

## Desinformación, pseudoinformación y perversión del lenguaje

### Bibliografía Especializada

Susana Fernández Herrero

Centro de Documentación Virtual – FUHEM Ecosocial

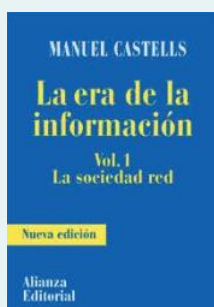
*Telediario tras telediario los periodistas de ‘reverencia’ se aseguran de que las mentiras y las frases manipuladoras lleguen a nuestros hogares y mentes.*

Clara Valverde

Ofrecemos a continuación una selección de libros y capítulos de libros cuya temática está más enfocada a cómo los medios de comunicación tratan, o no, los cuatro grandes temas abordados en este boletín; el capitalismo, el cambio climático, el patriarcado y la corrupción.

Cada referencia bibliográfica va acompañada de una frase sacada del libro que constituyen, en sí mismas, afirmaciones dignas de reflexión.

### El capitalismo en los medios de comunicación



**CASTELLS, Manuel**, 'La nueva economía: informacionalismo, globalización e interconexión en red'. En: *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Vol. 1. La sociedad red*, Madrid: Alianza, 20012, pp. 111-200.

*'En el último cuarto del siglo XX surgió una nueva economía a escala mundial, una economía informacional, global y conectada en redes. Informacional porque la productividad y competitividad de las unidades y agentes de esta economía dependen fundamentalmente de su capacidad para generar, procesar y aplicar con eficacia la información basada en el conocimiento.'*



**CONILL, Jesús** , 'Economía ética de los medios de comunicación". En: **CONILL, Jesús; GOZÁLVEZ, Vicent** (coords.), *Ética de los medios: una apuesta por la ciudadanía audiovisual*, Barcelona: Gedisa, 2004, pp. 123-159.

*"Si como ciudadanos no logramos activar nuestra autonomía efectiva en ese nuevo mundo audiovisual, no gozaremos de auténtica libertad democrática, pues el poder de los medios puede llevarnos a un nuevo tipo de dominación o incluso de esclavitud mental."*

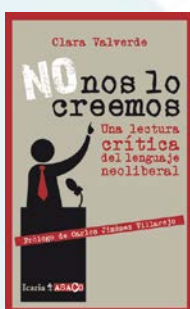


**MORAES, Dênis de**, (coord.), *Por otra comunicación: los media, globalización y poder*, Barcelona: Icaria, 2005, 331 p.

*"Los media desempeñan una función estratégica primordial como máquinas productivas que legitiman ideológicamente la globalización capitalista."*

**McCHESNEY, Robert W.**, 'Medios globales, neoliberalismo e imperialismo". En: **MORAES, Dênis de** (coord.), *Por otra comunicación: los media, globalización y poder*, Barcelona: Icaria, 2005, 331 p.

*"... el surgimiento de un sistema mediático tan altamente concentrado en manos de grandes intereses privados viola, de forma fundamental, cualquier noción de prensa libre en la teoría democrática"*

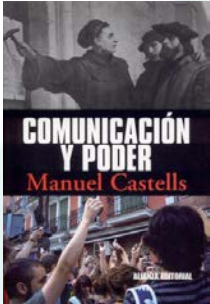


**VALVERDE, Clara**, *No nos lo creemos: una lectura crítica del lenguaje neoliberal*, Barcelona: Icaria, 2013. 99 p.

*"Las palabras no son neutras: sirven para hacer algo al que las escucha. Las palabra y las frases que utilizan las élites políticas y economías liberales intentan que la ciudadanía se comporte de ciertas maneras y, sobre todo, para que adopte opiniones y comportamientos sin que los poderosos tengan que ejercer la fuerza de manera obvia."*

## El cambio climático en los medios de comunicación

*El cambio climático suele tratarse de manera incompleta en los medios sobre todo en la medida en que no se profundiza en sus causas y consecuencias.*  
José Bellver, Paul Serrano, Pau Salarich



**CASTELLS, Manuel,** "La campaña contra el cambio climático: el movimiento ecologista y la nueva cultura de la naturaleza". En: *Comunicación y poder*, Madrid: Alianza, 2011, pp. 398-442.

