

# ASÍ FUNCIONA EL MODELO

Dulce Muñoz Alonso  
20701774

Ética  
Bellas Artes + Publicidad

## ÍNDICE

Biografía y datos del autor	3
Resumen	5
Análisis crítico	10
Conclusión	13
Bibliografía	14

## **BIOGRAFÍA Y DATOS DEL AUTOR**

Pascual Serrano, nacido en Valencia (España) el año 1964, se licenció en Periodismo en 1993 en la Universidad Complutense de Madrid. Se inició en el periodismo trabajando en el diario español ABC. Fue fundador y redactor jefe de la revista Voces, editada por la organización política Izquierda Unida. Sus trabajos se han desarrollado tras sus viajes por México, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Líbano, Colombia, Venezuela, Cuba, Argentina, Bolivia, Jordania.

En 1996 fundó junto con un grupo de periodistas la publicación electrónica Rebelión ([www.rebelion.org](http://www.rebelion.org)), que hoy funciona como diario alternativo en Internet. Durante 2006 y 2007 fue asesor editorial de Telesur, un canal de televisión promovido por Venezuela con la participación de Cuba, Argentina, Uruguay y Bolivia, que pretende ser un modelo de comunicación contrapuesto a los medios dominantes del primer mundo.

Es miembro fundador de la Red de Intelectuales y Artistas en Defensa de la humanidad, creada en México en 2004. Colabora habitualmente en una decena de publicaciones españolas y latinoamericanas sobre temas de comunicación y política internacional, entre ellas, el diario Público, el mensual Le Monde Diplomatique, el quincenal Diagonal o la revista cultural cubana La Jiribilla. Es coautor de los libros “Periodismo y crimen” y “Washington contra el mundo” y compilador de “Mirando a Venezuela”.

A principios de 2006 publicó “Perlas. Patraña, disparates y trapacerías en los medios de comunicación” editado en España por El Viejo Topo. En Cuba y Venezuela se editó una versión adaptada: “Juego Sucio. Una mirada a la prensa española”. En la actualidad es miembro del consejo de redacción de las revistas Mundo Obrero, El otro País y Pueblos donde colabora habitualmente.

En febrero de 2007 fue Primer Premio del Concurso Internacional de ensayo "Pensar a contracorriente", por su trabajo "Violencia y medios de comunicación", convocado por el Instituto Cubano del Libro, el Ministerio de Cultura de Cuba y la Editorial Ciencias Sociales.

En septiembre de 2007 publica “Perlas 2. Patrañas, disparates y trapacerías en los medios de comunicación”, con prólogo de Alfonso Sastre y epílogo de Ignacio Ramonet. En mayo de 2008 publica en España “Medios violentos. Palabras e imágenes para el odio y la guerra”, (Editorial El Viejo Topo. Barcelona Mayo 2008) del que existía una versión anterior en Venezuela escrita con Santiago Alba. La versión española se reeditaría en Venezuela por el Ministerio de Comunicación e Información en Junio de 2008 y al año siguiente por la Universidad Bolivariana de Venezuela. Posteriormente se publicaría en Ecuador (Ciespal) y Cuba (Editorial José Martí).

En marzo de 2009 publica con la asociación de solidaridad Cubainformación, Conjura contra Cuba, un libro sólo disponible a través de las organizaciones de solidaridad con Cuba. ([distribucion@cubainformacion.tv](mailto:distribucion@cubainformacion.tv)).

En junio de 2009 publica Desinformación. Como los medios ocultan el mundo, con prólogo de Ignacio Ramonet. Esta obra recibió una de las cinco menciones honoríficas del premio libertador 2009.

En febrero de 2010 fue galardonado con la distinción Felix Elmuza, que otorga la Unión de periodistas de Cuba (UPEC) en casos excepcionales a periodistas no cubanos, en abril de 2010 publica “El periodismo es noticia. Tendencias sobre comunicación en el siglo XXI”.

En diciembre de 2010 publica “Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles”. Noviembre 2010. Su ultimo libro es “¿El mejor de los mundos? Un paseo crítico por lo que llaman “democracia””

## RESUMEN

Aunque los derechos humanos y constitucionales defienden al espectador y supuestamente le protegen contra la desinformación; es más que conocida la faceta irreal y poco fiable de los medios de comunicación de masas en la actualidad. Esto no se debe a una mala educación académica del profesional (periodista, reportero, etc) sino al poder de organización de los grandes y principales medios que ponen al profesional en cuestión en una situación en la que a de escoger entre la ética y veracidad o su puesto de trabajo y futuro profesional. Cuando algo ocurre quien lo presencia se convierte en el principal informante y probablemente el único, este es quien entra en contacto con el medio o profesional, el cual, solo puede entregar su trabajo a esa fuente de información o fuentes auxiliares que enriquezcan la noticia para lograr un mayor impacto en el espectador. Esto es lo que hace que el espectador se encuentre en una sociedad desinformada, sin información contrastada y fiable, convirtiendo a los medios y la información en un espectáculo más de entretenimiento bajo la certeza constitucional de que esa ficción es la realidad.

