

Megachip

Nuestro Manifiesto "Que mil gotas lleguen a ser un río"

La situación de la información-comunicación, en Italia y en el mundo, es muy preocupante. El pluralismo de la información ya es más aparente que sustancial. La tendencia indica empeoramiento. Lo que millones y millones de personas escuchan, leen, y sobre todo ven, cada día, está definido por grupos reducidos, que deciden lo que el gran público debe y lo que no debe saber.

Casi dondequiera el denominado "cuarto poder" está ya tan estrechamente enlazado al poder político y dependiente de intereses privados, que usurpan y controlan los medios, que se ha renunciado casi completamente a funciones de control y de crítica. La gran mayoría de los flujos de comunicación está producida o controlada por un puñado de colosos mundiales, un verdadero oligopolio mediático, entre los cuales hay conglomerados impresionantes por dimensión y potencia, como America on Line-Time Warner, Vivendi International, Sky News, Bertelsman etc.

Basta pensar que la capitalización de la industria de la comunicación ha sobrepasado en el mundo la de toda la industria automovilística. Ningun estupor, por lo tanto, si se verifica que la comunicación es un producto de origen casi exclusivamente del Occidente desarrollado, y si el mismo interpreta las ideas dominantes en ese mundo. Países y pueblos del resto del planeta están excluidos de este mercado, al cual encuentran prohibido el acceso porque estructuralmente no son competitivos; están reducidos a espectadores, sometidos a un martilleo de noticias, ideas, estilos de vida y de consumo a ellos extraños. Con esto expuestos a procedimientos de homogeneización no solamente dolorosos para quienes lo sufren, sino también destructivos para los idiomas, culturas, civilizaciones.

El Occidente propone dondequiera sus propios estándares de vida y de juicio como los únicos posibles. La agenda del mundo real es ocultada y sustituida por los criterios totalizadores de los conglomerados del poder global, el principal de los cuales es el imperativo absoluto del mercado, en el cual todo (información, entretenimiento, publicidad) es parte integrante, sinérgica, del procedimiento de creación de las necesidades, necesidades que estimulan una producción forzada, artificial, de mercancías y de entretenimiento. El resultado de esto es que llegue a ser totalmente indiferente - o por lo menos secundario - que haya una relación entre la realidad y lo que es reproducido y difundido. Porque es cada vez más evidente que también la información, los procedimientos culturales de masa, el entretenimiento, ya son esencialmente mercancías, los mismos llegan a ser lugares de creación de provecho y, al mismo tiempo, lugares de condicionamiento del consumidor. El sistema mediático llega a ser, de este modo, instrumento central de la organización del dominio. La información que pasa es filtrada, canalizada, controlada en función de esos intereses.

Así que es todo, excepto libre y honesta. En este modo la sociedad global, la denominada "sociedad del conocimiento", ha llegado a ser en realidad, en las

manos de los productores de una gigantesca "fábrica de sueños", hija y hermana de la globalización. Si existe un lugar donde esta globalización ya expresó toda su virulencia, éste es el campo de la comunicación. La libertad de los mismos operadores de la comunicación, al interior de estas lógicas, está pesadamente delimitada, cuando no completamente negada. De esto se deduce que sea totalmente indiferente, o de todos modos secundario, que existan relaciones entre lo que es producido, reproducido y distribuido en esta forma y la realidad.

Si es necesario - y siempre es necesario para la "fábrica de sueños" - la realidad puede ser sustancialmente modificada en el pasaje hacia su representación virtual, no importa si embellecida o empeorada, de cualquier modo manipulada, en función de las exigencias del mercado y, sobre todo, de la organización del dominio. El sistema mediático no nos restituye el mundo, luego de haberlo pasado en su amasador, sino que da un simulacro selectivo de él, "emocionante", espectacular. Hasta las guerras ya son conducidas en perversa simbiosis con el sistema mediático, la gestión de las primeras ha llegado a ser inseparable del funcionamiento del segundo. En vista de que se necesita "conquistar las mentes y los corazones", para obtener altos índices de audiencia, entonces cada operación mistificadora se convierte en lícita, incluso "inevitable".

La situación italiana, de absoluto monopolio televisivo y de casi total monopolio mediático, ambos contaminados ulteriormente por un gigantesco conflicto de intereses, es un caso límite de particular gravedad. Extremas y miserables derivaciones de esto son las aplicaciones operativas del "infotainment" (información más entretenimiento) y de las "soft news" (noticias ligeras): caballos de Troya introducidos en los ya reducidos espacios informativos que quedaron con la finalidad de reducir ulteriormente su contenido. Televisiones y diarios se vuelven cada más autorreferenciales, hablan de sí mismos, entre ellos y con el poder, se llenan de chismes, amplifican las fruslerías y las ponen en primer plano; olvidan los problemas de la gente, las contradicciones de la sociedad, la cultura, los valores civiles.

