

## **CAPÍTULO 4**

### **MANIPULACIÓN DE LOS MEDIOS A LA SOCIEDAD**

Como es explicado en el capítulo 1 de este trabajo, esta propuesta es una crítica hacia la forma en que funcionan los medios masivos de comunicación, sobre todo en como nos venden mensajes culturales y el control que tienen sobre nosotros, nuestras vidas, nuestras costumbres. Sobre todo esta propuesta hace un llamado a la búsqueda de otros usos, fuera de los convencionales, de los medios de comunicación. A partir de una breve reflexión de la presión e imposición de costumbres que los medios ejercen y pretenden imponer en nosotros, es que surge esta propuesta, una resistencia a todo lo que se quiere violar en cuanto a nuestra condición individual y social.

#### **4.1 Sociedad y Televisión**

Es importante reflexionar acerca de la relación existente entre la televisión y la sociedad en la actualidad y sobre todo entender cuál es la responsabilidad en la relación de ambas. En primer término encuentro que la televisión impone ideas y discursos a la sociedad y en cuanto a eso no existe ninguna ley que nos proteja a los televidentes, incluso no encuentro algún medio por el cual podamos protegernos de la televisión. Solamente tomando el control y apagarla.

Si observamos la función de la televisión en cuanto a entretener, esta es “bien cumplida”; la cuestión se dificulta cuando se discute cuál debiera ser la labor de la televisión: ¿informar y educar?

Si tomamos en cuenta que la relación de televisión y sociedad ha cambiado y se ha tenido que adaptar una a la otra, principalmente la sociedad a la televisión, es necesario saber la responsabilidad que se tienen recíprocamente. La televisión tiene un impacto directo y muy fuerte en la sociedad y pareciera que existe una relación de poder, donde la televisión domina, pero también existen resistencias, como lo es la creación de radiodifusoras como Radio Educación que fomentan la creación de programas con temáticas diversas de beneficio social. Desgraciadamente se cree que el poder de la televisión es absoluto y pareciera que el intercambio que debería de ocurrir es nulo.

Hagamos memoria y recordemos la relación de la sociedad y televisión en la década de los años cincuenta, cuando el acceso a la televisión era solamente para aquellos que tenían las posibilidades económicas de solventar los gastos para la adquisición de un aparato receptor. En aquella época, incluso era un negocio tener televisión ya que había gente que cobraba a otros por permitirles el acceso a este nuevo medio de comunicación. Con el paso de los años se volvió más común y más accesible a la sociedad, sin saber hasta donde sería el impacto que le causaría, tal y como sucedió con los restantes medios de comunicación como la prensa y la radio.

Incluso en el diseño arquitectónico de los hogares y lugares de esparcimiento, hemos sido testigos de las innovaciones que se han hecho para darle a la televisión el supuesto lugar que merece. Los hogares incluso se han tenido que adaptar, creando así lugares destinados exclusivamente a la contemplación de dicho aparato receptor; y qué

decir de los avances tecnológicos cuya oferta es crear sistemas más sofisticados que brinden al consumidor posibilidades de asombro a partir del rompimiento de las barreras de realidad y ficción. Y aquí podemos citar un ejemplo común y corriente: existen ocasiones cuando contemplando una flor o una planta, en que alguien comenta que dichas plantas parecieran de plástico, o preguntan si éstas son de plástico, cuando la realidad es otra. Observamos que tal como se ha apuntado anteriormente, las barreras entre lo real y lo no real se sustentan sobre un hilo apenas perceptible a simple vista.

Esta relación de sociedad y televisión viene desde que surge este medio y se va constantemente adaptando a las condiciones sociales, tal como lo mencionan Raymundo Mier y Mabel Piccini (1987) refiriéndose al movimiento de 1968 en México:

“En efecto, el movimiento juvenil en México fue sometido a una consistente erosión en la memoria colectiva. Los medios añadieron al testimonio de su silencio la acción de estrategias reductivas: se le asimiló a los movimientos europeos o norteamericanos, se le sometió a los mecanismos de la terapéutica de las industrias, se le calificó como patológico, se le construyeron causas ya sea biológicas (inmadurez de desarrollo orgánico, profundos cambios experimentados por el cuerpo en esa etapa de la vida, se apeló a la psicología – falta de madurez-, se siguió con apego las simplificaciones pseudo freudianas (la agresividad fruto de la vida reprimida y las condiciones de la familia pequeño-burguesa en México), se le hizo derivar de causas pedagógicas (mala educación en la familia, deficiente organización de los estudios tanto básicos como universitarios), se pusieron todos los recursos en juego. Los medios masivos siguieron minuciosamente y apegadamente las pautas de reducción y empobrecimiento

surgidas de la perspectiva de los medios ante el conflicto juvenil en los países centrales” (p. 17).

Al respecto podemos reflexionar acerca de la irresponsable y tendenciosa acción ejercida por los medios ante cualquier problemática y su visión ante la problemática de la sociedad. Toda esta situación debe sorprendernos ya que si esto sucedió en acontecimientos de hace casi cuarenta años, qué podemos esperar en la cobertura de los hechos actuales. Es ahí donde podemos reflexionar acerca del poco, en algunos casos, escaso compromiso de los medios de comunicación para con sus consumidores.

