

Chomsky: Decálogo de la manipulación mediática

Noam Chomsky es, sin duda, uno de los más grandes lingüistas del siglo XX. Pero, además, como filósofo político es uno de los críticos más agudos del actual sistema financiero-económico-militar-político. Los grandes medios de comunicación de masas son parte fundamental de este sistema, que para continuar existiendo necesita de la ignorancia y del miedo en la mayoría de la población. La función principal de estos medios es conformar la conciencia colectiva en interés de los grupos dominantes. En palabras de Chomsky: *“fabricar el consenso”*.

“En un Estado totalitario no importa lo que la gente piensa, puesto que el gobierno puede controlarla por la fuerza empleando porras (golpeadores). Pero cuando no se puede controlar a la gente por la fuerza, uno tiene que controlar lo que la gente piensa, y el medio típico para hacerlo es mediante la propaganda (manufactura del consenso, creación de ilusiones necesarias), marginalizando al público en general o reduciéndolo a alguna forma de apatía”.

Para ello, la realidad inconveniente debe ser ocultada y sustituida por la apariencia conveniente, la mentira debe hacerse pasar por verdad. Los grandes medios son en esencia fabricantes y transmisores de ilusiones (imágenes ilusorias). Todo ello ha llevado a Chomsky a formular las *“10 estrategias de la manipulación”* a través de los medios de comunicación de masas. Conocerlas puede ayudarnos a no ser ciegos instrumentos o destinatarios pacientes de ellas, a pasar o transformarnos de ser medios o meros objetos a ser realmente sujetos. Puede contribuir al despertar colectivo de la conciencia necesario para crear un mundo realmente humano, una civilización basada en el desarrollo de la conciencia.

A continuación veamos en qué consisten las 10 estrategias, cómo influyen en el momento de manipular a las masas y en qué se sustentan:

1. La estrategia de la distracción. El elemento primordial del control social es la estrategia de la distracción que consiste en desviar la atención del público de los problemas importantes y de los cambios decididos por las élites políticas y económicas, mediante la técnica del diluvio o inundación de continuas distracciones y de informaciones insignificantes. La estrategia de la distracción es igualmente indispensable para impedir al público interesarse por los conocimientos esenciales en las áreas de la ciencia, la economía, la psicología, la neurobiología y la cibernética. *Mantener la atención del público distraída, lejos de los verdaderos problemas sociales, cautivada por temas sin importancia real... Mantener al público ocupado, ocupado y ocupado, sin ningún tiempo para pensar; de vuelta a la granja como los animales”*. (Armas Silenciosas para guerras tranquilas).

2. Crear problemas y después ofrecer soluciones. Este método también es llamado *“problema-reacción-solución”*. Se crea un problema, una ‘situación’ prevista para causar cierta reacción en el público, a fin de que éste sea demandante de las medidas que se desea hacer aceptar. Por ejemplo: dejar que se desenvuelva o se intensifique la violencia urbana, u organizar atentados sangrientos, a fin de que el público sea el demandante de leyes de seguridad y políticas en perjuicio de la libertad. O también crear una crisis económica para hacer aceptar como un mal necesario el retroceso de los derechos sociales y el desmantelamiento de los servicios públicos.

3. La estrategia de la gradualidad. Para hacer que se acepte una medida inaceptable, basta aplicarla gradualmente, a cuentagotas, durante años consecutivos. De esta manera fueron impuestas durante las décadas de 1980 y 1990 condiciones socioeconómicas radicalmente nuevas (neoliberalismo): Estado mínimo, privatizaciones, precariedad, flexibilidad laboral, desempleo en masa, salarios que ya no aseguran ingresos decentes. Cambios que habrían provocado una revolución si hubiesen sido aplicados de una sola vez y no de forma gradual, tal y como se ha hecho.

4. La estrategia de diferir. Otra manera de hacer aceptar una decisión impopular es la de presentarla como ‘dolorosa y necesaria’, obteniendo la aceptación pública en el momento para una aplicación future. Es más fácil aceptar un sacrificio futuro que inmediato. En primer lugar, porque el esfuerzo no es empleado inmediatamente. Segundo, porque el público, la masa, tiene siempre la tendencia ingenua a esperar que ‘todo irá mejor mañana’ y que el sacrificio exigido podrá ser evitado. Esto da más tiempo al público para acostumbrarse a la idea del cambio y de aceptarla con resignación cuando llegue el momento.

5. Dirigirse al público como criaturas de poca edad. La mayoría de la publicidad dirigida al gran público utiliza discursos, argumentos, personajes y entonaciones particularmente infantiles, muchas veces próximos a la debilidad, como si el espectador, fuese una criatura de poca edad o un deficiente mental. Cuanto más se intenta engañar al espectador, más se tiende a adoptar un tono infantil. ¿Por qué?: Si uno se dirige a una persona como si tuviese 12 años o menos, entonces, debido a la sugestionabilidad, esta tendrá, con cierta probabilidad, a una respuesta o reacción más infantil desprovista del sentido crítico de un adulto.

6. Utilizar el aspecto emocional mucho más que la reflexión. Hacer uso del aspecto emocional es un técnica clásica para causar un corto circuito en el análisis racional y, finalmente, neutralizar el sentido crítico de los individuos. Por otra parte, la utilización del registro emocional permite abrir la puerta de acceso al inconsciente para implantar o insertar ideas, desos, miedos y temores, compulsions o inducer determinados comportamientos, etc.

7. Mantener al pueblo en la ignorancia de la mediocridad. Hacer que el público sea incapaz de comprender las tecnologías y los métodos utilizados para su control y su esclavitud. *“La calidad de la educación dada a las clases inferiores debe ser de la peor calidad, de manera que la brecha de la ignorancia, que separa las clases inferiores de las clases superiores, sea y permanezca incomprensible para las clases inferiores. Con tal discapacidad, incluso los mejores elementos e las clases inferiores, tienen poca esperanza de destacar sobre los demás en el estrato social que les ha sido asignado en la vida. Esta forma de esclavitud es esencial para mantener un cierto nivel de orden social, paz y tranquilidad para las clases superiores dirigentes.”* (Armas silenciosas para guerras tranquilas).

8. Estimular al público a ser complaciente con la mediocridad. Inducir al público a creer que está de moda ser estúpido, vulgar, inculto, mal hablado, admirador de gente sin talento alguno. Despreciar lo intelectual, exagerar el valor del culto al cuerpo y el desprecio por el espíritu.

9. Reforzar la auto-culpabilidad. Hacer creer al individuo que solamente él es el culpable de su propia desgracia, debido a la insuficiencia de su inteligencia, de sus capacidades o de sus esfuerzos. Así, en lugar de rebelarse contra el sistema económico y social, el individuo se autodevalúa y se culpa a sí mismo, lo que genera un estado depresivo, uno de cuyos efectos es la inhibición de su acción , y sin acción; no habrá reacción ni revolución.

10. Conocer a los individuos mejor de lo que éstos se conocen a sí mismos. En los últimos 50 años, los avances acelerados de la ciencia han generado una brecha creciente entre los conocimientos del público y los conocimientos poseídos y utilizados por las elites dominantes. Gracias a la biología, la neurobiología y la psicología aplicada, ‘el sistema’ ha disfrutado de un conocimiento avanzado del ser humano, tanto de forma física como psicológica. El sistema ha conseguido conocer mejor al individuo común de lo que se conoce a sí mismo. Esto significa que, en la mayoría de los casos, el sistema ejerce un control y un poder sobre los individuos mayor que el de los individuos sobre sí mismos.