

La Formación de la Mentalidad Sumisa

Primera Parte: LA ENSEÑANZA

Punto 1, Factores Constitutivos de la Opinión:

La formación de la opinión se lleva a cabo a través de información y experiencias recibidas por otros y a través de nosotros mismos. Estos conocimientos vienen medidos por los medios de comunicación que manipulan la opinión a través de una información pretendida y entretenida.

Punto 2, El Hogar:

El entorno material y cultural proporciona las primeras informaciones y conocimientos al individuo. La adaptación a este medio hace que a veces la evolución ideológica provoque una readaptación al individuo para integrarse a un nuevo orden de valores, ya sea por el cambio estático o movilidad geográfica.

El medio humano forma a las personas a través de la solidaridad por ello él que quebranta las normas (egoísmo e insolidaridad) revela su sentido animal. El hogar es el lugar donde se forman las primeras opiniones, valores y juicios. Se podría decir:

- Lugar de contacto elemental humano.
- Forma de percibir, vivir y expresar la realidad
- Modo de adaptación al medio
- Manera de relacionarse
- Núcleo de socialización, el ser social.

La producción material condiciona la situación económica del ser humano, el nivel y formas de espiritualidad. Los sentimientos y la sensibilidad del adulto son el resultado de la capacidad de afecto inculcada y desarrollada a través del niño por sus mayores. La información que recibimos a lo largo de nuestras vidas acentúan los sentimientos y opiniones individualistas.

Punto 3, Sobre la Información:

Concepto Cotidiano, General de Información Posee un significado corriente, relacionado con cosas prácticas cuyo conocimiento es importante para nosotros. Como los paneles del metro.

Concepto Periodístico de Información Una de las manifestaciones de la información social, de la transmisión de conocimiento, saber y opinión sobre hechos y relaciones. Es periódica y continuada y se supone que aumenta el nivel de conocimiento.

Concepto Técnico de Información Utilizado más que nada por científicos. Tiene que ver con la transmisión de noticias y de datos a través del teléfono, electrónica, etc.

Evolución Histórica del Concepto de Información El sustantivo información se deriva de *informare* es decir dar forma a algo. Por ello los significados de informar pueden ser: formar, esculpir, presentar, enseñar, educar, etc. Así la información, formación y educación han ido unidas desde tiempos remotos.

Punto 4, El Proceso de Formación:

Toda información es selectiva. Las informaciones que se utilizan a través de la formación de las personas se rigen por el

tipo de persona q se quiere hacer. Una vez asimiladas se convierten @ juicios y convicciones q son parte del mecanismo q dirige nuestras acciones.

La convicción de q somos dueños de nuestras acciones modifican la concepción sobre las mismas. Cuanto más convencidos, más de acuerdo.

Punto 5, Saber lo q se Hace:

Si analizamos nuestras acciones comprobamos q solo @ algunos casos sabemos lo q hacemos. La mayoría de las acciones las ejecutamos sin comprender sus causas y efectos. Esto indica q nosotros mismos somos causa y efecto de las acciones de otros.

Cuanto más ignoremos q los dueños de nuestras acciones son otros, más dueños serán de nosotros.

Punto 6, Las Cosas al Revés:

El hecho de q alguien haga algo no demuestra q sepa q es lo q hace. No le damos valor a nuestro trabajo y nos sentimos orgullosos de cosas q pertenecen a otros, lo q no es más q un signo de mentalidad sumisa.

Punto 7, La Escuela

@ la escuela se nos enseña y legitima la dominación, la injusticia se torna @ justicia, nos muestran el lado grandioso de las pirámides pero no las penalidades de los trabajadores. Nos enseñan a ser conformistas y a aplaudir trivialidades de los parásitos nacionales e internacionales @ un comporta_ sumiso y considerado legítimo.

Punto 8, Novios de la Vida no de la Muerte:

La mayoría de las personas consideran la vida como un valor supremo, aun así muchas están dispuestas a arriesgarla @ determinadas condiciones. Sin embargo algunos gobiernos no valoran la vida de sus conciudadanos ya q @ guerras se sacrifica a los hombres sin pudor alguno.

Los fabricantes de armamentos, solo desean q el material sea vendido para seguir vendiendo. Incluso @ tiempos de paz los gastos @ material bélico es escandaloso. Todo ese dinero pudo haber sido utilizado para mejorar la educación, sanidad, etc. Pero, ¿quién se beneficiaría entonces?

