

Mediactivismo

por Ali Abunimah

de: <http://www.abunimah.org>

I. Introducción a los principios del mediactivismo

Cuando vemos noticias y artículos inexactos o sesgados en los medios, nuestra respuesta natural es enfurecernos y desarrollar una actitud hostil hacia los medios masivos. Es muy importante darse cuenta que dirigir la hostilidad hacia los medios o acercarnos a ellos con furia no conllevarán a cambios positivos. Sí, hay mucha distorsión y omisión deliberadas, pero a veces un mal informe es el resultado de la insuficiencia de los medios para acceder a la información correcta y a los puntos de vista alternativos. Aquí es donde USTED puede hacer la diferencia.

Los roles básicos que un activista puede realizar en los medios son:

- a. Observación y control [accountability]: actuar como examinador crítico respecto de los análisis inexactos e injustos.
- b. Educación: desarrollar relaciones con los redactores, los productores y los periodistas y convertirse en una fuente confiable de noticias y visiones alternativas.
- c. Participación: convertirse en una voz en los medios a través de cartas y artículos publicados, y hacer entrevistas.

Un buen activista puede apuntar a hacer cualquiera o todas, y desarrollar habilidades a través del tiempo.

II. Seis pasos para realizar mediactivismo y participación exitosos

Cada persona que escucha la radio, ve la TV o lee el periódico puede pasar de ser un "recipiente pasivo" de las visiones e imágenes creadas por otros, a ser un participante activo que lucha para una cobertura más justa y más exacta de lo que está sucediendo a los palestinos. Aquí ponemos a disposición seis pasos basados en nuestra experiencia:

Paso 1: Conviértase en un analista

Por cada informe que usted oye o lee, pregúntese "¿qué está bien en todo esto, qué está mal? ¿Cuáles voces son incluidas, cuáles se excluyen? ¿Qué tendría que haber para hacer este informe mejor?" No haga utilice argumentos que usted no pueda sostener. Si su periódico local tiene diez malos artículos sobre Oriente Medio y uno bueno, no diga "toda su cobertura es mala." En cambio, esté preparado para elogiar el bueno, y utilícelo para ilustrar la necesidad de mejores informes comparándolo con los malos.

Paso 2: Elija sus batallas, estudie el campo de batalla

Nadie puede leer o escuchar todo, pero usted puede escoger una o dos fuentes (radio, TV o periódico) e intentar supervisarlas constantemente. De esta manera, usted puede familiarizarse con los modelos de buenos o malos informes en un cierto plazo, y hasta con el trabajo de reporteros individuales, y tener argumentos mucho más sólidos para sus discusiones, con mejores bases para establecer un diálogo con la gente que produce las noticias.

Paso 3: Conozca los hechos que le incumben

a) Maximice su uso de la información disponible en Internet:

- Use Lexis-Nexis -- Está disponible en para la mayoría de los estudiantes universitarios y es invaluable. Este servicio de búsqueda base de datos de

cientos de periódicos, revistas y transcripciones de medios electrónicos. Es fácil de usar, y si alguna universidad le brinda este acceso es una herramienta invaluable. Pregunte al bibliotecario si usted puede acceder.

- Utilice los servicios on-line como Reuters, Agence France Presse y Associated Press; éstas son las fuentes básicas de donde la mayoría de los medios locales toman su cobertura internacional. Pero hay muchas noticias que deciden no utilizar. Es fácil buscar noticias en: <http://dailynews.yahoo.com>
 - Utilice Web; hay muchas fuentes alternativas de información tales como organizaciones de los derechos humanos que funcionan en Oriente Medio
 - Medios extranjeros; BBC, periódicos europeos. Utilícelos para compararlos con la cobertura de los EE.UU. A menudo son más completos e imparciales
- b) Sea exacto, preciso cuando haga su investigación; no diga que algo es un hecho a menos que usted esté seguro. Si usted no está seguro, compruébelo. Lexis-Nexis es una herramienta extremadamente valiosa para comprobar hechos. Usted es siempre causará mejor impresión si usted puede demostrar su control sobre los hechos. No proporcione hechos parciales o distorsionados. Diga la verdad incluso en los momentos en que la verdad no ayude en las discusiones que usted realiza y mantiene.
- c) Reproduzca exactamente; anote lo que le dicen. Grabe los programas. Ponga una lapicera y papel cerca de la radio o la TV. Cite sus fuentes. Recuerde, su credibilidad es su activo más valioso.

