

EL ACOSO MEDIÁTICO 1. MEDIA HARASSMENT

Marina Parés Soliva²
Servicio Europeo de Información sobre el Mobbing
España.

RESUMEN:

Se entiende como acoso mediático, el hostigamiento al que una persona es sometida mediante el uso de los medios de comunicación. La finalidad del acoso mediático es contaminar a la opinión pública para que vaya en contra de un rival, de tal manera que el instigador pueda librarse de él sin mancharse las manos. No es nuevo que algunos grupos poderosos usen los mass media para difundir sus postulados, a veces de una forma legítima, pero no siempre. El uso ilegítimo de los medios de comunicación tradicionales ha dado lugar a que el ordenamiento jurídico regulara desmanes, mediante la figura del delito de injurias y calumnias. El desarrollo de las nuevas tecnologías ha ampliado el campo de las comunicaciones humanas y en ellas también han surgido casos de hostigamiento con el objetivo de llegar a desprestigiar a un rival. Dicha regulación legal, actualmente, no es aplicada en las redes virtuales, que cuentan con una insólita impunidad. La presente conferencia analiza el fenómeno del acoso, la estrategia de hostigamiento, así como las motivaciones y los objetivos que se persiguen con él. Se describen brevemente las diferentes formas de manifestación en función de los diversos medios utilizados en el acoso mediático. A menudo, a través del acoso mediático y posterior linchamiento social del rival, se consigue cambiar la conducta de voto de la opinión pública, en otras ocasiones lo que se pretende es encubrir grandes ilegalidades mediante el descrédito del delator. Adentrarse en el fenómeno del acoso mediático implica analizar las prácticas perversas que utiliza un sujeto para librarse de un opositor a través de crear una conciencia colectiva que apoye y consienta atropellos. Son prácticas perversas porque fomentan la desigualdad y el autoritarismo barnizado con argumentos benéficos. Estas prácticas acostumbran a encubrir ilegalidades y fraudes por parte de quien lo instiga, y tiene graves consecuencias sociales. Las repercusiones sobre la sociedad son, básicamente dos; por un lado provocan indefensión en la víctima del acoso y por otro fomentan el desarrollo de ideas opresoras y dañan los derechos democráticos. Esta conferencia aportará, a los asistentes, los elementos que permitan analizar el tipo de lenguaje utilizado en la manipulación de tal manera que, a nivel individual, nos ayude a detectarla. Contar con los elementos necesarios para detectar la manipulación a la que nos quieren someter nos proporcionará mayor fuerza para oponernos a ello, y tendrá como consecuencia que podremos mantener una visión crítica e independiente frente al engaño. Todo acoso encubre un engaño y si cada uno de nosotros conseguimos encontrar los indicios y las claves que ayuden a detectar la manipulación en el discurso mediático el objetivo de esta conferencia se habrá conseguido. No cabe duda que con la implantación de las nuevas tecnologías de la información, los

¹ Recibido 21 de mayo del 2010. Aceptado 23 de mayo del 2010.

² E-mail: webacosomoral@yahoo.es, : marinapares@yahoo.es

medios de comunicación de masas están en un cruce, habrá que ver que camino siguen si el de la información veraz y contrastada o el de la información tendenciosa encaminada a legitimar grupos opresivos.

Palabras clave: acoso mediático

ABSTRACT:

