un escenario en el que deben ser libres de expresar sus opiniones, así como contar con los recursos técnicos necesarios y una base financiera sólida, que les permita ejercer su independencia. Para ello, el estado debe fungir como fuente complementaria, mas no como un regulador de la misma.

Es precisamente en estas características, que se debe fortalecer a los medios de comunicación, porque podemos ver que la prensa contemporánea presenta algunas de estas problemáticas y aunque este informe podría pasar por ambiguo estos puntos que pone en la mesa para su análisis, continúan siendo parte de la época moderna.

Uno de ellos que fácilmente se puede enlazar con la cuestión expuesta sobre la economía es la dependencia de algunos medios con modelos económicos que hacen parecer una pertenencia de estos, al sistema político, financiero e industrial, resultando en que las coacciones sobre ella sean bastas en distintos sentidos.

Por tanto, podemos encontrar que, la libertad de expresión no puede ser justificada, desde las leyes de mercado, pues no contribuiría al bien común, fin que la sociedad persigue y con el que los comunicadores deberían tener empeñado su servicio.

Desafortunadamente encontramos que en este tema de la producción de aguacate y no solo en este, sino en muchos más de ámbito económico, el objetivo de algunos medios de comunicación depende exclusivamente de los intereses a los que respalde y es excluyente del bien común.

Y entonces desde esta perspectiva, se puede interpretar que en la economía, la comunicabilidad está ampliamente regida bajo estándares de lucro y no bajo la verdad y la responsabilidad social, amenazando así, concretamente, la libertad tanto del consumidor, como del ciudadano, mediante la censura o maquillaje de noticias o la emisión de ellas con opiniones implícitas, faltando así a la sesión del derecho que ha dado el ciudadano a los medios, coartando el derecho de los ciudadanos porque muchos ámbitos de su vida, son dependientes en cierta medida de la calidad, la proporción y extensión de la información que se les ofrece.

Por lo que la situación presente en el estado de Michoacán, como en otros estados productores de aguacate y desencadenada por intereses económicos, está lejos de ser idónea para el medio ambiente y por consiguiente para la sociedad misma.

En conclusión, el poder económico tiene una presencia superlativa en la comunicación social, con su característica principal que se le puede llamar codicia. Ejerce un amplio control en la agenda política y comunicacional. Sin embargo, ante esta situación de dominación, se pone de lado de la sociedad la capacidad que se ha adquirido con el desarrollo de las comunicaciones, globalizándose entre muchas cosas la información.

Encontramos que, aunque la globalización en los últimos años en sentido económico ha tenido cierta retracción, esta no se ha presentado propiamente en la comunicación global. Los ciudadanos del mundo, mediante las redes sociales y en general mediante el internet, han logrado poner en discusión internacional problemáticas particulares de cada localidad.

Por otra parte, el acaparamiento de los medios de comunicación en manos de intereses financieros, son una amenaza tanto para la sociedad democrática como para el propio sistema económico y como se muestra anteriormente, para los ecosistemas y para el desarrollo de futuras generaciones, ampliando aún más la brecha de desigualdad, ya de por sí grande.

Por tanto, el principal objetivo del comunicador es mantener a la sociedad informada sobre los hechos de interés para esta misma y siendo con esta su único

compromiso, es inadmisibles, funcionen con alianzas de propósitos financieros además que en su ejecución sean concentrados en oligopolios homogéneos a cierta convicción de carácter no común. Siendo su deber ético mantenerse imparciales e informar con estricta objetividad.

Si bien es cierto que tienen la capacidad y el derecho de ejercer su libre expresión y mediante esta, fijar posturas ante determinados sucesos, lo ideal es no hacer de ello una labor de promoción o convencimiento. Su facultad no es la de promover sino la de informar y si se llegase a incumplir esta norma ética, la idoneidad estaría en el acto de promover en pro del bien común.

