



movimiento rural cristiano N° 46

MEDIOS

DE COMUNICACION

SOCIAL

Llegas al bar, das una noticia y lo primero que te pregunta la gente es: ¿quién te lo ha dicho? Si dices "fulano", no te hacen caso, pero si contestas "la tele", punto redondo. Es dogma de fé.

Se discute sobre la Otan; se dice que: no queremos armas, no conviene, supone mucho gasto... pero habla la Tv, la prensa la apoya, se pone a referéndum y sale adelante.

El disco, el artista, el cantante que triunfa es aquel que promocionan los medios de comunicación social, aunque sean peores.

Vas a la tienda, el comerciante te mete por los ojos el producto que anuncia la radio y la tele, y además como bueno y saludable, aunque sea una auténtica porquería.

Compramos, decimos, pensamos y opinamos como dice la radio, la tele, los papeles etc... Y cuando llega la noticia, la damos por buena si viene de los medios de comunicación, pero si procede de una persona de la calle la ponemos en duda.

! Y mira que hay canales de televisión, radio, periódicos, revistas de toda clase, del corazón, discos...! Todo esto forma parte de nuestra vida, de nuestro pensar, sentir y vivir.

Es curioso, cuando hay un golpe de Estado, lo primero que intentan controlar son la radio y la tele. Las grandes multinacionales intentan tener cada una su canal televisivo y sus cadenas radiofónicas. Los partidos políticos y el gobierno tienen un riguroso control de estos medios, (estos días hemos asistido al follón de la directora de radiotelevisión española), porque es un extraordinario filtro: esto pasa y lo otro no; se da la noticia de una u otra manera, se quita, se pone, se acomoda... según los intereses de cada momento.

¿ POR QUE SERA TAN GOLOSA ESTA FRUTA DE LA INFORMACION ? ! OJO AL PARCHE, QUE AQUI HAY GATO ENCERRADO !



# TIENDA Y TRASTIENDA



Salta a la vista que los medios de comunicación social están para: informar (periódicos, revistas, noticieros...) y para entretener (radio, TV, discos...).

Cuando usted y yo compramos el periódico por 60%, creemos que hemos comprado la información que vamos a leer, pero la verdad es que con 60% no pagamos ni el papel. ¿Entonces por qué me lo dan escrito? ¿Quién paga lo que cuesta el escribirlo? ¿Quiénes son los propietarios? ¿Qué intereses tienen? ¿Qué hay detrás de todo esto?.

La información no es independiente

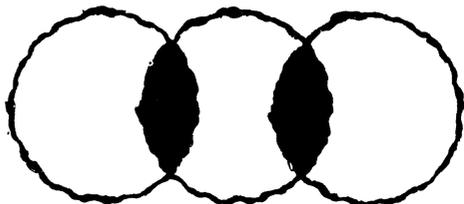
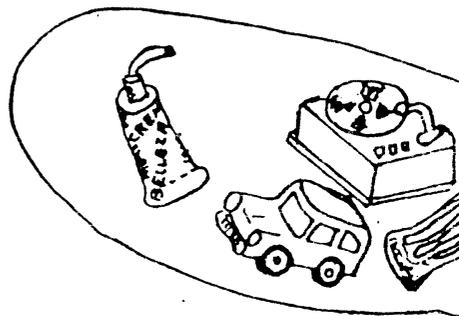
+ En primer lugar hay unos PROPIETARIOS que se esconden detrás del nombre de "S.A.": hacer radio, TV, periódicos... es algo caro, hace falta

mucho dinero; de ahí que sean **los capitalistas de siempre los amos de las empresas de los medios de comunicación social**; lo que pasa, es que no dan la cara.

+ Y ¿saben ustedes por qué los capitalistas de siempre han invertido en los medios de comunicación?, pues porque **la noticia, la información es "poder", y dominar la información es dominar a las masas**. Así que la noticia nos viene sesgada, manipulada (aunque luego la tengan que desmentir), o simplemente no nos llega, porque es información reservada, confidencial.

+ **Los intereses que están debajo de todo esto son siempre políticos**, por eso de que afectan a nuestra convivencia, es decir, que hay intereses en mantener un determinado tipo de sociedad, dónde haya libertad aparente de información, porque hay diversos modelos de noticias manipuladas para elegir; dónde el exceso de información nos deja impasibles y sin reacción ante lo que pasa; dónde la gente se preocupe de comprar las cosas que se le anuncian; dónde todo sigue igual: unos que mandan y otros que hacen, creen y compran lo que se les manda, es decir, un mundo feliz ideado por ellos y para ellos.

+ Rara vez nos informan de lo que nos interesa, de lo que nos preocupa, de darnos respuesta a nuestras necesidades y problemas (consecuencias de la huelga general); en cambio nos informan de lo que no sirve para nada, lo cual nos lleva a hablar y pensar en aquello que no nos conduce a ninguna parte: el dedo de Reagan, deportes, coches, modas...