Media harassment is defined as harassment to which a person is subjected by the use of media. The purpose is to contaminate the media harassment to the public to go against a rival. Thus, the instigator will be able to get rid of it without staining your hands. It's not new that some powerful groups use mass media to disseminate its principles, sometimes a legitimate, but not always. Unlawful use of traditional media has led to the regulated legal excesses by the figure of the crime of libel. The development of new technologies has expanded the field of human communications and they have also emerged harassment in order to get to discredit a rival. This legal regulation is not currently applied in the virtual networks, which have an unusual impunity. This conference examines the phenomenon of harassment, bullying strategy and the motivations and objectives to be attained by him. Briefly describes the various forms of manifestation according to the various media used in media harassment. Often, through bullying and social media and subsequent lynching of the opposition, are able to change the voting behavior of public opinion in other cases the aim is to cover large illegal means to discredit the whistleblower. Delving into the phenomenon of media harassment involves analyzing perverse practices used by a subject to get rid of an opponent by creating a collective conscience to support and consent violations. Practices are evil because they promote inequality and authoritarianism painted with arguments beneficial. These practices tend to conceal illegalities and fraud by whoever abets, and has serious social consequences. The impact on society are basically two: on one hand cause helplessness in the victim of harassment and encourage the development of other oppressive and damaging ideas on democratic rights. This conference will bring to attendants, the elements to analyze the language used in handling such a way that, individually, help us to detect it. Have the elements needed to detect the manipulation that we want to subject us to provide greater strength to oppose it, and will mean that we can maintain a critical and independent against deception. All harassment covers a sham and if each one of us managed to find evidence and clues to help detect tampering in the media discourse, the aim of this conference will be achieved. No doubt that with the introduction of new information technologies, the mass media are at a crossroads, there will continue to do that way if the information accurate and verified information or contaminated aimed at legitimizing groups oppressive.

Keywords: media harassment

No cabe duda que las personas podemos ver la realidad de dos maneras, aceptar lo aparente o aplicar nuestro espíritu crítico. En este sentido citamos a Brezinsky cuando afirma que “uno o puede creer literalmente lo que lee en los periódicos, oye en la radio, ve en la televisión y lo que exponen los grupos mediáticos”. Llamaremos a este modo la versión “Disney” de la historia o bien podemos también cuestionar esta forma gregaria de hipnosis y acceder paulatinamente al conocimiento de una historia secreta,

invisible, negada por las más diversas autoridades, una historia que no coincide con los valores y que rompe con numerosos tabúes.

Para adentrarse en el conocimiento del acoso mediático es necesario que desarrollemos nuestro espíritu crítico frente a las versiones oficiales.

Concepto y definición de acoso mediático.

El acoso mediático es un conjunto de estrategias empleadas para desacreditar a una persona, organización o producto a través de la maledicencia y del rumor. Es un concepto que se identifica con el Acoso Moral en el trabajo porque los efectos son los mismos, es decir: desacreditan, a través de la injuria y la calumnia.

Definición de Acoso Mediático: "El acoso mediático es un término que se hace servir para identificar situaciones en que una persona o un grupo de personas ejercen un conjunto de comportamientos caracterizados por una violencia psicológica, aplicada de forma sistemática durante un tiempo sobre otra persona tendente a provocar el desprestigio de la misma, utilizando para ello cualquier medio de comunicación de masas" Definición de Marina Parés Soliva, Junio 2005.

Situación Actual

Desde hace un tiempo, la mayoría de los medios de comunicación tradicionales, a saber prensa y televisión, han perdido cualquier mínima vocación de servicio público y son guiados por la lógica implacable de las leyes de mercado. En el siglo XXI, el único poder real, el que todo lo controla y manipula, es el poder económico, un poder que entre otras cosas es el dueño y señor de los propios medios de comunicación. Así, podemos hablar de la manipulación de los medios. ¿Qué es manipulación? Para la Real Academia Española de la Lengua la manipulación es "intervenir con medios hábiles, y a veces arteros, en la política, la economía, etc., con distorsión de la verdad y al servicio de intereses particulares". Es conocido por gran parte de la opinión pública que eso es algo que sucede a diario en los medios de comunicación. Lo más despreciable cuando se habla de manipulación en los medios de comunicación, es comprobar que los espacios destinados a informar, a mantener al ciudadano al tanto de la actualidad y la realidad que le rodea, están sujetos a toda clase de manipulaciones políticas y económicas que terminan por traducirse en una imagen distorsionada que conviene a los patrocinadores de la información.

La clasificación de los medios de información en función del medio de difusión utilizado nos proporciona tres tipos de medios: la prensa escrita (diarios, periódicos, revistas, y libros), los medios audiovisuales (radio, televisión y música) y las nuevas tecnologías de la información de internet (webs, foros y correo electrónico). Es precisamente en la información transmitida a través de internet donde podemos encontrar información fuera del control de los poderes políticos y económicos de un país.

