



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

**ANÁLISIS CRÍTICO DE LA MANIPULACIÓN EN LA
SOCIEDAD**

T E S I N A

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PSICOLOGÍA**

**P R E S E N T A:
RUEDIGER KONRAD SCHIED GROSS**

**DIRECTORA DE LA TESINA:
DRA. CLAUDETTE DUDET LIONS**



Ciudad Universitaria, D.F.

Agosto, 2013.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO 1 SOCIEDAD	
1.1 Historia del concepto de sociedad	4
1.2 Definición del concepto de sociedad	15
1.3 Estructura social.....	17
1.3.1 Posición social.....	18
1.3.2 Papel social	18
1.3.3 Grupos.....	19
1.3.4 Instituciones.....	19
1.4 Sociedad y cultura	20
1.4.1 Concepto de cultura	20
1.4.1.1 Elementos de la cultura	22
1.5 Socialización e individualización.....	23
CAPÍTULO 2 MANIPULACIÓN	
2.1 Concepto de manipulación	27
2.2 Aspectos que facilitan la manipulación.....	28
2.2.1 Aspectos cognitivos de la manipulación.....	29
2.2.1.1 Manipulación de la comprensión basada en la memoria a corto plazo	29
2.2.1.2 Manipulación episódica.....	30
2.2.1.3 Manipulación de la cognición social	32
2.2.2 Aspectos discursivos de la manipulación.....	33
2.2.2 Aspectos sociales de la manipulación.....	35
2.3 Algunas funciones de la manipulación en la sociedad	37
2.3.1 Política	37
2.3.2 Económica	39
2.3.3 Militar	41
2.4 Algunas formas de manipulación	42
2.4.1 Propaganda	42
2.4.1.1 Estrategias y técnicas básicas de propaganda	44
2.4.1.2 Medios de comunicación y propaganda.....	45
2.4.2 Censura	47
2.4.3 Miedo	48
2.4.4 Desinformación	50
2.5 Papel de los medios de comunicación de masas en la manipulación ...	50
2.6 Ciencia y manipulación	54
2.7 Antídoto para la manipulación: pensamiento crítico	55

CAPÍTULO 3 PROPUESTA

3.1 Justificación	60
3.2 Carta descriptiva del taller	61
3.3 Carta descriptiva por sesión	66
3.4 Criterios de evaluación	74

CONCLUSIONES	75
---------------------------	-----------

REFERENCIAS.....	77
-------------------------	-----------

ANEXOS

Anexo 1 Formato: “Análisis crítico de un ejemplo de manipulación”

RESUMEN

El presente trabajo tiene como uno de sus objetivos proporcionar información actual en el tema de la manipulación en la sociedad; exponiendo los aspectos más relevantes en el tema. Como propuesta central está la aplicación de un taller llamado “Manipulación: qué es, cómo se hace y su antídoto” que busca contribuir a la autodeterminación de los miembros de la sociedad.

Palabras claves: Manipulación y sociedad.

ABSTRACT

One of the objectives of the following work is to present current information on the subject of manipulation and society; presenting the most relevant aspects concerning the topic. The main proposal is the application of a workshop called “Manipulation: what is it, how is it done and how you can protect yourself” that tries to contribute to the self-determination of society members.

Key words: Manipulation and society.

INTRODUCCIÓN

El trabajo aquí presentado pretende proporcionar información actualizada en el tema de la manipulación en la sociedad, y basándose en la misma, sugerir la sensibilización en el tema y la promoción del pensamiento crítico como una posible herramienta para contrarrestar sus efectos.

A pesar de que la manipulación de los grupos sociales es un fenómeno ampliamente extendido y presente en casi cualquier dimensión de nuestra vida social (Handelman, 2009), no se le ha prestado suficiente atención. En este trabajo se busca aclarar algunos aspectos de la razón de esta contradicción.

La definición de la manipulación es un problema teórico persistente (Le Cheminant & Parrish, 2011), debido al tipo de fenómeno al que se refiere. En este trabajo no se pretende unificar las definiciones existentes sino más bien mostrar aspectos importantes de la manipulación. De manera general se adoptan las dos premisas propuestas por Goodin (1980) que plantean que un acto de manipulación debe de ser engañoso y contrario a la “supuesta” voluntad de los sujetos; sin que esto implique la exclusión de otras definiciones que son útiles para aclarar diversos aspectos. Además es importante considerar la relación de la manipulación con el poder, el control y la dominación en la sociedad.

A lo largo del trabajo se describirán y se analizarán diversas funciones y formas de manipulación, teniendo en cuenta que es un fenómeno multicausal en el que además inciden distintos factores.

El macro escenario en dónde ocurre la manipulación es la sociedad, es por esto que en este trabajo se busca un mejor entendimiento de lo que es y cómo funciona.

La propuesta central del trabajo es un taller de sensibilización en el tema de la manipulación y la sociedad. Además se propone al pensamiento crítico como

una herramienta básica para desenmascarar las múltiples manipulaciones a las que estamos sujetos los miembros de cualquier sociedad.

En el primer capítulo se tratará el tema de la sociedad, comenzando por un breve recuento de la historia de este concepto, para llegar a las definiciones actuales. Posteriormente se revisa la estructura social, conformada por la posición social, el papel social, los grupos y las instituciones. También se describe la relación entre la cultura y la sociedad, para finalmente analizar los procesos de socialización e individualización. Esto sirve como base para abordar el tema de la manipulación en la sociedad en el segundo capítulo.

El segundo capítulo comienza con la revisión de las definiciones más relevantes de manipulación, posteriormente se presentan los aspectos cognitivos, discursivos y sociales que la facilitan. A continuación se analizan algunas funciones que cumple la manipulación dentro de la sociedad; en específico en el área política, económica y militar. Además se explican algunas de las formas más utilizadas de manipulación: propaganda, censura, miedo y desinformación. Posteriormente se hace una revisión del papel de los medios de comunicación de masas en la manipulación, así como la relación entre este fenómeno y la ciencia. Por último se presenta al pensamiento crítico como un antídoto, capaz de contribuir a la formación de individuos autodeterminados.

El tercer y último capítulo contiene la propuesta, que como ya se ha mencionado es el planteamiento de un taller que brinda información acerca de qué es la manipulación, cómo se lleva a cabo y qué pueden hacer las personas para protegerse de la misma.

CAPÍTULO 1

SOCIEDAD

1.1 Historia del concepto de sociedad

Las sociedades no han sido siempre conscientes de sí mismas. Durante largo tiempo el acontecer social se explicó por el recurso de la intervención de poderes que estaban fuera del control humano, y que no formaban parte de la experiencia directa del mismo (Ortega, 1996). Especulaciones sobre la sociedad han existido en todas las sociedades de las que tenemos testimonios escritos. De manera muy particular podemos encontrarlas en la tradición filosófica que arranca en la Antigüedad griega y que, a través de Roma primero y del Medioevo después, llega hasta la modernidad. Pero en todos los casos se tratan de reflexiones filosóficas o teológicas, que no explicaban la sociedad a partir de factores o elementos propiamente sociales, y para los que la sociedad como una entidad propia no existe (Ortega, 1996).

La realidad de la sociedad emerge a partir del momento en que el Occidente europeo entra en crisis con el modelo tradicional. Es en este punto que la sociedad necesita ser descrita y esclarecida de manera racional. Ahora la sociedad adquiere una realidad propia que ha de ser explicada por los recursos que esta misma sociedad pone a disposición del ser humano (Raison, 1970).

Esta nueva realidad es el resultado convergente de varias revoluciones, en concreto tres: la económico-industrial, la política y la cognoscitiva (Ortega, 1996). La revolución económico-industrial supuso la desaparición de modos de producción como el feudal y el artesanal, dando lugar a la industria y al orden económico capitalista. Todo ello originó la emergencia de nuevos problemas “sociales” a los que era necesario dar respuestas, como por ejemplo, la situación de la clase trabajadora, la concentración de poblaciones, la división del trabajo etc.

La segunda revolución fue la política, en la cual se destruyó el sistema de autoridad del Antiguo Régimen. La revolución francesa de 1789 fue el

comienzo de un nuevo sistema político, la democracia, que tendría importantes repercusiones sobre la organización de la vida individual y colectiva.

La última revolución es la que refiere a los cambios en el conocimiento. Frente a la verdad revelada de la religión y frente al pensamiento discursivo de la Filosofía, en Europa se producen dos importantes novedades: el racionalismo y el empirismo, que proclama que el conocimiento es el resultado de aplicar la razón individual a la realidad que nos rodea. El proceso de racionalización se compone de dos aspectos: la crítica a la tradición y la crítica a la religión. A partir de estos presupuestos la sociedad se entenderá como una realidad construida por los humanos, un producto de sus actos.

El primer teórico del concepto de sociedad fue Saint-Simon (citado en Raison, 1970), para quien la sociedad es el fruto de los esfuerzos individuales y colectivos; esfuerzos que se materializan en el trabajo industrial. Saint-Simon es además la base de los dos grandes modelos explicativos de la sociedad que se desarrolla en el siglo XIX: el positivismo y el marxismo.

El positivismo en cuanto a su explicación de la sociedad tiene dos grandes exponentes: Comte y Spencer (Hughes & Kroehler, 2011). Comte sostiene que la sociedad es una realidad que debe primar sobre el individuo, y que cualquier fenómeno social solo puede explicarse en relación con el todo, la sociedad, del que forma parte; la sociedad progresa siguiendo una línea evolutiva prefijada, en virtud de la cual toda sociedad pasa invariablemente por tres etapas:

- Estadio teológico, en el que los acontecimientos sociales se explican por fuerzas sobrehumanas e invisibles.
- Estadio metafísico, en el cual la explicación se efectúa a través de ideas abstractas
- Estadio positivo, en donde la observación y el razonamiento se convierten en el modo fundamental de conocer.

Spencer (citado por Hughes & Kroehler, 2011) por su parte plantea que toda sociedad evoluciona de un estado primitivo, homogéneo y simple a otro

avanzado, caracterizado por la heterogeneidad. Para él existen dos tipos de sociedades: la militar, caracterizada por el estado de guerra permanente y el centralismo; y la sociedad industrial, caracterizada por la autonomía y libertad de las personas en correspondencia con la división del trabajo. Además Spencer es un organicista, explica a la sociedad como un organismo biológico.

Marx (citado por Raison, 1970) en su teoría social, el marxismo, critica a la sociedad industrial capitalista y hace aflorar las contradicciones de los conceptos de sociedad existentes hasta el momento. Son esenciales en su teoría social tres aspectos: la alienación, la práctica económica y la dialéctica.

- La alienación

Para Marx la situación básica de cualquier sociedad es su actividad económica. Es en esta actividad económica donde ocurre el proceso de alienación, que propone que al ser humano se le arrebatara, por los capitalistas, su medio de producción y subsistencia. En vez de afirmarse en el trabajo, el ser humano se niega a sí mismo, en este caso el trabajo no satisface ninguna necesidad humana, ya que es tan solo una manera de satisfacer necesidades ajenas al trabajo mismo.

- La práctica económica

Marx plantea que los individuos humanos, como seres vivientes tienen ciertas necesidades de supervivencia, la satisfacción de estas necesidades conduce a nuevas necesidades y los seres humanos comienzan a procrear y a establecer relaciones sociales que establecen a la familia. En este proceso de satisfacción de necesidades y transformación de la naturaleza, que no es otro que el trabajo, los seres humanos establecen relaciones sociales. El modo de producción no es, por tanto, una exclusiva reproducción de las condiciones físicas necesarias para vivir, es también un modo específico de vida social. El modo de producción es una relación múltiple entre las fuerzas productivas y las relaciones de propiedad. Encima de esta estructura económica emerge la superestructura, formada por todas las formas de

conciencia social y a la que pertenecen el orden jurídico, la política y las ideologías.

- Dialéctica

Cualquier formación social es, a la vez que producto de la práctica social, una realidad contingente, destinada a ser superada por otra formación social. En cualquier época existen contradicciones que desencadenan un proceso de cambio que es la revolución. En cuanto a que el hombre crea las condiciones de su existencia está urgido continuamente a suprimir y superar las contradicciones y obstáculos que se interponen a su desarrollo.

Posterior a este desarrollo teórico surgen tres grandes exponentes clásicos de las teorías sociales. El primero es Durkheim (citado por Lukes, 1984) quien propone que la sociedad no es la mera suma de los individuos que la constituyen, sino una realidad distinta y superior a todos ellos, en donde la sociedad tiene primacía sobre el individuo; no pudiéndose explicar a éste sin la sociedad a la que pertenece. Además postula una teoría de cómo la sociedad se ha desarrollado desde una sociedad primitiva hasta la sociedad moderna (Ritzer, 2003).

Uno de los puntos esenciales de esta teoría es el paso de la solidaridad mecanizada, la cual es típica de las sociedades poco desarrolladas y en donde todos los participantes realizan las mismas labores porque hay poca especialización; a la solidaridad orgánica, que ocurre cuando los sectores de la población se especializan y en donde cada habitante depende de otros para sobrevivir. Uno de los cambios que ocurre al pasar de la solidaridad mecanizada a la orgánica es la modificación de la conciencia colectiva. Esta conciencia es el conglomerado de ideas compartidas por un grupo, tribu o sociedad. Son colectivas en el sentido que ningún individuo las conoce o posee todas.

En la solidaridad mecánica la conciencia colectiva afecta a todos, estas ideas son muy poderosas y todos los miembros intentan actuar acorde a ellas; además son muy rígidas y están en gran medida asociadas a la religión. Por su parte, en la solidaridad orgánica menos personas son afectadas por las ideas colectivas. En otras palabras las personas pueden evadirlas, y no ejercen tanto control; no están asociadas con la religión.

Dentro de una sociedad con solidaridad orgánica ocurre un fenómeno llamado anomia (Lukes, 1984), el cual puede ser definido como el desconocimiento de lo que se supone que una persona debe hacer. Esto se debe al declive de la conciencia colectiva, resultando cuando al ser humano se le confronta con diversas opciones y no sabe qué hacer; lo cual produce un efecto general de falta de “atracadero social” (Ritzer, 2003 p.20).

El segundo de los teóricos clásicos es Weber (Ritzer, 2003), quien considera que la sociedad se basa en la acción social, la cual consiste en toda conducta humana que tiene un sentido intersubjetivo, es decir, que está referida a la conducta de otras personas (Weber, 1921/1946). A diferencia de Marx (Ritzer, 2003), Weber propone que las relaciones de dominación son complejas, ya que no sólo se refieren a las relaciones verticales, si no que hay que considerar las creencias de los dominados. A tal efecto, Weber realiza una distinción entre poder y autoridad.

El poder está basado en la fuerza o en la coacción, porque implica la capacidad de alguien de imponer su voluntad a los demás. Por el contrario, la autoridad se basa en la capacidad de convencer, para lo cual tiene muy en cuenta las creencias de los sometidos. Weber (1921/1946), plantea “La autoridad necesita legitimarse, justificarse y mostrarse creíble a los ojos de los que obedecen, que lo hacen creyendo actuar con sus propios criterios.” (p.125) La legitimidad de la autoridad puede basarse según Weber (1921/1946) en tres principios diversos, que dan lugar a tres tipos de dominación:

- Autoridad tradicional: cimentada en la creencia de la santidad de las formas de dominación existentes, siendo el pasado quien establece las orientaciones a seguir.
- Autoridad carismática: atribución a la persona de cualidades extraordinarias o sobrenaturales.
- Autoridad legal-racional o burocrática: considera que cualquier derecho puede crearse o modificarse por medio de un estatuto legal sancionado correctamente.

El tercer teórico clásico es George Simmel, quien plantea una concepción de término de sociedad vigente hasta ahora, la cual se analizará más adelante.

La sociología clásica, junto con las teorías de Marx y de Sigmund Freud, se convertirían en el punto de partida de diversas teorías sociológicas que ocupan gran parte del siglo XX (Ortega, 1996). En este periodo se enfoca la atención en temas que pudieran ser fundamentos de cambios sociales. Surgen tres fuertes corrientes que son: el estructural-funcionalismo, el interaccionismo simbólico y la Escuela de Frankfurt.

Según Buckley (1977) el estructural-funcionalismo tiene como principal preocupación el mantenimiento del orden social, por lo tanto presta atención especialmente a las consecuencias que tienen las instituciones sociales en mantener el equilibrio social. Este mismo autor plantea dos principios básicos en cuanto a la sociedad. El primero se refiere a que cualquier sociedad es un sistema formado por elementos interdependientes. El segundo postulado se refiere a que este sistema social puede ser entendido del mismo modo que los sistemas naturales y reducido a variables.

Dentro del funcionalismo destacan dos modalidades (Buckley, 1977):

- Funcionalismo absoluto de Malinowski.

Sus estudios antropológicos lo convencieron de que toda sociedad se caracteriza por una cultura singular. Toda sociedad constituye un todo

integrado, coherente y armónico, en el que existe unidad entre sus partes componentes. Estas partes se explican a su vez por la relación con el todo social. La cultura existe para satisfacer las necesidades sociales, siendo estas necesidades las que dan origen a las instituciones sociales. La cultura para Malinowski es un patrimonio instrumental que le permite al ser humano solucionar problemas concretos, es un conjunto de objetos, actividades y actitudes en la que cada parte existe como medio para un fin.

– Estructural funcionalismo de Talcott-Parsons

El estructural funcionalismo de Parsons considera la sociedad de forma abstracta y total. La sociedad es un sistema integrado por tres focos: el actor individual, la interacción y las pautas culturales: los tres están mutuamente implicados, y la variación de cualquiera de ellos está limitada por su compatibilidad con las mínimas condiciones de funcionamiento del resto. Un sistema social debe cumplir con unos requisitos mínimos respecto a cada uno de estos focos: ha de ser, en primer lugar, compatible con el funcionamiento de sus actores individuales; en segundo lugar, tiene que haber una proporción de actores suficientemente motivados para actuar de acuerdo con sus roles; en tercer lugar, debe tener pautas culturales que definan un mínimo de orden y que planteen demandas posibles a los actores. Parsons marca el tránsito del funcionalismo a la teoría de sistemas, la cual concebía a la sociedad en forma circular: como un proceso de continua retroalimentación de los efectos sobre las causas. La sociedad es vista ahora como una “complejidad organizada: una reunión de entidades interconectadas por una red compleja de relaciones” (Buckley, 1977 pp. 66).

