



La prensa como medio psicológico de difusión

N.L.J.D.

Trabajo de grado para optar al título profesional:

Curso de Estado Mayor (CEM)

Escuela Superior de Guerra "General Rafael Reyes Prieto"

Bogotá D.C., Colombia

TESG

319

La prensa como medio
psicológico de difusión

J. D. N. L

Trabajo presentado en
la cátedra de metodología
como examen final.
al profesor doctor Luis
Enrique Ruiz López

Escuela Superior de Sección
Curso de Estado Mayor
Bogotá, Enero 1981

Contenido

i. i	Resumen	
1.	Introducción	
1.	Las comunicaciones de masa	pág 3
2.	Elementos	5
2.1	El Emisor	5
2.2	El mensaje	5
2.3	El Receptor	6
3	Funciones de la comunicación	9
3.1	La supervisión del ambiente	10
3.2	La correlación social	14
3.3	Transmisión de la cultura	16
3.4	La socialización	17
3.5.	El Controlamiento	19
22	Biografía	22

Resumen.

El presente trabajo tiene como objetivo demostrar la influencia sociológica, política, social de la prensa escrita en referencia con el estamento actualmente vigente en Colombia.

Se analiza la fuente, el medio y el receptor de la información y también se hace como influye el medio impreso en los grandes medios nacionales, con el propósito que realmente la prensa distorsiona la realidad nacional y por que no la internacional.

Introducción

De acuerdo con Wilbur Schram, los medios de comunicación de masas están llamados a desempeñar un papel de primordial importancia en el proceso del desarrollo nacional. En primer lugar, esos medios pueden informar a la población sobre los programas de desarrollo. Ellos pueden jugar la atención de la población hacia la necesidad del cambio y así mismo mostrar los diferentes alternativas para lograrlo. En segundo lugar los medios de comunicación pueden ayudar en el proceso de adopción de innovaciones. En tercer lugar, pueden formular una mayor participación de la comunidad en el proceso de toma de decisiones, ayudando a la integración de la sociedad. Finalmente, los medios masivos de comunicación pueden jugar un papel fundamental en el proceso de educación básica universal a las grandes masas ilustradas que constituyen una abrumadora mayoría en

los países subdesarrollados. A continuación se hace un análisis de cada una de estas posibles funciones de medios de comunicación social y su influencia sociológica y psicológica dentro de los grandes masas humanas.

- 1- Interrogante y origen
- 2- objetivo
- 3- Idea principal
- 4- Métodos

Schram, Wilbur, Mass. media and national Development, Stanford, U.S.A. 1960.

1. La comunicación de masas.

En un sentido muy general, la comunicación es el proceso por el cual se transmiten significados entre las personas. En este sentido toda sociedad humana, desde la primitiva hasta la moderna, se basa en la capacidad que el hombre tiene de transmitir sus deseos, sentimientos e intenciones de una persona a otra. Tan fundamental es la capacidad de comunicación en el hombre que su ausencia es considerada como un trastorno serio de la personalidad. El proceso de la comunicación, en el caso del ser humano, se realiza principalmente a través de un código de lenguaje articulado y es estructurado con bases en signos convencionales.

La prensa escrita es una comunicación de masas y bajo el concepto de masas se denominan las aglomeraciones de individuos sin nombre, sin rostro en los cuales solo cuenta el número

Son las masas populares arcaicas de las clases más bajas e instaladas en ciudades cada vez más grandes. Es para los trabajadores asalariados que necesitan ser informados en su manera de pensar de tal modo que se alejen de toda protesta y permanezcan distraídos de sus verdaderos problemas. La industrialización concentra grandes masas obreras en torno a las fábricas, masas que dentro de este tipo de sociedad hay que homogeneizar para que produzcan disciplinadamente y consuman en grande los productos de la sociedad industrial.

Las investigaciones en torno a la comunicación escrita es un fenómeno relativamente reciente. Data más o menos desde la época de mil novecientos cincuenta para acá, siendo la sociología, la antropología, la ciencia política y la psicología las primeras en abordar el estudio de este problema. Con la ayuda de estas ciencias se trata de analizar el proceso y las consecuencias sociales de la "comunicación de masas"

2. Elementos

Existen tres elementos masarios para la comunicación de masas.

2.1 El Emisor.

En relación al emisor la comunicación de masas suele tener tres características: es organizado, costosa y esta en manos de una élite privilegiada. Estos factores limitan el acceso a los medios de comunicación escritos y hablados a las clases menos favorecidas, de ahí que en nuestros países quienes tienen el poder económico en sus manos son quienes pueden manejar y utilizar estos medios lógicamente empleando los para motivar psicológicamente las grandes masas en su propio beneficio o en beneficio de determinado régimen.