Tipología del Acoso Mediático

Los motivos para iniciar una campaña de hostigamiento son tres: por lucro, por diversión y por denuncia. Entendemos por lucro aquellas campañas de difamación de un producto o de una marca comercial apropiada por una empresa rival. El hostigamiento por diversión es el que están utilizando algunas televisiones para aumentar audiencia, en ese tipo de programas es habitual ver el ensañamiento hacia un personaje conocido. A veces se utiliza el acoso mediático para denunciar a un personaje que ha delinquido, como forma de control social.

Estas tres motivaciones dan como resultado dos tipos de acoso mediático. Es decir, en función de los objetivos a conseguir habrá dos tipos de acoso: el acoso mediático estratégico y el acoso mediático por divertimento. En ambos hay denigración del buen nombre de la víctima.

Acoso mediático estratégico: es una estrategia bien planificada siempre a causa de la existencia de un conflicto de intereses: económicos, políticos, o personales en donde el acoso está encaminado a librarse de un rival. Ej: campañas contra rivales políticos, campañas para desprestigiar una marca comercial, etc.

Acoso mediático por divertimento: el objetivo es lucrarse. Se utiliza la diversión para aumentar los beneficios. Ej: programas televisivos denigrantes contra los concursantes o que promueven la violencia psicológica, los chismes y las calumnias de famosos.

Estrategia del Acoso Mediático

En función de la desinformación emitida en un proceso de acoso, podemos identificar a los medios como instigadores del acoso cuando estos medios de comunicación son los perpetradores de las mentiras que llegan hasta el público o como víctimas engañadas de otros que han decidido utilizarlos en su manipulación.

El objetivo en la estrategia del Acoso Mediático consiste en iniciar una campaña de linchamiento social contra una persona, un producto o una organización. Se realiza en 2 actos: preparación y confección

ACTO 1: PREPARA LA ESCENOGRAFÍA

Entendemos por escenografía la puesta en escena pública de una sanción o castigo inmerecido. El argumento para sustentar el castigo está plagado de falacias. Ejemplo: destitución fulminante de sus funciones, bloqueo de sus productos... En estos casos los justiciadores se presentan como abanderados o salvadores y es precisamente, la comunidad o el grupo que han sido manipulados, quienes ejercen la sanción, quedando el instigador en la sombra. Estos justicieros, además se otorgan un derecho de castigar que no les corresponde, se dejan llevar por la ira y la irreflexión. Violan la Ley ya que se toman la justicia por su mano, son fiscales, jueces y verdugos.

ACTO 2: SE CONFECCIONA EL ANDAMIAJE

Se construye un clima de condena generalizado hacia la víctima. El castigo fulminante provoca el rechazo o repulsa por un comportamiento o acción de la víctima que ha sido falseado. Ejemplo: Se maligniza a la víctima, se la hace responsable de infinidad de errores que no son probados. Se sentencia a la víctima por aquellos que dicen querer luchar contra el mal, o hacer un bien pero no se respeta el principio de inocencia de la víctima. La víctima no es escuchada. Se dictamina el ostracismo y se consigue el apoyo social para promover el linchamiento. Se consuma la venganza con el linchamiento social programado con anterioridad por el instigador que ha quedado en la sombra. Ejemplo: Se le hace la vida tan imposible que la víctima decide irse, abandonarlo todo, con pérdidas de derechos y de imagen pública.

Hoy en día con el avance de las nuevas tecnologías de la información nos encontramos con nuevas formas de agresión a la dignidad humana y al buen nombre de las personas, cabe señalar a modo de ejemplo el uso del ciberacoso como un acto más de agresión en el acoso entre escolares, y el mal uso de los foros de internet cuando se utilizan para calumniar a otro ser humano y crear verdaderas estrategias de acoso, con todos los protagonistas de un acoso: instigador, cómplices, testigos mudos y víctima acosada, que acaba abandonando el foro. Son muchas las formas de engaño que prosperan en los medios: desde los simples cotilleos a las conjuras políticas. La mentira ha existido, existe y seguramente existirá mientras alguien crea que puede obtener algún beneficio con ella. Muchas maquinaciones se evaporan en el momento en que salen a la luz, en que son desenmascaradas.

