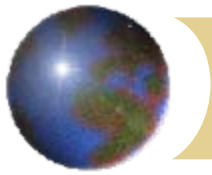


El Acoso Mediático

Por Marina Parés Soliva

www.acosomoral.org





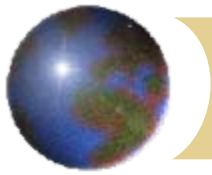
Podemos ver la realidad de dos maneras:

Citamos a Brezinsky

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: Versión Disney de la historia

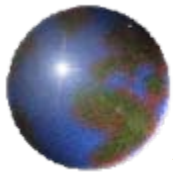


Podemos también cuestionar esta forma gregaria de hipnosis y acceder paulatinamente al conocimiento de una historia secreta, invisible, negada por las más diversas autoridades, una historia que no coincide con los valores y que rompe con numerosos tabúes.



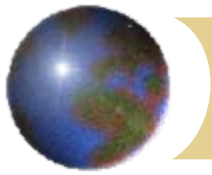
¿Qué es el Acoso Mediático?

- ✦ Son 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, desacreditan, a través de la injuria y la calumnia.



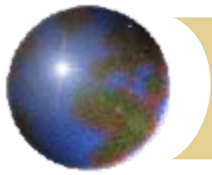
Definición de Acoso Mediático:

- ✚ "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.*



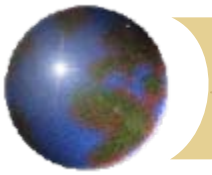
Situación Actual

- ✦ Los medios de comunicación 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.



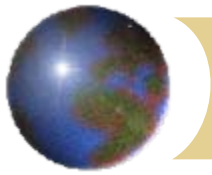
Manipulación en los Medios

✦ 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.



¿Qué es manipulación?

- ✚ La Real Academia Española de la Lengua dice que 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", algo que sucede a diario en los medios de comunicación.



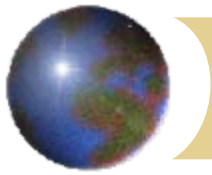
Medios de des-Información

- ✦ Clasificación en función del medio de difusión:
- ✦ **PRENSA ESCRITA:** diarios, periódicos, revistas, y libros.
- ✦ **AUDIVISUAL:** radio, televisión y música.
- ✦ **INTERNET:** webs, foros y correo electrónico (emails).



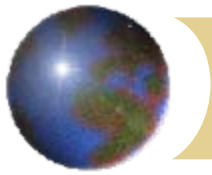
©marinapares2006

- ✦ Clasificación en función de la desinformación emitida:
- ✦ **INSTIGADORES:** medios de comunicación como perpetradores de las mentiras que llegan hasta el público
- ✦ **VÍCTIMAS:** algunas veces, víctimas engañadas de otros que han decidido utilizarlos en su manipulación.



Motivaciones para Hostigar:

- ✚ Los motivos para iniciar una campaña de hostigamiento son tres:
- ✚ por lucro
- ✚ por diversión o
- ✚ por denuncia.



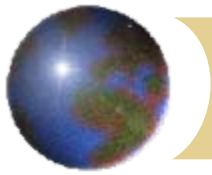
Tipos de Acoso Mediático (I)

1) Estratégico

⊕ Muy utilizado en prensa y radio. Objetivo: LIBRARSE DE UN RIVAL

2) Divertimento

⊕ Muy utilizado en TV. Objetivo: LUCRARSE



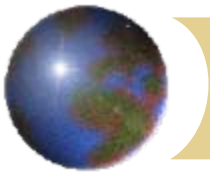
Tipos de Acoso Mediático (II)

1) Estratégico

- ✚ LIBRARSE DE UN RIVAL: Por conflicto de Intereses: económicos, políticos, personales. Ej: campañas contra rivales políticos, campañas para desprestigiar una marca comercial..

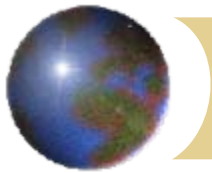
2) Divertimento

- ✚ 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.



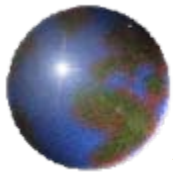
Estrategia del Acoso Mediático

- ✦ OBJETIVO: Iniciar una campaña de Linchamiento Social contra una persona, un producto o una organización.
 - ✦ Se realiza en 2 actos:
 - ✦ ACTO 1: PREPARA LA ESCENOGRAFÍA
 - ✦ ACTO 2: SE CONFECCIONA EL ANDAMIAJE