Punto 9, Claridad:

Una forma de falsear la realidad es presentarla de forma incomprensible. Las personas se conforman pq el temor a hacer preguntas es el resultado de la domesticación. La continua utilización del mismo hace q llegue un momento @ q este falsea_ se vea con claridad.

Punto 10, La Enseñanza de lo q es Estado:

Lo q se enseña @ escuelas sobre la esencia del Estado resulta inservible y aburrido por lo inútil q es. No se nos enseñan las razones y criterio de los diputados, sólo los datos cuantificables q no aportan nada @ todo su ser. Los maestros no tienen la culpa al ser víctimas de los planes de estudios impuestos.

Los jueces son independientes, se rigen sólo por la ley, pero estas leyes han sido dictadas por hombres q poseen debilidades. Se supone q estamos @ una democracias y q la soberanía la posee el pueblo, pero real// es una democracia de unos pocos.

El poder de unos se fundamenta @ la acumulació y la disposici de los productos del trabajo de otros. Una vez asegurado se convierte @ fuente de riqueza y c/ consecuencia, la política surge @ donde hay q distribuir la riqueza.

No hay sociedad @ la q el Estado no haya sido un aparato de represi de la mayoría por una minoría. Todos los poderosos y los ricos han dicho q el suyo es un Estado justo, pero la critica a la sociedad siempre se ha castigado, incluso c/ la muerte.

A medida q aumenta la població y la producció, aumenta la riqueza y c/ ella los aparatos para su protecci son cada vez más complejos y resulta más difícil desentraarlos. El perfecciona_ de los métodos de producció obliga al perfecciona_ de los métodos de sumisi.

Punto 11, Nuevos Métodos de Sumisi:

Para gobernar, el Estado se vale de:

- El mecanismo de dominio más complejo.
- El desarrollo de los mediadores publicos de informaciones.

Los medios de comunicaci controlados, @ su mayoría por los grandes industriales y por el gobierno, barren todo el territorio nacional. Esta influencia nos ha hecho ver al Estado como intocable y ya ni nos preguntamos el pq de sus complicadas acciones, sino q las aceptamos como válidas sin comprenderlas.

Punto 12, Los Beneficiarios de las Guerras:

Muchas guerras se pudieron haber evitado de haber aportado una informaci específica q hiciera al hombre entrar @ raz y apuntar a los generales @ vez de a los obreros. Las guerras las llevan a cabo y las ganan los empresarios de los distintos países, contra los trabajadores y ciudadanos.

La falta de informaci correcta y la alienaci escolar provoca q seamos incapaces de distinguir entre nuestros intereses y los ajenos.

Punto 13, Preguntas a la TV:

A la mayoría de nosotros nos faltan conocimientos sobre la maquinaria social. La TV suele ofrecer programas @ los q se magnifica la riqueza de las monarquías europeas. Los periodistas q hacen estos documentos favorables, no se preguntan el pq simple// contribuyen a su propia alienaci.

Punto 14, Enseñar a ver la TV:

Es necesario modificar los planes de estudio de modo q no se produzcan más mentes sumisas. El estudio de los medios resulta una tarea pedagógica emancipadora. Gracias a este estudio podremos enfrentarnos a los medios y a la informaci q transmiten.

Su objetivo estriba @ descubrir las condiciones de libertad o falta de libertad concreta del ser humano @ comunicaci política.

Punto 15, Reconocer los Intereses:

El q una afirmaci sea verdadera o falsa depende de q est conforme c/ nuestros intereses. No se pueden reconocer los intereses si se ignoran las posibilidades de uno, las cuales se conocen gracias a las informaciones. Por ello los q controlan la informaci controlan hasta donde han de llegar nuestros intereses y

c/ cuales hemos de identificarnos. El q comprende q pueden ocultar sus verdaderos intereses ha dado un paso para encontrarlos.

Punto 16, Fe y Confianza:

Para el adiestra_ @ fe y @ confianza se introdujo también la enseñanza de la reeligió. Si analizamos el comporta_ de los grupos más poderosos, vemos q:

- Es más fácil dar confianza q recibirla.
- La confianza va del más débil al más fuerte.

Aun los más fuertes se fían más de la violencia y de la ignorancia q de la confianza, siempre apelan a ella pq es más barata q la violencia. Es necesario un mínimo de confianza para mantener la injusticia y es más fácil explotar a una persona q tiene confianza q a otra q calcula y piensa. Quien no tiene intenció de engañarnos no necesita nuestra confianza.

