26-01-2013

Declaración urgente por una nueva comunicación

"Ante las miserias de 'El País' y la prensa corporativa, construyamos una respuesta desde los pueblos"

Albasud

Con el título "Ante las miserias de El País y la prensa corporativa, construyamos una respuesta desde los pueblos", Alba TV, canal comunitario internacional realizado desde Venezuela, promueve esta declaración por una nueva comunicación a la que desde Alba Sud nos sumamos.

En las últimas horas, un nuevo escándalo sacude a uno de los principales medios corporativos del mundo. Esta vez el protagonista es el diario El País, de España, que en un nuevo ataque al presidente de Venezuela, Hugo Chávez, publicó en portada una falsa foto del presidente, supuestamente entubado en el hospital.

El hecho es lamentable porque, aún en el caso de que hubiera sido cierta, se trata de una grave violación a la privacidad de las personas. Pero estas empresas de información no tienen límites. Con tal de desarrollar sus campañas de intereses, como históricamente contra Cuba, como desde hace años contra Venezuela, no reparan en absolutamente ningún principio. Ni siquiera en el papelón gigantesco que pueden llegar a protagonizar comprando una foto de ese tipo. No importa la verdad, sino instalar sus opiniones, vestidos de noticia.

El ataque a Chávez, en verdad, no es un ataque a un hombre público que está pasando un momento delicado de salud; o no sólo -y no principalmente- es eso.

Es el ataque a un pueblo, a un sistema institucional, al intento de un país latinoamericano por romper la dependencia y la opresión de los poderosos. Es un ataque a la comunicación popular, que pone sobre la mesa las miserias de una prensa donde las opiniones tienen precio, donde todo se compra y se vende, desde un titular hasta una foto.

La prensa hegemónica es una prensa discriminatoria, pronta a construir estereotipos que atacan todo proceso de cambio social, criminalizan los movimientos sociales, cosifican a la mujer, segregan a las personas por su opción sexual, nacionalidad, cultura, y religión. Y a todo aquello que escape a las normas establecidas por los patrones del sistema. Un orden donde cada vez mayores crisis son generadas para obtener mayores ganancias, con las actividades que sean, desde la guerra y el tráfico -de personas, drogas o armas- hasta el manejo de información.

Este acontecimiento, por otra parte, viene a coronar un largo proceso de desgaste de la imagen de esta comunicación empresaria. Si hasta hace pocos años, los medios burgueses se presentaban a sí mismos como un parámetro de objetividad e imparcialidad, y podían hacerlo porque el público lo creía, a esta altura esa ficción ya casi nadie la cree.

Un desafío en nuestras manos

A fuerza de traspiés como el de El País, poco a poco ha ido quedando al descubierto que cada medio tiene sus intereses, no sólo porque naturalmente tienen una ideología, que es la de los dueños y editores del medio, sino porque en el caso de las grandes empresas privadas de comunicación, se trata de conglomerados empresariales con fuertes vínculos con otras empresas. Hablemos claro: se trata de los aparatos ideológico-culturales más importantes que tienen las empresas y los gobiernos del capitalismo para instalar sus ideas como si fueran de toda la sociedad. En nuestra América, estamos hablando, entre otros, de grupos empresarios como Televisa en México, O Globo en Brasil, ABC Color en Paraguay, El Mercurio en Chile, El Tiempo en Colombia, Globovisión en Venezuela, Grupo Clarín y La Nación en Argentina, articulados convenientemente con compañías como El Nuevo Herald desde Miami, o El País y ABC desde el Estado español.

Esta situación, entonces, es al mismo tiempo una oportunidad. La debacle de la prensa burguesa, que expresan episodios como el de El País, aunque no sólo estos, nos tiene que impulsar en la construcción de más y mejores herramientas de comunicación, capaces de superar el paradigma capitalista de la comunicación, que aunque en crisis, todavía es hegemónico.

Debemos seguir multiplicando nuestros esfuerzos por generar, desde el mismo pueblo, otra comunicación, que ponga en primer plano los intereses, problemas, logros y desafíos de toda la sociedad.

En esta guerra de cuarta generación, la articulación de proyectos de comunicación popular es una necesidad estratégica.

Para poner de relieve una forma de comunicar que subvierta las normas comerciales de esa vieja comunicación empresaria que es preciso superar:

- Una comunicación que parta de las necesidades y expectativas de las comunidades: de sus realidades sociales, económicas, políticas y culturales.
- Una comunicación que no manipule la verdad, sino que respete las fuentes y el público destinatario. Que no se vista de objetividad y neutralidad, porque tal cosa no existe, sino que se posicione desde los intereses populares con fidelidad a los hechos verdaderos. La mejor forma de acercarse a la objetividad, la más honesta, es asumir la propia subjetividad en la producción, edición y distribución de sentidos.
- Una comunicación, en fin, que no esté disponible para ser comprada y vendida como cualquier mercancía, sino que sea arma en la batalla por una nueva sociedad, sin explotadores ni explotados.
- Una comunicación diversa y plural, que apueste por la integración de los movimientos populares, que pueda proyectar otra vida, en un mundo cada vez más en peligro de colapso, a causa del capitalismo.

Teniendo en cuenta la proximidad de la Cumbre de la CELAC de Santiago de Chile, convocamos también a los y las presidentes y representantes de los Estados allí reunidos, no sólo a pronunciarse contra las agresiones mediática a los proceso de cambio en curso en nuestro continente, que diariamente se reiteran desde la prensa capitalista, sino fundamentalmente a implementar políticas públicas que fortalezcan iniciativas comunicacionales democráticas y participativas.

Convocamos también a las y los participantes de la Cumbre de los Pueblos a pronunciarse en este sentido. Y sobre todo, convocamos a la sociedad en general, y a los proyectos de comunicación popular en particular, a amplificar este debate y unir esfuerzos, con estos objetivos:

- Continuar construyendo ampliamente, en forma colectiva, procesos que den como resultado la sanción de nuevas normativas democratizadoras de la comunicación, así como la implementación efectiva de las legislaciones existentes en este sentido.
- Fortalecer vínculos y avanzar en la articulación de los emprendimientos comunicacionales de los pueblos.
- Construir una agenda común, vinculada a las necesidades, apuestas y desafíos de nuestras realidades profundas.
- Fortalecer herramientas que permitan elaborar propuestas y respuestas cada vez más coordinadas en materia de comunicación participativa y con protagonismo popular.
- Defender los procesos de independencia y soberanía que libre y democráticamente desarrollan los pueblos nuestro continente.

Caracas, 24 de enero de 2013.

Para adhesiones, escribir a albadelospueblos@gmail.com

Vea la lista de firmantes aquí.

Fuente original:
http://www.albasud.org/noticia/es/379/declaraci-n-urgente-por-una-nueva-comunicaci-n