Por otra parte, está la perspectiva teórica del interaccionismo simbólico, que es el estudio del comportamiento desde una perspectiva próxima a la psicología social. Su principal exponente es Mead (1934/1972) quien establece la relación entre la persona y la sociedad, enfatizando la diferencia entre el “yo” y el “mi”. El “yo” constituye aquello con lo que cada sujeto se identifica; es la reacción del organismo a las actitudes de otros. El “mi” son las actitudes organizadas de los otros que asumimos como propias. Tales actitudes se

articulan en nuestro interior, forman un “mi” y se reacciona ante ellas como un “yo”.

El sujeto sabe entonces lo que los otros quieren de él y cuáles son las consecuencias de sus actos. Las actitudes que requiere para hacerle frente a estas situaciones son el “mi” y la reacción es el “yo”. Este, por lo tanto es una entidad metafísica que sirve para proporcionarnos identidad. El interaccionismo simbólico plantea tres premisas que responden a la cuestión de cómo nos relacionamos con la realidad (Ortega, 1996). Primero plantea que el ser humano orienta sus actos hacia las cosas en función de lo que las mismas significan para él; en segundo lugar afirma que el significado de las cosas se desprende a través de la interacción social que mantiene con los otros; y en tercer lugar propone que los significados se modifican a través de un proceso interpretativo que la persona desarrolla al enfrentarse con las cosas que encuentra en su vida.

A partir de estas premisas el interaccionismo desarrolla una serie de ideas básicas resumidas por Blumer (en Ortega, 1996), entre las que destacan:

- Los grupos y sociedades existen en la medida en que en ellos hay acciones, compuestas por las múltiples actividades que las personas llevan a cabo en su vida cotidiana.
- El grupo implica necesariamente la interacción entre sus miembros. La actividad de un miembro es la respuesta de la actividad de otro.
- Las realidades o mundos que para los seres humanos existen están constituidos por objetos que son el resultado de la interacción simbólica. Todo objeto encierra un determinado significado que establece la manera como la persona ve el objeto, reacciona o habla de él. El significado de cada objeto puede ser plural, ya que no necesariamente significa lo mismo para todas las personas que entran en contacto con él. Para cada persona el significado de un objeto depende de cómo ha sido definido por las personas con quienes interactúa.

- El ser humano se construye a sí mismo en los procesos interactivos. Adquiere conciencia de sí mismo al contemplarse desde afuera, a través de las imágenes que los demás proyectan de nosotros. De este modo el individuo es un ser social, no sólo por la relación que establece con los otros, sino por ser capaz también de establecer una relación consigo mismo.
- Para poder actuar el ser humano ha de interpretar el mundo que lo rodea. Debe construir y orientar su conducta.
- La vida dentro de un grupo constituye en adaptar y ajustar las acciones de los distintos miembros que forman parte del mismo. Ello da lugar a una acción conjunta, que es más que la simple suma de conductas individuales. En toda acción conjunta intervienen una serie de elementos: la cultura asimilada de los participantes, los actos concretos de estos al intervenir en una situación compartida y la historia de acciones previas de los participantes.

Desde esta perspectiva, es el lenguaje simbólico el que hace posible la aparición de formas superiores de organización social que hacen surgir una conciencia reflexiva (Estramiana, 1995). La capacidad de la persona de ser un objeto para sí misma sólo ocurre gracias al lenguaje (Estramiana, 1995). Pero esta capacidad no es consustancial al individuo, sino que es una característica de la interacción humana (Estramiana, 1995).

Para Mead (Estramiana, 1995), la formación del sí mismo se da como proceso social y evolutivo. En una primera fase, el niño se identifica con los roles de otros significativos como la madre. Esta primera adopción de las actitudes de los otros sobre sí mismo es indispensable para que el niño pueda también ser un objeto para sí, al poder adoptar las actitudes que los otros tienen sobre sí mismo. En esa identificación con roles particulares está la base sobre la que se asienta su identificación con los otros como un todo.

La tercera de estas aproximaciones teóricas sociológicas del siglo XX es la Escuela de Frankfurt (Ritzer, 2003). Se caracterizó por la fuerte crítica a la sociedad burguesa y a la soviética. Uno de sus planteamientos más interesantes es el del análisis con relación a la cultura de masas. La sociedad mediaba entre el artista y su obra, de manera que toda obra de arte refleja tendencias sociales, es un campo de fuerza entre sujeto y objeto. El arte siempre ha tenido una función política, en este caso, la escuela de Frankfurt planteaba que su función era emancipar una sociedad que negaba el orden social presente.

La Escuela de Frankfurt pretendía un cambio social a partir de que los individuos que la componen desarrollen una postura crítica y participen de manera activa para emprender reformas sustanciales que busquen el beneficio social (Martínez y Guerrero, 2009). Los autores de esta escuela creen firmemente que deben pronunciarse por la denuncia y reflexión ética que promueva nuevas formas de convivencia social, mismas que posibilitarían el progreso y la libertad para todos los seres humanos (Martínez y Guerrero, 2009).

Estos tres enfoques, junto a las tradiciones más clásicas han dado lugar a una gran variedad de planteamientos y posturas en torno a la sociedad (Ortega, 1996).

El estructural funcionalismo ha dado lugar a perspectivas teóricas más amplias, por ejemplo la de Niklas Luhman. Toda su obra estuvo encaminada a elaborar una Teoría General de la Sociedad (Rodríguez y Torres, 2008). Luhman retoma el modelo sistémico de Parsons, y postula que la sociedad viene a ser el sistema que permite institucionalizar las reducciones fundamentales de la complejidad, estableciendo la parte de complejidad que el ser humano puede transformar en acción social, es decir en experiencias con sentido. De esta manera no lo aportan los individuos, sino que es el sistema quien lo proporciona configurando así a los propios individuos. Ese sentido se adquiere en contextos de sentido que resultan de las experiencias vitales tenidas (Ortega, 1996).

Otra perspectiva teórica propone que el rol de la sociedad para la sociología, debe entenderse en el contexto de su vocación por proveer de marcos interpretativos con los que dar sentido a los cambios sociales que han transformado al mundo durante los últimos dos siglos (Habermas, 1963). Habermas (citado por Martínez y Guerrero, 2009), propuso la teoría de la acción comunicativa, en la cual plantea una integración de la acción social y la estructura que supera al determinismo economicista del marxismo. La acción comunicativa es el fundamento sociocultural de la experiencia humana cotidiana. El entendimiento entre dos actores de la comunicación, funciona como mecanismo coordinador de la acción (Mardones, 2001). La acción comunicativa puede ser entendida como un proceso circular en el que el actor es dos cosas en una: un iniciador que maneja situaciones por medio de acciones de las que es responsable, y un producto de las transiciones que lo rodean, de los grupos cuya cohesión se basa en la solidaridad a al que él pertenece, y de los procesos de socialización en los que él surge (Schettino, 2001).

Surge entonces el concepto de sociedad como un objeto de estudio donde el canon sociológico pueda aplicarse y desarrollarse de forma sistémica (Chernilo, 2004). Además el concepto de sociedad ha sido usado para formular diagnósticos epocales, es decir, narraciones de orden general sobre el sentido y características más importantes del cambio social en curso. Se puede observar entonces que la definición de sociedad permite vincular los diagnósticos con la formación del canon en la sociología, o, en otras palabras, que los cambios que se producen en la definición de sociedad entregan pistas sobre las relaciones entre las dimensiones teórico-institucionales (canon) e históricas (diagnóstico epocal) de la disciplina. El argumento es que la sociedad puede producir una mediación entre las herramientas analíticas y los diagnósticos de la sociología, con el objeto de entender las relaciones entre la disciplina y el mundo social al que ella misma pertenece.

Chernilo (2004) propone que al entender la sociedad como ideal regulativo, la sociología no puede fijarla a una formación histórica o geográfica concreta. A este uso de la sociedad para delimitar formaciones histórico-geográficas lo

denominamos aquí el rol "referencial de la sociedad". Entender la sociedad como un ideal regulativo significa comprender la función que la sociedad ha desempeñado de hecho como parte del núcleo reflexivo de la disciplina, rol que, sin embargo, ha quedado opacado hasta ahora, posiblemente en razón de la aplicación más directa que ha tenido su uso referencial.

Habiendo hecho un recorrido histórico-conceptual del término sociedad, se puede observar que es un término complejo, susceptible de referirse a realidades distintas, y capaz de recibir enfoques contrapuestos.

1.2 Definición del concepto sociedad

La sociología, cuyo objeto de estudio es la sociedad, ha fallado en establecer un concepto unívoco de este término (García, J. 2000). Más aún "...esta disciplina no ha progresado mucho desde el tiempo de los clásicos, quienes, a finales del siglo XIX, rechazaron este término, o cuando menos le asignaron un rango menor en su arquitectura teórica..." (García, J. 2000, p.97).

Teóricos como Luhman y Simmel han intentado conceptualizar la sociedad. En este trabajo se expondrá de forma resumida sus teorías, así como se hará una breve revisión de la etimología del término sociedad y de sus acepciones.

Etimológicamente (Etimología de la lengua española, 2007), sociedad viene del término latino **socius**, derivado de una raíz indoeuropea que significa **seguir** o **acompañar**. Socio es entonces el cercano o asociado en algo común, sobre todo el que está al lado en la vecindad, en el trabajo o en la batalla. Socio se contrapone a «*hostis*», que es el extranjero, el alejado, que por estar más allá de la puerta («*ostium*») es visto como opuesto o incluso peligroso. Sociedad sería entonces la agregación o conjunto de socios, de colegas, de colaboradores.

En el diccionario de la Real Academia Española para el término sociedad se muestran 4 acepciones (Real Academia Española, 2001)

1. f. Reunión mayor o menor de personas, familias, pueblos o naciones.

2. f. Agrupación natural o pactada de personas, que constituyen una unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida.
3. f. Agrupación natural de algunos animales. *Las abejas viven en sociedad*
4. f. *Com.* Agrupación de comerciantes, hombres de negocios o accionistas de alguna compañía.

Para Simmel (1977) el concepto de sociedad tiene dos significados: por una parte, “es el complejo de individuos socializados (...) que constituye toda la realidad histórica”; por otra, “es también la suma de aquellas formas de relación por medio de las cuales surge de los individuos la sociedad en su primer sentido” (Simmel, 1977, p.20). Pero de estas dos acepciones del concepto de sociedad, la que prima en Simmel, en cuanto a un objeto de estudio en sentido estricto, es la segunda. Y esto es así porque “el concepto de sociedad tiene evidentemente sentido sólo en caso de que se contraste de algún modo a la mera suma de los individuos” (Simmel, 1989, p.126).

En este sentido se puede observar, que en la primera de las dos acepciones del concepto de sociedad, Simmel no habla de ésta como de un complejo de individuos sin más, sino de individuos “socializados”, lo que significa que tal complejo solo puede existir en virtud de que las relaciones interpersonales ponen en marcha las fuerzas y formas por medio de las cuales los seres humanos se socializan. Así pues, la continua realización de la sociedad es el resultado de que los individuos estén relacionados por la influencia y determinación que ejercen recíprocamente entre sí (García, J. 2000).

Luhman, (citado por Borch, 2011) por su parte desarrolló una teoría excepcionalmente sofisticada basada en una simple premisa: la distinción entre un sistema y su entorno. Sobre la base de esta separación fundamental intentó explicar la complejidad del mundo en alrededor de 75 libros y 500 artículos (Borch, 2011). Para Luhman una teoría de la sociedad debería poder explicar todo fenómeno social (Borch, 2011).

Parte importante de su desarrollo teórico es la noción de que el mundo social es sumamente complejo y que los sistemas sociales sirven para reducir la complejidad (Borch, 2011), siendo para él un sistema algo que reduce la complejidad de su contexto. En general, Luhman usó información obtenida de la investigación del funcionamiento de los sistemas diferenciando entre sistemas vivientes, sistemas psíquicos y sistemas sociales (Luhman, 1990a.).

Una premisa fundamental para explicar el sistema social es que hay una diferencia entre el sistema y su contexto, y es con base en esta separación que el sistema adquiere la unidad necesaria para funcionar por sí mismo (Borch, 2011). En palabras de Luhman: “el sistema `es` nada más que la diferencia de su contexto” (2002a: 66).

Luhman, considera que la sociedad es un sistema social único, autorreferente, formado por todas las comunicaciones posibles (Rodríguez y Torres, 2008); y que se ha diferenciado horizontalmente en una red interconectada de subsistemas sociales (Luhman, 1995). Entonces la sociedad es un proceso de atribuciones sociales, mediadas por la comunicación. Toda observación que se haga de la sociedad, ocurre dentro de la sociedad (Rodríguez y Torres, 2008).

De este breve resumen de definiciones se puede observar que existen confluencias y diferencias en cuanto a las premisas más importantes que definen lo que es la sociedad. Sin embargo para los propósitos de este trabajo es importante hacer notar que como explica Simmel (1977), los individuos de una sociedad deben estar socializados y como dice Luhman (1995), la sociedad es un sistema autorreferente basado en las comunicaciones de la misma. Esto crea un campo fértil para la manipulación social, lo cual se explicará más ampliamente en el capítulo dos, ya que la parte que logre controlar las comunicaciones en una sociedad y los requisitos de la socialización, tiene mayores posibilidades de manipular y controlar el comportamiento de los individuos.

1.3 Estructura social

De forma general se retoma la definición de Robertson (1989, p.51): “la sociedad es una población que ocupa un territorio común, está sujeta a la misma autoridad política y participa de la misma cultura común.” Esta sociedad presenta una estructura, esta es “el patrón de relaciones entre los componentes básicos de un sistema social” (Robertson, 1989, p.52). Los componentes más importantes son: posición social, papel social, grupos e instituciones.

1.3.1 Posición social

La posición social o status es el lugar que ocupa una persona en la estructura social (Merton, 1970). Los status pueden ser tan variados como las funciones de la sociedad; este repertorio múltiple de status cumple con la función de definir en cada momento la conducta apropiada. Aunque cada persona tenga múltiples posiciones sociales, una de ellas tiende a conformarse en la más significativa, y se le denomina *máster status*. Ésta tiene la función de ayudar a conformar la identidad de la persona.

Existe además una distinción entre los status que son adscritos y aquellos que son adquiridos. La posición social adscrita es aquella conferida por factores que la persona no controla, como puede ser su sexo o color de la piel. El status adquirido es aquel que el individuo logra a través de un esfuerzo total o parcial. En la mayoría de las sociedades existe una considerable inequidad entre las diversas posiciones sociales. De aquí surge el concepto de clase social, que de acuerdo a Robertson (1989, p.53) es: “una categoría de personas de una posición social equivalente en una sociedad desigual”. Esto quiere decir que los miembros de una clase social particular tienen mayor acceso a los bienes sociales y otros recursos, que las personas de una clase social más baja, pero tienen menos acceso que personas de una clase social más alta.

1.3.2 Papel social

Las normas que integran la cultura no se aplican indistintamente a todos los miembros de una sociedad, usualmente se aplican solo a un grupo de personas, dependiendo del status que tengan éstas en la estructura social. De modo que a cada status le corresponde un repertorio de normas por el cual se fija el papel social. El papel o rol entonces señala la conducta que corresponde a la posición social (Merton, 1970), definiéndose como “un conjunto de derechos y obligaciones referidos a un determinado status” (Ortega, 1996, p. 54). Un aspecto importante es que “Los roles llevan consigo tanto determinadas acciones, como las emociones y actitudes que corresponden a tales acciones.” (Berger 1963, en Ortega 1996).

1.3.3 Grupos

Un grupo es definido para Robertson (1989 p.54) como “...una colección de personas interactuando de forma ordenada sobre la base de expectativas compartidas acerca de los comportamientos de uno y otro.” Es decir, dentro del grupo las posiciones y papeles sociales de las personas están estrechamente relacionados. Esta es la principal diferenciación entre un grupo y un agregado de personas que casualmente están en el mismo lugar y al mismo tiempo.

Los grupos se pueden clasificar en grupos primarios y grupos secundarios (Gastil, 2010). Un grupo primario consiste en un pequeño número de personas que interactúan en un periodo relativamente largo de forma directa e íntima. Un grupo secundario consiste en un grupo de personas que interactúan de forma temporal, anónima e impersonal, en donde los miembros por lo general solo se conocen por su papel social formal.

1.3.4 Instituciones

Cada sociedad debe satisfacer ciertas necesidades sociales básicas, si quiere sobrevivir, para lo cual va creando sus instituciones entendiéndose éstas como un conglomerado de valores, normas, status, roles y grupos que se desarrollan alrededor de una necesidad social básica (Robertson, 1989). Cada institución

provee de un patrón establecido de pensamiento y acción que ofrece una solución a los problemas recurrentes de la sociedad. En general en las sociedades modernas las principales instituciones son: familia, escuela, religión, sistema médico, sistema económico, sistema político, ciencia, sistema militar, sistema legal y deportes.

Todas las instituciones de acuerdo a Robertson (1989) comparten características en común, tales como:

- Las instituciones tienden a resistir el cambio. Los patrones de comportamiento social se vuelven institucionalizados. Las personas tienden a resentir los ataques o críticas a las instituciones que conoce.
- Las instituciones tienden a ser interdependientes. Las instituciones más grandes de una sociedad tienden a defender valores similares, y reflejan metas y prioridades compatibles, así como benefician y penalizan los mismos grupos e intereses.
- Las instituciones tienden a cambiar juntas. Cuando se logra que cambie una institución casi siempre estas modificaciones se acompañan de modificaciones similares en las demás.
- Las instituciones tienden a ser el lugar donde se gestan los principales problemas sociales. Como las instituciones están centradas alrededor de necesidades sociales básicas, cualquier fallo significativo en el funcionamiento de la institución es visto como un problema social serio.

1.4 Sociedad y cultura

La especie humana aporta una solución original y trascendente al tema de la pervivencia; en la simultánea consistencia y maleabilidad de la cultura descansa la naturaleza innovadora de la condición humana. Como observa Turner (1994), el poder de los símbolos culturales en dictar nuestras percepciones, sentimientos y conductas no debe ser subestimado.

1.4.1 Concepto de cultura

Existen muchas formas de definir la cultura, y por lo tanto no existe un criterio unívoco al respecto. Según Williams (en Ruano, 2006), el concepto de cultura en un sentido popular se ha solidificado en tres acepciones: 1) un estado de desarrollo de la mente, 2) los procesos necesarios para llegar al desarrollo de la mente y 3) los medios de estos procesos.