*"El esfuerzo colectivo de los ecologistas y de los científicos, que utilizaron los medios de comunicación para cambiar la opinión pública y para influir en quienes tomaban las decisiones, ha provocado que las empresas modifiquen su actitud o al menos la imagen pública que quieren proyectar."*



**FERNÁNDEZ REYES, Rogelio** (dir.); **MANCINAS CHÁVEZ, Rosalba** (coord.), *Medios de comunicación y cambio climático*, Sevilla: Fénix Editora, 2013, 277 p.

*"En España hemos asistido, en los últimos años, a un debilitamiento de las políticas del cambio climático, reflejado en su recorte presupuestario, a una disminución de su presencia mediática y a una disminución de la preocupación ciudadana por este reto. Todo ello a la par que se multiplican las señales de alarma del avance del cambio climático de numerosas instituciones internacionales poco sospechosas de radicalidad, tales como El Banco Mundial o la Agencia Internacional de la Energía."*



**KLEIN, Naomi,** *Esto lo cambia todo: el capitalismo contra el clima*, Barcelona: Paidós, 2015, 703 p.

*"Muy poco se ha dicho, sin embargo, de cómo el fundamentalismo del mercado ha saboteado sistemáticamente desde el primer momento nuestra respuesta colectiva al cambio climático, una amenaza que empezó a llamar a nuestra puerta justo cuando esa otra ideología alcanzaba su cenit."*



**LEÓN, Bienvenida** (coord.), *Periodismo, medios de comunicación y cambio climático*, Salamanca: comunicación Social, 2014, 192 p.

*“Hoy son ya pocos quienes ponen en duda la existencia y la causa del cambio climático. No en vano, en los últimos años, los científicos han ido aportando pruebas cada vez más rotundas, al mismo tiempo que las consecuencias del proceso se han ido haciendo evidentes en muchos puntos del planeta. Sin embargo, los medios de comunicación parecen no ser conscientes de la importancia y consecuencias del cambio climático, habida cuenta de la escasa atención que le dedican”.*



**VICENTE MARIÑO, Miguel**, ‘La expansión de la investigación sobre comunicación medioambiental: ¿otra consecuencia más del cambio climático? En: ÁLVAREZ CANTALAPIEDRA, Santiago, *Convivir para perdurar: conflictos ecosociales y sabidurías ecológicas*, Barcelona: CIP-Ecosocial, Icaria, 2011, pp. 371-387.

*“Las agendas temáticas encumbran unas cuestiones informativas, mientras relegan a otras a un segundo plano... En el caso del medio ambiente, la centrada del cambio climático en el discurso político, mediático y ciudadano ha motivado la multiplicación de estudios que pretenden arrojar más luz sobre este proceso.”*

## El patriarcado en los medios de comunicación

*El patriarcado, actualmente, se (re)produce, se enseña, e incluso se introduce ideológicamente en cada resquicio social, y también en nuestros cuerpos, a través fundamentalmente de los medios de comunicación de masas.*

*Beatriz Gimeno*



**AZNAR, Hugo,** *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: códigos y recomendaciones para los medios*, Barcelona: Paidós, 2005, 319 p.

*‘El papel de los medios en la transformación social es esencial... Lamentablemente, los medios no han estado a la altura del cambio social de las mujeres. En muchos casos han desempeñado un rol conservador, yendo a la cola de las transformaciones cuando no dificultándolas al mantener los estereotipos tradicionales. En demasiadas ocasiones la proyección de la imagen de la mujer ha sido puramente instrumental... o ha sido presentada de forma negativa o degradante.’*



**BERMEJO, José Carlos,** ‘Entre la realidad y el silencio: la historia de las mujeres’. En: *La consagración de la mentira: entre la realidad y el silencio*, Madrid: Siglo XXI, 2012, pp. 75-94.

