

La manipulación y el “show” mediático en torno al “KarteMeliChallenge” (Desafío del documento nacional de identidad)” con respecto a las leyes de la República Islámica de Irán
Sdenka Saavedra Alfaro¹

Recientemente el periódico BBC, publicó un artículo en el que manifiesta que numerosos jóvenes Iraníes están utilizando la red social en este caso “Instagram” para revelarse, contrastando la formalidad de las fotos del documento nacional de identidad con otras escogidas por ellos mismos; al respecto señala:

“Numerosos jóvenes Iraníes están usando la red social para reafirmar su verdadera identidad, contrastando al formalidad de las fotos del documento nacional de identidad con otras actuales”.²

“Dos populares páginas de Instagram han estado pidiendo a los iraníes que publiquen ambas fotos bajo el llamado “KarteMeliChallenge” (Desafío del documento nacional de identidad)”.³

También hace referencia a que desde que comenzó hace una semana, por esta red, se han subido 100 instantáneas, en un país donde publicar fotos privadas en una plataforma pública puede ser interpretado por las autoridades como delito⁴.

Para aclaración del público lector, debemos señalar en primera instancia de que se trata de la página en Instagram “KarteMeliChallenge”⁵, en la que si hacemos una revisión más objetiva, también existen fotografías de niños con sus padres, y no sólo de la contrastación del carné de identidad con la fotografía actual de la persona que decidió subir sus dos imágenes a esta página, la cual se encuentra en una red social y aplicación para compartir fotografías y videos, permitiendo a sus usuarios aplicar efectos fotográficos como: filtros, marcos, similitudes, térmicas; etc...⁶.

Página que en este momento (al 27 de noviembre de 2015) solamente cuenta con 1.919 seguidores, 1.612 seguidos y 106 publicaciones y no así como tan subjetivamente lo menciona la BBC; u otros medios⁷, como lo es MSM, RT⁸; entre otros que lo que están haciendo es manipular, exagerando sus estadísticas de seguidores, y nuevamente creando un show mediático en torno a las leyes de la República Islámica del Irán, y en particular a la del Islam. Sabemos que los Medios de Comunicación juegan un papel muy importante a la hora de la difusión de información, y

¹ Escritora, Periodista, Profesora e Investigadora Boliviana, miembro de la Asociación de Investigadores en Comunicación y Educación para el Desarrollo (AICED) La Paz-Bolivia.

² www.bbc.com “Por qué jóvenes iraníes publican en “Instagram” la foto del carné de identidad”; (23 de Noviembre de 2015).

³ www.bbc.com ; (23 de Noviembre de 2015).

⁴ Ídem.

⁵ <https://www.instagram.com/kartmelichallenge/>

⁶ Instagram es una red social y aplicación para compartir fotos y videos. Permite a los usuarios aplicar efectos fotográficos como filtros, marcos, similitudes térmicas, áreas subyacentes en las bases cóncavas, colores retro y vintage, y posteriormente compartir las fotografías en diferentes redes sociales como Facebook, Tumblr, Flickr y Twitter. Una característica distintiva de la aplicación es que da una forma cuadrada a las fotografías en honor a la Kodak Instamatic y las cámaras Polaroid, contrastando con la relación de aspecto 16:9 que actualmente usan la mayoría de las cámaras de teléfonos móviles. Hoy en día, las fotos pueden estar en horizontal y en vertical sin el uso de bordes blancos. También hay un medio de comunicación privado para hablar y se hace llamar Direct. www.abc.com “Con 300 millones de usuarios, Instagram ya supera a Twitter”; (11 de Diciembre de 2014).

⁷ www.msn.com “Los jóvenes Iraníes se revelan en “Instagram”, publicando su fotografía de carné de identidad”; (25 de Noviembre de 2015).