Para ayudar a concretar el concepto de cultura Escobar (1980) propone que se debe hacer una distinción entre “cultura popular o de masas” y “cultura de élite”. Desde su perspectiva cultura comprende “todos los procesos y valores, tanto sociales como materiales que integran una civilización, llegando a resumir toda la experiencia vital de cada individuo.” (Escobar, 1980. p.7). En este marco la cultura de élite se vincula al concepto más individualista de la cultura, que hace referencia a cierto dominio intelectual; mientras que la cultura de masas alude a los aspectos de la vida de una sociedad, tales como política, religión, educación, costumbres, técnica, etc. Sin embargo con el surgimiento de los medios masivos de comunicación, esta dicotomía se torna difusa. La cultura de élite no desaparece al surgir la cultura de masas, se suma a la cultura creada por y para la televisión.

Para Linton (1936/2006 p.440) cultura es “la configuración de la conducta aprendida y de los resultados de la conducta, cuyos elementos comparten y transmiten los miembros de una sociedad”. La cultura además constituye una configuración, ya que ninguno de sus elementos obran por sí solos, sino que componen un todo organizado, resultado de las múltiples y variables relaciones establecidas entre ellos. La cultura también constituye la conducta aprendida, pues aunque tiene su origen en necesidades naturales es el resultado de la experiencia social. Es una conducta compartida ya que es una conducta común a un conjunto más o menos amplio de personas. Es conducta transmitida ya que no es creada por cada generación, sino que representa un legado social. En toda cultura hay en mayor o menor grado continuidad entre las sucesivas generaciones.

Por sobre todo, la cultura es un concepto ampliamente abstracto, que se refiere al comportamiento humano y a los objetos que rodean al hombre, pero no es ni dicho comportamiento ni tales objetos. (Ortega, 1996).

La fisiología y la genética humana no bastan para explicar el comportamiento humano y la cultura. Sin la cultura el ser humano estaría reducido a sus impulsos básicos, y no podría hablar y pensar del modo en que lo hace. La cultura permite definir al hombre. “Es a través de la cultura que pensamos, sentimos, actuamos e interactuamos con la realidad” (Matsumoto, 2001 p. 59). La cultura provee un marco de referencia para percibir lo que es importante y lo que no lo es.

Simmel, (citado por Scaff, 2000) uno de cuyos aportes principales es lo que llamó la “tragedia de la cultura” (p.251); postuló que dicha tragedia está basada en la distinción entre cultura subjetiva (o individual) y cultura objetiva (o colectiva). La cultura objetiva está formada por los objetos que producen las personas (arte, ciencia, filosofía etc.). La cultura individual se refiere a la capacidad el individuo para producir, absorber y controlar elementos de la cultura objetiva.

La tragedia de la cultura nace del hecho que a través del tiempo la cultura colectiva crece exponencialmente mientras que la cultura individual, y la capacidad de cada individuo de producir cultura colectiva, no. Esta tragedia implica que nuestro entendimiento individual no puede mantener el paso a la cultura objetiva, cada vez entendemos menos del mundo que hemos creado (Scaff, 2000). Mientras tanto el control que ejerce el mundo de la cultura colectiva sobre los individuos crece y se convierte en más importante y más complejo. “Lo entendemos menos, pero lo necesitamos más” (Ritzer, 2003).

1.4.1.1 Elementos de la cultura

Para Ritzer (2003) la cultura está compuesta de elementos cognoscitivos, afectivos y normativos:

Los elementos cognoscitivos son el conjunto de conocimientos indispensables para la supervivencia de la sociedad. Tales conocimientos pueden ser tan generales como los saberes comunes y tan precisos como la ciencia. Sean o no reales estos conocimientos los miembros de esta determinada cultura actúan de acuerdo a dichas ideas, como si de hecho fueran verdaderas.

Los elementos cognoscitivos de la cultura son las creencias, valores e ideologías (Ivanovic, 2008).

- Creencias: no necesitan ser comprobadas mientras sean compartidas por la mayor parte de la sociedad.
- Valores: son abstracciones que no pueden ser comparados a los valores culturales de otras personas. Representan la noción de lo bueno y malo dentro de una determinada cultura.
- Ideologías: son creencias firmemente arraigadas que mantienen la identidad de un grupo.

También dentro de los elementos cognoscitivos está el lenguaje, que juega un papel fundamental dentro de la cultura porque es su principal forma de transmisión (Ivanovic, 2008). El lenguaje es una serie de símbolos y reglas que en combinación proveen un complejo sistema de comunicaciones (Andersen y Taylor, 2009). Aprender el lenguaje de una cultura es esencial para ser un miembro de la sociedad.

Los elementos afectivos de la cultura, son las definiciones culturales que nos proponen lo que es agradable o desagradable. Los elementos afectivos muchas veces suelen imponerse a los cognoscitivos.

Los elementos normativos culturales, son aquellos mediante los cuales la sociedad define lo justo y lo injusto. Los elementos normativos suelen ser más importantes que los cognoscitivos y los afectivos.

1.5 Socialización e individualización

La socialización es un proceso de gran importancia para el funcionamiento de la sociedad; el cual no es posible si las personas no internalizan las normas, valores y creencias para asegurar que puedan ocupar los roles que les correspondan. Además se reconoce que la socialización ayuda a establecer el control social, asegurando que las inequidades sociales sean reproducidas de una generación a la siguiente (Bowles & Gintis, 2000).

Existen tres teorías que explican cómo ocurre la socialización. La primera es la teoría del aprendizaje social, la cual propone que las personas aprenden a partir del condicionamiento clásico, operante y del aprendizaje por observación (Wiggins A., Wiggins B., & Vander Zanden, 1994). El condicionamiento es una forma de aprendizaje en la cual las consecuencias de la conducta determina las probabilidades de que la misma se repita (Skinner, 1953). En este caso son la familia y los grupos sociales los encargados de administrar tanto castigos como reforzadores para moldear la conducta del individuo. De la misma forma ocurre un aprendizaje por medio de la observación de modelos, ya sean reales o ficticios, mismo comportamiento que es a su vez igualmente reforzado o castigado por los grupos sociales.

La segunda teoría que explica el proceso de socialización es a partir de su desarrollo cognitivo. A pesar de que el aprendizaje es una parte fundamental del proceso de socialización, es qué y cómo aprende una persona de lo que depende su habilidad de entender e interpretar el mundo; esto es algo que progresa por varias etapas. Piaget (1926/1955) hipotetizó que cada niño pasa por varias etapas de desarrollo cognitivo, cada una dominada por un esquema de manejo de información y entendimiento de cómo funciona el mundo.

La tercera teoría que ayuda a esclarecer el proceso de socialización es la de interaccionismo simbólico. Dentro de esta perspectiva se plantea que las acciones por medio de las cuales las personas observan, interpretan, evalúan, comunican, e intentan controlarse a sí mismas, son llamadas conductas reflexivas, y son sumamente importantes para la socialización (Wiggins, A., Wiggins, B. & Vander Zanden, 1994). Un tipo particularmente importante de

comportamiento reflexivo involucra a las personas observando su propio comportamiento según la perspectiva de los demás. Este comportamiento es crucial para el desarrollo de la persona, porque es a través de la conducta reflexiva que las personas aprenden quienes son. Por lo tanto la persona juega un papel activo en el proceso de aprendizaje.

La socialización ocurre a través de agentes, tales como: la comunicación y el lenguaje, la familia, los pares, la escuela y los medios de comunicación masiva (Hughes & Kroehler, 2011). Tradicionalmente el principal ambiente social para los niños pequeños es la familia, la cual provee el modelo más temprano de socialización.

La institución más formal de socialización es la escuela, la cual va más allá de la enseñanza estándar; las reglas escolares disponen al niño a adaptarse a “requerimientos burocráticos e impersonales” (Hughes & Kroehler, 2011 p.73). El énfasis en las calificaciones les enseña valores individualistas de logro y, aprenden creencias y prejuicios basándose en la composición racial, de género y etnia del colectivo de trabajadores de la escuela.

Aunque la escuela domina la vida de la mayoría de los niños, la televisión y otros medios visuales también juegan un rol muy importante (Grindstaff & Turow, 2006). El niño americano promedio entre los 4 a 11 años pasa más de tres horas diarias frente a una televisión o usando una computadora. (Anderson E., Economos, and Must, 2008). Esta exposición comienza a muy temprana edad, 40 por ciento de niños de 3 meses, y 90 por ciento de niños de 2 años son televidentes regulares (Zimmerman, Christakis, & Meltzoff, 2007). La televisión y otros medios como la radio, internet, música, películas, historietas, videojuegos, libros, revistas y periódicos son importantes en la socialización porque proveen modelos de comportamiento. Estudios de laboratorio, experimentos de campo, encuestas y estudios longitudinales han encontrado correlación entre la violencia televisada y la agresión (Anderson, C., & Bushman, 2002). Un estudio longitudinal de 15 años mostró que la exposición en televisión a la violencia en edades de 6 a 9 años está significativamente

correlacionada con comportamiento agresivo en la adultez (Huesmann et al., 2003).

Los conceptos de individualización y socialización no van separados ni son contrarios como en un principio podría pensarse (Habermas, 1985), pues la identidad personal solo puede alcanzarse sobre la base del reconocimiento mutuo, la individualización solo puede entenderse como un proceso de socialización. Esto no es contradictorio pues alguien aparece como individuo en el momento en que se separa de la naturaleza que le envuelve, y de los otros, es decir, en el momento en que se ve distinto del medio en el que y es reconocido por los otros hombres con los que convive.

Pero el mismo hecho de ser reconocido implica la convivencia con otros hombres, o al menos relacionarse con ellos. Habermas (1985) recurriendo a Mead, explica el proceso del inicio de comunicación entre los hombres. Mediante la comunicación los hombres se interrelacionan, se ponen de acuerdo, se reconocen mutuamente, aceptan los deseos, intereses, necesidades de cada uno de ellos, de esta forma se acaba el reinado de la ley del más fuerte y comienza a aparecer una nueva sociedad, más pacífica, habitable y humana.

Mead (1934/1972) analiza los fenómenos de conciencia desde el punto de vista de cómo se constituyen éstos en el seno de las estructuras de la interacción mediada por el lenguaje o mediada por símbolos. El lenguaje tiene una significación determinante para la forma sociocultural de la vida: "En el hombre la diferenciación funcional a través del lenguaje da lugar a un principio de organización completamente diferente que produce no solamente un tipo distinto de individuos, sino también una sociedad distinta" (Mead, 1934/1972).

El sujeto moral, el sujeto de la praxis, es inconcebible si se le abstrae de las relaciones comunicativas con los otros, y a la inversa, la interacción social es inconcebible si se le abstrae de la interacción moral.

En este capítulo se tuvo por objetivo hacer una breve revisión del concepto de sociedad, y los elementos que le son relevantes. Ha sido revelador no poder encontrar un consenso en cuanto a las definiciones, pero es de esperarse con un tema tan complejo. La sociedad es el escenario de la manipulación social, por lo tanto es esencial comprender mejor los procesos de la misma para entender cómo y por qué ocurre la manipulación.

CAPÍTULO 2

MANIPULACIÓN

2.1 Concepto de manipulación

La definición de la manipulación es un problema teórico persistente (Le Cheminant & Parrish, 2011), debido al tipo de fenómeno al que se refiere, es muy difícil llegar a una definición unívoca. Goodin (1980) que ha estudiado el tema ampliamente propone dos criterios esenciales para la definición de la manipulación: debe ser (1) engañosa y (2) contraria a la voluntad putativa de los sujetos. Para este autor ambas condiciones son indispensables para considerar una acción como intento de manipulación.

Otra definición de manipulación plantea que: "...es el uso del poder, en el que el agente que ejercita el poder sobre un segundo agente esconde las intenciones que lo motivan" (Grigsby, 2012 p.53). Si la manipulación es exitosa el agente manipulado generalmente no está consciente de haberlo sido, es por esto que es tan difícil oponerse a la manipulación (Grigsby, 2012).

Algunos autores sugieren que la manipulación es una práctica comunicativa e interactiva, en la cual el manipulador ejercita control sobre otra persona, usualmente en contra de su voluntad o de sus mejores intereses. En su uso diario el concepto de manipulación tiene asociaciones negativas, porque una práctica así viola las normas sociales (Van Dijk, 2006).

El concepto de manipulación involucra no sólo poder, sino el abuso del poder, es decir, la dominación. Más específicamente, manipulación implica el ejercicio de una forma de influencia ilegítima por medio del discurso: los manipuladores hacen a los demás creer o hacer cosas que son del interés del manipulador, y en contra de los mejores intereses del manipulado (Chouliaraki, 2005).

La manipulación no es exactamente persuasión, coerción o engaño (Handelman, 2009). Es un fenómeno elusivo localizado en el medio de estos factores motivantes, y esto hace que sea difícil caracterizar la manipulación y medir su impacto (Handelman, 2009).

Sin las asociaciones negativas, la manipulación puede ser una forma de persuasión legítima (O'Keefe 2002, en Van Dijk 2006). La diferencia crucial entre la persuasión y la manipulación es que en la persuasión los interlocutores son libres de creer o actuar como quieran, dependiendo de si aceptan o no los argumentos que les presenta el persuasor; mientras que en la manipulación a los receptores se les asigna un rol más pasivo.

Esta consecuencia negativa de la manipulación típicamente ocurre cuando los receptores no comprenden las verdaderas intenciones o no ven las consecuencias de las creencias o comportamientos promovidos por el manipulador. Esto puede pasar, especialmente, cuando los receptores no tienen el conocimiento específico que puede ser usado para resistir la manipulación (Wodak, 1987). Un ejemplo muy conocido es el discurso gubernamental y/o de los medios de comunicación sobre la inmigración y los inmigrantes, para que los ciudadanos ordinarios culpen por el mal estado de la economía y el desempleo, a los inmigrantes y no a las políticas gubernamentales (Van Dijk, 1993).

De cualquier forma la frontera entre la persuasión y la manipulación es confusa, porque los fines no son manifiestos y pasan desapercibidos por el receptor (García, M. 2000). Berrio (1983) plantea que la manipulación es el uso del lenguaje destinado, como la persuasión, a la influencia de la conducta humana; pero que se diferencia de ella por un conjunto de razones éticas, psicológicas y también, posiblemente, por unas características específicas del mismo proceso de persuasión. La distinción puede situarse en la naturaleza de las premisas que se utilizan en los argumentos.

2.2. Aspectos que facilitan la manipulación: cognitivos, discursivos y sociales.

Van Dijk (1998) propone un método multidisciplinario para analizar la manipulación, triangulando un enfoque social, cognitivo y discursivo. Explica que la manipulación es un fenómeno social, especialmente porque involucra la interacción y abuso de poder entre grupos y actores sociales, es un fenómeno cognitivo porque implica la manipulación de la mente de los participantes, y es

un fenómeno discursivo-semiótico porque se ejerce a través de textos, discurso y mensajes visuales. Ninguno de estos enfoques pueden ser reducido a uno solo, y los tres son necesarios para una teoría integrada que explique las diversas dimensiones de la manipulación (Van Dijk, 2006).

2.2.1 Aspectos cognitivos de la manipulación

Manipular a las personas involucra manipular sus mentes, es decir, las creencias, el conocimiento, opiniones e ideologías, lo que en turno controla sus acciones.

Ya que el funcionamiento de la mente es muy complejo, la forma en que le afecta la manipulación es un proceso muy intrincado que debe ser manejado a través de estrategias efectivas. Algunos principios cognitivos básicos para lograrlo se presentarán a continuación, de acuerdo a Van Dijk (2006):

2.2.1.1 Manipulación de la comprensión basada en la memoria a corto plazo

Toda información necesita del procesamiento a través de la memoria a corto plazo, lo cual resulta en la comprensión básica por ejemplo, del lenguaje. Este procesamiento es estratégico, en el sentido de que es dirigido a metas y opera a varios niveles del discurso, además es hipotético porque utiliza rápidas y eficientes conjeturas y atajos, en vez de análisis completos.

Una forma de manipulación cognitiva es hacer uso y controlar esta estrategia semiautomatizada de comprensión de la información. Por ejemplo, al estructurar parte de un texto en una posición saliente (arriba), y en letras grandes; atraerá más atención, y por lo tanto será procesado por más tiempo por los recursos de la memoria contribuyendo a que sea mejor recordado, de ahí el funcionamiento de los slogans.

Claro que esto ocurre no solo en la manipulación, pero también en formas legítimas de comunicación. Esto sugiere que en el aspecto cognitivo la manipulación no tiene nada especial, hace uso de las propiedades generales

del procesamiento del discurso. En este caso la manipulación reside en el hecho de que al concentrar la atención en solo un elemento el resultado puede ser una comprensión parcial o incorrecta.

Entonces, si un titular enfatiza elementos irrelevantes en vez de expresar la parte más importante del discurso, dañará la comprensión del tema. La condición social inherente al concepto de manipulación es que este entendimiento parcial o incompleto favorezca a un grupo poderoso, o institución, en contra de los mejores intereses del grupo dominado. Obviamente, esto es determinado por el contexto y la sociedad.

Este tipo de manipulación ocurre también al nivel de lenguaje hablado, en donde por ejemplo, una lenta pronunciación enfatiza la información y una rápida entorpece el entendimiento. Esto implica que si el locutor quiere obstaculizar la comprensión hablará con oraciones más complejas y de forma rápida, como puede ser el caso en el discurso legal o médico.

En otras palabras, si los grupos dominantes quieren facilitar la recepción de la información que es consistente con sus intereses, y poner barreras para las que les perjudican, entonces usualmente usarán la manipulación basada en la memoria a corto plazo.

2.2.1.2 Manipulación episódica

La manipulación basada en la memoria a corto plazo ocurre en el preciso momento en que se procesa la información y afecta su comprensión. Sin embargo, la mayor parte de la manipulación está orientada a resultados más estables, y se enfoca en la memoria a largo plazo, es decir, actitudes, conocimiento y hasta ideologías (Van Dijk, 2006).

En la memoria episódica, la comprensión de un texto o un discurso está relacionada con modelos más completos de experiencia. Comprender no es sólo asociar significados y palabras, es más bien construir modelos mentales en la memoria episódica, incluyendo las opiniones personales y las emociones asociadas al evento del que estamos leyendo o escuchando. Este modelo

mental es la base de nuestras futuras memorias, y la base de nuestro aprendizaje en el futuro, como la adquisición del conocimiento sustentado en la experiencia, actitudes e ideologías.

Se debe hacer notar que los modelos mentales son únicos, ad hoc y personales: es la interpretación individual de esta situación específica. Claro que existen los conocimientos y las creencias socialmente compartidas, lo que permite que entendamos las interacciones y comunicaciones de los demás, pero el modelo mental como un todo es único y personal (Van Dijk, 1999).

