



# La manipulación en los medios de comunicación

Frida Fernanda Herrera Vázquez

Publicado en: Universidad Autónoma de Durango campus Zacatecas, México. Fecha de publicación: 10 marzo 2023  
Frida Fernanda Herrera Vázquez es egresada de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Guadalajara, integrante del equipo de Comunicación Social de la UAZ en Radio, TV y medios impresos.

## Resumen

Los medios de comunicación son una herramienta de gran uso que tenemos en nuestra actualidad, pero es importante identificar la gran influencia que nos impone y qué tan cierta es la información que consumimos día con día.

## Palabras clave

Manipulación, medios de comunicación, masas, desinformación.

## Abstract

The media are a tool of great use that we have today, but it is important to identify the great influence that imposes us and how true is the information that we consume day by day.

## Key words

Manipulation, media, mass media, disinformation.

## Introducción

“Una mentira repetida mil veces se convierte en una gran verdad...” Una frase icónica atribuida al alemán Goebbels. Los medios de comunicación juegan un papel indispensable en la actualidad y es de gran importancia que se analice lo que los medios logran comunicar y persuadir en la sociedad.

## Desarrollo

Para Ferrés (2010), manipular es un término que se refiere a la transformación de cualquier material utilizado en la fabricación de un producto o ente. Asimismo, cuando en la elaboración de una noticia o cualquier mensaje se utilizan ideas procedentes de alguna fuente de información —personal o documental—, se está haciendo una manipulación, por lo cual se perderá la naturaleza con la que fueron dichas o escritas estas ideas pues fue necesario maniobrarlas para configurar un discurso nuevo.

Cuando hablamos de tecnología sabemos que es un tema relativamente actual, ya que nuestros ancestros no contaban con esta herramienta que ha facilitado las necesidades de la sociedad. Ahora con el tema de los medios de comunicación como la televisión, la radio, el cine, las revistas y la prensa podemos darnos cuenta que han avanzado y crecido en las últimas décadas, pero porque principalmente tienen una gran influencia en la sociedad.

La televisión, el cine, la radio, la prensa y revistas han experimentado un vertiginoso avance y crecimiento en las últimas décadas, y una de las razones que lo han impulsado es ésta: la enorme influencia que tienen estos medios de comunicación en las personas. En los países con regímenes políticos autoritarios, el primer objetivo político es controlar los medios de comunicación, lo cual se comprueba por los innumerables ejemplos de ello.

Es indudable la influencia y el poder que ejercen los medios de comunicación; y es indudable también que muchos utilizan precisamente ese poder como medio transmisor de sus ideas. En esto consiste la manipulación de los medios de comunicación: es una influencia indirecta, sutil, que pretende transformar al hombre sin atacar directamente su voluntad o su libertad. La manipulación es una influencia que actúa por ocultamiento.

## ¿Qué es la mass media?

Son medios de comunicación que tienen como objetivo hacer llegar información a la mayor cantidad de personas posibles de manera simultánea.

Se puede decir que el primer mass media fue la prensa escrita (periódico), luego la radio, posteriormente la televisión y por último la Internet. Estos se caracterizan por tener 3 objetivos fundamentales para con su audiencia:

- Educarla
- Informarla
- Brindarle entretenimiento

(Mass media, 2019)

Dentro de estos medios de comunicación cabe resaltar que la televisión es el más utilizado para el entretenimiento y por lo cual es el que más influencia tiene. Lo que causa en la sociedad es muy importante de analizar ya que logra aislar por momentos y transmitir mensajes que harán que, trasladado al plano cotidiano, se vean normales. Un ejemplo de ello pueden ser los anuncios de productos de limpieza, de higiene y cosmética que son anunciados por mujeres y van dirigidos a ellas.

Por lo tanto, la publicidad logra transmitir roles de géneros tradicionales a la audiencia, si lo vemos por el lado de los hombres podremos encontrar infinidad de anuncios dirigidos hacia ellos como los de coches, empresarios etc. Y si lo vemos por el lado de los niños desde pequeños se les impone qué tipo de juguetes deberían adquirir por los anuncios que vemos a diario, aquí es donde nos preguntamos ¿quién nos ha impuesto estos roles de género? ¿la sociedad? ¿el gobierno? ¿los medios de comunicación?

Las personas queremos creer, que lo que pensamos es decisión propia y que no estamos influenciados por nada ni nadie, pero lo cierto es que la publicidad está estudiada y preparada para apelar directamente a las emociones de las personas a través de sonidos, imágenes y discursos atrayentes. (Serrano, P. 2008).