Los medios favorecen la devaluación de la esfera pública, y la espectacularización y exaltación de lo privado. Derechos y deberes son intercambiados a voluntad, falsas emociones se propagan, anegadas en mares de lágrimas y encuentros fingidos, junto a sorpresas fingidas y fingidos personajes que pasan como verdaderos. Se sostiene que esto es lo que el público desea. Pero esto es verdadero solo en apariencia. Porque falta agregar que el público - especialmente el formado por estos medios - desea y piensa lo que está socialmente disponible. Y un público empobrecido de ideas no está siquiera en condiciones de imaginar alternativas, ni de recibir críticamente los mensajes que le llegan. Los géneros se mezclan concientemente, el entretenimiento se superpone a la información, los dos se enlazan con la publicidad. Todo está incluido en la lógica del "showbusiness". ¿Cuántos están en condiciones de desvincularse? Seguramente no lo están las víctimas más débiles, los niños, obligados a ingerir dosis masivas de mensajes que no pueden descifrar. Los medios de información fabrican los pensamientos y los deseos que legitiman su pretensión de representar los

pensamientos y los deseos del público. Millones de personas, entonces, están sometidas incesantemente (con efectos de sedimentación devastantes) a un "ruido de fondo" que determina no sólo el nivel de información de una sociedad, su cultura colectiva, sino incluso su nivel emocional y ético.

Pocos comprenden que la escuela y la familia, pero también el oratorio y la parroquia, ya fueron arrollados por la potencia de los mensajes comunicativos a los cuales son sometidas las jóvenes generaciones. El descenso del nivel de inteligencia, de alfabetización y de valores morales y civiles está marcado por los edictos cotidianos de los diversos "auditel", que se convirtieron en inapelables jueces de nuestro vivir común, de nuestro modo de divertirnos, de consumir. Inapelables e inobjectables, porque son determinantes para definir las corrientes de millones de euros de inversiones publicitarias. Y todo esto está decidido y creado en lugares sin ninguna legitimación democrática, pero que influyen en modo radical la vida de grandes masas de individuos. ¿Todo esto perjudica a la democracia, a la educación cívica, al equilibrio psíquico de los telespectadores? Peor para ellos, porque no se puede parar este "business".

Casi nadie repara en el hecho de que el "homo videns" es una variante antropológica que modifica los términos de la vida social y de las formas mismas del ejercicio de los derechos democráticos, comenzando por aquel de ser correctamente educados e informados. La moderna "agorá" donde se desarrolla casi todo el mercado político del consenso, está representada por la televisión. Quien posee el control de este medio - tanto peor si es monopolista - puede violar los principios básicos de cualquier democracia. Las sociedades modernas, incluida la nuestra, todavía tienen importantes posibilidades de respuesta. Una información independiente, que a menudo no sea producida para la venta, o sea como mercadería, actúa y marca el paso al sistema de los medios, ayudando a la formación y la extensión del espíritu crítico, alentando la participación democrática en la formación de la opinión pública.

Nosotros, pensamos que no debemos encerrarnos en guettos minoritarios. Nosotros queremos ocuparnos de la enorme mayoría de los usuarios de los medios y afrontar al sistema mediático desde donde emite su consenso a sus víctimas. Es totalmente inútil renunciar a la televisión, ya que esta elección individual no puede ocultar la certeza del hecho que la mayoría de las personas, esta noche, hoy, mañana y siempre, no apagará sus propios aparatos. Significa solamente creer estar liberados, ignorando al mismo tiempo lo que millones de otros individuos ven y escuchan. El mismo despertar de la sensibilidad colectiva, de Seattle a Génova, hasta los movimientos de la sociedad civil en fuerte desarrollo, representan una condición necesaria pero no suficiente para abrir una brecha en el blindaje de la información. Es necesario, por lo tanto, dar respuesta al deseo difuso de participación y de cambio, ampliando los espacios democráticos en la información y en la comunicación. No es posible realizar esto sin pasar a la ofensiva.

No podemos defendernos "como un pulpo que lucha contra el Empire State Building" (Mc Luhan). Se debe embestir y comprometer el proceso de la

comunicación en su conjunto. Se debe construir una gran fuerza positiva, capaz no sólo de contestar medios y mensajes, sino también de estimular formas de lectura crítica, de producir constantemente puntos de vista alternativos y de exigir que ellos sean representados. Queremos embestir al sistema mediático con una "crítica práctica", sistemática, multilateral, distribuida en todo el territorio, verdaderamente pluralista y abierta a las contribuciones de todos los componentes de la sociedad civil. Este movimiento ya existe en los hechos, pero está fraccionado y diseminado en cien, mil gotas, cada una aislada de las otras. El capilar e importante trabajo hecho, no puede así alcanzar la masa crítica suficiente para desafiar el imperio, sólo aparentemente inapelable, de la comunicación "oficial". Es necesario alcanzar el gran público que está sentado delante de la televisión, más allá de los límites en los cuales hoy está prisionera la información independiente. Nos parece inútil comunicar a los que ya lo saben.

