

La (des)información cotidiana

- 1) ¿Por qué aceptamos sin cuestionar el discurso de la televisión? ¿Si la realidad y los hechos son una cosa y lo que muestran los medios otras?
- 2) ¿Cómo impacta ese recorte o encuadre permanente que producen los medios masivos, como la TV, la radio, la internet, sobre la carne humana?
- 3) ¿Cuál sería el nexo que une (o que hacer unir) lo que vemos, escuchamos o leemos de los *mass media* con los hechos? Y viceversa, ¿existe un vínculo entre el hecho y el relato de los *mass media*?

Ingeniería de la conciencia

En el contexto del Río de la Plata suele asumirse que los servicios de comunicación masivos cumplen la función de mediar entre los acontecimientos del mundo social y la ciudadanía, proporcionando así información objetiva, descriptiva e imparcial sobre la realidad pública. Bajo esta creencia, los medios aparecen como instrumentos fundamentales de la vida democrática, encargados de garantizar la circulación de saberes, el debate informado y el entretenimiento dentro del tejido social.

Sin embargo, esta imagen de neutralidad informativa merece ser puesta en cuestión. Los *mass media* no constituyen únicamente canales de transmisión de información, sino también organizaciones económicas insertas en estructuras de poder empresarial y en procesos económicos de concentración de capital. Esta condición introduce intereses, selecciones y jerarquizaciones que influyen con fuerza en la manera en que los hechos son presentados, interpretados y difundidos.

Lo que presento es, pues, un ensayo de lectura crítica y visual en el que, desde una aproximación fractal, se examinan las preguntas y supuestos que sostienen las "representaciones sociales" dominante, que crean los *mass media*.

Parto de la hipótesis de que la estructura económica y política de los medios de comunicación condiciona su pretendida función de mediación objetiva.

Una maquinaria de adoctrinamiento líquido

Por un lado, los *mass media* constituyen un factor de poder; pero, al mismo tiempo, producen procesos de selección de mensajes, encuadre y producción simbólica intencionada (ideología) que contribuyen tanto al adoctrinamiento como a la pseudoorientación perceptiva de la realidad (-recorta a su modo lo real).

Esa emisión de mensajes —una verdadera artillería simbólica dirigida hacia los individuos, sin retorno— daña la conciencia. Vale decir, cada mensaje mediático actúa como una representación descriptiva inicial emitida sobre un hecho concreto (un accidente de tránsito, la caída de la bolsa) y llega a dividirse en múltiples efectos de sentido que, al circular socialmente, se autorreplican y se amplifican a distintas escalas del tejido social.

De este modo, el relato mediático es productor de lecturas distorcionadas de lo real, donde cierta licuación de interpretaciones termina configurando formas líquidas de comprensión no segura de la realidad.

1) ¿Por qué aceptamos sin cuestionar el discurso de la televisión? ¿Si la realidad y los hechos son una cosa y lo que muestran los medios otra?

Aceptamos con frecuencia el discurso de la televisión sin cuestionarlo porque los medios masivos han adquirido en las sociedades contemporáneas una fuerte legitimidad simbólica como fuentes de información sobre la realidad. Al presentarse como mediadores neutrales entre los hechos y la ciudadanía, generan la impresión de que lo que muestran constituye una representación objetiva de los acontecimientos. Sin embargo, esta aparente neutralidad oculta que los medios seleccionan, jerarquizan e interpretan los hechos según determinados intereses políticos, económicos e ideológicos. De este modo, lo que aparece en la pantalla no es la realidad misma, sino una construcción mediática de la realidad.

Presionados para callar

2) ¿Cómo impacta ese recorte o encuadre permanente que producen los medios masivos, como la TV, la radio, la internet, sobre la carne humana?

El recorte o encuadre que realizan los medios masivos influye directamente en la percepción y en la experiencia subjetiva de las personas. Al seleccionar ciertos temas, enfatizar determinados aspectos de los hechos y omitir otros, los medios orientan la manera en que la sociedad interpreta los acontecimientos. Este proceso impacta en la psique colectiva, moldeando opiniones, emociones, creencias y representaciones sociales. En consecuencia, la forma en que los individuos perciben la realidad social se encuentra, en gran medida, mediada por estos procesos de encuadre y producción simbólica.

Prensa dependiente

3) ¿Cuál sería el nexo que une (o que hace unir) lo que vemos, escuchamos o leemos de los mass media con los hechos? Y viceversa, ¿existe un vínculo entre el hecho y el relato de los mass media?

El nexo entre los hechos y el relato mediático está dado por los procesos de mediación y construcción discursiva que realizan los medios de comunicación. Los acontecimientos del mundo social no llegan directamente a la ciudadanía, sino que pasan previamente por filtros institucionales, editoriales y económicos que determinan qué hechos serán considerados noticia y de qué manera serán narrados. Por lo tanto, existe una relación entre el hecho y su relato mediático, pero no es una relación transparente ni directa: se trata de una relación mediada, en la cual los medios interpretan, encuadran y resignifican los hechos antes de presentarlos al público.

Conclusión

A la luz de lo expuesto, los *mass media* no actúan únicamente como instrumentos de información, sino como factor de poder simbólico que condicionan la percepción social de la realidad. Bajo una apariencia de neutralidad descriptiva, seleccionan, jerarquizan y encuadran los acontecimientos,

organizando así los marcos interpretativos desde los cuales la sociedad va recibir lo que otros le presentan como real.

Este funcionamiento responde a ciertas “leyes” propias de los sistemas mediáticos actuales:

- La simplificación de los hechos.
- La espectacularización de los conflictos.
- La repetición constante de determinados relatos.
- La subordinación del contenido informativo a las lógicas:
 - del mercado y
 - de la atención pública.

En este contexto, la información deja de ser únicamente un servicio social para convertirse también en una mercancía simbólica dentro de la economía política de la comunicación.

Tal como señaló Guy Debord en *La sociedad del espectáculo*, la vida social contemporánea tiende a organizarse alrededor de representaciones mediáticas que sustituyen la experiencia directa de los acontecimientos. Así, los hechos se transforman en espectáculo y las imágenes pasan a estructurar la percepción colectiva del mundo. En este proceso, la desinformación no consiste sólo en la presencia de datos falsos, sino en una forma estructural de mediación que fragmenta la comprensión social de la realidad.

Río de la Plata, 12 de marzo de 2026