2.2. El mensaje

En este caso la comunicación de masas se caracteriza por ser pública, rápida y transitoria. Pública porque el mensaje no está dirigido a nadie en

particular, sino que está abierto al público en general. Rápida, porque los mensajes están dirigidos a grandes masas de lectores en un tiempo relativamente breve, o tonó con el ritmo de vida del hombre moderno. Transitoria, porque por lo general, se elabora para consumo inmediato, de tal manera que las noticias de ayer, por ejemplo, hoy están desactualizadas. Es la razón por la cual la producción destinada a los medios masivos es risi-ta, en términos generales, como peu-ecdera (cosa que no ocurre, por ejemplo, con las grandes obras de literatura)

Las anteriores características tienen, desde el punto de vista social, una serie de implicaciones. Así, el hecho de su públi-cas, y el hecho de su rapidez, los convierten en instrumento de impacto so-cial sumamente poderosa de influen-cia psicológica de valor incalculable

2.3 El receptor

Se trata aquí de una comunicación

escrita dirigida hacia un número de
lectores relativamente grande, anónimos
y heterogéneos. Cada uno de estos cri-
terios, desde luego, es relativo porque
¿qué masa de lectores se puede con-
siderar como grande? Un criterio pro-
visional puede ser el siguiente: se
considera grande una masa cuando
el comunicador no puede establecer re-
lacion interpersonal (cara a cara) con
el grupo. Así pues, que al comuni-
car la información se algo de interés
para gran número de personas es ne-
cesario emplear un sistema que lle-
gue hasta esa gran masa de lectores
o receptores de la información. Este
sistema masivo de comunicación, si
ecológicamente, se convierte en un so-
sistema de distanciamiento, puesto que
estrictamente, y si nos atenemos al
concepto genuino de comunicación
que implica diálogo e interacción.
Tales medios en realidad hablan, se
no no admiten respuestas. De ahí
que con razón, muchos insistan en
que dichos medios llamados más aduan-
deramente "medios de transmisión, de

difusión o de injerencia".

Por otra parte, la expresión medios masivos parece sugerir que se trata de instrumentos que sirven para la transmisión de mensajes entre las masas, esto es de verdadero comunicación de masas. Pero la realidad es que solo propicia una injerencia para las masas elaborada con fines muy específicos por quienes tienen a su disposición los medios.

Estamos pues, frente a un mal llamado sistema de comunicaciones que se propone llegar al mayor número de individuos posible, y no en forma inocente, sino con propósitos determinados, la creación de una cultura de masas que justifique y perpetúe el establecimiento. Por eso sus manipuladores no dudan en preferir la cantidad sobre la calidad, puesto que cuando mayor sea el número de los lectores, mayor será el área de influencia social de los mensajes emitidos.

y el poder de control de la clase dirigente sobre las grandes multitudes.

3. Funciones de la comunicación

La prensa y los otros medios masivos de comunicación no funcionan caóticamente ni parcialmente, sino que conforman un sistema compacto con relaciones de complementación mutua. Posemos ahora a estudiar el problema de la comunicación psicológica que esos medios causan dentro de un determinado conglomerado social. Y ante todo debemos preguntarnos si esas influencias tienen cierto carácter universal, y por lo tanto valen para cualquier tipo de sistema social, o si dependen de un sistema social determinado y por lo tanto no tienen validez universal sino particular.

La influencia psicológica que desmpeña en un sistema de prensa tan compacto y tan complejo como el actual no se pueden estudiar independientemente.

Te del sistema social concreta en el que se encuentra ubicado. Si bien es cierto que sus influencias en sí mismo son consideradas coincidentes tanto en un país socialista como capitalista, la relación de clases en cada uno de ellos es diferente y por lo tanto el aporte de la prensa y los demás medios de comunicación en el proceso social tendrá una orientación distinta en cada caso.

La influencia psicológica y los papeles generales de la comunicación de masas fueron descritos y sistematizados por primera vez por HAROLD LASSWELL² autor del primer estudio sobre comunicación de masas. En la siguiente enumeración hecho por algunos de sus seguidores. Resumámosla.

