

Hacia una lectura crítica de los medios de comunicación

“La televisión ha pasado a ocupar un lugar privilegiado en nuestras sociedades, dinamizando o alterando procesos económicos, irrumpiendo en los espacios políticos, efectuando lecturas diferentes a la cotidianidad que nos rodea, expresada en la producción de diversas formas de producción de mensajes, pero también en la instalación de un mundo de vinculación con sus públicos, que no hemos llegado a interpretar en toda su significación.”

Valerio Fuenzalida

terrorista? En ese diario el fiscal dio como definición, “el uso de la violencia para fines políticos”. ¡Coño! Y nadie lo cuestionó. De ser esta una definición correcta, como punto de partida nos veríamos obligados a caracterizar a los Estados Unidos como país terrorista al igual que Israel; pero también a todas las luchas de liberación en la historia del mundo. La cobertura fue pésima, por lo menos en

términos del factor educativo. La pobreza de la cobertura nos obliga a cuestionar el rol de los medios en nuestra cultura. ¿Hasta dónde son cómplices en la reproducción y proliferación de mentalidades colonizadas?

Los medios en Puerto Rico no son de Puerto Rico. Este hecho contribuye a lo que será legitimado y valorizado. Este hecho subraya la colonia diariamente. Los dueños de los medios en Puerto Rico están vinculados a General Electric, el Cisneros Group, News Corporation, Jerry Angulo y la familia Ferré. El primero goza de uno de los contratos más grandes con el Departamento de “ofensa” de los Estados Unidos. El segundo le pertenece a Gustavo Cisneros, líder de la derecha en Venezuela y principal oponente de la revolución bolivariana del pueblo venezolano. El News Corporation es el de Rupert Murdoch, mejor conocido por ser el dueño de FOX. Su asistente, Martín Pompadur es el dueño de Caribbean International News que es a su vez una dependencia de News Corporation. Jerry Angulo es un cubano-americano que controla el San Juan Star y es colaborador empresarial de Gustavo Cisneros. Esta es la maquinaria de información y de la manufactura del consentimiento con la que podemos contar.. lamentablemente.

Por: José Solís Jordán

Anoche mientras trabajaba en una producción de video sobre la invasión israelí del Líbano contemplé cómo los medios de comunicación reprimen, cómo desinforman y cómo forjan las opiniones públicas de nuestro pueblo. Repasé la lista de cosas que había escrito sobre la cobertura pobre que nos brindaron nuestros medios de comunicación ante el asesinato del compañero Filiberto Ojeda Ríos. No se aprovechó la oportunidad para realmente educar, contextualizar esa educación y enriquecer nuestros conocimientos y entendimientos de nuestra realidad como colonia, como pueblo invadido y ocupado. Se habló de Ojeda Ríos como un machetero, como un terrorista y como un prófugo de la ley. Cuando no, se describió como una figura mítica o un especie de leyenda. El contexto colonial, la historia de nuestras luchas contra la ocupación imperialista y las variantes de lucha reconocidas y respetadas por el derecho internacional, no fueron tema de discusión pública. Y cuando el fiscal federal para ese entonces, Bert García, en una entrevista con El Nuevo Día caracterizó a Filiberto como un terrorista, ¿Dónde estaban los medios para cuestionar su definición de lo que es un

Nuestra responsabilidad, como parte de nuestra lucha tiene que incluir una lectura crítica de los medios de comunicación. Pero también nos obliga esta realidad nefasta, a crear espacios y alternativas. Personalmente, no puedo entender cómo un pueblo ocupado como lo es el nuestro no haya expresado con mayor indignación la invasión y ocupación del Líbano y la Franja de Gaza. Las masacres son diarias. Mi esposa me respondió "ay m'ijo si ni lo nuestro nos importa, ¿cómo esperas más de algo que para este pueblo es tan lejano?" Pues sí, espero más. Y es porque la invasión y la ocupación son fenómenos del imperio que vivimos: Palestina, Líbano y Puerto Rico. Sea el caso del asesinato de nuestro compañero Filiberto Ojeda Ríos, un ser excepcional que dio su vida por la vida; sea el caso de los palestinos y libaneses quienes mueren por vivir, queda claro que no podemos contar con los principales medios de información para educarnos bien y críticamente. Tenemos la gran responsabilidad de crear alternativas a la vez que eduquemos a nuestro pueblo acerca de los medios de comunicación y el poder que ejercen para influenciar fundamentalmente la opinión pública. Hoy, al nivel mundial, son básicamente un puñal de mega-corporaciones llamados conglomerados los que controlan todos los medios de comunicación, incluyendo la televisión, casas editoriales, revistas, periódicos, música, radio, cine, etc. Estos son: Time Warner, Viacom, Bertelsmann, Disney, Vivendi, News Corporation y General Electric. Para el 1983 eran unas 50 corporaciones las que controlaban el mundo de la información y del conocimiento público. Para ese entonces esa cifra parecía algo espantoso, o sea, la proliferación de los mega-monopolios. En unos veintitrés años ese número espantoso "monopolístico" se redujo a unos siete conglomerados. Puerto Rico está bien ubicado en esta telaraña de influencias neoliberales e ideológicamente derechistas. Ahora bien, este resultado no nos llega por la vía de unas imposiciones abiertamente descifrables. El movimiento hacia la consolidación y concentración de los medios de comunicación es todo parte de la misma visión económica e ideológica capitalista e imperialista. Y

aunque esta última expresión pudiese parecer simplista, no la es. Pero en otro momento podremos hablar más sobre este y otros asuntos relacionados con la problemática de los medios de comunicación en Puerto Rico, su responsabilidad con los espacios públicos y la noción de un pueblo bien informado, entre otros temas. Por último, les dejo con unos datos: (aunque estos datos se refieren a los Estados Unidos, pueden entenderse también a partir de nuestras prácticas si es que no las sobrepasamos)

- Tiempo diario en que la televisión está encendida en un hogar promedio en los Estados Unidos: 7 horas, 40 min.
- Porcentaje en los Estados Unidos con más de un televisor: 76%
- Porcentaje de norteamericanos que dicen que miran demasiada televisión: 49%
- El promedio de horas semanales que los niños de 1 año de edad pasan frente al televisor: 6
- Promedio de horas semanales que un norteamericano de entre 2 y 17 años pasa mirando la televisión: 20 horas.
- Cantidad de anuncios de "comida rápida" emitidos durante 4 horas de muñequitos un sábado por la mañana: 202
- Número de comerciales vistos por los niños norteamericanos al año: 20,000
- Edad a partir de la cual los niños pueden demostrar lealtad hacia una marca: 2

(TV-Turnoff Network: www.tvturnoff.org)