*‘Durante mucho tiempo se dijo que no es cierto que las mujeres fuesen excluidas del discurso histórico, al fin y al cabo en él siempre estuvieron presentes las reinas, las abadesas y otros tipos de mujeres importantes... porque supieron desempeñar los grandes papeles reservados exclusivamente a los hombres... también se ha intentado por parte de historiadoras e historiadores reivindicar la importancia de las mujeres en la historia, demostrando que aquello más elevado, más espiritual, implícito en la condición masculina, es decir, el pensamiento, el arte, la cultura, también estuvo en manos de las mujeres: poetisas, místicas, teólogas, filósofas y científicas.’*



**JORGE ALONSO, Ana,** ‘Los estudios en el área de la comunicación audiovisual desde la perspectiva de género’. En: *Mujeres en los medios, mujeres de los medios: imagen y presencia femenina en las televisiones públicas: Canal Sur TV*, Barcelona: Icaria, 2004, pp. 21-94.

*‘Las mujeres buscan cada vez más imágenes reales con las que poder sentirse identificadas. Reconocer la fiabilidad de los medios en el rigor en la elaboración de contenidos, acordes al mundo en el que vivimos, y lo que a veces parece incluso más importante, el que queremos construir.’*

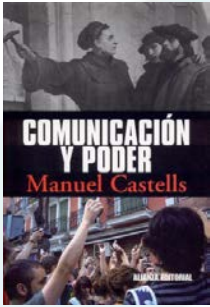


**MESA, Manuela; ALONSO CANO, Laura; COUCEIRO, Elena, *Visibles y transgresoras. Narrativas y propuestas visuales para la paz y la igualdad*, Madrid: CEIPAZ, 2013, 129 p.**

*“Las narrativas dominantes legitiman la desigualdad en el reparto de la riqueza y el poder en el mundo y sus efectos: la pobreza, la crisis ecológica, la violación de los derechos humanos, la exclusión y los conflictos armados. Esta narrativa utiliza visiones estereotipadas para explicar la pobreza y la exclusión social, atribuyéndoles rasgos asociados a la violencia, indisciplina, primitivismo y atraso, entre otros. También legitiman la desigualdad entre hombres y mujeres, lo que se manifiesta en estereotipos y prejuicios sexistas, división sexual del trabajo, invisibilización de las mujeres, feminización de la pobreza, ausencia y negación de derechos.”*

## La corrupción en los medios de comunicación

*Los medios de comunicación privados han percibido con claridad que más allá de las motivaciones éticas o de justicia que latían detrás de sus denuncias de los casos de corrupción había un grupo numeroso de ciudadanos que estaba interesado por primera vez en este tipo de noticias*  
Braulio Gómez Fortes



**CASTELLS, Manuel**, "Programando las redes de comunicación: política mediática, política del escándalo y crisis de la democracia". En: *Comunicación y poder*, Madrid: Alianza, 2011, pp. 261-392.

*"En la sociedad contemporánea, en todo el mundo, los medios de comunicación son la forma de comunicación decisiva... Los mensajes, las organizaciones y los líderes que no tienen presencia mediática no existen para el público. Por tanto, sólo aquellos que consiguen transmitir sus mensajes a los ciudadanos tienen la posibilidad de influir en sus decisiones de forma que les lleve a posiciones de poder en el estado y/o mantener su control en las instituciones políticas."*



**EIGEN, Peter**, *Las redes de la corrupción: la sociedad civil contra los abusos del poder*, Barcelona: Planeta, 2004, 319 p.

*"¿De qué hablamos cuando hablamos de corrupción? La corrupción es un abuso de confianza, una utilización fraudulenta del poder otorgado a ciertos actores para que lo usen, en bien de quienes se lo otorgan y, sin embargo, ejercido para beneficio privado."*



**FUNDACIÓN ALTERNATIVAS**, *Informe sobre la Democracia en España 2014: Democracia sin política*, Barcelona: Icaria, 2014, 256 p.

*"El Informe sobre la Democracia en España 2014 ahonda en las tres heridas que la crisis y la gestión de la misma: una sociedad desigual, empobrecida y desafecta, aunque no pasiva; una política superada por las circunstancias, impotente y, a la vez, seriamente dañada por la corrupción, y un deterioro institucional que ha afectado a la práctica totalidad de las instituciones, desde el Gobierno, hasta la monarquía."*