Tomando en cuenta el papel fundamental de los modelos mentales para hablar y entender, es de esperarse que la manipulación tenga como principal objetivo la formación, activación y uso de los mismos. Si los manipuladores desean lograr que los receptores entiendan un discurso desde el punto de vista del manipulador, es crucial que estos receptores de información formen los modelos mentales adecuados, restringiendo así su libertad de interpretación o al menos la probabilidad de que entenderán las verdaderas intenciones de dicho discurso.

La estrategia de manipulación de modelos mentales se enfoca a enfatizar en el discurso las propiedades de modelos que son consistentes con nuestros intereses, y quitar énfasis a las propiedades que no son consistentes con nuestros intereses. Culpar a las víctimas es una de las formas de manipulación en las que los grupos o instituciones dominantes influyen a través del discurso los modelos mentales de los receptores, en este caso se re-atribuye la responsabilidad de acciones de su interés.

La formación de modelos y su activación tiende a ser automática, y el control sutil muchas veces ni es tomado en cuenta por los usuarios de un lenguaje, lo cual contribuye a una fácil manipulación.

2.2.1.3 Manipulación de la cognición social.

Las formas más potentes de manipulación no se enfocan únicamente en la creación de modelos mentales específicos, sino en creencias más generales y abstractas como el conocimiento, las actitudes y las ideologías.

Entonces si un partido político quiere incrementar su popularidad entre los votantes, típicamente intentará cambiar las actitudes de los votantes hacia dicho partido, porque una actitud socialmente compartida es mucho más estable que los modelos mentales específicos de un individuo.

Influenciar las actitudes implica influenciar grupos completos, en repetidas ocasiones. Por lo tanto, si el gobierno quiere restringir la inmigración, tratará de modificar la actitud de los ciudadanos acerca de la inmigración (Van Dijk, 1993). Así no tendría que intentar persuadir constantemente a la población cada vez que ocurra un flujo migratorio. La manipulación se enfoca en la formación o modificación de representaciones más generales y que sean socialmente compartidas, acerca de cuestiones sociales importantes.

La memoria a largo plazo guarda, no sólo las experiencias personales interpretadas subjetivamente, como modelos mentales, si no también almacena las representaciones sociales (Moscovici, 2001). Nuestro conocimiento sociocultural forma el centro de estas representaciones, y nos permite actuar, interactuar y comunicar de forma significativa con otros miembros de la misma cultura. Esto es cierto para muchas actitudes sociales e ideologías, compartidas con otros miembros del mismo grupo social, por ejemplo: pacifistas, socialistas, feministas, machistas, racistas etc. (Van Dijk, 1999). A través de la manipulación de la cognición social se garantiza que una vez que las actitudes han sido influenciadas, no se necesitarán más intentos para que las personas actúen en base a ellas (Chomsky, 2004).

Existen diversas estrategias que se utilizan para influenciar las creencias compartidas por la sociedad. Una de estas estrategias es la generalización, en donde un ejemplo específico y concreto que ha impactado en el modelo mental de las personas, se generaliza a un conocimiento general, actitud e incluso

ideologías fundamentales. Otra estrategia es limitar el conocimiento específico y general sobre un tema, sólo se distribuye conocimiento parcial o incompleto, lo cual impide que los receptores puedan detectar y resistir la manipulación.

2.2.2 Aspectos discursivos de la manipulación.

La manipulación como ha sido definida aquí ocurre a través del discurso en su definición más amplia, es decir, se incluyen las características no verbales. Se debe hacer notar que las estructuras del discurso no son como tal manipulativas, solamente tienen esa función o efecto en situaciones comunicativas específicas, y en la forma en como sean interpretadas por los participantes en su contexto.

Ha sido estipulado que la manipulación es una práctica social de abuso del poder, que involucra a grupos dominantes y dominados. Esto significa que en principio el “mismo” discurso puede ser manipulativo en una situación, pero no en otra. Es decir, el elemento manipulativo del texto o habla, depende del modelo contextual de los receptores (Van Dijk, 2006).

El discurso manipulativo ocurre típicamente en la comunicación pública, controlada por élites políticas, burocráticas, mediáticas, académicas o corporativas. Esto implica que existen muchas barreras contextuales, sobre todo en los participantes: sus roles, sus relaciones, sus hábitos y cogniciones. En otras palabras, el discurso para ser definido como manipulativo debe serlo a nivel de modelos contextuales de los participantes. Entonces en un análisis crítico, se debe evaluar el discurso más en términos de variables contextuales que de estructuras textuales.

Por su parte existe un gran número de fórmulas y estructuras que pueden ser más eficientes que otras en el proceso de influenciar las mentes de los receptores en favor del interés del escritor o del locutor. Un ejemplo común es el uso de los encabezados, que son típicamente usados para señalar la información más importante de cada texto, y entonces pueden ser usados para asignar un peso más a los eventos que en sí mismo no serían tan importantes. Esto también funciona en sentido inverso, el discurso acerca de hechos

gubernamentales o corporativos que son muy importantes para los ciudadanos o clientes pueden ser omitidos en los encabezados si enfatizan las características negativas de las instituciones en poder (Van Dijk, 1991).

Lo anterior expuesto se incluye dentro de una estrategia global de auto-representación positiva y de representación de los demás negativa. Los “demás” es un amplio grupo que puede incluir inmigrantes, jóvenes, terroristas etc. Esta estrategia puede ser aplicada a las estructuras del discurso en muchos niveles (Van Dijk, 2003), incluyendo: la selección de temas a tratar, la cantidad de detalles que se proporcionan, contenidos implícitos o explícitos, selección de palabras, asignar la responsabilidad, retórica, hipérbolas, eufemismos y metáforas.

Es necesario introducir el criterio contextual, por medio del cual los receptores de la manipulación pueden ser definidos como víctimas. Continuando con lo que nos señala Van Dijk (2003), esto involucra:

- El conocimiento incompleto de información relevante, de forma que no se puedan elaborar argumentos en contra de los intentos de manipulación.
- Normas, valores e ideologías fundamentalistas que no pueden ser negados o ignorados.
- Emociones fuertes, traumas etc. que hacen a las personas más vulnerables.
- Posiciones sociales, profesiones, status, etc. que inducen a las personas a aceptar los argumentos de las élites o de los grupos de poder.

Si en este contexto comienzan a surgir voces disidentes, que ganan fuerza, y se dan a conocer de forma más extendida entonces la manipulación se hace menos eficiente porque las personas tienen suficiente contrainformación. Por lo tanto los grupos de poder actúan desacreditando a cualquier alternativa que afecte sus intereses.

2.2.3 Aspectos sociales de la manipulación

Para entender y analizar la manipulación se debe examinar su entorno social. Ya se ha propuesto que la manipulación involucra poder y dominación. Para analizar la dimensión del poder se debe hacer un recuento del tipo de control que algunos actores sociales o grupos ejercen sobre otros (Wartenberg, 1990). Se asume además que el control en este contexto es principalmente el control de la mente, es decir, de las creencias de los receptores, y que indirectamente se establece un control de las acciones que las personas ejecutan basándose en estas creencias manipuladas.

Para poder ejercer este control social sobre otros, los actores sociales deben satisfacer criterios personales y sociales que les permitan influenciar a los demás. Las condiciones sociales de control manipulativo son: pertenencia grupal, posición institucional, profesión, recursos materiales o simbólicos y otros factores que definen el poder del grupo y sus miembros (Van Dijk, 2006). Por lo tanto los padres pueden manipular a sus hijos por su posición de poder y autoridad en la familia, los profesores pueden manipular a sus estudiantes por su profesión y posición institucional y por su conocimiento, lo mismo es cierto para los políticos que manipulan a los votantes, los periodistas manipulando a los receptores de su discurso mediático o líderes religiosos manipulando a sus seguidores (Van Dijk, 2006).

Por lo tanto, la manipulación social es definida en términos de dominación social y su reproducción en prácticas diarias, incluyendo el discurso. Un análisis más profundo de la dominación, definida como abuso de poder, mostraría que esta requiere acceso especial, o control sobre recursos sociales que son escasos. Uno de estos recursos es el acceso preferencial a los medios de comunicación, un recurso que es compartido por miembros de élites simbólicas tales como políticos, periodistas, intelectuales, escritores etc. (Van Dijk, 1998). Obviamente, para manipular a los demás a través del discurso y del texto, uno necesita tener acceso a alguna forma de discurso público, como debates parlamentarios, noticias, artículos de opinión, libros de texto, artículos científicos, novelas, programas de televisión, comerciales, internet, etc. (Van Dijk, 2006). Este acceso y control depende y está constituido por el poder del

grupo, por lo tanto el discurso público es a la vez una forma de reproducción social de dicho poder. Por ejemplo, los políticos pueden ejercer su poder político a través del discurso público, y a través de este discurso público pueden confirmar y reproducir su poder político.

Vemos entonces que la manipulación es una de las prácticas sociales de los grupos dominantes enfocadas a la reproducción de su poder. Estos grupos dominantes pueden reproducir su poder de muchas otras maneras, a través por ejemplo de la persuasión, educación e instrucción, todas enfocadas a influenciar el conocimiento, creencias e indirectamente las acciones de los receptores. Algunas prácticas de reproducción del poder pueden ser legítimas; tales como la educación e instrucción, lo cual distingue a la manipulación de las demás formas de reproducción del poder porque es necesariamente ilegítima, caracterizada como tal, al ser una forma de interacción, comunicación y práctica social que es del interés de una parte en perjuicio de la otra parte.

La manipulación es entonces ilegítima en una sociedad democrática, porque produce y reproduce la inequidad: se intenta lograr los intereses de grupos poderosos y se daña los intereses de grupos menos poderosos. Por lo tanto esta definición no se basa en las intenciones de los manipuladores, o en la conciencia de ser manipulados, si no en las consecuencias sociales (Van Dijk, 2006).

Crear en algo es el producto de un proceso complejo, un proceso que no siempre es exitoso. La credibilidad no sólo se basa en la verdad, sino en los parámetros y convenciones que establece la sociedad para otorgar credibilidad a algún asunto; como ejemplo podemos citar el nivel de credibilidad de la religión o la ciencia en dependencia del país y sociedad del que se esté hablando, (Street, 2001). Entonces la credibilidad es un producto de la historia, el estilo y los prejuicios.

Los prejuicios juegan un papel fundamental en la manipulación. Prejuicio se refiere a actitudes aversivas y hostiles hacia los miembros de un grupo

simplemente por pertenecer a éste y de los que se presume tengan cualidades negativas asociadas al grupo (Hughes y Kroehler, 2011).

Podemos concluir que el significado de un símbolo o de una comunicación es construido por el individuo, "...cada uno trae su historia de vida, interacciones sociales y predisposiciones psicológicas al proceso de construcción del significado." (Street, 2001 p.94). Por lo tanto el significado no puede ser visto como contenido dentro de información neutral, porque también involucra sentimientos, pasiones, juicios hacia las formas de pensar de otras personas. Lo interesante en este sentido es la tesis de que "la cultura estructura los sentimientos" (Street, 2001 p.95).

2.3 Algunas funciones de la manipulación en la sociedad

La manipulación tiene funciones dentro de la sociedad, por esta razón es un fenómeno que persiste, ya que sirve para perpetuar el poder y lograr objetivos de las clases sociales que tienen dicho poder. En este trabajo analizaremos las funciones políticas, económicas y militares de la manipulación en la sociedad.

2.3.1 Política

La democracia ha emergido como el ideal normativo universal del mundo contemporáneo (Le Cheminant & Parrish, 2011). Sin embargo la manipulación socava no sólo la práctica de la democracia, sino los ideales que la sostienen.

Edward Bernays, la principal figura de la industria de las relaciones públicas, explica que "...la esencia misma del proceso democrático es la libertad de persuadir y sugerir", lo cual él denomina "la ingeniería del consentimiento", además agrega que "...un dirigente a menudo no puede esperar que el pueblo logre ni tan siquiera una comprensión general...los dirigentes democráticos han de hacer su parte a la hora de lograr el consentimiento a unas metas y uno de los valores socialmente constructivos" (Bernays, citado por Chomsky 1992, p. 27).

El historiador Thomas Bailey observó que “puesto que las masas son manifiestamente miopes y por lo general no pueden ver el peligro hasta que se les echa al cuello, nuestros estadistas se ven obligados a engañarles para que alcancen la conciencia de sus propios intereses a largo plazo.” (Bailey, citado por Chomsky 1992, p. 29).

“Los gobiernos occidentales han utilizado mecanismos de Mercado para regular las perspectivas y los sentimientos populares, El “mercado de ideas” elaborado durante los siglos XIX y XX, disemina con eficacia las creencias y las ideas de las clases superiores a tiempo que subvierte la independencia ideológica y cultural de las clases inferiores. Por medio de la construcción de este mercado, los gobiernos occidentales fraguaron unos lazos firmes y duraderos entre la posición socioeconómica y el poder ideológico, permitiendo a las clases superiores utilizar a cada uno de ellos para reforzar al otro”. (Ginsberg, citado por Chomsky 1992, p. 17).

En general se puede categorizar a la democracia de cuatro formas: competitiva, elitista, deliberativa o participativa (Fishkin, 2009). A menos que exista deliberación seria entre los participantes de una democracia, es más probable que ocurra la manipulación. Deliberar es llevar a cabo una discusión seria e informativa, acerca de los acontecimientos políticos que afecten la vida de la ciudadanía (Fishkin, 2009). Sin este debate serio las élites políticas pueden manipular a la población para mantener su poder. Sin embargo, se ha encontrado que es muy difícil motivar a los ciudadanos de una democracia a informarse, en general es una minoría la que está informada sobre las políticas que le conciernen y afectan (Fishkin, 2009).

La manipulación política usa como herramienta la susceptibilidad del cerebro humano al poder de las narrativas, las cuales ayudan a organizar los marcos de referencia de la experiencia de los individuos (Le Cheminant & Parrish, 2011). A través de la repetición inteligente de historias y narrativas que explotan y refuerzan nuestras opiniones ancladas en la emoción, las élites pueden aprovecharse de los procesos predecibles de nuestras mentes (Le Cheminant & Parrish, 2011). Las formas en cómo razonamos, es decir, las

formas en cómo experimentamos al mundo desde la emoción y damos razones para nuestras acciones, dependen en gran medida de los marcos de referencia moldeados por la estructura cognitiva de nuestro cerebro y la experiencia (Le Cheminant & Parrish, 2011). Estos hallazgos de la ciencia cognitiva y de la psicología política sugieren que la manipulación puede ser más sutil, poderosa y extendida de lo que la democracia está dispuesta a aceptar.

2.3.2 Económica

El objetivo del mercado es generar consumo. Por este término se debe entender no solo la compra y consumo de productos, sino una manipulación de signos, un sistema de comunicación y un sistema de intercambio, una estructura social que es externa y coercitiva al individuo (Baudrillard, 2003). La ideología asociada a este sistema lleva a las personas a creer que son solventes, plenas, felices y liberadas. Sin embargo, “en una sociedad de consumo lo que realmente se está consumiendo es el consumo mismo” (Baudrillard, 2003, p.15). Uno de los mejores ejemplos es el de la mercadotecnia, cuando una persona lee o ve comerciales lo que en realidad está consumiendo es el consumo.

Las gigantes corporaciones tecnocráticas intentan generar deseos de consumo, creando nuevas jerarquías sociales (Baudrillard, 2003). En la mercadotecnia existen dos estrategias básicas de manipulación (Sheehan, 2004). Primero se crea una propensión al consumo, presentándolo como la solución rápida y eficaz a los problemas. Así el anuncio o comercial concibe “una ilusión de que va a satisfacer deseos conscientes e inconscientes, que en realidad no va y no puede satisfacer” (Phillips, 1997 p.77).

En segundo lugar los anunciantes dirigen las decisiones que los consumidores toman, y algunas de éstas son beneficiosas para el consumidor y otras no (Sheehan, 2004). Un comercial puede ser informacional o transformacional (Sheehan, 2004). En el primer caso se informa acerca de los usos del producto, sus beneficios o se le compara con otras marcas. En el segundo caso la información va enfocada a sugerir cómo se sentiría la persona si compra el producto o servicio.

Entra en juego también la marca del producto. Muchos bienes son producidos por diferentes marcas, y en pruebas de doble ciego la mayoría de las personas no puede “establecer diferencias entre una Coca Cola y una Pepsi” (Sheehan, 2004 p.22). Si dos productos no varían materialmente, en cuanto a sabor o funcionalidad, se puede crear la diferencia con base en la imagen o cualidades atribuidas. Es aquí en dónde las técnicas de manipulación y de persuasión entran en juego. Se han logrado establecer varias creencias de beneficio en cuanto a las marcas, como por ejemplo, propone Sheehan (2004):

- Los productos de marca son de mejor calidad que los productos sin ella (Mehta, 2000).
- Los productos de marca tienen más valor que los productos sin ella.
- Los comerciales proveen los argumentos a los consumidores para defender su elección lo cual se conoce como beneficios defensivos.

Desde mediados de la década de los 80, los teóricos de la gestión empresarial propusieron que las compañías debían enfocarse en generar marcas, no productos (Klein, 2007). Esto implica que mientras los consumidores exhiben en su comportamiento las creencias adecuadas al mercado, éstas no son necesariamente adecuadas a la realidad. Actualmente muchos de los fabricantes más conocidos “no producen productos, los compran y les ponen su marca...” (Klein, 2007, p.35), por tanto están mínimamente involucrados en la calidad de los bienes que ofrecen.

Se puede observar la extensión de la manipulación en un mercado donde los consumidores creen que una marca reconocida significa más calidad, y por tanto muchas veces justifica su mayor costo. Menciona Klein (2007) que los fabricantes “ya no venden un producto, venden un estilo de vida” (p.58). Es decir, el producto pierde su valor fuera del contexto de “estilo de vida”, por lo tanto probablemente el valor real para el consumidor sea muy bajo, aunque su valor percibido sea muy alto.

Es importante notar que la manipulación en la mercadotecnia y en una sociedad de consumo no es tan lineal. Es decir, no es un hecho automático que

después de ver un comercial una persona va a ir a comprar ese preciso producto. Lo que sí es un hecho es que surge una predisposición, y en general un comercial bien hecho busca jugar con los roles sociales y necesidades del individuo, sugiriendo que ese determinado producto traerá resultados excelentes para su estatus social.

2.3.3 Militar

A finales de los años 1980, emergió una teoría en relación con la evolución de una forma de guerra moderna llamada cuarta generación (Phelan, 2011). De acuerdo a esta teoría las primeras tres generaciones fueron, en términos generales: batallas entre masas de hombres en líneas y columnas, luego batallas entre masas con armas de fuego, y por último los tanques permitieron el paso a la guerra móvil. Estos cambios generacionales son parte de un continuo, con elementos comunes entre las generaciones. Mientras que las ideas y la tecnología impulsaron el cambio, las ideas son el impulso primario a la evolución hacia la tercera generación, un ejemplo claro es el *blitzkrieg* (guerra relámpago).