Por otro lado, Romero y Muñoz (2012) nos presentan algunas técnicas de desinformación que es importante mencionar como, por ejemplo:



1. **Efecto placebo:** Se juega con las palabras de tal forma que se crean justificaciones para ciertos argumentos, acciones, etc.
2. **Refuerzo de la culpabilidad:** Quien emite un mensaje, le da a entender al público que la culpa por la cual ocurrió un evento reside en un tercero.
3. **Sobresaturación de información:** Difusión masiva de noticias falsas para que la atención del público gire en torno a ellas en lugar de a la información que puede afectar los intereses de un sujeto en particular. Esta me parece muy importante porque la podemos situar cotidianamente en nuestra actualidad, a lo que conocemos como las “cortinas de humo”.
4. **Omisión:** Presenta versiones fragmentadas de los hechos.

## La importancia de la Bibliotecología

(para evitar la manipulación de la información)

En la actualidad en la que vivimos, es de gran importancia utilizar las herramientas que tenemos a la mano para lograr este control de flujo de información ya que, si no se tiene el debido cuidado de este uso de información, los datos que descubrimos, investigamos y presentamos tienen el poder de causar malentendidos, daño y podrían cambiar hasta el curso de la historia. Por lo tanto, es esencial que apliquemos mecanismos fuertes de comprobación a toda nuestra información.

Algunas sugerencias que se deben seguir para validar que la información sea certera debe partir de la selección de las fuentes de información; esto se debe hacer poniendo atención para identificar y seleccionar las fuentes de información, las cuales deben de ser generadas por personas o entidades reconocidas o con prestigio; si es que se obtuvo de un informante clave, se debe encontrar otra fuente que esté dispuesta a verificar oficialmente la información. Idealmente, deberías de poder atribuir la información a la fuente mencionada. (Claire Steve, 2014).

Otras preguntas o reflexiones que se pueden hacer para verificar la veracidad de la información es verificar la lista realizada por Silverman y Tsubaki (2014, cap. 9):

- ¿Puedes encontrar el mismo o un contenido similar en algún otro sitio online?
- ¿Cuándo fue la primera versión subida/ captada/ compartida?
- ¿Puedes identificar la ubicación?
- ¿El contenido fue geolocalizado?
- ¿El contenido enlaza a otros sitios web?
- ¿Puedes identificar a la persona que compartió o subió el contenido y contactarla para obtener más información?

## Conclusiones

Para finalizar, me quedo con una cita de Shertcher (2004 citado en Serrano, 2008), que expone que:

A medida que el poder pasa a manos de los gobiernos de las multinacionales, la gente normal tiene cada vez un papel menor en la toma de decisiones...de ahí que el consumismo prevalezca sobre la ciudadanía...de ahí el mantra que los medios transmiten a las masas: “Cállate y compra”. (p.20)

Todo está más que estudiado, qué publicitar, cómo hacerlo, qué música usar, qué sensaciones transmitir, quién o quiénes serán los actores y las actrices, a qué hora se programa...todo. Mientras tanto, nosotros y nosotras creyendonos lo que nos cuentan y enriqueciéndose cada vez más y más....

Así que no olvidemos siempre comprobar la información que consumimos en cualquier medio de comunicación y cuestionar todo antes de generar nuestro propio criterio hacia algún tema y recordar que nosotros somos los dueños de nuestro conocimiento y no la influencia que existe en la sociedad.

## Bibliografías

- Manipulación de los medios de comunicación | Serrano, P (2008). <https://redsocial.rededuca.net/manipulacion-de-los-medios-de-comunicacion>
- Mass media: ¿qué son y cuáles son sus características? (2019, junio). RockContent. <https://rockcontent.com/es/blog/mass-media/>
- Romero Rodríguez, Luis M. y Manuel López Muñoz. “Pragmática de la desinformación: Un estudio del leak de Prism a través de las reacciones de los gobiernos de Estados Unidos, Alemania y Venezuela”, Zer vol. 20, núm. 39 (2012): 29-47. doi <http://doi.org/10.1387/zer.15515>
- Silverman, Craig y Rina Tsubaki. 2014. “Creando un procedimiento y una lista de chequeo para la verificación”. Manual de verificación: Una guía definitiva para verificar contenido digital al cubrir emergencias, editado por Craig Silverman, cap. 9. <http://verificationhandbook.com/>
- Wardle, Claire Steve. “Verificar contenidos generados por los usuarios”. En Manual de verificación: Una guía definitiva para verificar contenido digital al cubrir emergencias. Craig Silverman (ed.), cap. 3, 2014.

