

Extrait du El Correo

<http://www.elcorreo.eu.org/Navidad-cristiana-Consume-y-seras-feliz-En-todos-lados-la-misma-consigna-mediatica>

Navidad cristiana¡Consume y serás feliz !En todos lados la misma consigna mediática.

- Empire et Résistance - Bataille pour l'information -

Date de mise en ligne : vendredi 25 décembre 2009

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

Por Ernesto Carmona

[Argenpress](#). Argentina, 23 de diciembre de 2009

La ausencia de noticias reales recrudescen en los medios comerciales en vísperas de Navidad, mientras intensifican la propaganda sobre un supuesto "fin de la crisis" fundado en el afán de compras banales inculcado en los pueblos. Los "contenidos informativos" están saturados de ofertas navideñas disfrazadas de noticias chatarra, por ejemplo las últimas "novedades" tecnológicas que deberían regalarse a los seres queridos o dónde se pueden comprar gangas para los regalones.

La parafernalia comercial contrasta con la historia legendaria del nacimiento del Niño Jesús alumbrado por María en un modesto pesebre. El patrimonio familiar sólo era el burrito de José, pero hoy la meta universal es regalarse un sofisticado "burrito" japonés cero kilómetro, no importa que contamine el ambiente.

En todos los países resuena la misma consigna mediática : "salgan a comprar y sean felices (antes que se acabe la mercancía)". Las chimeneas echan humo y gases fabricando juguetes, pinturas tóxicas y toda clase de objetos ornamentales sintéticos que pronto se convertirán en basura. Esto ocurre "aquí y en la quebrada del ají". Es una pandemia mundial.

Pero en los noticiarios de TV no hay espacio para explicar cómo y por qué fracasó tristemente la cumbre de Copenhague sobre cambio climático, ni la manipulación de sus acuerdos hecha por los países industrializados, los mismos que destruyen el planeta liderados por EEUU. El fin del mundo ya no es una amenaza de Nostradamus o una profecía más. Es un hecho real, no del futuro sino del presente. Una prueba flagrante es esta Navidad fría en EEUU y Europa, con 20 grados bajo cero. Allí también hay pobres que son los primeros en morir congelados.

La TV logró que todos conozcan los nombres de los Simpson y sepan dónde y qué comprar para estas navidades. Y pocos saben de qué tratan los acuerdos de Kyoto de 1997 que el gran capitalismo sepultó en Copenhague 2009. La TV infla "la propuesta" del guerrero Obama, un saludo a la bandera para "congelar" en dos grados el aumento de la temperatura global (que probablemente tampoco se cumplirá), pero oculta que no se permitió hablar a los líderes de 170 países no industrializados, relegados al rol de meros "oyentes" pobres, con la excepción de Evo Morales y Hugo Chávez, que dijeron sus verdades.

Los grandes medios no informan sobre problemas reales, sino que saturan con propaganda y noticias basura o banales. Por tanto, la gente no debería comprar tantas tonterías, atender menos la pantalla chica e informarse mejor apoyando los nuevos medios independientes, no comerciales o públicos.