Este es uno de los ejemplos que se citan en el texto y resume el principal problema tratado, la desinformación: “El 51% de los estadounidenses creía, poco antes de la invasión de Irak, que Sadam Hussein había participado personalmente en los atentados del 11-S contra USA, según reveló un sondeo de la cadena de televisión CNN y el periódico USA Today de marzo de 2003. Y meses después de empezada la guerra todavía quedaba quien creía que existían armas de destrucción masiva en el país árabe. Dos sondeos elaborados en el año 2006, uno de Los Angeles Times/Bloomberg y el otro de New York Times/CBS News, mostraron que la mitad de la población estadounidense era incapaz de adquirir procesar y comprender información”

### Cómo se selecciona la información

Aunque a veces no lo parezca la información se selecciona en función de prioridad y conveniencia, para tomar estas decisiones se utiliza un método de filtros:

### Filtro 1: magnitud, propiedad y orientación de los beneficios de los medios de comunicación.

Con la industrialización de la prensa y los medios el gobierno hizo una selección destructiva entre los proyectos informativos para que los grandes medios que acarreasen detrás una extensa inversión absorbiesen a los pequeños medios en beneficio propio. De este modo las grandes empresas, fiables o no, se apoderan de la mayor parte de la comunicación social.

### Filtro 2: la publicidad como fuente principal de ingresos

Al principio los medios y periódicos recibían sus ingresos a través de la venta de ejemplares, ahora a ganado terreno la publicidad y el anunciante decide en que medio invertir su capital; tras un análisis exhaustivo del espectador del medio para asegurarse, tanto anunciante como medio en colaboración, de que completan la temática e información de interés de ese publico en concreto. Así el medio y la publicidad se retroalimentan confundiendo y satisfaciendo al consumidor.

### Filtro 3: el suministro de noticias a los medios de comunicación

Puesto que lo que manda es el dinero, siempre es mas barato presenciar o recibir información que buscarla con las caras herramientas de investigación. “Dejó de estar en vigor esa afirmación de que noticia es lo que alguien no quiere que se sepa, para ser solo lo que alguien desea que se conozca”

### Filtro 4: las “contramedidas” y correctivos diversos como método para disciplinar

Los grupos de poder político y empresarial son los que ejercen estos “correctivos” y sobornos (lobby) acabando con cualquier indicio de noticia o comunicación escandalosa no conveniente o favorable para ellos mismos.

¿Pasa lo que nos cuentan?

Lo que nos cuentan es lo que pasa y también es una mentira, no es directa pero los medios ya tienen experiencia con las herramientas de tergiversación, manipulación y tono de emisión a la hora de disfrazar la realidad.

Existe un proyecto llamado el “Proyecto Censurado” creado por universidades estadounidenses, realizan cada año un informe en el que aparecen los 25 temas más relevantes censurados por los medios estadounidenses.

### Sin contexto ni antecedentes

El método de informar de los medios es dudoso, con prisa y subjetivo. La intención de llegar a todos los públicos simplifica las noticias y las trata de manera superficial, clasificándose en malo o bueno; y sin adentrar ni analizar matices de causa y consecuencia. Como en el ejemplo del texto, con la miseria se harán noticias muy “humanitarias” y morales sobre el hambre, o eventos y conciertos por esa causa, pero no se hará noticia de las condiciones económicas y políticas que impulsan este hambre. Por ejemplo la misma cantidad de muertos en China que en India dará lugar a noticias con tono anticomunista ya que el contexto es el consumismo en el comunismo, y en el caso de la India se comunicaran menos noticias e información achacando los hechos a catástrofes naturales, sin aludir en ningún momento, aunque sin engañar, al contexto capitalista.

### El lenguaje

Los medios, la política y el lenguaje han ido reinventándose con el paso de los años y la experiencia ante la capacidad de codificación y recepción de mensajes del espectador. Esta mejora y evolución en las formas y el lenguaje conlleva de nuevo una dudosa veracidad de quien transmite la información. Se eliminan los términos diferenciadores como por ejemplo clases sociales para sustituirlos por un lenguaje más neutro (raza, género, edad...), que da la sensación de objetividad para intentar ocultar la evidente subjetividad de la noticia emitida. Todo esto con la intención de difuminar y crear una gran cortina de humo ante los orígenes, causas y razones reales de los acontecimientos.

### El lenguaje en la economía

Si el lenguaje en las noticias ya está obstaculizado, el lenguaje en las noticias económicas es el más encriptado, pues en este sector la única realidad válida es la que a los medios les conviene y no la más veraz.