Punto 17, Enseñanza de la Economía:

Todos los fenómenos sociales están marcados por la economía. Una enseñanza es insuficiente cuando no establece ningún lazo entre la materia, el objeto de estudio y nuestros intereses.

Se dice q una situaciø económica es ideal cuando la economía se expande, suben los sueldos y aumentan las ganancias, hay pleno empleo y los precios se mantienen relativa// estables. Esta es una hipótesis q si analizamos detenida// vemos q cae por su propio peso.

La publicidad nos induce a comprar productos q muchas veces no necesitamos. Los comerciantes por otro lado, @ aumento de las ventas y la productividad no reducen los precios si no q aumentan sus ganancias.

Punto 18, Resumen:

Si investigamos comprobaremos q no existe la planificaciø estatal de la formaciø a las q las asociaciones empresariales no hagan, a los representantes de Estado, objeciones y recomendaciones.

La informaciø q nos proporcionan la eligen personas cuya principal ocupaciø es producir mercancías y servicios para después venderlos.

Parte 2: LA VIOLENCIA:

Punto 1, La Violencia Oficial:

A parte de la violencia física q solo se emplea @ casos extremos, existe una clase de violencia más sutil y menos evidente q se emplea para moldear mentes dóciles y obligarlas a hacer cosas q no desean. Por ejemplo a un ser humano q se le priva de la alimentaciø se le priva del derecho a vivir y es por tanto víctima de la violencia.

Para averiguar el origen de tanta violencia se pueden observar las prioridades o preferencias gubernamentales. Así se puede encontrar la disparidad entre gastos educativos y militares, sobre todo @ países @ desarrollo.

La desigualdad entre los países ricos y pobres se ha duplicado @ últimos 30 años. La pobreza internacional constituye una de las amenazas más graves contra la continuidad de medio ambiente y el sosten_ de la vida humana.

Este nuevo orden internacional lo q hace es ahondar y ensanchar la brecha entre el norte y el sur . Pero estas desigualdades afectan cada vez mas a los países ricos del Norte.

Punto 2, La Violencia Psicológica:

Para el capitalismo moderno es de gran importancia la dominación psicológica del individuo y la manipulación de su conciencia y sus necesidades. Así la comunicación del individuo se ha convertido @ sector estratégico @ plano político, cultural y económico. De este modo las formas indirectas de presión sobre la mente y conciencia humanas a través de los medios es lo q se entiende por violencia psicológica

El todo vale tiene como consecuencia la devaluación de los criterios y normas morales @ conciencia individual de los ciudadanos. El empeño @ habitar a los niños o adultos a la violencia y a la falta de escrúpulos @ trabajo, responde a los intereses de una política basada @ explotación de unos seres humanos por otros.

Punto 3, Violencia y los Medios de Comunicación:

La prensa, la radio y la TV han hecho de la violencia uno de sus temas favoritos. Nos referimos a la representación de la violencia física @ ellos, lo q se denomina violencia simbólica. **Pross** la define como *el poder para imponer la validez de significados mediante signos y símbolos de una manera tan efectiva q la gente se identifique c/ esos significados*.

Debido a q las jerarquías de valores siguen una orientación horizontal, no es de extrañar q esta contradicción genere conflictos y tensiones, lo q conduce a la dialéctica de poder q desemboca @ capacidad de imponer a la gente ciertos significados.

Toda información es selectiva por lo q ha de captar lo extraordinario. La fascinación por la violencia responde a la filosofía del éxito social a cualquier precio, del individualismo y del egoísmo primitivo. El desarrollo de las tecnologías de la información provoca soledad @ la incomunicación.

Desde el punto de vista de la comunicación la sociedad actual se caracteriza por el caos de señales electrónicas @ aire y el caos de los significados @ tierra.

La violencia se presenta tanto @ programas de actualidad como @ los de ficción. Los formatos pueden ser abiertos (películas individuales) o cerrados (boletines de noticias) dependiendo de q ofrezcan uno o más puntos de vista. Estas constricciones conducen a una forma de noticias presentadas como objetivas.

La mayoría de las noticias sobre la violencia las proporcionan las autoridades y se refieren a las respuestas gubernamentales a la violencia, explicando a la vez los objetivos subyacentes de la misma. La información se presenta descontextualizada.