⁸ ¿Por qué los jóvenes Iraníes difunden la foto de su documento de identidad?; (25 de Noviembre de 2015).

vemos que una vez más se está monopolizado por estas grandes empresas privadas, que han convertido a la información en una herramienta política contra los gobiernos progresistas, como lo afirma Louis Althusser:

“Los medios de comunicación son instrumentos destinados a la reproducción de las relaciones sociales, aparecen como “Aparatos Ideológicos”, que articulan el sistema de relaciones y dan significado a la estructura social, argumentando la dominación o el liderazgo cultural; a través de su capacidad de seducción y persuasión para la implementación de los valores dominantes (políticos, económicos, religiosos...), la creación de una opinión favorable, la inducción de hábitos; etc...”⁹

Así son un arma fundamental que una vez más utiliza la burguesía (estos amos del poder) para mimetizar su dominación como clase; pues estamos gobernados por esta dictadura de los grandes empresarios, de los banqueros que manejan la economía del mundo entero. Estos gobiernos imperialistas cuyo sistema criminal tiene como objetivo controlar a los demás, controlar y dominar a los más débiles, pues débiles son los que no se instruyen, los que no leen, los que no van más allá quitándose la venda de los ojos; como lo afirma Eduardo Galeano.

Debemos aprender a leer entre líneas y pasemos de ser utilizados por esta clase dominante, que lo único que quiere es manchar una vez más con sus publicaciones manipuladas, desinformar totalmente al público del mundo entero para mostrar a la República Islámica de Irán como un estado que oprime a su gente, que la tortura, caso que es totalmente falso y fuera de lugar; ya que se constatan con testimonios contundentes y objetivos que en la República Islámica se respira paz y sobretodo tolerancia; así mismo lo vemos en el derecho que se les otorgan a las minorías religiosas en el texto de la Constitución a tener representación parlamentaria, sin que para ello se les exija tener una población mínima¹⁰.

Según la Constitución, cada 300.000 personas se les asigna un escaño más a las minorías. Así, los zoroastrianos (seguidores de la antigua religión del Irán), con una población de alrededor de 45.000 almas, los judíos, con unos 30.000, y los cristianos asirios de la Iglesia caldea, que son unos 40.000, cuentan cada uno con un diputado que defiende sus intereses. Los armenios, con una población de unos 350.000 creyentes, tienen dos representantes en la cámara, uno para el norte y otro para el sur. Vemos como no hay que tener una población mínima para tener derecho aunque sea a un solo diputado en la cámara, esto es sólo un ejemplo en la protección de los derechos de la minoría.

Por otro lado, si hacemos un análisis objetivo, la República Islámica de Irán, tiene una población actual de 80 millones 840 mil 713 de habitantes¹¹ y si constatamos con el número de seguidores a la página en cuestión es totalmente ínfimo, porque sólo son 1. 919 seguidores que tiene y sólo 106 publicaciones, hasta el día de hoy¹²; es decir un 0001% del total, en otras palabras nada.

⁹ Althusser Louis, “Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado”/Freud y Lacan, Buenos Aires, Nueva Visión; 2003.

¹⁰ <http://es.irna.ir/iran86/index>. “Constitución de la República Islámica de Irán”. Agencia de Noticias de la República Islámica de Irán (IRNA), 2007.

¹¹ CIA world Factbook. Gráfico de población por año; (6 de Julio de 2015). Esta variable ofrece una estimación de la Oficina del Censo de EE.UU. basada en estadísticas de los censos de población, estadísticas de los sistemas de registro de nacimiento y muerte, o encuestas por muestreo relativas al pasado reciente y en hipótesis sobre tendencias futuras.

¹² 27 de Noviembre de 2015.

Ahora bien, si lo vemos como una rebelión juvenil como lo están manifestando los medios de comunicación en forma tergiversada, al respecto debemos señalar que el sistema de la República Islámica, fue elegido en Irán tras la victoria de la Revolución islámica de 1979 en un referéndum en el que acaparó los votos a favor del 98 % de los votantes, y así es un sistema democrático basado en la voluntad y decisión del pueblo y que se ajusta a las necesidades y a la cultura de la sociedad iraní¹³; es decir que el pueblo eligió este sistema democráticamente y no ha sido impuesto por nadie, ni tampoco es un régimen que implementó un código de vestimenta por la fuerza; pues como lo hemos comprobado el 98% de los votantes estaba a favor de todo este sistema y lo eligió por su propia voluntad.

Otra cosa es que como lo señala Noam Chomsky¹⁴, en el libro titulado “Como nos venden la moto”¹⁵, en la primera parte, “El control de los medios de comunicación”¹⁶, hace referencia a que en una “democracia” se dan dos funciones: por un lado, la clase especializada, los hombres responsables que ejercen la función ejecutiva, lo que significa que piensan, entienden y planifican los intereses comunes; es decir los líderes y por el otro, el rebaño desconcertado, que también tiene una función en la “democracia”, que consiste en ser espectadores en vez de miembros participantes de forma activa. Esto es lo que ocurre en una democracia que funciona como “Dios manda”.

