LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO ELEMENTO DE PODER EN LA SOCIEDAD Y LA POLÍTICA DE ANTONIO CASTILLO ESPARCÍA

AUTORA: LUENGO SUÁREZ YEISY YESENIA

RESUMEN

En este ensayo se busca establecer una opinión o perspectiva sustentada por diversos autores (Aristóteles, Noam Chomsky, Sylvain Timsit, Bélanger y Lasswell) de las ideas de Antonio Castillo Esparcia, respecto a su visión de los medios de comunicación como actores sociales y políticos, quien apoyó sus argumentos en los siguientes autores: James Curran, Michael Gurevitch y Janet Woollacot.

Palabras claves: medios de comunicación, poder, sociedad, política, influencia, persuasión, opinión pública, operaciones psicológicas, modificación de actitudes.

ABSTRACT

This essay seeks to establish an opinion or perspective supported by various authors (Aristóteles, Noam Chomsky, Sylvain Timsit, Bélanger y Lasswell) of the ideas of Antonio Castillo Esparcia, regarding his vision of the media as social and political actors, who supported his arguments in the following authors: James Curran, Michael Gurevitch and Janet Woollacot.

Keywords: media, power, society, politics, influence, persuasion, public opinion, psychological operations, attitude modification.

Introducción

En líneas generales, la perspectiva del autor está orientada hacia el estudio y la crítica de los mass media (manejados por personas con intereses individuales) como parte del sistema capitalista, los condicionamientos y las tendencias que se derivan de ello. Afirmando que el individuo es controlado por una élite formada por una clase política. Además, analiza con argumentos la influencia de los medios de comunicación en lo social y en la política; aunado a su empleo como transporte para persuadir a las sociedades mediante la opinión pública. En este sentido, surge la interrogante ¿son verdaderamente los medios de comunicación un elemento de poder en los procesos sociales y políticos? A lo largo de la historia de las sociedades se ha dejado evidencia de que los medios de difusión modelan la opinión pública y hasta generan realidades ficticias en la psique colectiva, a través de la propaganda y el gran aparato mediático generando crisis, consumismo, cambios de gobiernos, destrozando movimientos sociales y hasta justificando guerras.

En este documento se tratará de abordar no sólo los elementos argumentativos que validen la visión de Antonio Castillo Esparcía, sino que también se citarán y analizarán otros teóricos y especialistas que sirven de complemento de lo expuesto por el autor, pues las sociedades avanzan a nivel tecnológico y por ende han incrementado el empleo de herramientas de persuasión para lograr el cambio de opiniones y actitudes en las sociedades y en los procesos políticos, para lograr objetivos psicológicos específicos.

En la primera parte, se presentará una serie de citas de teóricos y especialistas en comunicación, comunicación política, manipulación mediática, el arte de la persuasión, luego se presentarán las apreciaciones y por último las razones por la que se considera que hoy en día la utilización de los medios de comunicación masiva juegan un papel principal en el juego de manipulación y es considerado el canal idóneo para ejercer influencia en las sociedades hasta llegar a la persuasión y dominación psicológica, convirtiendo a las sociedades en marionetas del sistema.

Objetivo

Realizar un análisis crítico del contenido del artículo científico de Antonio Castillo Esparcía denominado "Los medios de Comunicación como elemento de Poder en la Sociedad y la Política".

Marco Teórico

Los medios de comunicación han ido adquiriendo más poder a través de los años, desde sus comportamientos cotidianos hasta su penetración simbólica de las percepciones, opiniones y conductas. En la actualidad, son innumerables los autores que desarrollan el tema de la influencia y persuasión utilizadas en los medios de comunicación para lograr el cambio de actitudes, opiniones y pensamientos de quienes reciben constantemente información a través de ese canal comunicacional tanto en los procesos sociales y políticos. Desde la época de Aristóteles, era concebida la comunicación como un elemento para lograr la persuasión, basado en convencer para inducir a la acción, definió la comunicación como: "la búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance" y estructuró este proceso según 3 pilares retóricos: Ethos: enfocado en la credibilidad, basado en la confianza que genera el orador en su discurso, pathos: orientado en involucrar sentimiento en el discurso y logos: enfocados en ofrecer argumentos lógicos y evidencias que permiten comprobar el mensaje con elementos tangibles.

En la misma línea, Harold Lasswell, se apoyó de la teoría de Aristóteles pero le agregó algunos elementos, pues desarrolló un modelo que permitió entender el proceso comunicativo haciendo ver que las audiencias son cambiantes y que tienen un papel activo en el proceso, prestó especial atención en los elementos comunicativos verbales y no verbales, al considerar no sólo el qué hacer, cómo hacerlo, quién lo hará, sino también el efecto que tendría tal acción comunicacional "medios de comunicación para controlar masas"., considerando tres funciones básicas: vigilancia del medio ambiente (contexto), correlación de los componentes de la sociedad y transmisión cultural entre generaciones.

Por su parte Bélanger, que explica: "la comunicación política procede entonces de la estrategia de la cual constituye su instrumento principal. Puede llegar

a ser manipulación, incitación, amenaza, persuasión o hasta mandato. Nunca es más que un medio para lograr un fin, el cual puede ser de naturaleza muy variable" (Bélanger, en Gauthier y otros, 1998, p. 134).