### Adscribirse la opinión pública

Adscribirse la opinión pública es una de las estrategias de los medios a la hora de querer comunicar algo que el medio sabe que es propio y subjetivo pero que no lo parezca y así no perder fiabilidad. El medio pone su opinión en boca de líderes de opinión o de opinión pública para protegerse de acusaciones de romper con la neutralidad y objetividad.

### El etnocentrismo y las jerarquías

Los medios occidentales centran sus noticias entorno al mundo occidental, por lo que se priva al espectador y a toda la sociedad occidental de cualquier noticia, acontecimiento o visión cultural del resto del mundo, dándose casos extravagantes como priorizar noticias sobre obesidad antes que de hambre. Esto es causado por la diferenciación de jerarquías entre los países occidentales.

### Detrás de los líderes

La prensa y los medios darán más importancia a las declaraciones de líderes políticos sobre una noticia, que a la noticia o suceso en sí acontecidos.

### Silencio con las marcas

Las empresas y marcas hacen uso de los medios para la publicidad cuando se trata de una noticia beneficiosa; y los medios camuflan y evaden nombrar marcas cuando la noticia es perjudicial, para no arriesgarse y por conveniencia.

### El falso pluralismo



Este pluralismo se basa en que los medios proporcionan versiones y opiniones opuestas de un hecho sin indicar ni la fuente ni el grado de subjetividad, ni contrastarlas. También hablan y exponen las diferentes vertientes de una misma opinión, ocultando muchas otras vertientes existentes pero que son menos convencionales; y como no también saltándose y pasando por alto el contexto de la información, que sirve al público para situarse.

#### Fuentes y analistas

Los estudios dan una cifra de 0,71 número de fuentes por cada noticia. Los analistas como personas tienen también su ideología y principios que subjetivan su función.

#### Silencio/portada

Los medios se dirigen a cualquiera en sociedad y en lenguaje para todos, por tanto si manipulan o priorizan acontecimientos será dirigiéndose a grandes masas sociales; lo que hace que si un hecho es portada también lo será en el cerebro del espectador; al igual que si se oculta algo, el espectador no recibirá esta información.

## ANÁLISIS CRÍTICO

El objetivo de este texto es dar una visión sobre cómo los medios de comunicación y el mundo de la publicidad pueden influenciar la opinión pública de un país democrático, simplemente creando espectáculo. Trata el tema mediático, ofrece una postura bastante cercana de hasta dónde el pueblo puede ser manipulado. Los intereses siempre comerciales e interesados de un grupo de profesionales de la imagen muestran lo vulnerables que podemos llegar a ser según las reglas establecidas de la sociedad de la información.

Trata tanto temas como la falsa democratización (dictadura mediática) y por lo tanto política, el miedo, la protección de la verdad, el control total, la búsqueda de la libertad e intercambio del conocimiento, la manipulación de masas, y el aturridor juego social psicológico.

Al recordarnos y refrescar toda esta situación violenta de mentira en nuestras cabezas de estudiantes del campo de la comunicación, nos planteamos de nuevo, como cada día, la posibilidad de que realmente el mundo sí se ha convertido en un territorio totalitario, inyectado de miedo, falsos deseos y consuelos para el pueblo, todo a través de los medios y disfraces para la información.

Tanto la publicidad como las herramientas de comunicación en general pueden disfrazarse, ingeniosamente, de verdad, de solución y fiabilidad; pero sin embargo puede llegar a ser, y lo es, muy dañina, confusa e interesada. Debido a su enorme poder de influencia en el público se juega con vidas e intereses humanos a través de los medios de comunicación y quienes los dirigen.

Toda la crítica plasmada a lo largo de este texto se apoya en pruebas y acontecimientos reales, que muestran toda esta manipulación de información, como por ejemplo hace 70 años: El pánico a una invasión alienígena desatado por la dramatización que hizo Orson Welles a través de las ondas de radio de la novela de “La guerra de los mundos” cumple 70 años. Miles de radioescuchas aterrados, gente que huye de sus casas y red telefónica saturada: la controvertida dramatización radial

por Orson Welles de la novela "La guerra de los mundos" demostró hace 70 años la capacidad de los medios de generar una ola de pánico.

Es necesario volver a destacar como los políticos hacen uso de los medios de comunicación de masas y como estos difunden las noticias generadas a partir del montaje sin confirmar ante la veracidad de dicha guerra y actos y como el público cree ciegamente en lo que estos medios promulgan.