# -- OBJETIVOS

## de los medios de comunicación--

### A. LOS OBJETIVOS QUE CUMPLEN EN LA SOCIEDAD SON:

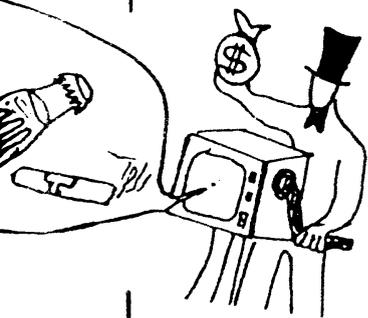
1. LA VIGILANCIA DE LAS MASAS: El poder está enterado de todo, así vigila y controla mejor. Las grandes agencias reciben unas noticias e informan cómo y de lo que quieren. Sabemos lo que otros quieren que sepamos.
2. PROCURAR EL CONSENSO POLITICO DE LAS MASAS. La información que se da es para que tengamos una buena opinion del poder político y económico. Lo que va en contra ó no se dice (75% de las cosas), ó se cambia.
3. LOGRAR EL CONSENSO CULTURAL DE LAS MASAS. Se comunica parte de lo que hay; se procura que sea para entretener y divertir. La cultura se convierte en producto comercializado que busca el máximo beneficio. Dentro de este apartado está la publicidad que pretende y consigue imponer la sociedad de consumo.
4. DIFUNDIR LOS VALORES DE LA BURGUESIA. Estos son: el poder, la riqueza, el liberalismo, guardar las formas, y listo el que triunfa. Esto está metido en todo, desde las noticias, hasta en las películas de vaqueros o un partido de fútbol. En estos valores se sustentan los poderosos.
5. ENTRETENER A LAS MASAS DISTRAYENDOLAS DE SUS PROPIOS INTERESES. Esto es lo que abunda. se informará de la política para aborrecerla; se informará de lo que ocurre para que todo siga igual. Esto, incluso se hace con los conflictos laborales ó con los de los pueblos.

**CONSECUENCIA:** Una droga que se llama narcosis informativa, que quiere decir: pensar que sabemos todo, para no hacer nada.

### B. LOS OBJETIVOS QUE DEBEN CUMPLIR SON:

- a. Informar a toda la sociedad, con verdad, como derecho de toda persona.
- b. Ser medio de que el pueblo se exprese, ser cauce de comunicación del pueblo, buscando el desarrollo de los pueblos y las personas desde su propia situación.
- c. Lograr un aumento del saber y de la cultura profundizando en la historia de los pueblos y proponiendo salidas para todo lo negativo.
- d. Difundir, con hechos y ejemplos de personas, los valores del pueblo, solidaridad, compañerismo, austeridad, para ser más personas y más iguales socialmente.
- e. Formar a las personas: indicando y explicando las organizaciones del pueblo, profundizando en sus aspiraciones, alabando a sus líderes por su entrega y a los individuos normales porque cada uno es grande en su puesto.
- f. Fomentar los valores del Reino. Servir, compartir, amar...Hacer el mundo mejor.

**CONSECUENCIA:** Unos medios que nos forman, nos hacen críticos y nos llevan a trabajar unidos por una sociedad mejor.



# • ALTERNATIVAS •

Sólo pretendemos dar unas ideas básicas y prácticas para "defendernos de la marea informativa", y para utilizar positivamente los medios de comunicación social.

1. **Ser lectores especializados:** no podemos ni queremos leer cinco periódicos, ni escuchar todos los informativos para conocer lo que pasa. Tenemos que elegir el aspecto de la vida que más nos preocupa: los precios, la escuela, las multinacionales...ese aspecto, seguirlo, compararlo, archivarlo, así estaremos bien enterados y podremos comunicar a otros.

2. **Informarse no para presumir, sino para ser militantes.** Nos formamos para trabajar por el tipo de hombre, sociedad e Iglesia que deseamos.

3. **Usar los medios de comunicación social siendo críticos.** Cada medio es la voz de su amo; por tanto hay que conocer al amo y saber qué busca, qué piensa, qué pretende. Seleccionar los programas que educan (no ver todo indiscriminadamente); crear grupos de discusión de determinados temas del periódico o TV y analizarlos.

4. Lo importante no es ser consumidores, sino **comunicadores.** Si nos especializamos en un tema es para difundirlo. Tener todos voz, no oídos. Los medios para ésto, son muchos: cartas al director, hojas, murales, revistas en los pueblos, radios y televisiones populares o municipales. Y sobre todo **participar y difundir los medios hechos por las organizaciones militantes;** por ejemplo: Revista MILITANTE del Movimiento Rural Cristiano.

5. **Utilizar todos los medios de difusión.** El medio que no deja participar o tergiversa nuestra participación, ya es motivo suficiente para rechazarlo.

6. Los medios **deben llevarnos a conocer mejor la realidad y a actuar.** Aquellos que nos evaden, que nos crean ilusiones falsas, que nos desprecian, como las revistas del corazón o los deportivos, hay que rechazarlos de plano.

7. **Los anuncios no parten de la realidad,** ni miran nuestras necesidades, sino que usan todos los medios a su alcance para vender: razón suficiente para no admitirlos nunca en los medios populares ( el que paga, manda ), ni seguirlos por principio y conscientemente.

8. Para saber si puedo confiar en un medio o una parte de ese medio, contestar al siguiente cuestionario:

ESTO QUE VEO; OIGO Ó LEO:

- ¿Me sirve o me utiliza?
- ¿Ganan los débiles o los fuertes?
- ¿Buscan la verdad o se buscan a sí mismos?
- ¿Me quiere a mí o busca algo de mí?
- ¿Me lleva a actuar o me deja pasivo?
- ¿Me hace más solidario o más egoísta?
- ¿Valora mi vida o me la desprecia?
- ¿Me presenta modelos imitables o los que llevan a la envidia?
- ¿Me hace feliz o me deja mal?