Tal como se ha visto, el tema del aguacate es un asunto de importancia global, porque, así como se mostró en otros temas económicos, la sustentabilidad de esta industria significa bienestar no solo de las regiones de producción, sino que su caída sería un fuerte golpe al mercado internacional y se puede ver su futuro reflejado en otras crisis en las cuales se produjo un efecto domino a otros gremios. Es por ello, que la forma en que se siga realizando la comunicación en este mercado, será de vital importancia económica para la sociedad en México y en otras partes del mundo, que dependen en diferentes aspectos de esta industria.

Por tanto, en el tema expuesto, se puede concluir que la comunicación de esta devastación ecológica se ha venido comunicando por algunos medios locales y federales, con cierto afecto al maquillaje de sus aspectos negativos más relevantes, como lo es la decodificación para la sociedad de lo que significan las cifras alarmantes arrojadas en estudios científicos. Es importante para lograr la sostenibilidad de esta industria que los consumidores, productores y los propios

participantes en la comercialización, sean conscientes de las afectaciones a la tierra que han dejado y que siguen en constante avance derivado de estos monocultivos y no precisamente con el afán de que esta industria se venga abajo, sino con el propósito de hacerla, a partir de esta conciencia, tanto sostenible como sustentable. Porque, ¿Cómo podría realizarse un plan de acción en donde se unificarán los esfuerzos de la cadena de producción y comercialización, si ellos mismos no son conscientes de las afectaciones? En realidad, en el campo, en el sentido estrictamente empírico conocen su mercado y seguramente los agricultores conocen su tierra y los cambios que se han gestado en ella a partir del abuso de fertilizantes, pero el conocer, está muy alejado del conocimiento que parte de la conciencia y es precisamente a este último al que se debe apelar para la realización de planes de acción nacionales, porque tal cual se expone, lo que buscan en la actualidad en este gremio es la maximización de sus utilidades a corto plazo, ignorando las repercusiones a largo plazo como lo serían, la migración, el empobrecimiento, la inseguridad, la devastación ecológica y el alza de precios internacionales, entre otros, derivado de la ley de oferta y demanda.

Es por ello, que lo ideal sería no que los comunicadores no realizaran promoción para resaltar significativamente este hecho, lo ideal sería que, así como no se hace para resaltarlo tampoco se pongan esfuerzos para censurarlo.

En síntesis, los medios de comunicación tienen la capacidad de infundir, sentimientos, ideologías, son formadores de opinión, pueden trazar líneas predominantes en el imaginario colectivo y aquellos que mantienen propósitos éticos, lo ejercen con responsabilidad, manejando un vocabulario entendible para

su correcta interpretación por parte del público receptor, con la estricta enmienda en que uno de sus objetivos generales independiente a los corporativos, debe ser el bien común de la sociedad. Además, estos medios deben evitar ser patrocinadores de campañas para la incentivación de los mercados, fomentando el individualismo, el consumo irracional y la rentabilidad financiera de minorías. Por otra parte, administrar la calidad de forma equilibrada de las informaciones de las cuales hacen difusión es su responsabilidad y esta deben responder principalmente a las necesidades de cada localidad.

Y, por último, una de las características más importantes es que los medios de comunicación no deben ser neutrales ante la realidad social del país y su operatividad debe mantenerse lejos de conflictos de interés.

Bibliografía.