La teoría de la 4ta generación propuesta por Lind, Nightengale, Schmitt, Sutton y Wilson (2001), identifica cuatro ideas centrales que la influenciarían. Primero hablan de la dispersión en el campo de batalla, la cual incluye a toda la sociedad enemiga y requiere de mayor flexibilidad en el combate. En segundo lugar proponen la descentralización de la logística. La tercera idea es que incrementaría el énfasis en las maniobras y en la agilidad, quitándole importancia a la masa de combatientes. En cuarto lugar, proponen que la meta sería colapsar al enemigo internamente, en vez de destruirlo físicamente. Los blancos de ataque incluirían el apoyo de la población a los enemigos y la cultura misma de los enemigos. Otros elementos que ya estaban presentes en la tercera generación se acentuarían aún más, tales como que la desaparición de la distinción entre la paz y la guerra, y la definición de los frentes y campos de guerra perderán importancia.

La guerra de cuarta generación usa todas las redes disponibles- políticas, económicas, sociales y militares- para convencer a los tomadores de

decisiones enemigos que sus metas estratégicas son inalcanzables o demasiado costosas (Hammes, 2010). A diferencia de las demás generaciones de guerra, no intenta ganar derrotando a las fuerzas militares, más bien ataca la mente de los enemigos para destruir su voluntad política.

2.4 Algunas formas de manipulación

A continuación analizaremos algunas formas de manipulación como la propaganda, la censura, el uso del miedo y la desinformación.

2.4.1 Propaganda

La propaganda puede definirse como un proceso de persuasión que depende del uso selectivo de los hechos, explicaciones parciales y respuestas predeterminadas (Laleye & Ayeni, 1993). Asimismo, la propaganda puede ser considerada como una forma de control social, ya que su objetivo es dirigir al grupo a través de la manipulación de estímulos (Foster, 1934). En la propaganda se libera información seleccionada que promueve y protege a los intereses de los que tengan el poder en ese momento (Street, 2001).

Específicamente la propaganda es cualquier forma de discurso, texto, audio o elemento visual no dirigido a informar, sino a establecer una relación de subordinación y aceptación acrítica de parte del receptor (Klaehn, 2010). Puede estar basada en información errónea, falsa, cierta o una combinación. El objetivo no es necesariamente engañar, sino reforzar e internalizar en la audiencia una deferencia al estatus de autoridad de alguna élite, o lograr el consentimiento a de alguna política pública. Implica una “relación de poder asimétrica entre los intereses que representa el propagandista y la audiencia.” (Klaehn, 2010 p.11).

Entonces el objetivo global de la propaganda no es simplemente llevar a las personas a una acción específica, es más invasivo porque refuerza roles sociales logrando una influencia totalitaria (Klaehn, 2010).

El Modelo de Propaganda (MP), propuesto por Herman y Chomsky en 1988 buscaba precisamente explicar el comportamiento de los medios de

comunicación en la sociedad estadounidense. Basándose en el análisis de los puntos en común que existen entre los medios de comunicación, las instituciones sociales dominantes, las élites de poder y el mercado, el MP explora la interacción entre el poder económico y el poder comunicativo. El argumento fundamental que propone el MP es que los elementos estructurales, políticos, y económicos influyen los patrones de comportamiento de los medios de comunicación.

En este modelo se analiza en detalle la producción de las noticias como refieren Mullen y Klaehn (2010), proponiendo elementos de filtro los cuales impactan en qué es lo que se convierte en noticias. Estos elementos de filtro son cinco (Herman & Chomsky, 1988): (1) la propiedad, tamaño y la orientación de las ganancias de los medios de comunicación, (2) la publicidad como la forma principal de ingresos de los medios de comunicación y la influencia de los valores publicitarios en los procesos de producción de noticias, (3) la dependencia de los medios de comunicación en los agentes de poder como los principales definidores de la realidad social, (4) disensión organizada que representa un mecanismo de control social, y (5) varias fuerzas ideológicas, que pueden ser desplegadas y adaptadas para corresponder con los intereses de la élite cuando sea requerido.

Además los gobiernos proveen la información a cuentagotas, de manera estratégica, haciendo coincidir "malas" noticias, con eventos distractores (Street, 2001).

Según este modelo de propaganda los medios de comunicación prestan servicio a los intereses del poder estatal y empresarial, que están estrechamente interrelacionados, planteando su información y su análisis de manera que se apoye el privilegio establecido y se limite el debate y la discusión como corresponde (Chomsky, 1992).

2.4.1.1 Estrategias y técnicas básicas de propaganda.

Los recursos propagandísticos más comunes de acuerdo a Merrill, Lee & Friedlander (1992) son:

- El uso de etiquetas: el propagandista pone etiquetas con significado positivo o negativo al producto, proyecto o programa, pero no proporciona datos o evidencias substanciales que justifiquen el uso de las mismas. Se apela a los prejuicios de las personas.
- Presentar testimonios: se pide a una persona que dé un testimonio del valor de lo que se está tratando de colocar.
- Haz como todos: se llama al instinto social de las personas, pidiéndole que imite a la mayoría.
- Generalizaciones resonantes: vagas generalizaciones y palabras positivas para crear una imagen positiva en la mente del público. Se presentan imágenes llenas de emociones pero carentes de datos objetivos.
- El hombre sencillo: basada en la asociación, el propagandista se presenta al público como uno de sus miembros.
- Transferencia: el propagandista intenta transferir el respeto que las personas tienen por algún símbolo hacia un proyecto o producto.
- El juego de cartas: Se usa una mezcla de mentiras, prejuicios, verdades a medias, exageración, censura total y distorsión.
- Creación de estereotipos: se simplifica la realidad, presentando los acontecimientos de forma unidimensional.
- La presentación de las opiniones como hechos.
- Hablar a través de otras fuentes: se hace que otras fuentes den opiniones que son cuidadosamente seleccionadas de acuerdo a las opiniones del periodista.
- Atribuciones tendenciosas: usar adjetivos y verbos cargados de significado para presentar un aura positiva o negativa a las citas directas o indirectas.
- Selección de información: actuar en forma tendenciosa usando ciertos hechos, pasar por alto o disminuir la importancia de otros.

- Control planificado de la información: decisión del comunicador de masas de omitir completamente un reportaje o de dejar información fuera del mismo.
- Autoridad vaga: el uso de algunas formas introductorias de presentar frases, por ejemplo: “muchas gente dice...”
- Generalizaciones exageradas: consiste en atribuir a todo un grupo las opiniones de una o dos personas.
- La táctica de “no está disponible”: se presenta a una persona como no disponible para responder a una crítica, lo cual genera un impacto negativo en la opinión del público.

2.4.1.2 Medios de comunicación y propaganda

En el intento por comprender y explicar el funcionamiento de una sociedad se debe prestar atención a la forma en cómo los miembros de esta sociedad se comunican.

En el nivel macrosocial una de las principales formas de comunicación es el periodismo. Para trazar la línea que une los acontecimientos con la forma periodística que adoptan es preciso partir de la idea de que el periodismo es un método de interpretación de la realidad (García, M. 2000). Los acontecimientos no son objetos que se encuentran ya hechos en alguna parte de la realidad, sólo existen en la medida en que los medios de comunicación los elaboran; para ello el medio ha de recoger información que más tarde procesará y calificará para determinar qué publica y qué tratamiento le dará (García, M. 2000). Gomis (1999, p.10) afirma que “en el periodismo todo es interpretación, desde la noticia hasta el editorial; la información es interpretación de realidades y la opinión es interpretación de posibilidades.”

El modelo de los medios de comunicación como oligopolio de las grandes empresas es el sistema natural para la democracia capitalista. Como corresponde, ha alcanzado su forma más elevada en la más avanzada de estas sociedades, específicamente Estados Unidos, donde la concentración de los medios de comunicación es elevada, el campo de acción de la radio y la

televisión públicas es limitado y los elementos del modelo democrático radical existen solamente a nivel marginal (Chomsky, 1992).

En este sentido Estados Unidos representa la forma hacia la cual la democracia capitalista está tendiendo; las tendencias afines incluyen: la eliminación progresiva de los sindicatos y otras organizaciones populares que interfieren con el poder privado; un sistema electoral que se pone en escena como un ejercicio de relaciones públicas; y el hecho de eludir las medidas de asistencia social, etc. (Chomsky, 1992).

Este es el curso natural de una sociedad capitalista, debido a lo que se ha denominado limitación de recursos y limitación de demandas (Chomsky, 1992). La primera es directa: el control de los recursos está muy concentrado, con efectos predecibles para la vida social. La limitación de demandas, refiriéndose a la reducción de demandas sociales, es un medio de control más sutil cuyos efectos resultan evidentes, por ejemplo, en América Latina, donde el sistema político permite a veces una gama más amplia de opciones en cuanto a las políticas, entre ellas los programas de reforma social. Las consecuencias son conocidas: fuga de capitales, pérdida de la confianza de las empresas y de los inversores y decadencia social general a medida que los “dueños del país” pierden la capacidad de gobernarlo (Chomsky, 1992). En resumen, es necesario asegurar que los dueños del país estén contentos; de otro modo, todos sufrirán, ya que estos controlan la inversión y determinan qué se produce y distribuye y qué beneficios se filtrarán a quienes se alquilan a los propietarios.

Una consecuencia de la distribución de los recursos y el poder para la toma de decisiones en la sociedad en general es que la clase política y los administradores culturales suelen asociarse con los sectores que dominan la economía privada; o provienen directamente de dichos sectores, o tienen la esperanza de unirse a ellos (Chomsky, 1992).

Los medios de comunicación juegan un papel fundamental, como se ha visto, en la formación de opiniones de la ciudadanía. Klaehn (2010) plantea que esto toma vital importancia cuando un gobierno decide ir a guerra, porque ganar el

consenso para ir a la guerra no es fácil, ya que involucra la muerte de personas y la destrucción de propiedad; actividades que en tiempos normales son consideradas criminales.

Actualmente bajo la legislación de las Naciones Unidas y los acuerdos firmados por la mayoría de los países sólo la guerra defensiva puede ser considerada legítima (Klaehn, 2010). Esto obliga a los gobiernos a tener razones, que sean consideradas como suficientes, para entablar la guerra con otro país. Además se necesita el consentimiento de la ciudadanía, porque una guerra siempre implica altos costos humanos y materiales a largo plazo. Por lo tanto las estrategias de cobertura y manejo de los medios de comunicación se han convertido en un parte importante de la estrategia militar del estado.

Una de las estrategias aplicadas en los medios de comunicación para los efectos de crear una opinión favorable a la guerra, es presentarla como *“infotainment”* es decir, información entretenida (Klaehn, 2010). Esto incluye: reportes diarios de las elites militares, selección de expertos que hagan eco de la línea gubernamental y una estrecha vigilancia gubernamental de cada historia publicada acerca de la guerra.

2.4. 2 Censura

La censura es una forma de control y manipulación utilizada por el gobierno (Street, 2001). Puede ser ejercida a través de una influencia directa, pero no necesariamente requiere de agentes de gobierno que intervengan. La auto censura en nuestra sociedad ha probado ser una forma más común, extendida e insidiosa de control. Los cambios en el comportamiento de la prensa han sido logrados mediante la cultura del miedo y a través de un sistema de premios y castigos implícitos. El gobierno puede favorecer a ciertas cadenas, autores, comentaristas etc. creando una estructura de incentivos por adherirse a la visión gubernamental (Street, 2001).

La diferencia principal entre la propaganda y la censura es que la primera intenta hacer valer su argumento con base en la manipulación y en ocasiones con mentira, mientras que la segunda, intenta suprimir los puntos de vista

alternativos por medio del control y la coerción (Baets, 2002). La censura no siempre acompaña a la propaganda, pero la propaganda sí acompaña a la censura.

La censura ha jugado un papel fundamental en la manipulación de la historia de los países. La unión de la censura y la propaganda crea una visión histórica con tendencias monopólicas y verdades absolutas que desanima al pensamiento crítico (Baets, 2002). Los temas que cuestionan la ideología oficial-crímenes, víctimas, rivalidades, derrotas militares, etc. son etiquetados como controversiales y son candidatos a la censura.

2.4.3 Miedo

La sociedad contemporánea que ha sido definida como una sociedad de riesgo; a pesar de que cuenta con las estadísticas más altas de bienestar material y económico, así como seguridad jurídica y la esperanza de vida más larga de la historia; vive en constante miedo (Cabrera, 2011). Este miedo puede tomar formas específicas o inespecíficas y ha llegado a constituirse en el sustrato básico sobre el que se erige toda una industria basada en el temor (Cabrera, 2011).

La gestión de la inseguridad extendida e irracional se convierte en uno de los pilares básicos desde los que se organizan las instituciones y se regula la estructura social contemporánea (Cabrera, 2011). Sirve como un mecanismo para invisibilizar el conflicto social, ya que la búsqueda compulsiva de la seguridad viene a expresarse a través de la multiplicación de prácticas y políticas de seguridad y de control social (Cabrera, 2011).

Para Gower (2004), el miedo es una respuesta emocional que sirve como mecanismo de supervivencia; es una reacción ante el peligro que tiene efectos tanto físicos como psíquicos y tiene una función protectora, ya que señala el peligro y nos prepara para afrontarlo. La anticipación del daño genera miedo en la mayoría de las personas, por lo que para el individuo es muy importante lograr evitar un estímulo que tenga efectos potencialmente dañinos (Maass, 2010).

En la interpretación y producción de discursos que intentan generar miedo casi siempre se enfatizan diferencias políticas y culturales como causas de situaciones peligrosas (Chapu, Braun & Brown, 2010). El miedo incrementa el impacto de los mensajes en las actitudes e intenciones de conducta; y la investigación muestra que las personas tienden a prestar más atención a los mensajes que anticipan una situación peligrosa (Breckler, Olson & Wiggins, 2006).

El miedo es también, la emoción más usada para manipular al público (Le Cheminant & Parrish, 2011). Esto se ha logrado a través de la inflación de las amenazas la cual comienza cuando las élites perciben una amenaza, crean estrategias de comunicación que aumentan estas amenazas, implementa estas estrategias en los medios de comunicación o el mercado de ideas, en un intento de moldear las opiniones e influenciar las políticas públicas (Trevor & Cramer, 2009). El proceso se ilustra en la siguiente figura:

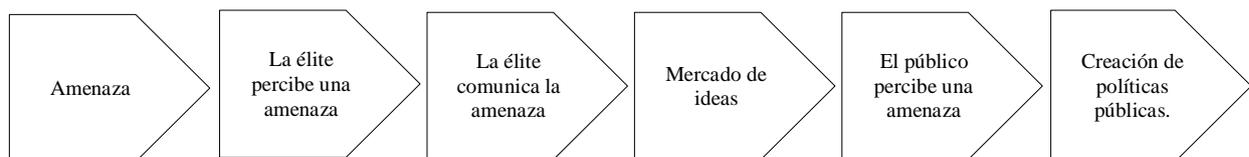


Figura 1: Modelo simple de la inflación de amenazas tomado de Trevor y Cramer, 2009, p.3

Las investigaciones muestran que la amenaza que perciben las personas media la relación entre el material amenazante en un mensaje persuasivo y la actitud hacia el mensaje. Una vez que existe la amenaza las personas calculan hasta qué grado pueden controlar a la misma; si se percibe que hay un posible control entonces las actitudes se mueven en la dirección sugerida por el mensaje persuasivo (Boster & Mongeau, 1984).

2.4.4 Desinformación

Es la forma más común de manipulación usada en las sociedades liberales. En vez de censurar, se mantienen las cosas en silencio (Street, 2001). Todos los países tienen leyes de secrecía y otros dispositivos regulatorios que han sido

diseñados para restringir el flujo de información. En la lucha por el poder e influencia, la información es un recurso clave, y el valor de la información es inversamente proporcional a su diseminación.

2.5 Papel de los medios de comunicación de masas en la manipulación.

La comunicación de masas se refiere a una interacción asimétrica, en la que las partes participan en un proceso estructurado de transmisión simbólica. Si se le llama de masas es porque el producto está a disposición de un grupo muy numeroso de personas (Sánchez, 2000).

Las cinco características que confieren especificidad a la comunicación de masas serían (Thompson, 1998):

- 1) Supone el uso de medios de producción y difusión institucionales y técnicos, que constituyen una mediación tan fundamental que es muchas veces gracias a ella que podemos aclarar lo que ocurre en la comunicación de masas.
- 2) Los bienes simbólicos producidos y difundidos en este tipo de comunicación, habitualmente, son mercantilizados mediante un proceso de valoración económica de modo que se convierten en objetos de consumo.
- 3) Se instituye una ruptura estructural entre la producción de las formas simbólicas y su recepción, es decir, las posiciones no son intercambiables sino que más bien están institucionalizadas.
- 4) El acceso a las formas simbólicas se amplía en el espacio y en el tiempo de modo que los contextos de producción y los de recepción quedan separados drásticamente: no se sabe quién fue el productor ni cuándo – ni en qué contexto– se realizó la producción.
- 5) El consumo de esta comunicación se ha hecho rutinario, lo que viene a significar, por un lado, la universalización de la destreza para lidiar con los medios de comunicación, y por el otro, la importancia de los mismos en la producción y reproducción de la vida cotidiana.

- 6) La comunicación de masas, más que ninguna otra, promueve una amplia circulación pública de los productos simbólicos, con un alcance difícilmente limitable.

La misma estructura de los medios de comunicación está diseñada para inducir la conformidad con respecto a la doctrina establecida, como señala Chomsky (1992 p. 20): “Resulta imposible, durante un lapso de tres minutos entre anuncios o en setecientas palabras, presentar pensamientos poco familiares o conclusiones sorprendentes con los argumentos y la evidencia necesarios para dotarlos de cierta credibilidad.”

Existen dos puntos de vista en cuanto al objetivo social de los medios de comunicación. Una perspectiva asume que los medios de comunicación están dedicados al servicio del bien público. Otro punto de vista plantea que (Chomsky, 1992 p.24) “...los medios de comunicación son unos guardianes vigilantes que protegen al privilegio de la amenaza, de la comprensión y participación pública.”

Los medios de comunicación masiva están constituidos por organizaciones; periódicos, revistas, televisión, radio, películas e internet, cuyo objetivo es difundir información a un gran segmento del público (Hughes & Kroehler, 2011). Los estudios demuestran que el 71 por ciento de los estadounidenses citan a la televisión como la mayor fuente de noticias nacionales e internacionales, recientemente el internet sobrepasó a los periódicos como una fuente de noticias (Pew Research Center for the People and the Press 2009, en Hughes y Kroehler, 2009).