Paso 4: Comunique

- a) Use el email. Realice una llamada telefónica para confirmar la recepción. Cartas y fax también son buenos canales. ¿No sabe cómo ponerse en contacto con un periodista o redactor directamente? Llame al periódico/radio/canal de TV y pregunte. Muchos grandes medios tienen sitios en Internet en el cual ofrecen algo de información para ponerse en contacto con ellos.
- b) Sea cortés y diligente. Cuando se comunique con periodistas o redactores, recuerde lo siguiente:
- i. Son seres humanos. Ellos trabajan bajo presión y plazos perentorios. Oyen muchas quejas, y lo tratarán como apenas otro quejoso más, a menos que usted se comunique con eficacia, profesionalmente y en forma cortés.
 - ii. Cuando escriba una carta, no suponga que el lector está familiarizado con el asunto tratado. Incluya siempre la información relevante (fecha, nombre del periodista, tema), y resuma brevemente lo que dice el informe comentado. Si usted está escribiendo una carta al editor con la esperanza de que sea publicada, siga estas reglas: debe ser verdaderamente breve, conciso y preciso (ver abajo). Si la carta está dirigida a informar a los periodistas, puede permitirse ser más larga e incluir más información.
 - iii. Nunca apunte a la frustración o a las emociones, incluso cuando se trate de un informe muy malo o muy inexacto. Diríjase siempre a la gente como si fueran colegas. Por lo general, le respetarán y le contestarán, incluso cuando discrepen con usted. Esto ayudará a establecer un diálogo
 - iv. Los periodistas son sospechosos de funcionar como "abogados". Para evitar ser etiquetado como abogado, usted debe poder discutir efectiva y tranquilamente contra el punto de vista de oposición. No le tomarán seriamente a menos que usted pueda responder cuidadosamente a los puntos de vista de oposición. Incluso es mejor si usted puede anticipar y difundir los argumentos de oposición. Recuerde, si la verdad está en su lado, entonces

- usted no tiene motivo para estar asustado!
- v. Alabe lo bueno, así como maldice contra lo malo. Es difícil exagerar la importancia de esto. Los periodistas estarán más disponibles a tomarle seriamente si sienten que son escuchados por usted. Una manera de demostrar esto es tomarse el tiempo de escribir un mensaje corto que los elogie por un buen informe. Somos humanos y a todos nos gusta recibir elogios! A menudo, este tipo de mensajes abren las puertas para dialogar

Paso 5: Conviértase en una fuente

A partir de nuestra experiencia, la gran mayoría de periodistas es gente decente. Pueden no ser expertos en lo que usted le interesa, y confían en la información que sus fuentes les brindan, por lo tanto usted tiene que convertirse en una buena y oportuna fuente de información y de análisis confiables. Es mejor ser una fuente, que apenas una persona con una queja! Ser una fuente no significa bombardearlo con 10 email muy largos cada día. Sea selectivo y reflexivo! ¿Cuáles son las cosas más importantes que usted piensa que se necesita saber? Siempre que se pueda, pregúntele sobre qué cosas están interesados en recibir. Una vez que usted establezca una relación -y una cierta credibilidad- los periodistas comenzarán a dirigirse a usted, apenas para discutir ideas, o para pedirle citas y entrevistas. Entonces Ud. se habrá convertido en una "fuente".

Paso 6: Desarrolle redes

Comparta sus cartas con amigos interesados y compañeros activistas. Esto alentará a otros a seguir su ejemplo, y le brindará otra forma de compartir información. Conviértase en un "profesor". Anime a la gente a que escriba a los periódicos, tanto para elogiar como para criticar.