Entendemos como actuaciones perversas en el acoso mediático aquellas acciones cuya finalidad es sembrar la discordia. Difamar y deshonar equivale a negar injustamente a las personas y a los grupos humanos la fama y la honra. Estas acciones se concretan en el chismorreo, el rumor, la murmuración y la calumnia.

Chisme: son historias bajas de personas u organizaciones que rozan la calumnia.

Rumor: son comentarios que van de boca en boca sin que nadie pueda dar razón de ello. La intencionalidad de los rumores es perversa o tendenciosa.

Murmuración: es comentar sin razón suficiente o con intención perversa defectos reales, mas o menos conocidos de personas o instituciones.

La calumnia es decir mentiras o defectos personales realmente inexistentes.

No cabe duda que el rumor es la piedra angular de la desinformación. No se trata de no informar, sino de informar mintiendo o falseando la verdad. Los rumores son montajes prefabricados para desacreditar a personas e instituciones. Una de las técnicas para vencer al enemigo, desde la antigüedad, ha sido el rumor. Las funciones del rumor son varias, aunque cabe destacar tres:

- Atacar a una determinada persona o institución,
- Persuadir a la opinión pública para que se decante en un cierto sentido y

- Gratificación por los que difunden el rumor; ya que entre los que manejan rumores se genera una sensación de poder, derivada del hecho de manejar "información privilegiada".

Consecuencias del Rumor. Mediante el rumor se puede: perder la credibilidad en las instituciones, en las personas y se produce el efecto de "a río revuelto, ganancia de pescadores". Es la ocasión de oro para los oportunistas.

Conclusiones:

La auténtica información es incompatible con decir la verdad difamando, calumniando, robando a los demás su fama y honor. La auténtica información acepta las rectificaciones y rectifica las informaciones lesivas. Es importante unir periodismo y dignidad humana, la Unesco cita al respecto: "El respeto del derecho de las personas a la vida privada y a la dignidad humana, en conformidad con las disposiciones del derecho internacional y nacional, que conciernen a la protección de los derechos y a la reputación del otro, así como las leyes sobre la difamación, la calumnia, la injuria y la insinuación maliciosa, hacen parte integrante de las normas profesionales del periodista".

Para conseguir una información verdadera: no podemos tolerar que nadie diga una verdad difamando, calumniando, robando a los demás su fama y honor. Hemos de exigir las rectificaciones y compensaciones de las informaciones lesivas. Apuntamos posibles soluciones:

Existencia de leyes que sancionen el descrédito y la difamación, tanto de los personajes famosos o como de personas no famosas (a veces los jueces no admiten a trámite denuncias de calumnias de personas particulares que han sido desacreditados en foros de internet), ya sea en los medios de comunicación tradicionales o en las nuevas tecnologías.

- Mecanismos de garantía del cumplimiento de las leyes (no dejar el buen nombre de una persona en manos de un solo juez).
- Existencia de un Tribunal Internacional en defensa de la dignidad humana con poder para forzar medidas de rehabilitación del buen nombre y credibilidad de la víctima del linchamiento social. Es decir que obligue a restituir la dignidad de una víctima de acoso mediático en los mismos medios en los que fue desacreditada.

A modo de reflexión final es necesario que cada ser humano sepa que :

- 1) Podemos ver la realidad de dos maneras: Versión Disney o Versión Contrastada.
- 2) Podemos difamar (creer y propagar rumores) o defender la dignidad humana.
- 3) Podemos entregar el poder a los manipuladores y oportunistas o implicarnos y comprometernos.
- 4) Podemos resignarnos a existir en un mundo injusto y cruel o hacer algo para que nuestro pequeño entorno sea más decente.

REFERENCIAS

N Lembo, M. Abadi, M. Parés,(2001) “Acoso Laboral, Mobbing”. Buenos Aires: Ed. Ananké.