El papel principal de los medios de comunicación es la difusión, definida como el proceso mediante el cual las características culturales se propagan de una unidad social a otra (Hughes & Kroehler, 2011). Sin embargo es conocido que los medios de comunicación masiva también cumplen otras funciones, incluyendo lo que se ha llamado “*agenda setting*” (establecimiento de agenda). Es decir, los medios ponen sobre la mesa los hechos y las preocupaciones

sobre las cuales pensamos y hablamos con otras personas (Hughes and Kroehler, 2011).

Curran (2002) plantea que los medios de comunicación modernos han asumido el papel de la Iglesia, en un época más secular, de interpretar y dar sentido al mundo del público masivo: “al igual que sus predecesores sacerdotales, los comunicadores profesionales amplifican los sistemas de representación que legitiman el sistema social.” (p.117). La Iglesia medieval enmascaraba las fuentes de la desigualdad con su atribución de la injusticia social al pecado de los individuos; los medios de comunicación modernos tienden también a ofrecer una visión del mundo centrada en el individuo en la que tanto los problemas como las soluciones se presentan como algo más personal que estructural.

Los individuos y grupos que controlan recursos críticos, como recompensas, castigos y comunicación persuasiva, tienen la habilidad de dictar el modo en cómo se organiza la vida social (Hughes & Kroehler, 2011). La sociedad moderna, como una sociedad informacional, ha pasado de tener un control social cada vez menos coactivo y cada vez más persuasivo, si se considera la influencia de organizaciones que intentan inducir a los individuos a comportarse de acuerdo con las normas de su grupo social, para lograrlo usan técnicas psicológicas, lingüísticas y semánticas (Roiz, 2002).

Un análisis del papel que juegan los medios de comunicación en la manipulación de la población es fundamental porque en nuestros modelos políticos occidentales se ha generado censura, que si bien no es directa, ocurre gracias a que la propiedad de los medios de comunicación está concentrada en un grupo muy reducido, lo que conlleva al desarrollo de mecanismos mediáticos y de control social (Jiménez y Vega, 2005).

Ya en 1940 se comienza a reconocer la importancia de los medios de comunicación, prensa radio y cine, para “esclarecer las maneras y los modos mediante los cuales la opinión pública puede, del modo más efectivo, ser ayudada a adaptarse a tiempo al cambio necesario...” (Havighurst, May,

Richards & Stevens, 1940, p.187). Este interés en los medios de comunicación surge a partir de la necesidad de generar consentimiento entre los ciudadanos para las políticas públicas argumentando que: “Un gobierno que se fundamenta en el consentimiento también se apoya en el conocimiento acerca de cómo conseguir, de la mejor manera posible, aquel consentimiento.” (Havighurst, May, Richards & Stevens, 1940, p.187). Este consentimiento se torna importante porque aunque la fuerza puede ser un medio efectivo para adquirir el poder, no es la forma más efectiva para gobernar políticamente, la fuerza se torna costosa e ineficiente (Hughes & Kroehler, 2011).

Ante momentos críticos para un país se plantea que la unidad nacional implica tanto la movilización de servicios y recursos, como de la opinión pública (Havighurst, May, Richards & Stevens, 1940). Se aboga para que el gobierno pueda restringir las libertades de los medios de comunicación públicos y privados, dependiendo de si los responsables de la comunicación de masas están dispuestos a promover los asuntos relevantes de la política pública y sus intereses subyacentes (Havighurst, May, Richards & Stevens, 1940).

Los mensajes que emiten los medios de comunicación afectan el entendimiento del mundo de sus receptores, y esto a su vez está ligado a la posición social y la experiencia de los mismos. Esta comunicación interactúa con las demás emitidas por diversas instituciones del sistema (Street, 2001). En este sentido la influencia ejercida está ligada a la interpretación, y esta a su vez depende de la experiencia previa.

Entonces se podría decir que los medios de comunicación masiva no generan textos que por sí mismos tengan un efecto en particular, más bien circulan una serie de ideas que normalizan una serie de prácticas y actitudes que constituyen “el sentido común” (Street, 2001). Este sentido común tiene contradicciones y ambigüedades, puede ser interpretado de diversas formas, pero no admite un rango infinito de interpretaciones.

Los medios de comunicación quizás no son responsables directos de las actitudes o de los votos de la población, pero sí son responsables de legitimar

la operación de ciertas agendas e ideologías. Ejercen una influencia por la forma en que crean una imagen “realista” del mundo que altera nuestras percepciones y acciones en relación al mismo (Street, 2001).

2.6 Ciencia y manipulación.

La ciencia es un estilo de pensamiento y acción, el más reciente, universal y provechoso de todos los estilos (Bunge, 2000). Según Bunge (2000) la ciencia usa como herramienta a la investigación con el objetivo de producir conocimiento, el cual debe ser susceptible a ponerse a prueba, mejorarse o superarse mediante el uso del método científico. Este conocimiento científico no puede ser juzgado por el sentido común, la ciencia elabora sus propios cánones de validez.

Sin embargo, según Branscomb (2004), ha sido común en algunos países la manipulación política de la evidencia científica, en aras de apoyar los intereses de ciertos grupos de poder. Este autor también plantea que “...los partidos han, a veces, caído en la tentación de castigar a los científicos, que han tenido objeciones acerca de las políticas gubernamentales, cortando los fondos de investigación.” (2004 p.53).

En años recientes comités científicos en los Estados Unidos han realizado acusaciones hacia el gobierno que incluyen (Branscomb, 2004):

- Supresión a manipulación de información relevante para la salud pública.
- Reemplazo de expertos en comités consultivos, si sus puntos de vista entran en conflicto con los interés de los grupos de poder o de la industria.
- Selección de candidatos en estos comités basándose en su ideología política.
- Eliminación de información científica importante de sitios web gubernamentales.

Esto implica que la manipulación es un fenómeno tan extendido que no está a salvo ni el ejemplo máximo de la objetividad, que es la ciencia; supeditada al financiamiento de instituciones gubernamentales o compañías interesadas en los resultados de sus investigaciones, lo que pone en cuestionamiento dicha objetividad.

2.7 Antídoto para la manipulación: pensamiento crítico.

Como señala Wodak (1987) la manipulación es más probable si los receptores no tienen el conocimiento específico que puede ser usado para resistir la manipulación. La única defensa frente al uso de la manipulación, consiste en tener la formación adecuada y ejercitar el pensamiento crítico (López, 2001). Fishkin (2011, p. 22) aludiendo a la manipulación política planteaba que "...el camino para llegar a una democracia no manipulada es asegurándose que la mayor cantidad de personas tengan la oportunidad de hacer su contribución a través de la deliberación".

El pensamiento crítico comprende las capacidades y actitudes que desempeñan un papel principal en el proyecto de analizar y dominar las innumerables informaciones que caracterizan el contexto social actual; lo cual implica que ejercer el pensamiento crítico es esencial para el desarrollo socioeconómico global, en particular cuando se trata de favorecer una producción más racional, que tenga más en cuenta las necesidades humanas y de la protección del ambiente (Boisvert, 2004).

Según Ennis (1987) el pensamiento crítico es una forma razonable y reflexiva de pensar, encaminada a decidir qué creer o qué hacer. La reflexión en este caso involucra considerar un problema desde diferentes ángulos (Hunter, 2009), mientras que el razonamiento consiste en relacionar pensamientos e ideas, de forma que se apoyen y complementen (Hughes & Lavery 2008).

Además el pensamiento crítico es la base de la ciencia y la democracia (Lau, 2011). La ciencia requiere de racionalidad para diseñar experimentos y probar teorías. La democracia requiere de personas que puedan pensar objetivamente

acerca de asuntos políticos y sociales, y no basarse en prejuicios para tomar decisiones.

Poder pensar críticamente involucra la aplicación de las leyes de la lógica y de la ciencia de manera precisa y sistemática, lo cual implica que las personas que piensan críticamente poseen las siguientes habilidades (Lau, 2011):

- Entender la conexión lógica entre las ideas.
- Formular ideas de forma precisa.
- Identificar, construir y evaluar argumentos.
- Evaluar los beneficios y perjuicios de una decisión.
- Comprobar o desechar hipótesis basándose en la evidencia.
- Detectar inconsistencias y errores en un razonamiento.
- Analizar los problemas sistemáticamente.
- Identificar la relevancia e importancia de ideas.
- Justificar sus valores y creencias.
- Evaluar sus propias habilidades.

Desarrollar el pensamiento crítico requiere de esfuerzo y dedicación (Lau, 2011). Exige una preparación y disposición de carácter activo en la dedicación de una manera reflexiva a los problemas y cuestiones que surgen en la vida cotidiana (Boisvert, 2004). Una de las formas efectivas de hacerlo es incorporar las cuatro preguntas básicas al evaluar una situación: 1) ¿Qué quiere decir?, 2) ¿Cuántos argumentos lo apoyan o refutan?, 3) ¿Por qué es importante o relevante? y 4) ¿Cuáles son otras posibilidades a considerar? (Lau, 2011).

Las habilidades intelectuales que configuran el pensamiento crítico son (Campos, 2007):

- Interpretación, que implica comprender y expresar el significado de una variedad de experiencias.
- Análisis, que implica identificar las relaciones inferenciales propuestas.

- Evaluación, que implica valorar la credibilidad de un enunciado y valorar la fortaleza de las relaciones inferenciales.
- Inferencia, que implica identificar y asegurar elementos necesarios para derivar conclusiones razonables, considerar información como relevante y deducir las posibles consecuencias.
- Explicación, que implica enunciar los resultados del razonamiento personal de una manera lógica y precisa, justificándolo en términos de la razón.

Estas son algunas de las habilidades que se buscan promover en el taller propuesto en este trabajo. El pensamiento crítico y la información son las únicas defensas ante los cotidianos intentos de manipulación que enfrentamos. Es por esto que se busca combinar ambos elementos para contribuir a la formación de personas capaces de entender y evaluar el mundo alrededor; y tomar decisiones de forma independiente y responsable.

Una persona que puede entender y evaluar el ambiente que le rodea, comprendiendo los intereses que mueven los eventos que ocurren diariamente, es más inmune a los intentos de manipular las decisiones independientes y autodeterminantes de las personas. Es muy probable que una persona que esté consciente del nivel de manipulación que existe en su medio social pueda tomar decisiones personales que lo benefician a él y luego, y por ende, (suponiendo las premisas que se abarca en el siguiente párrafo) a la sociedad, sin importar si estas van en detrimento de los grupos de poder.

Por ejemplo si la premisa es que, de forma egoísta, una persona quiere vivir a salvo, con un cierto nivel de seguridad, educación, salud y bienestar para sí mismo y los suyos; entonces debe comprender que otra premisa es que vive en una sociedad lo cual implica que está en un sistema interdependiente. De estas dos premisas se deriva que, si quiere alcanzar la meta de un estilo de vida decente y seguro, la historia y la experiencia muestran que sólo puede alcanzarlo si su entorno y sociedad llegan a niveles similares a los suyos, por lo menos dentro de cierto rango y suponiendo que no es un miembro de la élite del 1%.

Además, como sabemos los recursos son limitados, lo que implica que deben de ser repartidos justamente, porque si una parte tiene demasiado esto automáticamente implica una falta en la otra parte. Con todo este conocimiento, y pudiendo pensar críticamente, la persona se daría cuenta que diferentes grupos tiene intereses contradictorios a su propia meta. Estando consciente de estos intereses divergentes, buscaría los medios que los demás grupos usan para llegar a su objetivo, lo cual hace que sus intentos de manipulación sean casi en vano o la persona los podría intentar contrarrestar.

Al mismo tiempo las personas que tienen intereses similares pudieran usar herramientas de manipulación para llegar a metas que están cercanas a las que tiene esta persona, pero como está al tanto de las metas y medios, no pueden manipularla, si no, más bien la persona estaría o no de acuerdo con ellos; basando su decisión de ayudarlos en sus propios objetivos y propósitos. De cualquier forma ya no hay manipulación porque estará consciente del camino, los medios y la meta. Es por esto que el pensamiento crítico, junto a la conciencia y atención a su entorno, así como tener un conocimiento y nivel de información necesario del mismo, elimina la manipulación.

Para decirlo en otras palabras, como la manipulación es necesariamente y por definición un mecanismo oculto, y en contra de la voluntad de sus receptores; a través del pensamiento crítico la información sale a la luz, por lo cual no puede existir la manipulación, más bien, la decisión consciente a favor o en contra de aceptar ciertos mecanismos o eventos.

CAPÍTULO 3

PROPUESTA

La propuesta central de este trabajo es un taller que busca sensibilizar a los participantes sobre el fenómeno de la manipulación en la sociedad, y las posibles formas de contrarrestarlo. Cada uno de los elementos de este planteamiento se ha descrito teóricamente a lo largo del capitulo y en este apartado se plantea la aplicación de estos conocimientos.

3.1 Justificación

La manipulación de los grupos sociales es un fenómeno ampliamente extendido, presente en casi cualquier dimensión de nuestra vida social (Handelman, 2009). Los trucos asociados al uso de la manipulación permiten que el fenómeno aparezca en una infinidad de variaciones y bajo un sinnúmero de disfraces; desde un arma poderosa al servicio de la propaganda, hasta misiones altruistas de la psicoterapia o la educación (Handelman, 2009).

Los efectos de la manipulación social son amplios, ya que involucra no sólo poder, sino el abuso del poder, es decir, la dominación (Chouliaraki, 2005). Además el manipulador que ejercita control sobre otra persona, usualmente lo hace en contra de su voluntad o de sus mejores intereses (Van Dijk, 2006).

Una de las áreas afectadas directamente por la manipulación es la económica, que en estos momentos ha llevado a la sociedad en general a exhibir un comportamiento de consumo desenfrenado y a tomar decisiones financieras nocivas para sí misma.

El consumismo moderno ha cambiado significativamente la forma en que piensan y actúan las personas (Stearns, 2012). Si bien es cierto que el consumo responde a necesidades humanas básicas, también se debe tomar en cuenta el papel de la manipulación en la creación del patrón moderno de consumo (Stearns, 2012). En los últimos 10 años el consumo mundial ha

crecido de una forma sin precedentes en la historia de la humanidad (Consumption: the facts, 2006). En 1900, un total de 1.5 trillones de dólares fue gastado por el consumo público y privado. Para 1975 esta cifra es estimada en 12 trillones de dólares. En 1998 se duplicó a 24 trillones, y continúa creciendo rápidamente (UNDP Human Development Report, 1998). El mundo occidental gasta más en productos de lujo que lo que costaría a las naciones Unidas alcanzar las metas de desarrollo del milenio (New Economics Foundation and The Open University, 2006).

La siguiente figura ilustra el número de planetas necesarios para sostener el consumo de diferentes países:

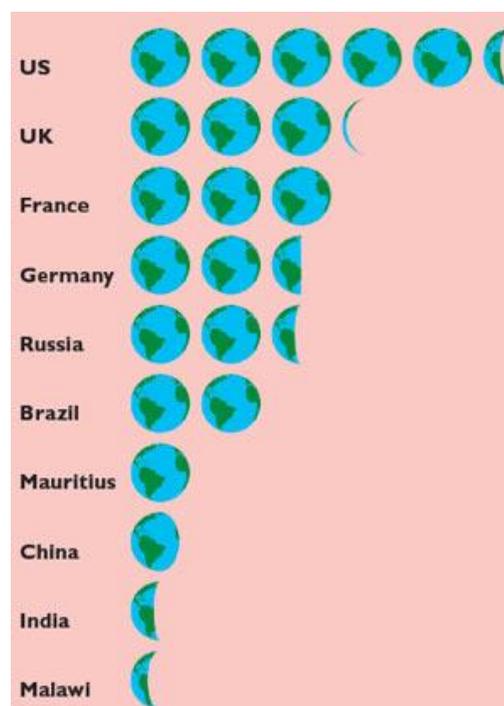


Figura 2: Número de planetas necesarios para sostener el consumo de cada país, tomado de: The UK Interdependence Report, 2006 tomado de New Internationalist magazine, edición 395.

De Graaf, Wann y Naylor (2005) proponen que el consumo excesivo es una patología provocada por una falsa conciencia del consumo, resultando en individuos y sociedades dañadas. Según algunos autores el origen de esta enfermedad es la confusión entre necesidades y deseos, además de la

sobrevaluación del valor del dinero y la necesidad de emular los patrones de consumo de las clases sociales altas (Humphery, 2010). Todo esto deriva, según las normas de la sociedad moderna en un estatus social más aceptable (Humphery, 2010).

En cuanto al efecto de la manipulación en el área financiera, es esencial recordar que sociológicamente el significado del dinero se puede expresar a través de las relaciones entre deudores y entidades crediticias (Ingham, 2004). Ordinariamente el dinero se usa para comprar cosas, así que el dinero y el mercado están estrechamente vinculados, pero el dinero y el crédito están incluso más relacionados (Carruthers & Ariovich, 2010). El crédito permite al comprador pagar el objeto de consumo después o en pagos menores, o pedir a una tercera parte un préstamo que debe devolver a una cierta tasa de interés en un determinado tiempo (Carruthers & Ariovich, 2010). El crédito es una de las herramientas de marketing más importantes para los vendedores (Carruthers & Ariovich, 2010).

La imagen de las tarjetas de crédito ha sido cambiada a un instrumento pos modernista guiado por la imagen, lo cual ha sido reforzado con la creación de tarjetas platino y con el uso de celebridades para su comercialización (Burton, 2008)

El alto costo del crédito y de las tasas de interés hace imposible para muchos ciudadanos pagarlos, sin embargo los bancos argumentan que es rentable extender el crédito para que los consumidores cubran el pago mínimo y paguen el máximo de intereses (Burton, 2008). Sin embargo, para los clientes más adinerados los bancos se reservan créditos sin intereses, lo que hace que los pobres subsidien a los ricos (Burton, 2008).

Los estudiantes en especial son presas de la manipulación con enfoque financiero, para el pago de sus colegiaturas, porque es negocio redondo para los bancos (Burton, 2008). Su deuda crece exponencialmente, y casi nunca pueden saber a ciencia cierta el verdadero costo de su educación pues las tasas varían año con año. El mercadeo de créditos para estudiantes se conoce

como “mercadeo predatorio” porque este sector no tiene experiencia en asuntos financieros (Burton, 2008 p. 67).