III. Estrategias específicas para los medios gráficos y electrónicos

Medios gráficos

a. Escribir una carta al editor

Una carta al editor que Ud. quiere que sea publicada tiene que ser, en primer lugar, concisa. Muchos periódicos publican las cartas de hasta 250 palabras, y por lo general, menos. Esto significa que usted puede ver un artículo con docenas de declaraciones con las cuales discrepa. Si usted desea su que su carta sea publicada, usted tiene que elegir solamente lo más importante y responder a eso. El tono de una carta publicada debe ser tranquilo y apropiado.

b. Escribir y Op-ed [publicación abierta]

Muchos periódicos aceptan artículos no solicitados tipo "Op-ed". Un artículo de Op-ed es sólo un comentario de opinión. A veces se los llaman simplemente "comentarios." No hay reglas duras y rígidas sobre cómo conseguir que un comentario sea publicado, pero existen algunos principios generales:

- i. Un comentario de Op-ed tiene que estar bien-escrito y ser atinente. Por ejemplo, cuando Oriente Medio está en las noticias, la mayoría de los periódicos buscará uno o dos artículos de Op-ed sobre el tema. Ésta es su ocasión, especialmente si publicaron recientemente algo desde un punto de vista de oposición.
- ii. Muy pocos periódicos publican artículos de Op-ed. De más de 800 palabras, así que realice su artículo dentro de ese límite. Se necesita un cierto entrenamiento para decir todo lo que usted quiere decir en tan pocas palabras, pero consiga un amigo

que lea su artículo y pídale que suprima las palabras, frases e información que sean innecesarias para su artículo. Un artículo de Op-ed tiene que ser comprensible para un lector común. En otras palabras, si el lector necesita tener una licenciatura en Historia del Oriente Medio para entender lo que usted está escribiendo, es poco probable que sea publicado.

- iii. Los periódicos tienen preferencia por los artículos de Op-ed de los miembros de la comunidad local que tengan relevancia en el asunto.
- iv. Tener un título, tal como "...el autor es miembro de Pleasantvillians for Peace" ayuda a veces, pero no es absolutamente necesario. Tener una conexión personal con el asunto y un compromiso de largo plazo a menudo es suficiente. Lo más importante es tener un artículo bien escrito y oportunamente.
- v. Cada periódico tiene diversas pautas para aceptar un artículo de Op-ed. Algunos aceptan artículos por email, otros solamente por fax. Lo mejor es llamar al periódico, pedir por el redactor de Op-ed, y preguntarle cuáles son las pautas. Sígalo. Si usted envía su artículo de Op-ed por email o por fax, a continuación realice una llamada telefónica para cerciorarse de que fue recibido y para preguntar cuándo usted puede contar con una respuesta. Si usted no ha tenido una respuesta dentro de un tiempo razonable (generalmente un par de días), vuelva a llamar para preguntar.
- vi. La decepción es una parte integral en el intento de conseguir que un artículo de Op-ed sea publicado. Desde nuestra experiencia, la MAYORÍA de nuestros artículos de Op-ed se rechaza. No se desaliente. Si su artículo de Op-ed es rechazado por un periódico, intente con otro. Si ninguno de ellos lo publica, inténtelo otra vez con otro artículo en otra oportunidad. Si usted está dispuesto solamente a intentarlo una vez o dos veces, entonces la escritura de Op-ed no es para usted. Los grandes periódicos como el New York Times son extremadamente difíciles para conseguirlo. Su mejor apuesta es comenzar con los papeles regionales y locales.

Estos son algunos ejemplos de artículos de Op-ed que hemos publicado siguiendo estos pasos. Obsérvese que estos son solamente ejemplos de un autor. Por lo general, los artículos de Op-ed se basan en aspectos personales, históricos u otros de un asunto y abarcan extensamente todos los estilos.