El lenguaje sigue siendo uno de los principales instrumentos de la violencia simbólica. Se utilizan para violentar a las grandes masas, para confundir mentes e imponer significados q contradicen la realidad. La violencia simbólica se podría combatir mostrando los límites entre imagen y cosa, percepción y representación.

Parte 3: EL ENTRETENIMIENTO:

Punto 1, El Mundo Feliz:

Esta sociedad necesita grandes dosis de técnicas persuasivas para imponer un sistema de valores. Las modalidades utilizadas por la industria de entretenimiento exigen mucho más esfuerzo para su detección y reconocimiento. El libro *Un Mundo Feliz* de **Huxley** representaría esta situación. Es una respuesta a la ilimitada demanda humana de distracción y describe el control de una sociedad a través del placer y del entretenimiento.

La TV es una fuente de entretenimiento y de información la cual consideramos que es suficiente a pesar de ser atomizada. Gran parte del tiempo libre lo pasamos ante el televisor, que es una alta actividad intelectual ya que @ ocasiones las imágenes se suceden tan rápida// que son difícil// procesadas por el cerebro. Cada imagen permanece 3'5 segundos estática.

Punto 2, El Pensamiento Mágico:

La vida actual sería inimaginable sin los medios de comunicación y entretenimiento, los cuales permiten la posibilidad de conocer cosas que no tendríamos oportunidad de conocer, pero suelen presentar una imagen distorsionada de la realidad.

Cuando la realidad aparece fragmentada y dividida el individuo recurre al pensamiento mágico que le da unidad y dominio imaginarios. Por otro lado el pensamiento diferenciado se realiza como toma de conciencia de la realidad plural y contradictoria.

La magia, lo sobrenatural, lo extraterrestre, se ha convertido @ un producto de moda. El sociólogo o el psicoanalista se convierten @ brujos modernos capaces de orientarnos. Si falla, queda el recurso de la droga como producción artificial de una evasión mágica.

Para explicar las relaciones entre magia y sociedad se pueden utilizar los argumentos a distancia (para reducirla entre dominado y dominador, se utilizan imágenes con valor evocado, mágico) y el de dominio. El concepto de magia va íntima// ligado al poder (Franco caudillo de España por la gracia de Dios)

El cientifismo de la sociedad moderna ha llevado a la especialización, a la parcelación de la actividad científica cuyo progreso se paga con el regreso a las formas de conocimiento irracionales. Esto ocurre porque el camino de la racionalidad no es el de la reducción unidimensional.

La clave del poder mágico de la comunicación de masa reside @ repetición, ya que activa la disponibilidad a la regresión @ la identificación mítica.

El pensamiento mágico es el antídoto de la inteligencia cuya acción disgregante podría destruir la cohesión social con su espíritu crítico.

Punto 3, La Manipulación:

Etimológica// vendría a significar *intervención consciente @ un material con un fin determinado*. Nos referimos a la manipulación de los contenidos de conciencia, de los mensajes de los medios de comunicación, intervención que tiene consecuencias sociales y políticas.

@ contexto de la sumisión de las conciencias se entiende manipulación como comunicación de los pocos orientada al dominio de los muchos. Bajo el manto de una supuesta libertad de expresión los pocos que disfrutaban de ella por poseer los medios, moldean las conciencias de millones de personas, los educan @ su docilidad para soportar el sistema de dominio y la explotación vigente. Esta manipulación parte de:

- La concentración del capital @ sectores claves.
- El problema de la valorización del capital y la búsqueda de nuevas inversiones
- El desarrollo del sector de servicios
- La eliminación de las fronteras nacionales por intereses económicos y la proliferación de nuevos conflictos étnicos.
- Agudización de la diferencia Norte– Sur.
- Las nuevas tecnologías que permiten un control unitario sobre toda la sociedad.
- Oferta masiva de mercancías

- Preferencia por lo privado, lo q ha provocado el abandono de lo público como modo de regulaciø
- Comercializaciø de todos los aspectos de la vida
- La industria de la comunicaciø es un sector estratégico @ economía, política y cultura.

El objetivo final de la manipulaciø es la pasividad y la sumisiø, y su razø de ser está @ leyes q rigen la econom de mercado. Se manipula cuando se ofrece informaciø q no refleja los intereses y necesidades de los consumidores y q deliberada// no concuerdan c/ la realidad social.