Nunca deberíamos olvidar que, sin exagerar, la, tan nombrada entre profesionales del campo de la comunicación, cortina de humo, siempre ha existido y siempre está ahí, y reflexionar previamente en la información que recibimos, pues debemos reparar en que a pasado por un "filtro" de hipocresía, burocracia y falsa diplomacia, debemos acordarnos de que la información recibida ha sido moldeada a gusto de otros que no se encuentran en tu misma situación social; o por otra parte, nos queda continuar con la búsqueda de una información y equipo de comunicación veraz y que comparta la deseada verdad.

Llegando al dominio total de los medios de comunicación y de la información, que manipulan mentiras, realidades, deseos, falsas formas de vida, consiguiendo hacer sentir a la sociedad entera en una misma marca, creando estereotipos incluso de personas apagadas y conformistas controlándola y dirigiéndola sin reparar en sus derechos, libertades, o incluso instintos naturales, como puede ser la búsqueda de más información, de más realidad, o de pruebas veraces.

En el texto se desglosan y explican de manera crítica los diferentes modelos que se ven afectados por dicha manipulación, el sistema de selección de información y se muestran con claridad muchas de las herramientas de manipulación que se ocultan y sectores que se distorsionan y manipulan como el lenguaje, la opinión pública, las fuentes, incluso se esconde y se censura información en conveniencia. Existen muchos proyectos colectivos que tratan de corroborar y desenmascarar aquello que se nos oculta. En el texto se habla en concreto de un informe que se emite cada año de los 25 temas más polémicos que han sido censurados por lo medios estadounidenses, el "proyecto censurado". He de añadir que este tipo de proyectos logran su intención de sacar a la luz información veraz y a su vez hacen que abramos los ojos. Tras una

investigación he podido encontrar noticias censuradas realmente interesantes. Esta en concreto me ha hecho pensar: Militares de EEUU manipulan medios y redes sociales.

“Los militares estadounidenses desarrollan software que les permite manipular secretamente los sitios sociales de los medios usando personajes en línea falsos para influir conversaciones en Internet y seleccionar propaganda favorable a EEUU. Una empresa californiana obtuvo un contrato del Comando Central (Centcom), que supervisa operaciones armadas de EEUU en Oriente Medio y Asia Central, para desarrollar un “servicio de gestión en línea de personas” que permitirá a un solo militar controlar hasta 10 identidades diferentes por todo el mundo. El contrato de Centcom estipula que cada personaje falso “on line” debe tener una personalidad convincente, un historial y detalles favorables. Hasta 50 controladores podrían actuar con identidades falsas desde sus puestos de trabajo en EEUU.”

Esta manipulación hace fuerte impacto en la inocente figura del ciudadano expuesto a los medios, el miedo, inyecta los estereotipos, las falsas ilusiones o deseos, felicidad y consumismo como medicinas conjuntas, el gobierno inyecta falsas confianzas hacia él, se hace mostrar muy fuerte y totalitario a través de los medios, y las herramientas publicitarias y de la comunicación en general.

Aunque deberíamos reparar en este tipo de controles descarados como se deja entre aconsejar en el texto, seguimos recibiendo información, imágenes y situaciones, contaminadas, disfrazadas o incluso inventadas, siempre hemos estado expuestos a la decisión y gusto de quien controla lo que absorbemos, así que aunque libros como este, o incluso documentales de carácter más real, nos puedan abrir los ojos durante un tiempo, nunca seremos totalmente instintivos y naturales, nuestros cerebros ya están formados, y han sido criados y educados desde que nacimos por la misma madre social, los medios. Estamos trágicamente influenciados. Los medios son como el clima, afectan a todos por igual, penetra en nuestras vidas como una moda, pero camuflada de seriedad y ética.

## CONCLUSIÓN

He vuelto a recordar la situación y falsa realidad en la que nos encontramos, y reafirmar que no nos podemos abandonar al mito social, que hay que continuar despierto e incluso a la defensiva, contra la mentira y el vergonzoso teatro de lo que ahora creemos que es comunicación.

Quiero concluir citando al radical revolucionario Guy Debord, miembro de la Internacional Letrista y principal teórico de la Internacional Situacionista.

Palabras de una de sus grandes obras, "La Sociedad del Espectáculo" (1967)

capítulo.1, sct.1:

"Toda la vida en las sociedades donde rigen las condiciones modernas de producción se manifiesta como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que antes se vivía directamente, se aleja ahora en una representación."

## **BIBLIOGRAFÍA**

<http://rafaelsilva.over-blog.es/article-izquierda-unida-en-internet-la-red-social-de-izquierdas-v-102827319.html>

<http://www.pascualserrano.net/>

<http://www.mdzol.com>

<http://www.rebellion.org>

<http://www.miraicrida.org/entrevistapascual.html>

<http://www.aporrea.org/ideologia/n195609.html>

<http://www.proyectocensurado.org/censurado-2012/2-militares-de-eeuu-manipulan-medios-y-redes-sociales/>