



{youtube}https://www.youtube.com/watch?v=cNy2q3YzofQ{/youtube}

Revista Pueblos, de Paz con Dignidad.- Propaganda, poder y medios son los vértices de un mismo triángulo. Los medios de comunicación han dejado, en muchos casos, de vigilar a quienes están arriba para estar al servicio del pueblo para convertirse en “la voz de su amo”. Tras un breve repaso a la propiedad de los mayores medios de comunicación españoles, el vídeo ‘Esquivar la propaganda’. El poder de los medios, los medios del poder da paso a las reflexiones de Manu Brabo (fotoperiodista, premio Pulitzer en 2013), June Fernández (directora de 'Pikara Magazine' y colaboradora de 'Diagonal' y 'Argia', entre otros medios) y José Manzaneda (Responsable de Medios de Euskadi-Cuba, coordinador de 'CubaInformación' y analista en 'Russia Today', 'TeleSUR' y otros) sobre cómo funciona la propaganda en los medios, cómo realizan su trabajo para evitar la propaganda y lo que pueden hacer las personas para ser críticas y evitar ser manipuladas.

June Fernández

“La propaganda defiende unos intereses políticos, económicos o ligados a los valores; puede ser más explícita o más sutil”.

“Me preocupa la tendencia que tenemos a sólo leer a los nuestros”

“La mayor parte de los medios generalistas miran la realidad desde la perspectiva del hombre de clase media, con poder económico, heterosexual. No es que hagan una propaganda explícitamente homófoba, sino que la diversidad sexual está ausente”

Manu Brabo

“Esto no quiere decir que no haya periodistas honestos, que no puedas leer noticias bien hechas”

“He visto mis fotos en medios con unos intereses y en medios con intereses opuestos. Hay parte de nuestro trabajo [de los fotoperiodistas] que no está en nuestras manos, uno no se puede defender contra eso. De repente llega un cabrón y dice que eso es lo contrario de lo que está pasando, o que eso fue en otra fecha, en otro país o en otra circunstancia que facerece sus intereses”

José Manzaneda

“Tenemos que pensar en qué parte de la sociedad estamos, a qué clase social pertenecemos, y qué valores, propuestas o realidades responden a ello. Mirar más medios de comunicación, comunitarios”

“[Ciertos medios] le han hecho la guerra a la presidenta argentina, Cristina Fernández, por hacer sencillamente lo que hicieron en su momento determinados gobiernos europeos con el petróleo: intervenir un sector estratégico de la economía, sin mirar los intereses de una multinacional extranjera”

Dirección: Emilia Arias y Andrea Gago. Guión: Emilia Arias. Realización: Gorka Nalda, Trufó Comunicación. Producción: Pueblos – Revista de Información y Debate y Paz con Dignidad. Apoya: Agencia Vasca de Cooperación al Desarrollo. Duración: 13 minutos. Marzo de 2014. Idiomas: Castellano y subtítulos en euskera.

[Oir programas radiales basados en estas entrevistas y otras en “Vamos a contar verdades”. Comunicación, poder, propaganda y ética periodística](#)

MÁS INFORMACIÓN:

PUEBLOS – Revista de Información y Debate

info@revistapueblos.org

www.revistapueblos.org

Twitter: @revista_pueblos

C/ Cardenal Gardoki, 9, 5ºD

48008. Bilbao – Bizkaia

946552944



Propaganda, poder y medios son los vértices de un mismo triángulo. Los medios de comunicación han dejado, en muchos casos, de vigilar a quienes están arriba para estar al servicio del pueblo para convertirse en "la voz de su amo". Tras un breve repaso a la propiedad de los mayores medios de comunicación españoles, el video da paso a las reflexiones de Manu Brabo (fotoperiodista, premio Pulitzer en 2013), June Fernández (directora de Pikara Magazine y colaboradora de Diagonal y Alga, entre otros medios) y José Martínez (coordinador de Gubairformación y analista en Russia Today, InfoRUR y otros) sobre cómo funciona la propaganda en los medios, cómo realizan su trabajo para evitar la propaganda y lo que pueden hacer las personas para ser críticas y evitar ser manipuladas.

www.revistapueblos.org

José Fernández:
"La propaganda defiende unos intereses políticos, económicos o ligados a los valores, puede ser más explícita o más sutil. Me preocupa la tendencia que tenemos a todo leer a los nuestros".
"La mayor parte de los medios generalistas miran la realidad desde la perspectiva del hombre de clase media, con poder económico, heterossexual. Así es que hacen una propaganda explícitamente homofóbica, sino que la diversidad sexual está ausente".

Manu Brabo:
"Esto no quiere decir que no haya periodistas honestos, que no puedan leer noticias bien hechas".
"He visto más veces en medios con unos intereses y en medios con intereses opuestos. Hay parte de nuestro trabajo (de la transparencia) que no está en nuestros marcos, uno no se puede defender contra eso. De repente llega un cubitón y dice que eso es lo contrario de lo que está pasando, o que eso fue en otro lugar, en otro país o en otra circunstancia que nosotros sus intereses".

José Martínez:
"Tenemos que pensar en qué parte de la sociedad estamos, a qué clase social pertenecemos, y qué valores, propuestas o realidades responden a ello. Mirar más medios de comunicación, comunicarlo".
"¿Cuáles medios le han hecho la guerra a la presidenta argentina, Cristina Fernández, por hacer sencillamente lo que hicieron en su momento determinados gobiernos europeos con el petróleo: intervenir en un sector estratégico de la economía, sin mirar los intereses de una multinacional extranjera".

Directora: Cristina Brabo y Andrea Sagar. Autores: Cristina Brabo, Rosendo, Oriana Sola, Tere Domercq. Producción: Pueblos - Revista de Información y Debate y Paz con Dignidad. Área: Agencia Nueva de Comunicación al Desarrollo. Dirección: El Encanto. Marzo de 2014. Impreso: Confección y distribución en Alemania.