- Agro. (19 de 03 de 2019). *Revista Industria del Campo*. Obtenido de <http://www.2000agro.com.mx/agroindustria/orangutanes>
- APEAM. (21 de 10 de 2021). *United Nations Global Compact*. Obtenido de <https://www.unglobalcompact.org/participation/report/cop/create-and-submit/detail/458754>
- CCGS. (19 de 11 de 2013). *Centro de acambio global SC*. Obtenido de <http://ccgss.org/sustentabilidad/>
- CCMSS. (04 de 06 de 2021). *Consejo Civil Mexicano para la Sivilcutura Sostenible* . Obtenido de México debe hacer mayores esfuerzos para frenar la deforestación: <https://www.ccmss.org.mx/mexico-debe-hacer-mayores-esfuerzos-para-frenar-la-deforestacion/>
- CEDRSSA. (04 de 2019). *El Cambio Climático y el Sector Agropecuario en México*. Obtenido de <http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/13/12EI%20cambio%20clim%C3%A1tico.pdf>
- CEPCM. (2020). *Coordinacion Estatal de Proteccion Civil de Michoacán*. Obtenido de PROGRAMA ESPECIAL DE SEQUIA, ESTIAJE E INCENDIO FORESTALES: https://pcivil.michoacan.gob.mx/wp-content/uploads/2017/11/PROGRAMA_FORESTAL_2020.pdf
- Checa, A. G. (2008). *Historia de la comunicación. De la cronica a la disciplina científica*. Cevilla: Netbiblo.
- COMTRADE. (17 de 10 de 2021). *UN COMTRADE DATABASE*. Obtenido de <https://comtrade.un.org/data>
- CONAFOR. (25 de 12 de 2021). *Comision Nacional Forestal*. Obtenido de <https://www.gob.mx/conafor/es/documentos/reporte-semanal-de-incendios>
- CONAFOR. (16 de 12 de 2021). *Comisión Nacional Forestal*. Obtenido de Reporte del 01 de enero al 16 de diciembre del 2021: <https://www.gob.mx/conafor/es/documentos/reporte-semanal-de-incendios>
- DOF. (23 de 11 de 2020). *Diario Oficial de la Federación* . Obtenido de Obtenido de <https://www.gob.mx/siap>
- Donstrup, M. (2018). Una introduccion a los efectos de la comunciación en masas. *Revista científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación* . , 16.
- Enciso, A. (30 de 06 de 2015). Uso de pesticidas, problema de salud que debe regularse. *La Jornada*, pág. 33. Obtenido de <https://www.jornada.com.mx/2015/06/30/sociedad/033n3soc>
- Engels, F. (1876). El papel del trabajo en la transformacion del mono en hombre. *Die Neue Zeit* , no. 44.

- Eugenio, N. R., McLaughlin, M., & Pennock, D. (2019). *ORGANIZACIÓN DE LA NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA*. Obtenido de LA CONTAMINACIÓN DEL USO DE SUELO, UNA REALIDAD OCULTA: <https://www.fao.org/3/I9183ES/i9183es.pdf>
- Gabo, F. (22 de 09 de 2016). *Consultorio Ético*. Obtenido de <https://fundaciongabo.org/es/consultorio-etico/consulta/845>
- García, D. V. (2012). *Fundamentos de la comunicación*. Estado de Mexico: Red Tercer Milenio.
- GOB. (27 de 07 de 2017). *www.gob.mx*. Obtenido de Compartido, Fideicomiso de Riesgo: <https://www.gob.mx/firco/articulos/el-aguacate-de-mexico-fruta-y-verdura-a-la-vez>
- Gómez, F. S. (2016). La comunciación. *Salus*, vol. 20 no. 3.
- Gonzáles, C. V. (2015). Historia, teoría e investigacion de la comunicación. . 11-43.
- Hutchins, R. (1947). *Una prensa libre y responsable*. Obtenido de Informe Hutchins.
- INECC. (18 de 05 de 2018). *Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático*. Obtenido de Inventario Nacional de Emisiones de Gases y Compuestos de Efecto Invernadero: <https://www.gob.mx/inecc/acciones-y-programas/inventario-nacional-de-emisiones-de-gases-y-compuestos-de-efecto-invernadero>
- Jean-Francois, R. L. (2017). Evaluación de las tasas de deforestación en Michoacán a escala detallada mediante un método híbrido de clasificación de imágenes . *Madera y Bosques* , vol. 3 p.2.
- Juarez, L., Sanchez Daza, & Zurita, J. (2015). La crisis financiera internacional de 2008 y algunos de sus efectos economicos sobre México. . *Coontaduria y Administración*, 128-146.
- López, E. (2009). Causas, desarrollo y consecuencias. CRACK, 1929. . *Revista Internacional del Mundo económico y del Derecho*, 1-16.
- López, J. E., & Villegas Martínez, V. (1997). El fenómeno de la comunicación social. *Revista Archivo Médico de Camagüey*, vol. 1 no. 1.
- López, V., Jose Eduardo, & Villegas Martínez , V. (1997). El fenomeno de la comunicacion social. *Archivo Médico Camaguey*.
- Molina, A. (22 de 04 de 2020). *La Voz de Michoacán*. Obtenido de <https://www.lavozdemichoacan.com.mx/michoacan/medio-ambiente/en-2020-1-5-millones-de-hectareas-de-bosques-danadas-por-incendios-en-el-estado/>
- RAE. (18 de 12 de 2021). *Real Academia de la Lengua*. Obtenido de <https://dle.rae.es/comunicaci%C3%B3n?m=form>
- RUBI, V. M. (23 de 08 de 2007). Periodico Oficial del Estado. *LEY DEL EQUILIBRIO ECOLÓGICO Y PROTECCIÓN AL AMBIENTE DEL ESTADO DE* , pág. 58.
- SAGARPA. (08 de 2012). *Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.mx/sites/default/files/sagarpa/document/2019/01/28/1608/01022019-cambio-climatico.pdf>