Así mismo Mier y Piccini hacen referencia a la televisión y su influencia con la juventud como:

“redes de poder y saber –redes legítimas de la cultura dominante y de los diversos registros de la dominación- constituyen la trama en la que se dibujan las figuras y racionalizaciones sobre la juventud, a través de los cuales es construida, minuciosamente elaborada, como problema social y objeto de problematización y como objeto espectacular, exhibición estética o superficie que pretende inducir las miradas, deseos y pulsiones colectivas” (p. 84)

Es aquí donde encontramos una de las claves que revelan uno de los objetivos de la televisión: el poder; controlar y manipular a las masas y a través de ellas dominar a las clases sociales más vulnerables. Para concluir Mier y Piccini concluyen acerca de la problemática de la televisión a través de una reflexión sobre el poder: “la primitiva televisión de los cincuentas, inaugura una nueva fase en el desarrollo de las dispersas

estrategias culturales que tienden a la unificación y concentración del poder en núcleos privilegiados de control y a la posesión ficticia” (p. 238).

Una de las razones por la que la sociedad se enfrenta a la televisión es por el hecho de que, en muchos casos, es el único medio de información, así mismo la televisión se vuelve indispensable para mantener contacto con el mundo exterior, se convierte en una especie de miembro familiar. Es así como Vicente Anaya Cadena (1984) menciona que la televisión “ya se ha convertido en uno de los medios de mayor alcance en la formación de opiniones y conductas de millones de hombres y mujeres del medio urbano y crecientemente, del rural” (p. 13). Así mismo, refiere que los televidentes son “objetos de penetración subliminal tan manipulativa como si pudiésemos controlar y dirigir sus sueños mientras está dormido” (p. 14). También menciona que la televisión sólo refuerza predisposiciones, es decir, que únicamente fortalece tendencias y actitudes ya existentes en el individuo por influencias previas, de manera particular las de la familia, la escuela, los valores accesibles en el medio ambiente, etc.

#### **4.2 La manipulación informativa en México**

Es imperativo precisar que en esta investigación se trata de hacer una crítica hacia la postura de los noticieros o noticiarios de televisión abierta de nuestro país y el cómo muestran la violencia. En México hay dos canales de televisión quienes transmiten en señal abierta abarcando a la mayor parte de la población. Televisa cuenta con 12 programas especializados en noticias distribuidos en cuatro canales, los cuales dos tienen cobertura nacional y dos comparten la señal con 225 estaciones afiliadas, abarcando al

99% de la población de acuerdo con el sitio en internet de esta empresa<sup>1</sup>. Por otro lado, TV Azteca cuenta con 7 programas de noticias, además de 8 que tratan de problemas especializados, distribuidos en dos canales de señal abierta y 42 estaciones locales según el sitio en Internet de esta empresa<sup>2</sup>.

Ambas empresas no solamente poseen los derechos de transmitir sus señales a todo el país, sino también son dueñas de corporativos (Televisa de 16 y TV Azteca de 10) que a su vez manejan diversos sectores de las telecomunicaciones, la industria del entretenimiento, así como distintas empresas con diversos giros económicos como bancos y seguros de vida.

Cabe señalar que cada una de estas empresas tiene una manera particular de tratar la información que presentan dentro de sus noticiarios y sus demás programas, ya que su punto de vista es muy diferente de una cadena televisiva a otra. Resulta difícil mencionar las características de la línea editorial de cada empresa, pero es evidente que el tratamiento es muy distinto entre una y otra cadena. Televisa tiene más recursos tecnológicos para la transmisión de su imagen, es mas llamativa. En cambio TV Azteca tiene menos recursos que los que Televisa muestra tener. En cuanto al tratamiento de las noticias, Televisa en sus noticieros se va más a los recursos visuales que al tratamiento de la noticia.

---

<sup>1</sup> <http://www.esmas.com/televisahome/inversionistas/empresa/300858.html>

<sup>2</sup> <http://www.tvazteca.com/corporativo/estaciones/>

Ambas televisoras profundizan muy poco en el tratamiento de las noticias, es decir, hay muy poco análisis o reflexión a los acontecimientos; su tratamiento de las noticias es meramente de recapitulación en forma de resumen y no siempre hay congruencia al presentar las notas. En algunas ocasiones le pueden dar importancia a una noticia no tan relevante y viceversa. Los criterios no están muy claros; y hacer dentro de este trabajo afirmaciones acerca de los intereses particulares de cada empresa resultaría totalmente erróneo ya que serían meras especulaciones, además de que es tema para otra trabajo de investigación.

Cada empresa posee sus propias políticas de transmisión, que se traducen en sus valores; honestidad, veracidad, etc., con los que supuestamente laboran y transmiten los contenidos de sus programaciones. Es entonces que cada individuo percibe de acuerdo a sus condiciones particulares, su realidad, la reconstruye y vive su visión de la realidad, que puede ser determinada por los discursos que se construyen en los medios masivos de comunicación.