

En un anuncio en televisión se presentó un auto de lujo. En la parte opuesta de la pantalla apareció súbitamente la figura de una joven bellísima que no dijo ni una palabra ni hizo el menor gesto; mostró sencillamente su imagen encantadora. De pronto, el auto comenzó a rodar por paisajes exóticos y una voz nos sugirió al oído: "*¡Entrégate a todo tipo de sensaciones!*".

En este anuncio no se aduce razón alguna para elegir ese auto en vez de otro. Se mezcla su figura con la de imágenes atractivas *automáticamente* para millones de personas y se envuelven todas en el halo de una frase llena de adherencias sentimentales. De esta forma, el vehículo queda aureolado de prestigio. Cuando vayas al concesionario de automóviles, te sentirás llevado a elegir éste por una especie de *automatismo (nivel 1)*. Y te lo facilitarán, pero no te darán a la joven.

El manipulador no intenta hacer más felices a las personas, sino dominarlas en algún aspecto de la vida y dirigir su conducta

En realidad, nadie te había prometido que si lo comprabas te darían la posibilidad de establecer una relación con ella. Eso habría supuesto hablar directamente a tu inteligencia y a tu libertad para proponerte una especie de trueque. Tal propuesta habría sido moralmente cuestionable, pero no habría constituido una manipulación. Los responsables del anuncio se limitaron a influir sobre tu voluntad de forma oblicua, astuta. No te han engañado; te han *manipulado*, que es una forma sutil de engaño.

Han halagado tu apetito de sensaciones gratificantes a fin de orientar tu voluntad hacia la compra irreflexiva de ese producto, no para ayudarte a desarrollar tu personalidad y ser feliz. *Te han reducido a mero cliente*. Esa forma de *reduccionismo* es la quintaesencia de la manipulación, arte de seducir que opera a través de automatismos, no de razones. La manipulación *comercial* suele ir aliada con la manipulación *ideológica*, que impone ideas y actitudes de forma solapada, debido a la fuerza de arrastre que tienen ciertos recursos estratégicos.

La propaganda comercial promueve a menudo entre la gente una actitud consumista y la hace valer diciendo que el uso de determinado producto es signo de elevada posición social y de progreso. Cuando se quieren imponer actitudes e ideas referentes a cuestiones básicas de política, economía, ética, religión..., la manipulación ideológica adquiere suma peligrosidad.

Por *ideología* suele entenderse un sistema de ideas esclerosado, rígido, que no suscita adhesiones por carecer de vigencia y, por tanto, de fuerza persuasiva. Si un grupo social lo asume como programa de acción y quiere imponerlo resueltamente, sólo tiene dos recursos: 1) la violencia, y aboca a la tiranía, 2) la astucia, y practica la manipulación. Las formas de manipulación movilizadas por razones "ideológicas" suelen mostrar un notable refinamiento, ya que son programadas por profesionales de la estrategia.

El manipulador no intenta hacer más felices a las personas, sino dominarlas en algún aspecto de la vida y dirigir su conducta. La manipulación comercial quiere convertirnos en *clientes* con el simple objetivo de que adquiramos un determinado producto. El manipulador ideológico intenta modelar el espíritu de personas y pueblos a fin de adquirir dominio sobre ellos de forma rápida, contundente, masiva y fácil.

Para dominar al pueblo de esta forma basta reducirlo de *comunidad* a *masa*, concepto más bien cualitativo que cuantitativo. Las personas, cuando tienen ideales valiosos, convicciones éticas sólidas, voluntad de desarrollar todas las posibilidades de su ser, tienden a unirse entre sí solidariamente y estructurarse en *comunidades*. Debido a su cohesión interna, una estructura comunitaria resulta inexpugnable.

Si las personas pierden la capacidad creativa, y no se unen entre sí, dejan de integrarse en una auténtica comunidad y se masifican, se reducen a un montón amorfo de meros individuos

Puede ser destruida desde fuera con medios violentos (*nivel 1*), pero no dominada interiormente por vía del asedio espiritual (*nivel 2*). Si las personas que integran una comunidad pierden la capacidad creativa y no se unen entre sí con vínculos firmes y fecundos, dejan de integrarse en una auténtica comunidad (*nivel 2*) y se masifican, se reducen a un montón amorfo de meros individuos (*nivel 1*). Al carecer de cohesión interna, la masa es fácilmente dominable y manipulable por los deseos de poder.

Ello explica que la primera preocupación de todo tirano –tanto en las dictaduras como en las democracias, pues en ambos sistemas políticos existen personas deseosas de vencer sin esforzarse en convencer- sea privar a la gente de capacidad creadora en la mayor medida posible. Este despojo se lleva a cabo mediante las tácticas de persuasión dolosa que moviliza la manipulación. El tirano que ejerce la manipulación para incrementar el poder adquiere la condición de demagogo.

(Condensado de *Zenit*)