La manipulación a nivel social tiene una de sus agendas más exitosas en el campo de la política. Las elecciones son, en muchas ocasiones, batallas de manipulación en donde el elector no tiene un verdadero e informado poder de decisión. El sólo hecho de que ocurran elecciones no es suficiente para considerar que estas son competitivas (Przerworski, 2010). Las elecciones deben inexorablemente seguir una serie de reglas que regulan: quienes pueden votar, si el voto es directo o indirecto, si es público o privado, cómo se suman los votos etc. Las reglas afectan los resultados, por lo tanto las elecciones de por si son manipuladoras (Przerworski, 2010). En oposición al fraude, la manipulación implica establecer reglas, mientras que el fraude implica romperlas (Przerworski, 2010).

Además en muchos casos el gobierno tiene gran influencia sobre los medios de comunicación, por lo tanto menos información, o información menos exacta sobre los políticos llega al público; comprometiendo la habilidad de los votantes para tomar decisiones (Gupta, 2006).

Actualmente en muchas democracias los votantes deciden que les gusta un político por razones que tienen poco o nada que ver con la política, y simplemente adoptan los puntos de vista de dicho político (Lenz, 2012); en este caso los políticos pueden gobernar de forma más libre y de acuerdo a su conveniencia.

Algunas de las estrategias de mercadeo que buscan manipular el voto de los ciudadanos son (Spiller & Bergner, 2011):

- Segmentar el espectro de votantes y proponer sólo lo que cada segmento desea escuchar.
- Enfocarse en los estados primordiales para el resultado de la elección.
- Uso de la información personal de compra y actividades de los votantes para hacer campaña.

Esto implica que se representa una falsa imagen de los que es un candidato, porque las campañas de hoy en día giran alrededor del votante y no del producto en sí, se acoplan a los deseos de los votantes; así la mayoría de las posiciones de un político están basadas en los datos que arrojan las encuestas de opinión (Spiller & Bergner, 2011). Es por este proceso que la tendencia en la política es hacia la manipulación de la imagen mediática de un candidato y menos acerca del contenido de sus propuestas.

Algunas de las consecuencias que se atribuyen a la manipulación política son: el incremento de la polarización de los partidos políticos, un electorado apático y desinformado, campañas electorales que explotan los miedos y prejuicios de la población, medios de comunicación motivados por valores comerciales y procesos de creación de políticas públicas de un valor simbólico más que sustancial (Le Cheminant & Parrish, 2011).

La escuela ha sido, históricamente, el lugar en donde los adultos influyen en los niños (Moncada, 2000), de ahí las contiendas ideológicas y políticas por controlarla. La educación asume que el niño por el solo hecho de serlo debe de ser sometido a aprendizajes calculados por los mayores, y en muchas ocasiones involucra la aceptación de prejuicios que afectará a la larga el comportamiento privado y público de los alumnos (Paciano, 2005).

Existen diferentes formas de manipulación dentro de la educación. Una se refiere a la instrucción como adoctrinamiento, lo cual es la manipulación de la información, más presente en materias como la historia, formación cívica política y religión (Paciano, 2005). Otra forma es el manejo ambiental en cuanto al diseño de las aulas, la separación de sexos, edades, clases sociales etc.; lo cual refuerza los roles y estatus sociales de los alumnos (Paciano, 2005).

Un ejemplo en dónde se puede ver la confluencia de la manipulación política, económica y educativa es lo que ocurre actualmente en las escuelas públicas de Estados Unidos. En Estados Unidos se han eliminado 300 000 puestos de trabajo en el área educativa principalmente por el recorte de presupuesto a

niveles local y estatal (Agence France Presse, 2012) y se han eliminado 44 programas educativos (Congressional Record, 2007).

De esta situación se ha aprovechado Channel One una empresa que ofrece a las escuelas un aparato de televisión, dos videos y una parabólica a cambio de que incluyan de forma obligatoria en el programa escolar 12 minutos al día de noticias, que la misma empresa les envía por satélite. Los doce minutos incluyen dos de anuncios y cada año es visto en promedio por 8 millones de alumnos. Su tarifa por anuncio es de las más altas en televisión (Moncada, 2000). De igual forma, Coca Cola y Pepsi han convertido a muchas escuelas en agentes de venta que promueven el refresco a cambio de subvenciones (Moncada, 2000), en contra de la opinión médica que el consumo de refrescos están asociados al aumento de peso, diabetes tipo II y acidosis gástrica (Instituto de Salud Pública de España, 2007).

Los aspectos anteriormente mencionados son sólo una muestra de los efectos de la manipulación, ya que no es el propósito de esta sección hacer un recuento exhaustivo, más bien ejemplificar la necesidad de una propuesta que ayude a las personas a darse cuenta de la manipulación ejercida sobre ellos como prerrequisito para acceder a su libertad de decisión informada.

El taller “Manipulación: qué es, cómo se hace y su antídoto” aquí propuesto, se basa en que una de las mejores formas de detectar y resistir los intentos de manipulación es el conocimiento específico (por ejemplo, de los intereses actuales de los manipuladores) y el conocimiento general (por ejemplo de las estrategias usadas en el pasado para manipular a las personas), como propone Van Dijk (2006).

La única defensa frente al uso de la manipulación, consiste en tener la formación adecuada (López, 2001). Tal formación incluye tres puntos básicos:

1. Estar alerta y conocer los recursos manipulativos.
2. Aprender a pensar de forma crítica.
3. Ejercitar la creatividad.

Por lo tanto es esencial que se logre en los participantes del taller “mantener la capacidad crítica para liberarse del control social que por mediación de la cultura de masas y su contenido se nos impone” (Roiz, 2002 p.25).

3.2 Carta descriptiva del taller

TITULO DEL TALLER:

Manipulación: qué es, cómo se hace y su antídoto

OBJETIVO GENERAL:

Sensibilizar a los participantes sobre el fenómeno de la manipulación en la sociedad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Promover el entendimiento de qué es una sociedad y cómo funciona.
2. Aumentar la conciencia del fenómeno de la manipulación y sus efectos en los individuos de una sociedad.
3. Fomentar el desarrollo del pensamiento crítico en los participantes.

PARTICIPANTES

- Edad: 16 años en adelante.
- Grado escolar: No es relevante.
- Conocimientos previos: Los participantes deben de dominar las habilidades de lectura y escritura.
- Número de participantes: mínimo 10 y máximo 15.
- Forma de selección: Si cumplen con el requerimiento de conocimientos previos, se seleccionará a todo aquel que desee participar, sin sobrepasar la cantidad de participantes.
- Forma de convocatoria: Se elaborarán carteles que se colocarán en áreas de afluencia cómo pudieran ser universidades, preparatorias,

bibliotecas y otros centros de estudios. Además se pueden usar los medios de comunicación social.

MATERIALES

Los materiales necesarios son:

Nombre	Descripción	Cantidad
Hojas	Tamaño bond	10
Plumones	gruesos de colores varios	10
Hojas	Tamaño carta	30
Lápices	grafito	1 por participante
Gomas de borrar	-	1 por cada 3 participantes
Formato	“Análisis crítico de un ejemplo de manipulación”	1 por participante

ESCENARIO

- Espacio: Se necesita un espacio en dónde quepan cómodamente los participantes el proyector y la computadora.
- Mobiliario: Una silla y una mesa por participante, acomodándolas en forma de U.
- Iluminación: el espacio debe tener la iluminación suficiente para leer y escribir.
- Ventilación: el espacio debe contar con suficientes ventanas para permitir adecuada ventilación, o en su defecto ventiladores/aire acondicionado.
- Equipo necesario: Computadora y proyector.

DURACIÓN Y FORMA DE DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO:

5 sesiones de 2 horas cada una, con un total de 10 horas.

MÉTODO

El programa enfatiza el conocimiento de conceptos básicos de manipulación y sociedad, y el ejercicio del pensamiento crítico para analizar algunos ejemplos de manipulación en la sociedad.

3.3 Carta descriptiva por sesión

Objetivos específicos: Que los participantes conozcan los objetivos del taller. Que los participantes se familiaricen con el concepto de sociedad y algunas de sus teorías explicativas.					
Sesión	Actividad	Procedimiento	Materiales	Tiempo	Forma de evaluación
1	1. Presentación de los objetivos del taller, de los participantes y facilitador.	<ul style="list-style-type: none"> Presentación de los participantes y del facilitador. Presentar diapositivas Power Point con los objetivos del taller. Interactuar con los participantes acerca de la importancia de la temática y sus conocimientos sobre la misma. 	Computadora y proyector.	10 min	-
	2. Presentar definiciones y concepciones de sociedad.	<ul style="list-style-type: none"> Presentar un breve recorrido histórico por las diversas definiciones de sociedad. Hacer una lluvia de ideas con los participantes acerca del concepto de sociedad. Presentar el concepto que se usará para trabajar en el taller. 	Computadora y proyector. Hoja bond y plumones.	20 min	Producto (hoja con la lluvia de ideas).
	3. Presentar la estructura social	<ul style="list-style-type: none"> Presentar los elementos que componen la estructura social: posición social, papel social, 	Computadora y proyector.	20 min	-

		<p>grupos, instituciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cada participante identificará su posición dentro de la estructura de su sociedad. 			
	4. Presentar el orden social como parte de la cultura.	<ul style="list-style-type: none"> • Presentar el concepto de cultura y los elementos que la conforman. • Los participantes elaboran un mapa mental de los elementos afectivos, cognoscitivos y normativos que componen a su cultura. 	<p>Computadora y proyector.</p> <p>Hoja bond y plumones.</p>	30 min	Producto elaborado (mapa mental).
	5. Actividad: "La sociedad ideal".	<ul style="list-style-type: none"> • Los participantes tienen 10 minutos para idear una sociedad ideal, y los principales cambios y pasos necesarios para llegar de la sociedad actual a la sociedad ideal. • Los participantes presentarán y discutirán sus propuestas. 	Hoja de papel y lápiz.	35 min	Producto elaborado (propuestas).
	6. Cierre y retroalimentación	<ul style="list-style-type: none"> • Discusión y resumen sobre lo aprendido. • Retroalimentación acerca de la sesión. 	-	5 min	-

Objetivos específicos: Presentar la definición, aspectos y función de la manipulación.

Sesión	Actividad	Procedimiento	Materiales	Tiempo	Forma de evaluación
2	1. Lluvia de ideas	<ul style="list-style-type: none"> Los participantes elaborarán una lluvia de ideas acerca de qué es la manipulación. 	Hojas Bond y plumones.	10 min.	Producto (Lluvia de ideas).
	2. Presentar la definición de manipulación.	<ul style="list-style-type: none"> Presentar la definición de manipulación. Diferenciar persuasión de manipulación. 	Computadora y proyector.	20 min	-
	3. Presentar los aspectos que facilitan la manipulación.	<ul style="list-style-type: none"> Presentar los aspectos cognitivos, discursivos y sociales que facilitan la manipulación. Los participantes se dividirán en tres grupos y cada uno ejemplificará uno de los aspectos que facilitan la manipulación. 	Computadora y proyector.	30 min	-
	4. Presentar la función de la manipulación en la sociedad.	<ul style="list-style-type: none"> Presentar la función política, económica y militar de la manipulación. Presentar ejemplos concretos de la manipulación en la sociedad. 	Computadora y proyector.	30 min	-
	5. Actividad: "¿Se justifica la manipulación?"	<ul style="list-style-type: none"> El facilitador promueve un debate entre los participantes acerca de si la manipulación en la sociedad se justifica o no, puede proponer temas como: <ul style="list-style-type: none"> - Si hay instancias en donde es posible que la manipulación sea en el mejor interés de la sociedad. - Si se justifica manipular a la población por su propio bien. 		25 min	-
	6. Cierre y retroalimentación	<ul style="list-style-type: none"> Discusión y resumen sobre lo aprendido. Retroalimentación acerca de la sesión. 	-	5 min	-

Objetivos específicos: Presentar las formas de manipulación social.
 Presentar el papel de los medios de comunicación en la manipulación social.
 Presentar el pensamiento crítico como antídoto para la manipulación.

Sesión	Actividad	Procedimiento	Materiales	Tiempo	Forma de evaluación
3	1. Presentar formas de manipulación.	<ul style="list-style-type: none"> Presentar y ejemplificar la propaganda, censura, miedo y desinformación como medios de manipulación en la sociedad. 	Computadora y proyector.	30 min.	-
	2. Actividad: "Formas de manipulación".	<ul style="list-style-type: none"> Se divide a los participantes en 4 grupos, cada grupo se encargará de buscar ejemplos de una de las formas de manipulación. Luego los presentarán a los demás y se discutirá la pertinencia de los ejemplos. 		40 min	-
	3. Presentar el papel de los medios de comunicación en la manipulación social.	<ul style="list-style-type: none"> Presentar el papel que juegan los medios de comunicación en la manipulación de la sociedad. 	Computadora y proyector.	20 min	-
	4. Presentar el pensamiento crítico como antídoto a la manipulación.	<ul style="list-style-type: none"> Presentar definición de pensamiento crítico. Presentar técnicas para desarrollar el pensamiento crítico. 	Computadora y proyector.	20 min	-
	5. Entrega y explicación del proyecto "Análisis crítico de un ejemplo de manipulación"	<ul style="list-style-type: none"> Se entregará el formato "Análisis crítico de un ejemplo de manipulación" y se explicará en que consiste la actividad. Se explica que en la próxima sesión cada uno debe presentar en 10 minutos un análisis completo de un ejemplo de manipulación; debe incluir: qué función cumple, quién o quiénes son los manipuladores, que forma de manipulación utilizan etc. Cada participante debe 	Formato impreso de "Análisis crítico de un ejemplo de manipulación". Se necesita uno por participante.	5 min	-

		llenar el formato y venir preparado para presentarlo la próxima sesión.			
	6. Cierre y retroalimentación	<ul style="list-style-type: none"> • Discusión y resumen sobre lo aprendido. • Retroalimentación acerca de la sesión. 	-	5 min	-

Objetivos específicos: Que los participantes presenten y discutan su análisis de un ejemplo de manipulación social.

Sesión	Actividad	Procedimiento	Materiales	Tiempo	Forma de evaluación
4	1. Presentación del "Análisis crítico de un ejemplo de manipulación"	<ul style="list-style-type: none"> • El nombre de cada participante se pondrá dentro de una tómbola y se elegirá al azar quién será el próximo en exponer. • Cada participante tendrá 10 minutos para presentar su ejemplo y se discutirá con los demás participantes por 10 minutos aspectos cómo: <ul style="list-style-type: none"> - Si el ejemplo es pertinente. - Si el análisis es completo. - Elementos que faltan. 	Computadora y proyector.	120 min	Producto: formato del análisis de la manipulación.

Objetivos específicos: Que los participantes presenten y discutan su análisis de un ejemplo de manipulación social.
Dar cierre al taller y fomentar la retroalimentación de los participantes.

Sesión	Actividad	Procedimiento	Materiales	Tiempo	Forma de evaluación
5	1. Presentación del "Análisis crítico de un ejemplo de manipulación"	<ul style="list-style-type: none"> El nombre de cada participante se pondrá dentro de una tómbola y se elegirá al azar quién será el próximo en exponer. Cada participante tendrá 10 minutos para presentar su ejemplo y se discutirá con los demás participantes por 10 minutos aspectos cómo: <ul style="list-style-type: none"> Si el ejemplo es pertinente. Si el análisis es completo. Elementos que faltan. 	Computadora y proyector.	80 min	Producto: formato del análisis de la manipulación.
	2. Discusión acerca de la moral y manipulación.	<ul style="list-style-type: none"> De los ejemplos vistos los participantes discutirán sobre la moralidad (bueno o malo) de las manipulaciones vistas en los ejemplos anteriores. 	-	20 min	-
	3. Retroalimentación del taller y cierre.	<ul style="list-style-type: none"> El facilitador guiará una retroalimentación acerca de la utilidad de lo aprendido en el taller, las posibles aplicaciones en su vida diaria y el cumplimiento de los objetivos propuestos en un principio. El facilitador dará por concluido el taller. 	-	20 min	-

3.4 Criterios de evaluación

La evaluación del taller se hará de forma cualitativa, y se basará en gran parte en el último ejercicio de análisis que realizarán los participantes. En este análisis deberán de aplicar los conocimientos aprendidos en el taller, además de usar el pensamiento crítico como herramienta.

Además en las sesiones del taller los participantes entregarán productos en algunos ejercicios, lo cual también será tomado como evaluación de su avance. De igual forma contarán las participaciones y las exposiciones de los participantes, las cuáles el facilitador debe anotar en su bitácora. Esta bitácora constará de las impresiones generales del facilitador por cada sesión, haciendo énfasis en el nivel de interés de los participantes, el avance que muestran en sus participaciones y la retroalimentación obtenida.

CONCLUSIONES

El tema de la manipulación conlleva muchas contradicciones, es por eso que abarcarlo de una manera satisfactoria es sumamente difícil. Hemos visto que aunque los investigadores están de acuerdo en que es un fenómeno extendido en la sociedad, hay poco conocimiento entre la población general sobre él. Esto en sí mismo constituye un motivo para cuestionar la intencionalidad de este desconocimiento.

Es lógico que los manipuladores no quieran que sus intentos manipulativos se hagan obvios ya que la secrecía es un requisito básico para la manipulación. La falta de pensamiento crítico y la pasividad en muchos miembros de la sociedad en conjunto con el creciente poder de los medios de comunicación, generan un campo fértil para aumentar el poder persuasivo y manipulativo de las élites sociales. Los ejemplos históricos apoyan la premisa que estos grupos de poder cuidarán sus intereses en detrimento del beneficio del resto de la población.

Con el crecimiento exponencial de la población se han tenido que generar mecanismos de control de la misma, que garanticen la convivencia pacífica y la estabilidad del sistema social; uno de estos mecanismo es la manipulación. Esto implica que manipular dentro de una sociedad no necesariamente debe de tener efectos nocivos para sus miembros, algunos autores plantean que es utópico pensar que se puede mantener un sistema social sin la manipulación. Sin embargo esto presenta el peligro inherente de que las minorías en el poder abusen del resto de la ciudadanía, a pesar de que hayan llegado a este poder en supuesta representación de los intereses de la población.

La psicología juega una parte importante en la dinámica de la manipulación, ya que muchos de los mecanismos usados para manipular se basan en los procesos emocionales y cognitivos de las personas. Se ha desarrollado toda una industria basada en la psicología política, en la cual los psicólogos aplican su conocimiento para la creación de campañas políticas, usando técnicas específicas que aseguren al candidato la mayor cantidad de votos o de

aprobación. Muchas de estas técnicas involucran el empleo de hallazgos de las neurociencias y de la psicología misma, mismas herramientas que son usadas de forma secreta para afectar la voluntad de los sujetos y por lo tanto pueden ser consideradas manipulativas. Lo mismo ocurre en muchas otras áreas, como por ejemplo la industria del mercadeo.