- SAGARPA. (21 de 12 de 2021). *Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera* . Obtenido de Anuario Estadístico de la Producción Agrícola: <https://nube.siap.gob.mx/cierreagricola/>
- Santaolalla, V. (2018). Los efectos de los medios de comunciacion en masas. *Asociación para el desarrollo de la comunicación*.
- SE. (20 de 05 de 2021). *Secretaría de Economía*. Obtenido de Entrega del Premio Nacional de Exportación 2020: <https://www.gob.mx/se/es/articulos/entrega-del-premio-nacional-de-exportacion-2020-272669?idiom=es>
- SEMARNAT. (04 de 12 de 2015). *Acciones para cuidar el medio ambiente*. Obtenido de Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales: <https://www.gob.mx/semarnat/acciones-y-programas/acciones-para-cuidar-el-medio-ambiente-17102>
- SEMARNAT. (28 de 03 de 2018). *Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales*. Obtenido de Seguridad ambiental, pilar de la conservación: <https://www.gob.mx/semarnat/articulos/seguridad-ambiental-pilar-de-la-conservacion>
- SENASICA. (07 de 12 de 2021). Autoriza Estados Unidos importación de aguacate Hass de Jalisco. *Gobierno de México*.
- SIAP. (18 de 10 de 2021). SAGARPA. Obtenido de Sistema de Informacion Agroalimentaria y Pesquera: <https://www.gob.mx/siap>
- Smith, A. (2008). *La mano invisible de Adam Smith* . Taurus.
- Smith, A. (2008). *La mano invisible de Adam Smith* . Taurus.
- SNIIM. (12 de 12 de 2021). *Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados*. Obtenido de Comportamiento para Aguacate Hass de primera calidad: http://www.economía-sniim.gob.mx/SNIIM-AN/estadisticas/e_fyhAnuario1a.asp?cent=100&prod=AGHA1&ACCION=Aceptar
- Soto, J. (16 de 02 de 2020). *Deforestación, ¿qué es, quién la causa y por qué debería importarnos?* Obtenido de <https://www.greenpeace.org/mexico/blog/4074/deforestacion-que-es-quien-la-causa-y-por-que-deberia-importarnos/>
- Torres, Y. (06 de 03 de 2017). *El Financiero*. Obtenido de <https://www.elfinanciero.com.mx/economía/aguacates-ya-dejan-mas-que-los-hidrocarburos/>
- UNAM. (2020). *Fundacion UNAM*. Obtenido de Recuperado el dia 20de diciembre de 2021 de <https://www.fundacionunam.org.mx/unam-al-dia/la-unam-te-explica-el-telegrafo/>