Por su parte, Sylvain Timsit, escritor francés, afirmaba que el objetivo de la manipulación de las masas es la creación de sociedades dóciles e insolidarios donde triunfen los valores capitalistas y neoliberales para ejercer un control masivo sobre la ciudadanía. Apoyado de la teoría del pensador estadounidense Noam Chomsky, quien en 2002 expuso 10 estrategias de manipulación masiva o mediática. Detalladas y parafraseadas a continuación:

1. La estrategia de la distracción, basada en no darle tiempo al blanco audiencia para pensar mediante la desviación sistemática y continua de la atención por medio de distracciones superficiales y no de la realidad en todos los ámbitos (social, cultural, política, económicas, entre otras).

2. Crear problemas y, después, ofrecer soluciones, fundamentada en la creación de situaciones y problemáticas, para que sea el mismo auditorio que demande acciones que ya tenías previamente planificadas.

3. La estrategia de la gradualidad, establecida por el "paso a paso" y el principio de la progresividad, dejando a un lado medidas radicales que pudieran provocar revolución.

4. La estrategia de diferir, la aceptación de medidas injustas a forma de "sacrificio para un futuro mejor" y resignación, obteniendo como objetivo final que las sociedades se acostumbre y vean normal las situaciones injustas.

5. Dirigirse al público como si fueran niños, con la finalidad de que el individuo pierda su sentido crítico, la lógica y la razón, manipulándolos por medio de constantes discursos infantiles para obtener respuestas infantiles.

6. Utilizar el aspecto emocional más que la reflexión, elevando el sentimiento y la carga emocional en el discurso, para inducir comportamientos preestablecidos.

7. Mantener al público en la ignorancia y la mediocridad, el desconocimiento es el poder de los manipuladores para mantenerlos sumiso ante sus pretensiones.

8. Estimular al público para que sea complaciente con la mediocridad, una sociedad indolente e inactiva complacerá los intereses de quien persuade y manipula.

9. La estrategia de la autoculpabilidad, inducir a la sociedad a creerse culpable de su situación y no culpar al sistema, para lograr la inhibición de la acción y la complacencia con la injusticia.

10. Conocer con precisión los modos de actuación del público, analizar el blanco audiencia en relación a su conducta ha permitido a los operadores mediáticos ejercer el control sobre él, dominio que es aprovechado para manipularlos según sus intereses. Y es a lo que hoy en día se le llama supremacía de la información aplicable no solo al individuo y como se desenvuelve en el medio, sino también al contexto y terreno como tal.

Metodología y resultados

Este estudio ha realizado una investigación cualitativa de tipo empírica que ha incluido el análisis de contenido de 04 Teorías de especialistas en comunicación, comunicación política, manipulación mediática, el arte de la persuasión, para llegar a la consideración que la perspectiva del autor en relación a la migración del empleo a nivel empresarial de los medios de comunicación para influenciar en los procesos y dinámica política, es acertada, considerando que estás herramientas de persuasión y dominio de las masas han evolucionado a niveles desproporcionados. En la actualidad es utilizado en todos los ámbitos, donde el emisor idea mecanismos idóneos a nivel psicológico para influenciar y lograr la persuasión siguiendo un objetivo psicológico; es decir, los medios de comunicación son utilizados y manejados consciente y organizadamente (acciones psicológicas planificadas) para lograr el dominio de masas en especial en el campo político.

Metodología y resultados

Hoy en día existen múltiples estudios, teorías respecto a los efectos que producen los mensajes psicológicos diseminados a través de los medios de difusión masiva desde diferentes perspectivas y apreciaciones. Sin embargo, todos coinciden en la importancia de los medios de comunicación como instrumento de persuasión y dominación de masas, donde no sólo se analiza el emisor, mensaje,

receptor y el canal, como elementos tradicionales; sino también el contexto donde se desenvuelve, se aplica una retroalimentación, los obstáculos y distorsiones que puede sufrir en el desarrollo y el objetivo psicológico que desea obtener (intencionalidad/efecto deseado), todo encaminado al mismo fin último, lograr el dominio de masas.

Referencias Bibliográficas

Antonio Bélanger (1998) Comunicación y Política. Obtenido de: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1222794

Antonio Castillo Esparcía (2011) Los medios de comunicación como actores sociales y políticos. Obtenido de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/12_Castillo_M75.pdf

Rebelión (2017) Las diez estrategias de manipulación masiva descritas por Sylvain Timsit Obtenido de: https://rebelion.org/las-diez-estrategias-de-manipulacion-masiva-descritas-por-sylvain-timsit/

Despierta (2017) Noam Chomsky: Las 10 Estrategias de Manipulación Mediática. Obtenido de: https://kaosenlared.net/noam-chomsky-las-10-estrategias-manipculacion-mediatia/

Jorge Martín Morales (2010) Técnicas de persuasión en los medios de comunicación. Obtenido de: https://www.gestiopolis.com/tecnicas-persuasion-medios-comunicacion/