3.1. La supresión del ambiente.

Se refiere a la recolección y análisis

² Lasswell Harold. *Notas americanas* república. *lista* en ciencias políticas.

función de la conjunción referente a los sucesos del ambiente de la sociedad particular y de lo más robusto aliente a nivel universal. Esta función permite a los integrantes de un grupo social orientar su propia acción de acuerdo a lo manero como se vaya presentando los acontecimientos que ocurren en la sociedad, tiene consecuencias positivas por ejemplo, el hecho de poner sobre aviso a la población en cuanto a los amenazas y peligros inminentes (huracanes, ataques militares, epidemias), Estado anipado la población expone de por sí el peligro, se aleja la posibilidad del pánico y se facilita la movilización de grandes cantidades de gente o recursos alejados del peligro.

Es también importante el flujo de datos acerca del ambiente local los cuales cumplen una función valiosa como instrumento o ciertos actividades de rutina diaria en la sociedad, tales como las operaciones de bolsa, de

promoción, de tránsito aéreo, etc.

Desde el punto de vista de los incrementos sociales, así como, ciertos rangos. En la medida que una sociedad considera como importante el estar informado, las personas que cumplen estos papeles incrementan su prestigio personal dentro del grupo en otros palabras significa que el nivel informado consigue ciertos "status" a las personas, convirtiéndolos en ocasiones en una especie de líderes de opinión. Por su parte el hecho de aparecer como protagonista de una noticia dentro de un conglomerado social también le confiere cierto status social, al incrementar sobre una persona el poder de los medios masivos, la sociedad a que pertenece lo mira con cierta expectativa y admiración. No ocurre frecuentemente por ejemplo con los políticos o con los personajes que en un momento dado se convierten en noticia.

Otra de las consecuencias es el pa-
pel moralizante o de reforzamiento
de las normas sociales en los indi-
viduos, que emplean los medios
de comunicación. Esto ocurre cada
vez que se saca a la luz los con-
ductos deshonrosos, y que los si-
cólogos funcionalistas designan
con el calificativo de "disfuncio-
nales", en la medida en que a-
menazan potencialmente la estruc-
tura social. En esta forma los psu-
logos de los medios por usual-
tadas o condenadas según su con-
ducta encendida o no con los in-
tereses de la clase dominante que de-
tectan el poder. De todos modos
en esta función de persuasión exis-
te una manipulación de la moti-
vación a tal punto que todo lo que
puede verse con el sistema es
presentado a los ojos de manera in-
ofensiva restándole toda trascen-
dencia. Así por ejemplo si se ha-
ta de presentar un informe sobre
la mortalidad infantil por prome-
tivismo aparece sin ninguna re-

función al sistema como municipal
ocasionante del problema; si se tra-
ta de una denuncia por ser inter-
nos y malos tratos para con los
puesos políticos, se destacan prin-
cipalmente las declaraciones ofi-
ciales en los cuales se afirma que
no ha ocurrido tal hecho.

En conclusión parece observarse
un ejemplo psicológico de la pen-
sa como sostén del régimen
y beneficio de los propietarios y
sus ideologías.

3.2. La correlación social.

Esta función aparece muy claro-
mente en el caso de la prensa en
la sección que se conoce con el
nombre de "páginas editoriales". Los
columnistas cumplen así la función
de interpretar y prescribir la conduc-
ta o la manera como los indi-
viduos deben reaccionar ante
la injerencia recibida. Los co-
lumnistas se encargan entonces de

evaluar e interpretar los hechos al lector. Es algo así como si le dijera: "¿no se puede por pensar nosotros pensamos por usted?" En esto vemos los medios que han encargado de crear y postear ese gran mito al que han bautizado con el nombre de "opinión pública", al que hace querido identificar en la opinión del pueblo o de la mayoría silenciosa pero que a la hora de la verdad solo representa la pequeña élite de manipuladores. Con la ayuda de esta farsa tratan de lograr el más amplio apoyo a sus decisiones presuponer el consenso de los grandes mayorías y cooptan la enorme idea de que la comunicación de masas proporciona una especie de masa redonda en la que todos los componentes adultos y responsables tienen posibilidades de debatir los asuntos públicos.

Pero la verdad que este encenso no ha sido más que una ficción. Si bien es cierto que por medio de la

comunicación colectiva se puede interrelacionar los distintos clases y grupos de la sociedad, también es cierto que no es un trato entre iguales, entre oprimidos y opresores en la medida en que estas relaciones se dan en una sociedad de clases.