Estos líderes tienen la misión de domesticar al rebaño desconcertado, y no dejarle que brame y pisotee, y así destruya las cosas; no hay que darles ninguna facilidad para que los individuos del rebaño desconcertado participen en la acción, pues sólo causarían problemas.

“Los diferentes medios de comunicación masiva tergiversan la opinión falsificando parcial o totalmente la historia de las noticias que emiten; pues las relaciones públicas expresadas en los medios masivos de comunicación constituyen una industria inmensa que mueve cantidades de dinero que oscilan en torno a un billón de dólares al año, y desde siempre su cometido ha sido el de controlar la opinión pública, que es el mayor peligro al que se enfrentan las corporaciones”.¹⁷

Como lo estamos viendo, la manipulación mediática surge del interés de los grupos dominantes por conformar una conciencia colectiva¹⁸.

Estos amos y señores, los todos poderosos, los amos del poder, nuevamente continúan atacando a través de esta guerra mediática, utilizando para sus fines a los medios de comunicación como aparatos ideológicos, que articulan el sistema de relaciones y dan significado a la estructura social, argumentando la dominación o el liderazgo cultural, a través de su capacidad de seducción y persuasión para la implementación de los valores dominantes (políticos, económicos, religiosos; etc...), la creación de una opinión favorable, la inducción de hábitos; etc...¹⁹

¹³ <http://es.irna.ir/iran86/index.htm>

¹⁴ Noam Chomsky, filósofo, lingüista, escritor; reconocido como una de las figuras más destacadas de la lingüística del siglo XXI, conocido por su activismo político y su lucha contra el imperialismo y el sionismo.

¹⁵ Noam Chomsky – Ignacio Ramonet, “Como nos venden la moto”; Universidad de Valencia, Córdoba-España; 15 a. Edición, 2002.

¹⁶ Ídem.

¹⁷ “El control de los medios de comunicación” Primera Parte; Noam Chomsky – Ignacio Ramonet, “Como nos venden la moto”; Universidad de Valencia, Córdoba-España; 15 a. Edición, 2002

¹⁸ Chomsky Noam-Ramonet Ignacio, “Como nos venden la moto”; Universidad de Valencia, Córdoba-España; 15ª. Edición, 2002.

¹⁹ Althusser Louis, “Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado”, Freud y Lacan-, Nueva Visión, Buenos Aires; 2003.

Ya lo señaló Herbert Schiller²⁰, los mass media son instrumentos de la expansión imperialista; ya que están al servicio de los gobernantes, el poder político y el económico; pues las redes de intereses económicos determinan el funcionamiento de estos²¹.

Una vez más estamos frente a una manipulación y seducción mediática, la que quiere manchar la justa democracia con la que se convive en la República Islámica del Irán; pero sabemos muy bien de quienes son los autores de estas confabulaciones; pues los éxitos y logros que está teniendo Irán en la actualidad debe traer que hablar a los controladores del rebaño.

Todos derechos reservados.

Se permite copiar citando la referencia.

www.islamoriente.com

Fundación Cultural Oriente

²⁰ Schiller I. Herbert, Sociólogo, Economista, estudió economía política de la Comunicación, Profesor Universitario de varias Universidades de EE.UU y Europeas; máximo exponente de la teoría comunicacional en Latinoamérica, escritor, autor de *Mass Communications and American Empire* 1969, *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*, G. Gili, Barcelona, 1976; *El imperialismo USA en la comunicación de masas*, Akal, Madrid, 1977; *Los manipuladores de cerebros*, Granica, Buenos Aires, 1974 (Gedisa, Barcelona, 1979); *El poder informático*, Gustavo Gili, Barcelona, 1981; *Información y economía en tiempo de crisis*, Fundesco, Madrid, 1986; *Cultura, S. A. La apropiación corporativa de la expresión pública*, Universidad de Guadalajara, México, 1993; *Aviso para navegantes*, Icaria, Barcelona, 1996. Al portugués fue traducido *O Imperio Norte-Americano das comunicações*, Vozes, Petrópolis, 1976.

²¹ Schiller I. Herbert, "Contrapunto de la Teoría de la Comunicación Dominante", Gustavo Gili, Barcelona; 1980; págs. 81-84.