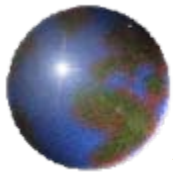
Linchamiento Social

ACTO 1: ESCENOGRAFIA	ACTO 2: ANDAMIAJE
Escenografía	Condena
Puesta en escena pública de una sanción o castigo inmerecido. Ejemplo: destitución fulminante de sus funciones, bloqueo de sus productos...	El castigo provoca el rechazo o repulsa por un comportamiento o acción de la víctima falseado. Ejemplo: Se maligniza a la víctima, se la hace responsable de infinidad de errores.
Justiciadores	Sentencia
Se presentan como abanderados o salvadores. Son la comunidad o el grupo que ejerce la sanción, quedando el instigador en la sombra.	Dicen querer luchar contra el mal, o hacer un bien pero no se respeta el principio de inocencia. La víctima no es escuchada. Se dictamina el ostracismo y se consigue el apoyo social para promover el linchamiento.
Argumento	Linchamiento
El argumento para sustentar el castigo está plagado de falacias. 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.	Se consuma la venganza y el linchamiento social programado con anterioridad. Ejemplo: Se le hace la vida tan imposible que la víctima decide irse, abandonarlo todo, con pérdidas de derechos y de imagen pública. ©marinapares2006



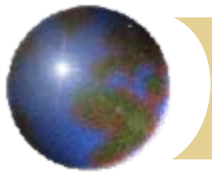
La Auténtica Información

- ❖ **La auténtica información es incompatible con el decir la verdad difamando, calumniando, robando a los demás su fama y honor.**
- ❖ **La auténtica información acepta las rectificaciones y rectifica las informaciones lesivas**



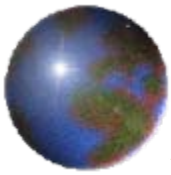
Periodismo y Dignidad Humana

⊕ 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.*



Calumnia, que algo queda.....

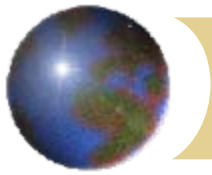
- ✚ Son muchas las formas de engaño que prosperan en los medios: desde los simples cotilleos a las conjuras políticas.
- ✚ La mentira ha existido, existe y seguramente existirá mientras alguien crea que puede obtener algún beneficio con ella.
- ✚ Muchas maquinaciones se evaporan en el momento en que salen a la luz, en que son desenmascaradas



Actuaciones Perversas

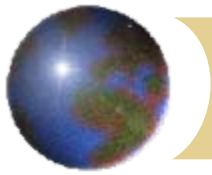
- ✦ **Chisme:** son historias bajas de personas u organizaciones que rozan la calumnia.
- ✦ **Rumor:** son comentarios que van de boca en boca sin que nadie pueda dar razón de ello. La intencionalidad de los rumores es perversa o tendenciosa
- ✦ **Murmuración:** es comentar sin razón suficiente o con intención perversa defectos reales, mas o menos conocidos de personas o instituciones.

- ✦ La calumnia es decir mentiras o defectos personales realmente inexistentes
- ✦ Su 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.



Los Rumores

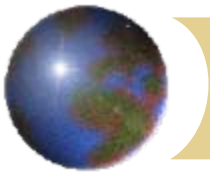
- ❖ **El rumor es la piedra angular de la desinformación**
- ❖ **No se trata de no informar, sino de informar mintiendo o falseando la verdad**
- ❖ **Los rumores son montajes prefabricados para desacreditar a personas e instituciones**
- ❖ **Una de las técnicas para vencer al enemigo ha sido el rumor**



Las Funciones del Rumor

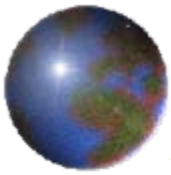
Las funciones del rumor son varias, aunque cabe destacar tres:

- ❖ **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".



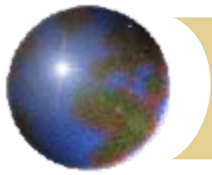
Consecuencias del Rumor

- ⊕ 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:

- ❖ 1) Podemos ver la realidad de dos maneras: Versión Disney o Versión Contrastada.
- ❖ 2) Podemos difamar (crear 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.



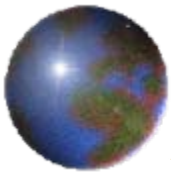
Reflexión Final:



Para conseguir una información verdadera:

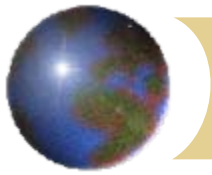
- ❖ No podemos tolerar que nadie diga una verdad **difamando, calumniando, robando a los demás su fama y honor.**
- ❖ Hemos de exigir **las rectificaciones y compensaciones de las informaciones lesivas.**





Soluciones:

- ⊕ **Leyes que sancionen el descrédito y la difamación** (ya sea de personajes famosos o desconocidos, 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).
- ⊕ **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.



Muchas Gracias

- ⊕ Presentación realizada por Marina Parés
- ⊕ Con la colaboración de www.acosomoral.org



- ⊕ Nuestro agradecimiento al Servicio Europeo de Información sobre Mobbing (SEDISEM) por su apoyo y ayuda.