Lo opuesto es la formaciø crítica y la voluntad democrática para el desarrollo multilateral de la personalidad humana. Para ello el pueblo habrá de convertirse @ protagonista de los medios.

Punto 4, Las Técnicas de Manipulación:

La Selección Es de las más inadvertidas y consiste @ difundir solo las informaciones y conocimientos q satisfacen los intereses y objetivos de los productores. La informaciø es por naturaleza selectiva. @ formaciø social q se denomina libre mercado se selecciona lo q se cree q vender mejor y a más gente. La informaciø est @ manos de unos pocos.

El Silenciamiento Se comunica solo lo q conviene. Es cuando la verdad no responde a los intereses del capital, no se trata de mentir sino de no decir la verdad.

La Comunicaciø Protocolaria La mayor de las noticias emitidas se refieren a los gobernantes y se suelen presentar c/ imágenes. Se les presenta @ inauguraciones, etc. siempre en funciø del protocolo, pero nunca @ una reuniø o negociaciø.

Los Mitos de la Sociedad Occidental Esta manipulaciø se lleva a cabo por una serie de mitos. Según **Schiller**:

- El mito del individualismo y la decisiø personal supremac del individuo como valor supremo
- El mito de la neutralidad la apariencia de neutralidad
- El mito de la naturaleza inalterable la opiniø de la naturaleza humana influye @ comporta_ de la gente y @ sus expectativas.
- El mito de la ausencia de conflictos el conflicto se presenta como problema individual.
- El mito del pluralismo de los medios la ilusiø de q la gran cantidad de ofertas hacen de la misma una oferta diversificada.

Las Encuestas y Sondeos de Opiniø Técnicas para averiguar y determinar los hábitos y preferencias individuales y colectivas. No son neutrales, pues los gustos dependen de las relaciones sociales. Tienen la propiedad de crear estados de opiniø, disparar dudas, etc. Se emplean tanto c/ los bienes de consumo como @ elecciones políticas.

La Censura Existen varias clases:

- @ regímenes totalitarios se realiza la Censura Previa
- Censura q se lleva a cabo después de la impresiø pero antes de la venta
- Autocensura para evitar problemas de cualquier tipo.

La Personificaciø de la Política Los dirigentes se juzgan por sus atractivos personales y no por sus logros o fracasos.

La Presentaciø Lingüística El lenguaje es el principal instrumento de manipulaciø. El capitalismo de hoy @ día lo utiliza para confundir y no para cooperar. Se nos muestran los acontecimientos descontextualizados por lo q resulta difícil comprenderlos.

Punto 5, El Entreteni_:

El último objetivo del entreteni_ no es más q ganar dinero de la explotaciø de distintos programas. @ realidad es una cuestiø política, ya q se nos muestra como los derechos de los más fuertes predominan sobre los derechos de los humanos a través de la explotaciø de temas q representan los instintos más bajos de la condiciø humana, como son el sexo y la violencia.

Se explotan de igual modo todas las formas de cultura popular para así poder cumplir c/ su funciø de entretener a las masas, favoreciendo el conformismo y la manipulaciø ideológica.

Esta cultura de medios contribuye decisiva// a la formaciø de la opiniø de la mayoría.

Punto 6, La Industria del Reclamo o Publicidad Comercial:

Los medios están plagados de reclamos comerciales, q son los q financian y los q producen ganancias.

Esta industria aglutina a más expertos de numerosas ramas, q lo q pretenden hacer es encontrar los métodos más eficaces para inducirnos a comprar. Ya no solo nos ofrecen los productos, sino q nos ofrecen un maravilloso mundo, inexistente, q es alcanzable mediante la compra del producto.

Cualquier problema personal se soluciona comprando. La libertad se reduce a la libertad de comprar. El problema es q nadie escapa a este fenómeno ni puede prescindir de lo superfluo. El gasto es escandaloso y todo el dinero derrochado podría suavizar ciertos problemas como el hambre o la pobreza.

Punto 7, Los Límites de la Manipulación:

Los medios de comunicaciø pueden interpretar, presentar o embellecer la realidad pero lo q no pueden hacer @ ningún modo es cambiarla, por lo q los conflictos sociales se mantienen. Por ello los limites de la manipulaciø se han de buscar @ condiciones del propio sistema.

Ø= ó n q = que

_ = miento // = mente

aunq= aunque c/ = con

pq = por qué ,porque ,por que

@= en, en la, en los, en las, en lo