



Pistas para el diálogo Nº 86

movimiento rural cristiano

Vamos de compras y lo primero que se nos ocurre pedir: ¿Tiene tal producto, tal marca, tal modelo? Si nos fijamos un poco vemos que coincide con la marca contemplada en la TV, el producto anunciado en tal cadena... ¿Qué está sucediendo? que lo que se anuncia es lo que vale, se vende, y lo que no se anuncia no se vende. Por ejemplo:

A.-

"MAMA, ESTA MUÑECA ES MI MUÑECA" y señala una concreta, la de la TV. Este anuncio nos está diciendo que usted-madre, si no compra esa muñeca a su hija, no es buena madre, ya que le priva de disfrutar; y como quiere tenerse por buena madre, pica el anzuelo y compra la muñeca. De esta manera se le va haciendo a su hija consumista, caprichosa y manipuladora.

B.-

"ASEGURAMOS LA JUBILACION, LA TRANQUILIDAD DE LA FAMILIA, LA EDUCACION DE SUS HIJOS... ASEGURAMOS NUEVAS FORMAS DE VIDA CON UNA SONRISA. DOMICILIE SU NOMINA EN EL BANCO X".

Aquí nos venden seguridad, beneficios, éxito, ventajas, problemas resueltos con dinero... ¿Acaño la vida es sólo dinero y economía?

Casi todos los anuncios nos venden un modelo de hombre y mujer con estas características: perfectos, ricos, elegantes, con poder adquisitivo, éxito en el trabajo, en las relaciones personales con las del otro sexo, juventud, modernidad, entretenimiento...

Porque una cosa es lo que vemos, de lo que nos damos cuenta, del dibujo, color, palabras, música, que de forma visible y consciente penetra por los sentidos, y otros mensajes (la mayoría) que penetran sin darnos cuenta. Detrás de cada anuncio hay mensajes ocultos, más profundos, que pasan desapercibidos para nuestra conciencia, pero no para nuestros sentidos, que los captan y trasladan al cerebro. Ahí se almacenan y despiertan casi de forma automática.

Esto sucede en todos nosotros y con los niños más; los niños no tienen capacidad de distinguir, analizar y controlar. Así se les va creando una mentalidad consumista y de vida fácil.

DE AHI SU GRAN PODER, ya que los ANUNCIOS en los Medios de Comunicación Social (MCS):

- cambian nuestras costumbres en el comer, vestir...
- nos unifica y masifica
- modifica nuestros valores familiares y culturales, imponiendo modelos urbanos y americanos
- transforma nuestras maneras de pensar: el consumismo para sentirnos personas

Ante esta avalancha de mensajes, unos claros y otros ocultos, ¿ QUE PODEMOS HACER ? ¿ TRAGARNOSLOS SIN MAS ?

ANALIZA TU OTROS AUNCIOS Y VERAS LO QUE VENDEN Y COMO LO VENDEN

* LAS NOTICIAS *



Es bueno y necesario estar informado y los Medios de Comunicación Social(MSC) cumplen esta tarea. Pero ¿qué pasa con las NOTICIAS? Algo parecido. En el mundo se producen miles y miles de noticias, pero sólo se dan algunas de ellas. ¿Por qué unas SI y otras NO?

Las grandes agencias de información, los periódicos, radio, TV...son propiedad de unos pocos. Ellos tienen el dinero, el poder, la auténtica y total información y seleccionan y controlan la información que nos dan a los demás. Así consiguen un control y uniformación de la gente, creando un tipo de persona y sociedad con unos determinados intereses.

Las NOTICIAS influyen en el conjunto de las ideas de la sociedad. ¿Quién no habló de Alacacer? ¿Quién no se sintió arrastrado por la emotividad del momento? Los medios de difusión manipularon los sentimientos, jugaron con la emotividad..., y hasta lograron modificar la ley.

Los ciudadanos tienen la impresión de que las NOTICIAS que se dan son realmente lo más importante ocurrido a nivel internacional, nacional o local. Pero realmente ésto no es cierto, porque las NOTICIAS son seleccionadas, filtradas, recortadas según los criterios de los "dueños reales" de los diferentes medios de difusión: periódicos, radio, TV...

Ellos seleccionan el tipo de noticia. Nos hablan continuamente de la guerra en Europa (Bosnia), pero hay otras guerras: Camboya, Perú, Angola... ¿Por qué unas son más noticia que otras?

Y LAS BUENAS NOTICIAS ¿DONDE ESTAN?, ¿ES QUE NO EXISTEN?

Además tratan la información que seleccionan de modo que los ciudadanos vemos, oímos o leemos montones de NOTICIAS, pero realmente poco podemos decir de casi ninguna de ellas. Son informaciones dadas a medias, con un lenguaje que confunde y que generalmente no explica nada. Manejamos montones de titulares, pero desconocemos las verdaderas repercusiones, manejos, motivaciones y razón última del asunto.

En RESUMEN, dan la información que les interesa y los profesionales usan un lenguaje que confunde. Realmente no sabemos nada más que lo que ellos quieren que sepamos y nos dejan saber. Sólo podemos hablar de lo que ellos quieren que hablemos. Sólo podemos conocer lo que ellos quieren que conozcamos.