Estos son algunos ejemplos de cartas que fueron publicadas en periódicos:

- 17 March 2002 - Letter published, "Palestinian Rights," The New York Times [<http://abunimah.org/nyt/020317nytprinted.html>]
- 31 August 2001 - Letter published, "Seeking Equilibrium In the Middle East," The New York Times [<http://abunimah.org/nyt/010831nytprinted.html>]
- 29 October 2000 - Letter published, "Ignoring facts about Israeli deeds is childish," The Montreal Gazette [<http://www.abunimah.org/other/001029gazette.html>]
- 29 July 2000 - Letter published, "On Jerusalem" [<http://www.abunimah.org/tribletters/000729jerusalem.html>]
- 20 March 1999 - Letter published, Globe and Mail [<http://www.abunimah.org/features/990320globemail.html>]

c. *Conéctese con el comité de redacción*

Los periódicos, generalmente, tienen un comité de redacción. Éste es el grupo de gente que decide sobre qué orientación tendrán sus editoriales sin firmar, (conocidos como "editoriales del equipo" en los EE.UU. y los "líderes" en el Reino Unido.) Estos artículos representan la posición del periódico respecto a un tema.

Cualquier grupo puede solicitar una reunión con el comité de redacción. Lo mejor es tener cierta clase de título para esto. Por ejemplo si ustedes son tres o cuatro personas, que se autodenominan como "comité de Circleville para la justicia del Medio Oriente" o algo como eso. Antes de que usted pida tal reunión, HAGA SU INVESTIGACIÓN. Busque en las ediciones anteriores el periódico. ¿Qué informes y opiniones eran buenas? ¿Qué estaba mal? ¿Qué es lo que Ud. quiere que conozcan? Si una persona conectada con el conflicto llega a la ciudad, por ejemplo un activista de Derechos Humanos o testigo de Palestina, es una buena ocasión a pedir una reunión con el comité de redacción.

Medios Electrónicos

a. Brindando una entrevista a la radio o televisión

Mucha gente se pone nerviosa la primera vez que tiene que ir a la radio o a la televisión. Con la práctica resulta cada vez más fácil. El truco consiste en saber de antemano cuál es el mensaje que se quiere dar y encontrar una manera de decirlo en forma sucinta y accesible. No importa qué preguntas le hagan, cerciórese de poner su mensaje en la respuesta. Su meta debería ser poder fijar la agenda y definir los términos de la discusión sin importar las preguntas que le hagan. Esto es un ejemplo de cómo se hace. Este es un ejemplo de entrevista de tipo activista:

Pregunta: Los israelíes dicen que Yaser Arafat no está haciendo bastante para parar violencia. ¿Qué puede hacer Yaser Arafat para poner fin a la violencia?

Respuesta: El tema no es lo que esté haciendo Yaser Arafat, sino lo que están haciendo los israelíes. Los palestinos están viviendo bajo una ocupación militar muy brutal....[entonces Ud. puede hablar de lo que significa la ocupación a los palestinos.]

Pregunta: Pero estamos viendo a palestinos usando armas y apuntando a israelíes. Los israelíes dicen es justo defenderse.

Respuesta: Usted no puede defenderse ocupando a otro país violando el derecho internacional. Esto es agresión, no autodefensa. El mundo entero ha condenado la ocupación israelí que está hace 33 años en la franja de Gaza. Es verdad que ha habido algunos palestinos que utilizaron armas, pero la amplia mayoría de palestinos asesinados no tenían ningún arma. Las excusas de Israel son insostenibles.

Pregunta: ¿Qué piensa usted que sería necesario que suceda para lograr la paz y se detenga la violencia?

Respuesta: Habrá paz cuando las fuerzas israelíes de ocupación se retiren y se permita a los palestinos vivir libremente en su propio país.

Y así sucesivamente... En el ejemplo citado, el entrevistado decide de antemano que quiere dirigir la atención hacia el hecho de que los Palestinos viven bajo ocupación, entonces todos los hechos tienen que ser considerados en ese contexto. La práctica hace a la perfección...

b. Conoce a tu audiencia

Cuando habla públicamente en los medios, tome nota del tipo de audiencia que tenga. A veces usted puede estar delante de una persona hostil que representa un punto de vista sionista. Recuerde que ésta no es la persona que usted está intentando convencer o con quien quiere discutir. Usted no puede cambiar su mente. Su meta es apelar a la mayoría de la gente sin compromiso y quienes no saben bastante sobre la verdadera situación para tener su propia opinión. El discurso sincero y calmo sobre lo que realmente está sucediendo es la meta. No se permita a sí mismo que le provoque o ser hostigado por un entrevistador u otro entrevistado.