La coyuntura entre los intereses de las élites políticas, financieras, comerciales, militares y de los medios de comunicación aceleran y aumentan la conglomeración del poder, facilitando el uso de la manipulación, la cual se utiliza para asegurar los intereses de estos grupos; logrando así obtener aún mayor poder y control para lograr sus objetivos. Esto genera un círculo vicioso en el cual el individuo pierde, sin darse cuenta, el poder de la autodeterminación, tomando decisiones en contra de su voluntad putativa.

Sería erróneo pensar que la manipulación en la sociedad es un proceso lineal en donde unas pocas personas toman las decisiones y elaboran un plan maestro para controlar el mundo. Más bien, existe una lucha por el poder de diferentes grupos (léase partidos políticos, corporaciones, emisoras, países etc.) que lo único que tienen en común es que buscan sus propios beneficios, sin importar si estos perjudican al resto de la sociedad o no. El problema es que la mayoría de las personas son este “resto de la sociedad”, que se convierte en una pieza en un juego de ajedrez jugado por otros, en muchos casos ni siquiera estando conscientes de que hay algo en juego.

Este trabajo intenta crear una conciencia sobre un problema que afecta a todas las personas. Como psicólogos estamos entrenados para ver a la salud desde tres ejes: el biológico, el psicológico y el social. La manipulación puede afectar negativamente a los tres. Por ello es esencial que desde el ámbito de la psicología aportemos nuestro conocimiento y herramientas para contribuir al desarrollo pleno y autodeterminado de los individuos.

REFERENCIAS

- Agence France Presse. (2012, 19 de agosto). Obama pide menos recortes a la educación. El nuevo Herald, <http://www.elnuevoherald.com/2012/08/19/1280927/obama-pide-menos-recortes-a-la.html>.
- Andersen, M., & Taylor, H. (2009). *Sociology: the essentials*. California: Cengage Learning.
- Anderson, A., & Bushman, J., 2002. The effects of media violence on society. *Science*, 295, 2377–79.
- Anderson, E., Economos, C. & Must, A. (2008) Active play and screen time in U.S. children aged 4 to 11 years in relation to sociodemographic and weight status characteristics: A nationally representative cross-sectional analysis. *BMC Public Health* 8, 366. doi: 10.1186/1471-2458-8-366.
- Baets, A. (2002) *Censorship of historical thought, a world guide*. Connecticut: Greenwood Press.
- Baudrillard, J. (2003) *The consumer society: myth and structure*. Londres: Sage Publications Ltd.
- Berrio, J. (1983). *Teoría social de la persuasión*. Barcelona: Editorial Mitre.
- Boisvert, J. (2004). *La formación del pensamiento crítico: teoría y práctica*. D.F.: Fondo de cultura económica.
- Borch, C. (2011). *Niklas Luhman*. New York: Routledge.
- Boster, F. & Mongeau, P. (1984). Fear arousing persuasive messages. *Communication Yearbook* 8. The international Communications Association. P.330-377.
- Bowles, S., and Gintis, H. (2000). Does schooling raise earnings by making people smarter? En Kenneth Arrow, Samuel Bowles, and Steven Durlauf, (eds.), *Meritocracy and economic inequality*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Branscomb, L. (2004). Science, Politics and U.S. democracy. *Issues in science and technology*, 2, 53-59.
- Breckler, S., Olson, J. & Wiggins, E. (2006). *Social Psychology Alive*. California: Thomson Higher Education.
- Buckley, W. (1977). *La sociología y la teoría moderna de los sistemas*. Buenos Aires: Amorrortu.

- Bunge, M. (2000). *La investigación científica: su estrategia y filosofía*. D.F.: Siglo XXI Editores S.A. de C.V.
- Burton, D. (2008). *Credit on a consumer society*. New York: Routledge
- Cabrera, J. (2011). Miedo, inseguridad y control social. *Documentación social: Revista de estudios sociales y de sociología aplicada*. 161, pp. 7-14.
- Campos, A. (2007). *Pensamiento crítico: Técnicas para su desarrollo*. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.
- Carruthers, G. & Ariovich, L. (2010). *Money and credit: a sociological approach*. Cambridge: Polity Press.
- Chapu, C., Braun, M. & Brown, D. (2010). *Entertaining Fear: Rhetoric and the Political Economy of Social Control*. New York: Peter Lang Publishing Inc.
- Chernilo, D. (2004) El rol de la sociedad como ideal regulativo: hacia una reconstrucción del concepto de sociedad moderna. *Cinta de Moebio*. N.21. Chile: Universidad de Chile.
- Chomsky, N. (1992). *Ilusiones necesarias: control del pensamiento en las sociedades democráticas*. Madrid: Libertarias Prodhufi.
- Chomsky, N. (2004) *Hegemony or Survival: America's Quest for Global Dominance*. New York: Henry Holt.
- Chouliaraki, L. (2005) 'The Soft Power of War: Legitimacy and Community in Iraq War Discourses', special issue of *Journal of Language and Politics* 4(1).
- Congressional Record, (march 26 of 2007 to april 17th 2007). Proceedings and debates of the 110th Congress, vol 153, parte 6.
- Consumption: The facts (2006). New Internationalist magazine, issue 395. <http://www.newint.org/features/2006/11/01/facts/>.
- Curran, J. (2002). *Media and Power*. London: Routledge.
- De Graaf, J., Wann, D. & Naylor, T. (2005). *Affluenza: the all consuming epidemic*. San Francisco: Berret-Koehler Publishers, Inc.
- Diccionario online de etimología <https://etimologia.wordpress.com/2007/09/09/sociedad/>
- Ennis, R. H. (1987). A taxonomy of critical thinking skills and dispositions. En: *Teaching thinking skills: Theory and practice*. Ed. Boyloff, J. & Sternberg, R. New York: Freeman pp. 9-26.

- Escobar, L. (1980). *Comunicación información y cultura de masas*. Madrid: Ministerio de cultura.
- Estramiana, J. (1995). *Psicología social: perspectivas teóricas y metodológicas*. Madrid: Siglo XXI de España Editores, S.A.
- Fishkin, J. (2009). *When the people speak*. NewYork: Oxford University Press.
- Foster, J. (1934).The group in terms of propaganda, *American Sociological Review*, p.247-252.
- García, J. (2000). Sociología y sociedad en Simmel. *Reis*, 89, 97-117.
- García, M. (2000). Recursos de la propaganda en la información política internacional. En *Propaganda impresa y construcción del estado moderno contemporáneo*. Coord: Espejo, C. Sevilla: Alfar.
- Gastil, J. (2010). *The group in society*. California: Sage Publications, Inc.
- Gomis, L. (1999). *El medio media, la función política de la prensa*. Barcelona: Editorial Mitre.
- Goodin, R. (1980). *Manipulatory politics*. Yale University Press.
- Gower, P. (2004). *The psychology of fear*. Virginia: Nova Science Publishers.
- Grigsby, E. (2012). *Analyzing politics: An introduction to political science*. California: Cengage Learning.
- Grindstaff, L., and Turow, J. (2006). Video cultures: Television sociology in the “new TV” age. *Annual Review of Sociology*, 32, 103–25.
- Gupta, O. (2006). *Media, society and culture*. New Delhi, India: Isha Books
- Handelman, S. (2009). Thought and manipulation, the use and abuse of psychological trickery. California: Greenwood Publishing Group.
- Habermas, J. (1963). "Tareas críticas y conservadoras de la sociología". En: *Teoría y Praxis*. Madrid: Tecnos.
- Habermas, J. (1985). *Der philosophische diskurs der moderne*. Frankfurt: Surhkamp Verlag.
- Hammes, T. (2010). *The sling and the Stone: on war in the 21st century*. Minneapolis: Zenith press.
- Havighurst, R., May, S., Richards I. A. y Stevens, H. (1940). Research in Mass Communication. July 1940 tomado del microfilm 59-1, que contiene documentos de la Fundación Rockefeller y se encuentra en el Mass Communication Research Center de la State Historical

Society of Wisconsin, recuperado en línea en Redalyc <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=99717904008>.

- Herman, E.S. & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*. New York: Pantheon.
- Huesmann, L., Moise-Titus, J., Podolski, C., & Eron, L. (2003). Longitudinal relations between children's exposure to TV violence and their aggressive and violent behavior in young adulthood: 1977–1992. *Developmental Psychology*, 39(2), 201–21
- Hughes, M. & Kroehler, C. (2011) *Sociology: the core*. New York: McGraw-Hill.
- Hughes, W. & Lavery, J. (2008). *Critical thinking: an introduction to the basic skills*. Canada: Broadview Press.
- Humphery, K. (2010). *Excess: Anti consumerism in the west*. Cambridge: Polity Press.
- Hunter, D. (2009). *A practical guide to critical thinking: deciding what to do and what to believe*. New Jersey: Wiley and sons, Inc.
- Ingham, G. (2004). *The nature of money*. Cambridge: Polity Press.
- Ivanovic, M. (2008). *Cultural Tourism*. Cape Town, South Africa: Juta and Company Ltd.
- Jiménez, F. y Vega, N. (2005). Persuadir o educar: el papel de la televisión en la aldea global. *Comunicar*, 25, recuperado en <http://redalyc.uaemex.mx>.
- Klaehn, J. (2010). *The political economy of media and power*. New York: Peter Lang Publishing, Inc.
- Klein, N. (2007). *No logo: el poder de las marcas*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S, A.
- Laleye, O. & Ayeni, V. (1993). On the politics of traditional rulership. *International Journal of Politics, Culture and Society*, Vol. 6, No. 4, 555-571.
- Lau, J. (2011). *An introduction to critical thinking and creativity: think more, think better*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Le Cheminant, W. & Parrish, J. (2011). *Manipulating Democracy: Democratic Theory, Political Psychology, and Mass Media*. New York: Routledge.
- Lenz, G. (2012). *Follow the leader: How voters respond to politicians policies and performances*. Chicago: the University of Chicago press.

- Lind, W., Nightengale, K., Schmitt, J., Sutton, J. & Wilson, G. (2001). The changing face of war: into the fourth generation, *Marine Corps Gazette* (November 2001) pp. 65–66.
- Linton, R. (1936/2006). *Estudio del hombre*. Mexico: FCE.
- López, A. (2001). La manipulación del hombre a través del lenguaje: estudio de los recursos manipuladores y el antídoto contra los mismos. Primer curso impartido en Roma. Obtenido en <http://www.riial.org/documents/manipulacion.pdf>.
- Luhman, N. (1990). *Essays on Self reference*. New York: Columbia University Press.
- Luhman, N. (1995). *Social systems*. California: Stanford University Press.
- Luhman, N. (2002). *Theories of distinction: redescribing the descriptions of modernity*. California: Stanford University Press.
- Lukes, S. (1984). *Emile Durkheim: Su vida y su obra*. Madrid: CIS.
- Maass, V. (2010). *Coping with control and manipulation*. California: ABC-CLIO, LLC.
- Mardones, J. (2001). *Filosofía de las ciencias humanas y sociales: materiales para una fundamentación científica*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- Martinez, H. y Guerrero, G. (2009). *Introducción a las ciencias sociales*. Distrito Federal: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.
- Matsumoto, D. (2001). *Handbook of culture and psychology*. Oxford University Press.
- Mead, G. (1934/1972). *Espíritu, persona y sociedad*. Buenos Aires: Paidós.
- Mehta, A. (2000). Advertising attitudes and advertising effectiveness. *Journal of Advertising Research*, May-June 2000, p.67-72.
- Merrill, J., Lee, J. y Friedlander, E. (1992). *Medios de comunicación social: teoría y práctica en Estados Unidos y el mundo*. Madrid: Fundación German Sánchez Ruipérez.
- Merton, R. (1970). *Teoría y estructura sociales*. México: FCE.
- Moncada, A. (2000). Manipulación mediática: educar, informar o entretener. Madrid: Libertarias Prodhufi.
- Moscovici, S. (2001). *Social Representations: Explorations in Social Psychology*. New York: New York University Press.

- Mullen, A. & Klaehn, J. (2010). The Herman–Chomsky Propaganda Model: A Critical Approach to Analyzing Mass Media Behaviour, *Sociology Compass*, 4, 215–229, doi. 10.1111/j.1751-9020.2010.00275.x.
- New Economics Foundation and The Open University. (2006). The UK Interdependence Report. <http://www.neweconomics.org>
- Nutrición y salud, (2007). El agua en la alimentación. Servicio de promoción de la Salud, Instituto de Salud Pública, España.
- Ortega, F., Castillo, J. & Betin, G. (1996). *Fundamentos de sociología*. Madrid: Síntesis, S.A.
- Paciano, A. (2005). Introducción epistemológica, concepto de teoría y filosofía de la educación. En: *Teoría de la Educación*. Eds: Brenes, E. y Porras, M.: UNED.
- Phelan, P. (2011). Fourth Generation Warfare and its challenges for the military an society, *Defence Studies*, Vol. 11, No. 1, pp. 96–119. DOI: 10.1080/14702436.2011.553105.
- Phillips, B. (1997). Thinking into it: consumer Interpretation of Complex Advertising Images. *Journal of Advertising*, Vol 26, No.2. p.77-78. p.15.
- Piaget, Jean. (1926/1955). *The language and thought of the child*. New York: New American Library.
- Przerworski, A. (2010) Democracy and the limits of self government. New York: Cambridge University Press.
- Raison, T. (1970) *Los padres fundadores de la ciencia social*. Barcelona: Anagrama.
- Real Academia Española
http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=sociedad.
- Ritzer, G. (2003). *Contemporary sociological theory and its classical roots: the basics*. New York: Mc Graw Hill.
- Robertson, I. (1989). *Society: a brief introduction*. New York: Worth Publishers, Inc.
- Rodríguez, D. & Torres, J. (2008). *Introducción a la teoría de la sociedad de Niklas Luhman*. México, DF: Herder.
- Roiz, M. (2002). *La sociedad persuasora: control cultural y comunicación de masas*. Barcelona: Paidós papeles de comunicación.

- Ruano, S. (2006). Cultura y medios, de la escuela de Frankfurt a la convergencia multimedia. *Ámbitos*. No. 15. Universidad de Sevilla, España. Pp.59- 74.
- Sánchez, M. (2000). La comunicación de masas y las otras comunicaciones: paradojas y análisis. *Comunicar*, N.14, pp. 13-24.
- Scaff, Larry. (2000). Georg Simmel. En George Ritzer ed. *The Blackwell companion to Major social theorists*. Oxford, England: Blackwell. p. 251-278.
- Sheehan, K. (2004). *Controversies in contemporary advertising*. California: Sage Publications, Inc.
- Schettino, M. (2001). *Introducción a las ciencias sociales y económicas*. México: Pearson Educación.
- Simmel, G. (1977). *Sociología: estudios sobre la forma de socialización*. Madrid: Revista de Occidente.
- Simmel, G. (1989). Uber soziale Differenzierung, En *Georg Simmel-Gesamtausgabe*, vol. 3, Frankfurt: Suhrkamp, pp.109-295.
- Skinner, B. F. (1953). *Science and human behavior*. New York: Macmillan.
- Spiller, L. & Bergner, J. (2011). Branding the candidate: marketing strategies to win your vote. California: ABC-CLIO, LLC.
- Stearns, P. (2012). Satisfaction not guaranteed: dilemmas of progress in modern society. New York: New York University Press.
- Street, J. (2001). *Mass media, politics and democracy*. New York: Palgrave
- Thompson, J.B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós.
- Trevor, T. & Cramer, J. (2009). *American Foreign Policy and the Politics of Fear: Threat Inflation Since 9/11*. New York: Routledge.
- Turner, J. (1994). *Sociology: Concepts and uses*. Londres: Mac Graw Hill Inc.
- UNDP Human Development Report. (1998).Worldwatch Institute, 'State of the World 2004: The Consumer Society', <http://www.worldwatch.org>.
- Van Dijk, T.A. (1991). *Racism and the Press*. London: Routledge
- Van Dijk, T.A. (1993). *Elite Discourse and Racism*. California: Sage.
- Van Dijk, T.A. (1998). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: Sage.

- Van Dijk, T.A. (1999). 'Context Models in Discourse Processing', in H. van Oostendorp and S.R. Goldman (eds) *The Construction of Mental Representations during Reading*, pp. 123–48. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Van Dijk, T.A. (2003). *Ideología y discurso*. Barcelona: Ariel.
- Van Dijk, T. (2006). Discourse and manipulation. *Discourse & Society*, Vol 17(2), 359–383. SAGE Publications
doi:10.1177/0957926506060250.
- Wartenberg, T.E. (1990). *The Forms of Power: From Domination to Transformation*. Philadelphia, PA: Temple University Press.
- Weber, Max., Gerth, H. & Mills, C. (1921/1946). *From Max Weber: Essays in sociology*. New York: Oxford University Press.
- Wiggins, A., Wiggins, B., and Vander-Zanden, J. (1994). *Social psychology*. New York: McGraw-Hill.
- Wodak, R. (1987). And Where Is the Lebanon? A Socio-Psycholinguistic Investigation of Comprehension and Intelligibility of News', *Text* 7(4): 377–410.
- Zimmerman, J., Christakis, D. & Meltzoff, A. (2007). Television and DVD/ video viewing in children younger than 2 years. *Archives of Pediatric and Adolescent Medicine*, 161, 473–79.

ANEXOS

Análisis crítico de un ejemplo de manipulación

Nombre: _____

1. Describe lo más detalladamente posible el ejemplo que has elegido para analizar.

2. De tu ejemplo identifica y describe los siguientes elementos:
 - a. Manipulador o manipuladores (cuál es su estatus social, papel social y a qué instituciones y grupos pertenecen).

- b. Personas o sectores de la sociedad a quienes se dirige la manipulación (cuál es su estatus social, papel social y a qué instituciones y grupos pertenecen).

c. Qué intereses de los manipuladores se ven beneficiados con la manipulación.

d. Qué función social tiene este intento de manipulación (política, económica o militar).

e. Qué formas de manipulación se usaron (propaganda, censura, miedo y desinformación).

3. Crees que las personas o sectores de la sociedad a quienes se dirige la manipulación estaban en desventaja con respecto a los manipuladores. Si es así, ¿qué desventaja (s) identificas?

4. Qué papel jugaron los medios de comunicación (si es que estuvieron involucrados).

5. ¿Crees que se justifica la manipulación en tu ejemplo? ¿Por qué?