En cambio es imprescindible contestar los mecanismos que rinden cautivos e indefensos a millones de telespectadores, los cuales no tienen instrumentos para defenderse ya que nadie se los ha dado, y porque muchos de ellos, nada menos, han sido convencidos de que no hay ninguna necesidad de defenderse de bombardeos tan agradables.

Una propuesta

MegaChip nace para construir respuestas a estos problemas. Estamos convencidos que en este terreno se combate una batalla decisiva para la salvaguardia de la democracia, y no sólo por el derecho a una correcta información y a una comunicación digna. Estas son propuestas dirigidas a todo el circuito de la comunicación-información: de los periodistas a los investigadores y científicos, pasando por los trabajadores del espectáculo, los creadores de publicidad, los estudiantes y público de usuarios, en práctica, a los ciudadanos.

- a. **Un observatorio independiente sobre la comunicación.**
Es absolutamente necesario conocer e interpretar las estrategias mundiales de la *information-communication technology*, como así también las disposiciones sobre propiedad nacionales y extranjeras, las estrategias de inversión financiera, los flujos publicitarios y su evolución en campo nacional e internacional. En todos estos sectores se van tomando decisiones de absoluta importancia, destinadas a influenciar profundamente el futuro del planeta. No conocerlos significa haber perdido ya antes de comenzar. El campo de las investigaciones posibles es inmenso y se ramifica en múltiples direcciones: del análisis de los efectos de los mensajes sobre el público y sobre los niños, a los mecanismos de manipulación, a los instrumentos y signos utilizados y utilizables en los sectores de la producción periodística, publicitaria, televisiva, radiofónica y cinematográfica. En pocas palabras, se necesita un nivel que permita afrontar el análisis cuantitativo y cualitativo de los efectos del sistema mediático en la era del "homo videns".
- b. **Un nivel de monitoreo de la cantidad y calidad de los productos del sistema mediático nacional (y con perspectiva internacional).**
Esto para dar un punto de referencia tanto a los operadores profesionales como también a los ciudadanos contra los abusos, las distorsiones, las presiones que amenazan la libertad de información, violan la dignidad del público, impiden la

transparencia y el uso de los derechos. Por esto será necesario involucrar en primer lugar a las centenas de centros y grupos de información independiente, las universidades y centros de investigación científica, pero también a los sindicatos de todas las categorías profesionales, desde las organizaciones de periodistas hasta las de consumidores.

c. **Un nivel de formación de los operadores de la información-comunicación.**

Es necesario definir y redefinir los estándares éticos, deontológicos de todo el sistema mediático, arrollados por transformaciones poderosas. Esto requiere la participación directa de las profesiones interesadas, en primer lugar de los periodistas. Pero implica también el compromiso de todos los que están involucrados en los sectores de la formación cultural del ciudadano, en los cuales sobresalen por importancia docentes y profesores de cada orden y grado.

d. **Un nivel de organización de la batalla política por la democracia en la comunicación.**

Sobre la base del bagaje adquirido de esta forma, nos proponemos inventariar las fuerzas existentes, conocer sus experiencias, favorecer su difusión mediante la red y una organización de coordinación nacional. La masa de choque necesaria se alcanzará solo con acciones coordinadas y simultáneas. La invulnerabilidad de los usurpadores del poder informativo deriva del hecho que ellos nunca han sido verdaderamente desafiados. La debilidad de los periodistas y de los otros operadores de la comunicación deriva también de su atomización y de su aislamiento.

MegaChip, entonces, quiere dar batalla, con objetivos precisos y declarados, para acometer con todos los componentes del sistema mediático y conseguir corrección comunicativa e informativa. Sabemos perfectamente que no será una batalla fácil, donde los usurpadores del poder mediático recurrirán sin ahorro a la fuerza que disponen. Por esto necesitaremos producir conocimiento sólidamente fundado e información irrefutable. Queremos unir las mil gotas en una experiencia común y hacer de esto una "noticia" capaz de alcanzar el gran público, la política y las instituciones. Obviamente podremos proceder por grados, en proporción directa a las fuerzas que tendremos.

Esta es una propuesta abierta.

Aquellos que, compartiéndola, aceptarán participar, podrán valorizar (no reducir) su identidad en un contexto más amplio y eficaz. Nos proponemos, antes que nada, abrir un debate con aquellos que -y son muchos- advierten la exigencia estratégica de construir una organización inédita para una lucha inédita.

Este es un paso decisivo para ganar la batalla por la tutela de la democracia, de los derechos sociales y civiles, y de la paz.

Asociación Megachip

Copyright © by Megachip - Democrazia nella comunicazione. Tutti i diritti riservati.

Megachip - Democrazia nella comunicazione _COPYRIGHT2

Publicado el: 2003-07-19

<http://www.megachip.info/modules.php?name=Sections&op=viewarticle&artid=61>