~CONTENIDOS Y CRITERIOS

A.- CONTENIDOS

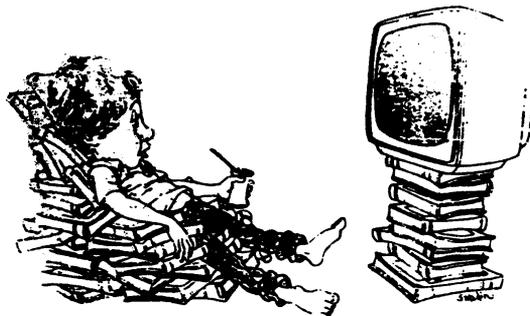
Las NOTICIAS que nos dan los Medios de Comunicación Social (MSC), son de diferentes tipos:

- **DE INTERES GENERAL:** son las que pueden interesar a mucha gente: terrorismo, el tiempo, inundaciones...
- **EXITOSAS:** relatan las virtudes, los triunfos de los representantes del sistema. Así: premios, campeones...
- **DENUNCIA:** desenmascaran los vicios ajenos; tratan de desprestigiar ante la opinión pública determinadas situaciones. Así: fraude del paro, crítica a países excomunistas...
- **DE COMPETENCIA:** determinados Medios sacan los trapos sucios de la compe-tencia económica o política: peleas entre cadenas de TV o entre periódicos ...
- **INCOMPLETAS:** dicen algo, pero no facilitan todos los datos. Esto se usa mucho ante los problemas socio-laborales...
- **SENSACIONALISTAS** o amarillas: robos, muertes, accidentes...
- **CASCARA:** sólo informan de la envoltura; son las que se refieren a reunio-nes de gente importante sin decir el contenido.
- **IMAGEN:** sirven para mantener la imagen pública de determinadas personas representativas del sistema: qué comen, cómo visten, sus vacaciones, sus compras, sus regalos...

B.- CRITERIOS

Las NOTICIAS no se nos dan ni todas, ni tal como suceden. En los países llamados democráticos y capitalistas los Medios de Comunicación Social se han convertido en grandes empresas y **siguen unos criterios:**

1. Los grandes empresarios ponen la **información a su propio servicio, y, a la defensa de sus intereses**, potenciando un modelo de sociedad que a ellos les beneficia.
2. **Pretenden integrarnos a todos en el sistema que tiene y produce margina**dos.
3. **Promocionan a sus propios líderes políticos** y descalifican a sus adver-sarios
4. **Difunden su propia cultura**
5. **Las informaciones tienen poca calidad para captar el interés** y la atención de muchas personas: con tal de conseguir audiencia vale todo.
6. **Hay informaciones reservadas para las élites** de la economía y de la política.



◦ LOS CRISTIANOS Y LOS MCS ◦

Los cristianos en los Medios de Comunicación Social hemos de tener una presencia de lo que se es, tanto en los medios propios como en el resto. Para ello se precisa:

- a. **PROFESIONALIDAD:** ser buenos profesionales, hacer bien el trabajo.
- b. **ETICA PROFESIONAL:** decir, contar la verdad y ayudar a encontrarla entre todos.
- c. **PROCLAMAR LA BUENA NOTICIA:** dar una visión cristiana de las noticias y de la vida.

EN LOS MEDIOS PROPIOS, ADEMÁS:

1. **SER VOZ DE LOS QUE NO TIENEN VOZ:** hay que crear, y potenciar los Medios de los de abajo, de los pobres.
2. **PUBLICAR LAS NOTICIAS DE LAS PERSONAS Y COLECTIVOS MAS DESFAVORECIDOS:** transmitir las, leerlas, difundirlas
3. **DAR A CONOCER LA SITUACION REAL** de cualquier aspecto de la vida.
4. **SER LEVADURA EVANGELICA** y de transformación social ante los grandes medios de difusión y difundir gestos solidarios.



◦ ALABANZA POR LOS MCS ◦

Los Medios de Comunicación Social (MSC) tienen muchos defectos; por parte de los propietarios que buscan sus intereses, y por parte de quienes los usamos sin sentido crítico y sin ninguna selección, tragándonos casi todo.

Sin embargo los MCS son un gran instrumento para las relaciones entre las personas y los pueblos; son claramente un progreso en la sociedad. Por eso, bien merecen una ALABANZA:

. LOADO SEA MI SEÑOR, POR NUESTRA HERMANA **LA PRENSA**, que sea pan de la inteligencia y luz del espíritu; que sepa crear un mundo en la verdad y el amor.

. LOADO SEA MI SEÑOR, POR NUESTRO HERMANO **EL CINE**. Te pedimos que sea guía para un buen camino, maestro de justicia, amigo de la verdad.

. LOADO SEA MI SEÑOR, POR NUESTRA HERMANA **LA RADIO**, que sea utilizada para la dignidad de las personas.

. LOADO SEA MI SEÑOR, POR **LA TELEVISION**: que sea cátedra colocada en el ángulo más oscuro de la casa, sea una maestra que nunca deforme la conciencia, que nunca se atreva a dar lecciones de odio e inmoralidad, que sea nuestra servidora, y no al revés.

. LOADO SEAS MI SEÑOR, POR **LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL**.