3.3. Transmisión de la cultura.

Desde siempre la música ha sido uno de los medios más importantes que han ido acumulando en la historia, la cultura en general. Si antiguamente esta función se cumplió a través de la llamada "tradicción oral", basada en la simple creencia que transmite el patrimonio cultural de generación en generación. Este sistema naturalmente adolecía de veracidad pues cada cual agregaba o disminuía algo al contenido del relato. Es por eso que hoy es necesario entrar en investigaciones a fondo para determinar el grado de veracidad para este

relato. El Espectador en su edición
terceral del Domingo 13 de Enero de
1981³ dice que el Cuaprador Me-
rón como es de Tradicionalmente co-
mo matricida, pironand, cruel etc.
resulta ahora todo lo contrario de
lo que se decía de él. La prensa
desde su aparición ha ido reapre-
lando la historia real hasta punto
que al ocurrir el suceso histórico
queda reimpresa la información co-
noscible por muchos Testigos que
sintieron la realidad del hecho. Des-
de este punto de vista la prensa con-
signa la verdad histórica para las
futuras generaciones.

3.4. La socialización.

La prensa cumple una función de
socialización ideológica im-
poniendo una determinada, o ma-
yor inconsecuentemente, valores, i-
deas o conceptos de una determi-

³ Artículo de Andrés Holguín "Merón
y la mala prensa" Lecturas Dominicales

nota clase social. De lo referido
mostramos características por el nombre
paralelo de los grandes masas, el hecho
de su estructura "social" o temas de
cuales que sucesos de comunicación
de masas es algo que surge en "total"
y que es purificado. Pero hay algo
más, este tipo de personas se con-
suelen en prototipo, en apariencia
de sus roles de conductas para los
grandes masas. Políticas, autismo, au-
cantes, locuciones, etc, lenguaje molé-
blemente en las actividades y compor-
tamientos de actividades de personas
que terminan copando por la que-
mos mundana y sus puntos de compor-
tamientos para trabajar en la vida.

El tema de la función de los sistemas
por los funcionalistas de los sistemas
es decir, los temas de comunicación au-
ples de los papas de operatos, recetologí-
cos del sistema y de los sistemas de
sistemas para reproducir y mejorar la
ideología de comunicación.

3.5. El centenario.

La prensa presenta una serie de temas, historietas, debates, páginas humorísticas etc. que contienen una carga psicológica e ideológica que abarca lectores de todas las edades. Estas series causan de por sí influencias en el comportamiento de todo ese conglomerado que trata de asimilarse lo que es convenientemente para su modo de ser.

El hecho de hallarnos analizado separadamente las principales funciones psicológicas de los medios de comunicación, particularmente de la prensa no significa que esto se cumpla en la práctica aisladamente, por el contrario están presentes en forma simultánea en un mismo acto comunicativo de tal manera que una noticia no solo nos informa sobre un acontecimiento sino que a la vez puede ilustrarnos, ponernos en contacto con la realidad de una clase social diferente a la nuestra, e incluso darnos

para ejercer una mediación del go-
bierno y en sus acciones acerca de sus
temas históricos y científicos.

Por otra parte no dejar de tener
en cuenta que la prensa cumple
estas funciones en forma "uni-di-
recional", esto es, que la iniciati-
va de la comunicación pertenece
a uno de sus polos, el emisor que
determina el contenido y la forma de
los mensajes. En este terreno no so-
lo cuenta lo que se dice sino
también cuando se dice, y lo que
no se dice pero se podría haber di-
cho. Este tipo de comunicación o
circulación por su carácter unidi-
recional, establece relaciones de si-gue-
los en donde el receptor (los masas)
desempeñan un papel secundariamente
pasivo, servil, y se le es-
cluye del diálogo que implica au-
téntica comunicación.

Se impone pues una reflexión a
fondo sobre la necesidad de ilustrar
a los masas y principalmente a los

sectores estudiantiles sobre los diversos niveles de significación y las variadas funciones de los mensajes - limitados o trunco de los medios de comunicación. Es necesario insistir a las masas en general la veracidad de la interpretación sociológica y del real significado sociológico que trae una buena interpretación de lo que la prensa quiere imponer para beneficio de la élite prestigiosa del régimen de turno o bien común de todos los lectores.

Bibliografía

Martínez S. José Luis. El mensaje
injerencial S. T. E., Barcelona 1977,
248 p.

ALCODE. Asociación Latinoamericana
de periodistas. La agonía del Cuarto
poder. a la prensa, Bogotá, 1975. CNP.

Boletín de ALCODE. Castellanos Alfonso
1. Función social del Periodismo

Comunicación UNAL al personal de
Técnico Coronel o Coronel. Junio
de 1980.

36910-