

# Los medios corporativos vs. los alternativos

Por: Jose Elías Torres- Director de programación  
y noticias WPAB 550 Ponce

El pasado 6 de mayo tuve el privilegio de compartir, a modo de conferencia, con un grupo de valientes y comprometidos líderes de La Nueva Escuela, que se dieron cita en la UPR en Ponce para conocer sobre cómo funcionan, por qué existen y cómo se caracterizan los medios de comunicación alternativos. Con este motivador auditorio, tuve uno de los encuentros más ricos que haya experimentado en los años que llevo como comunicador. Por tal razón comparto con ustedes, lectores de Alternativa, parte de dicha exposición.

Un medio de comunicación alternativo es una vía informativa que se separa de las demás fuentes, por ser de criterio independiente, comprometido con realizar una labor puramente informativa. Es un medio que no responde a intereses corporativos o gubernamentales, que ni el oficialismo ni los grandes intereses económicos pueden controlar para sus fines. Por regla general, los medios alternativos cuentan con pocos recursos económicos, no abundan en una sociedad y suelen ser respetados por la mayoría de los sectores socio-políticos. Los medios de comunicación alternativos surgen ante la proliferación de medios corporativos, para quienes informar es sólo un medio y no un fin. Es decir, como instrumento informativo, el medio de comunicación corporativo sostiene, defiende o promueve otro interés comercial



más para ellos. Los medios corporativos son una mezcla de múltiples negocios que ilustran la manifestación de la globalización en las comunicaciones.

Recientemente la venta de la empresa difusora para habla hispana, Univisión, demostró cómo una variedad de inversionistas norteamericanos se convierte en propietaria de la principal empresa de comunicaciones para la creciente clase hispana en territorio de los EE. UU. Como se puede apreciar en este reciente caso, ¿serán los intereses de los hispanoparlantes, inmigrantes de América Latina, su calidad de vida y su progreso, la prioridad de estos inversionistas anglosajones del sur de los EE.UU.?

Estos medios corporativos, ¿qué han logrado a este momento? Respondo a esto en cinco puntos que exhorto a que usted evalúe también.

1. Control de la información en pocas manos. Los publicistas y oficiales de prensa entienden que sólo hay que responderle a un puñado de medios solamente.
2. Polarización de la discusión de los temas

importantes de un país. Dividir profundamente a la sociedad les permite a ellos servir también a uno de los bandos y focalizar su función en una de defensa de su haber partidista, del cual se beneficia el medio corporativo.

3. Trivialización de la discusión pública convirtiéndola en una de entretenimiento general para desviar la atención de manera continua.

4. Bloqueo de la información. Si niegan la existencia de ella, la sociedad puede concluir que no existe.

5. Creación del concepto del protagonista-noticia en el que el medio, o su representante, forman parte de ella y no se limita a informarla.

Es ante este escenario que surgen los medios de comunicación alternativos. Los medios alternativos han tenido en la red cibernética del Internet la mejor y mayor exposición en los últimos 10 años. Sin duda, la pérdida de la guerra de los EE. UU. en Irak, ha promovido docenas de medios que sirven para conocer la otra cara de lo que informan CNN, Fox y los demás medios corporativos norteamericanos. La victoria de José Luis Rodríguez Zapatero como presidente del gobierno español, fue el resultado de una movilización espontánea ante la sospecha natural de un pueblo de que su gobierno y los grandes medios de comunicación corporativos le estaban negando la verdad sobre la autoría de las detonaciones en los sistemas de trenes de Madrid el 11 de marzo del 2004.

En Puerto Rico, los medios corporativos también hacen su agosto desinformando diariamente al país con el fin de evitar una

acción revolucionaria de cambio, como afirmaba Filiberto Ojeda Ríos. De hecho, el mismo líder machetero fue víctima de esto, pues su propio discurso, expuesto consecuentemente en los últimos años a través de la estación radial ponceña WPAB 550, fue ignorado por el resto de los medios. En nuestro país la manifestación de los medios corporativos se ha expresado claramente a través de empresas de difusión electrónica y escrita, donde las fuerzas del inmovilismo operan en contubernio para prolongar esta condición colonial que sólo es aprovechada por esa multiplicidad de negocios que ellos también representan. Pero tanto en la prensa escrita como en la radial, existen medios de comunicación alternativos que han puesto su trabajo al servicio de un país informado y alerta ante los avances de la intención deliberada de mantener a Puerto Rico de espaldas a sus verdaderos problemas.



Ante el escenario ya descrito, exhorto a utilizar esos medios de comunicación alternativos que existen y otros que han venido surgiendo ante la coyuntura histórica y la necesidad de conocer y discutir los asuntos sustanciales que nos afectan como pueblo. Además invito a aprovechar los foros que

se expongan en el Internet, incluyendo los corporativos, la red de correos electrónicos, los blogs, las oportunidades que han proliferado para participar vía telefónica en los programas radiales, para denunciar los problemas reales. Estas son formas de promover lo alternativo y combatir el interés de prolongar la situación colonial que sólo beneficia a la gama de intereses corporativos que se lucran de esta condición.